



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية



دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات خارج
المحروقات في الجزائر خلال الفترة 1990-2019

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في العلوم الاقتصادية

تخصص: اقتصاد دولي

إشراف الأستاذ الدكتور

أ.د رابح خوني

إعداد الطالب:

عبد الحميد حمشة

أعضاء اللجنة المناقشة:

الرقم	الاسم واللقب	الرتبة	مؤسسة الانتماء	الصفة
1	مرغاد لخضر	استاذ	جامعة بسكرة	رئيسا
2	خوني رابح	استاذ	جامعة بسكرة	مقررا
3	بوزاهر نسرين	أستاذ محاضر ا	جامعة بسكرة	مناقشا
4	بوعزيز ناصر	استاذ	جامعة قالمة	مناقشا
5	بن خديجة منصف	استاذ	جامعة سوق اهراس	مناقشا
6	أولاد زاوي عبد الرحمان	استاذ	جامعة سوق اهراس	مناقشا

الموسم الجامعي: 2022-2023م



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية



دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات خارج
المحروقات في الجزائر خلال الفترة 1990-2019

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في العلوم الاقتصادية

تخصص: اقتصاد دولي

إشراف الأستاذ الدكتور

أ.د. رابح خوني

إعداد الطالب:

عبد الحميد حمشة

أعضاء اللجنة المناقشة:

الرقم	الاسم واللقب	الرتبة	مؤسسة الانتماء	الصفة
1	مرغاد لخضر	استاذ	جامعة بسكرة	رئيسا
2	خوني رابح	استاذ	جامعة بسكرة	مقررا
3	بوزاهر نسرين	أستاذ محاضر ا	جامعة بسكرة	مناقشا
4	بوعزيز ناصر	استاذ	جامعة قالمة	مناقشا
5	بن خديجة منصف	استاذ	جامعة سوق اهراس	مناقشا
6	أولاد زاوي عبد الرحمان	استاذ	جامعة سوق اهراس	مناقشا

الموسم الجامعي: 2022-2023م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وعرفان

بعد اتمام اخراج هذا العمل لا يسعني الا ان اشكر واحمد الله عز وجل الذي أمدني بالقوة والصبر على اتمام ومواصلة هذه الدراسة، واتقدم بجزيل الشكر وعظيم التقدير الى كل من ساهم من بعيد او قريب في افراج هذا العمل الى النور، وخص بالذكر الاستاذ الفاضل حوني رباح الذي تفضل بالإشراف على هذه الاطروحة الذي لم يخل علي بنصائحه وتوجيهاته وكذا الاستاذة نسرين بوزاهر التي كانت لي نعم السند في اخراج هذا العمل.

الاهداء:

اهدي هذا البحث المتواضع لوجه الله تعالى خالصا راجين من الله ان يضع هذا الجهد في ميزان حسناتي ان شاء الله.

كما اهديه الى قرة الاعين وروح الروح الى احن وأعظم انسانين في الوجود الى الشمعتين اللتان تضىء لي نور دربي امي الحنونة والى نبراس الجبل الشامخ ابي الغالي حفظهما الله ورعاهما والى توام روحي ونصفي الاخر زوجتي العزيزة، والى كل اخواتي كل باسمه الى كل من احبني وشجعني.

الملخص بالعربية:

تهدف هذه الدراسة الى دراسة واقع مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الصادرات خارج المحروقات في الجزائر كما ونوعا وقطاعيا وكذا الى معرفة مدى التنوع في هيكل الصادرات وتنافسيتها في الاسواق الدولية.

ولقد توصلنا من خلال هذه الدراسة الى ان المؤسسات ص و م في تنامي مستمر وتساهم في النشاط الاقتصادي بشكل ايجابي ولكنه محدود، كما تساهم في ترقية الصادرات خارج المحروقات من حيث الحجم والتنوعية الا انها هامشية مقارنة باجمالي الصادرات كما ان مؤشرات التنوع في هيكل الصادرات والتنافسية ضعيفة، رغم ذلك فرص الولوج الى الاسواق الدولية مازالت متاحة خصوصا مع ظهور في السنوات الاخيرة بوادر نجاح بعض المؤسسات ص و م في نفاذ منتجاتها الى الاسواق الدولية خاصة في الاسواق العربية والافريقية وبالتالي امكانية الرفع من الاداء التصديري.

الكلمات المفتاحية: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الصادرات خارج المحروقات، الجزائر، التجارة والاسواق الدولية.

Abstract:

This study aims to study the reality of the contribution of small and medium-sized enterprises to non-hydrocarbon exports in Algeria, quantitatively, qualitatively, and sectorally, as well as to know the extent of diversity in the structure of exports and their competitiveness in international markets. Through this study, we concluded that the institutions are growing continuously and contribute to the economic activity in a positive but limited way. They also contribute to the promotion of non-hydrocarbon exports in terms of volume and quality, but they are marginal compared to the total exports. The indicators of diversity in the structure of exports and competitiveness are weak. Despite this, opportunities for access to international markets are still available, especially with the emergence in recent years of signs of success of some companies, S and M, in accessing their products to international markets, especially in the Arab and African markets, and thus the possibility of increasing export performance. **Keywords:** small and medium enterprises, non-hydrocarbon exports, Algeria, trade and international markets.

Résumé :

Cette étude vise à étudier la réalité de la contribution des petites et moyennes entreprises aux exportations hors hydrocarbures en Algérie, quantitativement, qualitativement et sectoriellement, ainsi qu'à connaître l'étendue de la diversité dans la structure des exportations et leur compétitivité dans marchés internationaux. A travers cette étude, nous avons conclu que les institutions sont en croissance continue et contribuent à l'activité économique de manière positive mais limitée. Elles contribuent également à la promotion des exportations hors hydrocarbures en termes de volume et de qualité, mais elles sont marginales par rapport aux exportations totales. Les indicateurs de diversité dans la structure des exportations et de compétitivité sont faibles. Malgré cela, des opportunités d'accès aux marchés internationaux sont encore disponibles, notamment avec l'émergence ces dernières années de signes de réussite de certaines entreprises, S et M, en l'accès de leurs produits aux marchés internationaux, notamment sur les marchés arabes et africains, et donc la possibilité d'accroître les performances à l'exportation.

Mots clés : petites et moyennes entreprises, exportations hors hydrocarbures, Algérie, commerce et marchés internationaux.

فهرس الجداول

رقم الصفحة	العنوان	الرقم
14	تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب البنك الدولي	01
34	استراتيجيات التنافس	02
72	تعريف المؤسسات صوم في الجزائر	03
91	نتائج الخاصة بالبرنامج التنموي 2004-2000	04
92	محاور البرنامج بالأرقام	05
94	نتائج البرنامج 2009-2001	06
98	وضعية انجاز هيكل دعم المؤسسات ص و م للفترة من 2005-2014	07
99	نتائج البرنامج 2010-2014	08
107	مساهمة المؤسسات ص و م في التشغيل 2004-2019	09
108	مساهمة المؤسسات ص و م في القيمة المضافة 1990-2019	10
109	مساهمة المؤسسات ص و م في الناتج الداخلي خ م 1990-2019	11
110	مساهمة المؤسسات ص و م في النشاط الزراعي والصناعي 2000-2019	12
112	تطور تعداد المؤسسات ص و م 1990-2019	13
113	تطور المؤسسات ص و م حسب الطبيعة 2000-2007	14
113	تطور المؤسسات ص و م حسب الطبيعة 2008-2019	15
114	توزيع المؤسسات ص و م حسب الطبيعة لسنة 2019	16
116	كثافة المؤسسات ص و م بالنسبة لكل الف نسمة 1990-2019	17
117	توزيع المؤسسات ص و م حسب النشاط	18
118	التوزيع الجغرافي للمؤسسات ص و م حسب المناطق 2010، 2019	19
171	تطور صادرات تركيا 2010-2018	20
172	مقارنة بين الجزائر وتركيا في مجال تعداد المؤسسات ص و م	21
173	مقارنة بين الجزائر وتركيا في مجال نسبة مساهمة المؤسسات ص و م في الصادرات.	22
181	تطور صادرات ماليزيا 2010-2018	23
187	مقارنة مؤشر التنوع والتركز بين الدول الثلاث، الجزائر، الامارات، السعودية	24
188	تطور وتنوع الصادرات من خلال مؤشر المكثف والموسع 2002-2015 للدول الثلاث (الجزائر، الامارات، السعودية)	25

198	تطور الصادرات خ م خلال فترة اصلاح الهيكل الاقتصادي 1990-1999	26
199	تطور الصادرات خ م خلال مخطط الانعاش الاقتصادي 2000-2004	27
200	تطور الصادرات خ م خلال فترة مخطط دعم النمو الاقتصادي 1 2005-2009	28
201	تطور الصادرات خ م خلال مخطط دعم النمو الاقتصادي 2 2010-2014	29
202	تطور الصادرات خ م خلال فترة البرنامج الخماسي 2015-2019	30
204	العلاقة بين تطور عدد المؤسسات ص و م والصادرات خ م	31
206	تطور حصة المؤسسات ص و م في الصادرات خ م 1990-2019	32
208	توجهات قطاع المؤسسات ص و م والصادرات خ م لسنة 1999	33
208	توجهات قطاع المؤسسات ص و م والصادرات خ م لسنة 2009	34
208	توجهات قطاع المؤسسات ص و م والصادرات خ م لسنة 2016	35
209	توجهات قطاع المؤسسات ص و م والصادرات خ م لسنة 2019	36
211	مساهمة الصادرات خ م في الناتج المحلي الاجمالي 1990-2019	37
215	التركيب السلمي للصادرات خ م للمؤسسات ص و م خلال الفترة 1990-1999	38
217	التركيب السلمي للصادرات خ م للمؤسسات ص و م خلال الفترة 2000-2010.	39
217	التركيب السلمي لصادرات خ م المؤسسات ص و م خلال الفترة 2011-2019	40
219	اهم السلع المصدرة من طرف المؤسسات ص و م لسنة 2019	41
220	التوزيع الجغرافي للصادرات خ م 1990-2012	42
221	التوزيع الجغرافي للصادرات خ م 2013-2019	43
222	تطور رصيد الميزان التجاري خلال الفترة 1990-2019	44
226	تطور الصادرات الزراعية 1990-2019	45
228	مقارنة تطور المؤسسات ص و م الفلاحية مع تطور صادراتها 1990-2019	46
231	وضعية تطور الصادرات الصناعية خ م خلال الفترة 1990-2019.	47
234	مقارنة تطور المؤسسات ص و م الصناعية مع تطور صادراتها 1990-2019	48
235	تطور صادرات الصناعات التحويلية 2005-2015	49
236	نسبة صادرات الجزائر من قطاع الصناعة التحويلية حسب الفروع 2012-2017	50
239	تطور صادرات المؤسسات ص و م الصناعية حسب الفروع 2017-2018	51
242	الميزان التجاري للمنتجات الزراعية الغذائية	52
245	قياس مؤشر الميزة النسبية لقطاع الزراعة	53
246	قياس مؤشر الميزة النسبية لقطاع الصناعة	54

247	اهم المنتجات التنافسية المصدرة في الاسواق الدولية لشعبة صناعات الزيوت والدهون الحيوانية	55
247	تطور صادرات شعبة صناعات الخضر والفواكه	56
247	تطور صادرات شعبة السكر	57
248	تطور صادرات شعبة المشروبات	58
248	تطور صادرات التمور	59
251	تطور صادرات الصناعات التقليدية 2000-2017	60
253	تعداد المؤسسات ص و م المصدرة لسنتي 1997-1998	61
254	تطور تعداد المؤسسات ص و م المصدرة خلال الفترة 1990-2019	62
257	تطور المؤسسات ص و م المصدرة حسب النشاط الاقتصادي لسنة 2019	63
260	حساب مؤشر الميزة النسبية الظاهرة لصادرات خ م 1990-2019	64
261	حساب مؤشر القدرة على التصدير خارج النفط 1990-2019	65
262	حساب مؤشر مدى انفتاح الجزائر على العالم الخارجي 1990-2019	66
264	تطور مؤشر التركيز والتنوع السلعي في الجزائر 1990-2019	67
265	عدد المنتجات المصدرة خلال الفترة 1990-2019	68
266	عدد المنتجات التنافسية المصدرة	69

فهرس الاشكال

رقم الصفحة	العنوان	الرقم
198	تطور الصادرات خ م خلال الفترة من 1990-1999	01
199	تطور الصادرات خ م خلال الفترة من 2000-2004	02
200	تطور الصادرات خ م خلال الفترة من 2005-2009	03
201	تطور الصادرات خ م خلال الفترة من 2010-2014	04
202	تطور الصادرات خ م خلال الفترة من 2015-2019	05
204	العلاقة بين تطور المؤسسات ص و م وتطور الصادرات خ م خلال الفترة 1990-2019	06

فهرس المحتويات

شكر وعرفان	
الاهداء:	
الملخص:	
فهرس الجداول	
فهرس الاشكال	
فهرس المحتويات	
المقدمة العامة:	أ

الفصل الاول: مدخل نظري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصادرات

تمهيد:	10
المبحث الاول: الإطار العام للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:	12
المطلب الاول: ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:	12
المطلب الثاني: خصائص المؤسسات الص وم، وعوامل النجاح (العوائق):	24
المبحث الثاني: استراتيجيات تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودخولها الاسواق الدولية:	32
المطلب الاول: الاستراتيجية التنافسية:	32
المطلب الثاني: استراتيجيات دخول المؤسسة الى الاسواق الاجنبية:	35
المبحث الثالث: مفاهيم عامة حول التجارة الخارجية والتصدير:	40
المطلب الاول: اهمية التجارة الخارجية والتصدير:	40
المطلب الثاني: التصدير دوافعه ومؤشراته، التحديات والمعوقات:	45
المبحث الرابع: استراتيجيات التنمية المتعلقة بترقية الصادرات:	54
خلاصة الفصل:	66

الفصل الثاني: مساهمة المؤسسات ص و م في النشاط الاقتصادي

تمهيد:	68
المبحث الاول: تقديم عام لقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر:	69

69	المطلب الاول: مميزات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر ودورها:
81	المطلب الثاني: اليات تنمية وتاهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:
88	المبحث الثاني: برامج تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر خلال الفترة من 2001-2019:
88	المطلب الاول: البرامج التنموية خلال الفترة 2001-2009:
93	المطلب الثاني: البرامج التنموية خلال الفترة 2010-2019:
99	المبحث الثالث: الدور التنموي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر:
99	المطلب الاول: الاشكاليات المطروحة في تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر:
103	المطلب الثاني: المساهمة الاقتصادية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة 1990-2019:
116	خاتمة الفصل:
	الفصل الثالث: الاليات والاستراتيجيات المعتمدة لترقية المؤسسات ص و م الجزائرية في الصادرات خ م من خلال التجارب الدولية
118	تمهيد:
119	المبحث الاول: اليات ترقية المؤسسات ص م الجزائرية في الصادرات والاسواق الدولية:
119	المطلب الاول: آلية الإطار القانوني والتنظيمي لترقية الصادرات خارج المحروقات:
128	المطلب الثاني: آلية استحداث مؤسسات لترقية الصادرات خارج المحروقات:
130	المطلب الثالث: آليات تحفيز المؤسسات ص و م في التصدير ومتطلبات نجاحها:
145	المبحث الثاني: وضع استراتيجية لترقية المؤسسات ص و م في الصادرات خ م في الجزائر:
145	المطلب الاول: الإطار العام لاستراتيجية الحكومة لترقية المؤسسات ص و م في الصادرات خ م:
151	المطلب الثاني: الاستراتيجية القطاعية لترقية صادرات المؤسسات ص و م في الجزائر:
162	المبحث الثالث: التجارب الدولية الرائدة في مجال ترقية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:
163	المطلب الاول: اهم التجارب الاوربية:
174	المطلب الثاني: اهم التجارب العربية والاسيوية:
183	المطلب الثالث: الدروس المستفادة من التجارب الدولية:
187	خاتمة الفصل:

الفصل الرابع التطبيقي: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات خارج المحروقات
في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

189	تمهيد:
	المبحث الاول: التحليل الكلي لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في الصادرات خارج المحروقات 1990-2019:
191	
191	المطلب الاول: الاداء التصديري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلال الفترة من 1990-2019:
215	المطلب الثاني: الدراسة النوعية لصادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:
219	المبحث الثاني: التحليل القطاعي لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الصادرات خارج المحروقات:
219	المطلب الاول: مساهمة مؤسسات قطاع الزراعة في الصادرات خارج المحروقات:
225	المطلب الثاني: مساهمة اهم فروع الصناعات الصغيرة والمتوسطة في الصادرات خ م:
237	المطلب الثالث-دراسة تنافسية صادرات المؤسسات ص وم في القطاع الزراعي والصناعي:
245	المبحث الثالث: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية وفرص التصدير:
253	المطلب الاول: تطور تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المصدرة في الجزائر:
250	المطلب الثاني: تحليل تنافسية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:
258	المطلب الثالث: فرص الاسواق الجديدة وافاق ترقية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:
275	الخاتمة:
280	قائمة المصادر والمراجع:
	الملاحق:

المقدمة العامة

المقدمة العامة:

تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ذات أهمية كبيرة في الاقتصاديات الحديثة لما لها من مزايا في زيادة التوظيف وزيادة الناتج الداخلي الخام ورفع مستويات الاستثمار في العديد من النشاطات ذات القيمة المضافة، إضافة الى مساهمتها في ترقية التجارة الخارجية والصادرات بشكل عام وهذا ما يلاحظ على الاقتصاديات الناشئة خصوصا الصين، الهند، إيطاليا، فرنسا، تركيا باعتمادها على نشاط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ونجحت بفضل هذه الاستراتيجية برفع معدلات التجارة الخارجية والصادرات في العديد من النشاطات.

والجزائر كغيرها من دول العالم مع حرص صناع القرار في إيجاد بدائل تنموية متنوعة من اجل التنويع الاقتصادي تبنت منهج انشاء وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة منذ بداية تسعينات القرن الماضي وكانت الفكرة الرئيسية من وراء هذا العمل هو التنمية الاقتصادية للدولة وتطوير الصادرات خارج المحروقات لفك الاعتماد على منتج البترول، وذلك بأحداث سياسات متعددة كالخصوصية وبرامج إعادة تأهيل المؤسسات وكذا عدة برامج وطنية تصب في هذا الهدف، وهو أحداث حركية في نشاطات المؤسسات الانتاجية والاستثمارية والتسويقية في العديد من المجالات، وكذا محاولة الاستفادة من التجارب الدولية الرائدة في هذا المجال على غرار فرنسا وتركيا وإيطاليا... الخ.

لذا يجب البحث عن خيارات اخرى واهم البدائل الاستراتيجية لهذا القطاع من خلال التركيز على القطاع الزراعي الذي يساهم في الناتج الوطني الخام وترقية التجارة الخارجية وكذا المساهمة في تحقيق التنمية المستدامة وكذا القطاع الصناعي الذي ايضا له اهمية في خلق الثروة والتنويع الاقتصادي وترقية الصادرات خارج المحروقات.

وفي هذا الاطار تعمل الحكومة الجزائرية على اتخاذ التدابير اللازمة لترقية الصادرات خارج المحروقات، من خلال تشجيع قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وهي من بين البدائل المتاحة التي يعتمد عليها من اجل تنويع الاقتصاد الوطني، ويعول عليها على انتاج منتجات ذات جودة وتنافسية للولوج الى الاسواق الاجنبية وكسب حصص سوقية في الاسواق الواعدة رغم المنافسة الدولية، ولا يتأتى ذلك الا بتسطير استراتيجية وطنية لترقية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتوفير المتطلبات الدولية لضمان نجاحها وتحقيق هذا الهدف على المستويين المتوسط والبعيد وهو تمكين الاقتصاد الوطني من تنويع قاعدته الانتاجية والخروج به من دائرة احادية التصدير واكتساب مزايا تنافسية يأخذ بها مكانة لائقة في التجارة الدولية مما يشجع على نفاذ المؤسسات الوطنية والخاصة الى الاسواق الدولية وتحسين ادائها التصديري مما يسمح برفع حصيلة الصادرات خارج المحروقات .

الإشكالية: ان الضرورة الملحة في إعادة هيكلة قطاع الصادرات الوطنية لتنويع مصادر الدخل الوطني خارج المحروقات كسياسة بديلة على المدى البعيد باعتبار البترول طاقة زائلة تخضع للتقلبات الدولية، وخصوصا مع توجه الدولة نحو توجيه كامل مجهوداتها في ترقية دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال العديد من السياسات والقوانين الداعمة لهذا القطاع، وذلك باعتبار قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ذو أهمية كبيرة في مجال المساهمة في تنمية الاقتصاد الوطني من خلال ترقية التجارة الخارجية ومع حرص الدولة على تبني استراتيجية وطنية لترقية هذا القطاع في مجال الصادرات ليوكب التطورات الدولية، وبالتالي تشجيع ولوج

المؤسسات ص وم الى الاسواق الدولية وتحسين ادائها التصديري بواسطة انتاج منتجات ذات تنافسية وجودة علمية عن طريق خلق قاعدة صناعية متنوعة موزعة على القطاعات كالصناعة والزراعة والسياحة لتحقيق زيادة في الناتج وتحسين اداء الاقتصاد وتعزيز استقراره من خلال الاستثمار والانتاج للرفع من القدرات الانتاجية والتصديرية في القطاعات السلعية والخدمية ، والعمل على الاستفادة من التجارب الدولية الرائدة في هذا المجال كاستراتيجية داعمة على ترقية هاته المؤسسات في النشاط الاقتصادي الوطني وبلوغ الهدف الاستراتيجي المتمثل في تنمية الصادرات خارج المحروقات من خلال تنويع هيكل الصادرات، الامر الذي شكل حافزا للباحث للخوض في هذا المجال عموما والتركيز على وجه الخصوص على دراسة الاستراتيجية الوطنية لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الصادرات وتحليل النتائج من خلال تقييم مساهمتها ومدى نجاحتها في اداء دورها في ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر من خلال التركيز على حجم الصادرات والتركيب السلعي للصادرات واهم الاسواق المستهدفة منها ومؤشرات اخرى، وبالتالي من خلال هذا الطرح الاشكالية الاساسية التي نراها مواتية لدراسة هذا الموضوع هي:

"ما دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر؟"

الأسئلة الفرعية:

- فيما تتمثل اهمية المؤسسات ص وم وترقية الصادرات في الاقتصاد الدولي، وماهي مكانتهما في هيكل التجارة الدولية؟
- ما مدى مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطوير النشاط الاقتصادي الوطني وتحسين المؤشرات الاقتصادية؟
- ماهي معالم الاستراتيجية الجديدة التي تبنتها الجزائر لترقية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر من خلال التجارب الدولية الرائدة؟
- ماهي مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر؟
- ماهي فرص وآفاق ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال الصادرات خارج المحروقات في الجزائر؟

الفرضيات:

للإجابة على الأسئلة المقترحة نطرح الفرضيات الآتية:

-اصبحت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لها اهمية كبيرة في التنمية الاقتصادية في مختلف بلدان العالم نظرا لمساهمتها في تحريك التجارة الخارجية وخلق القيمة المضافة وبناء قدرات نشاط مختلفة وتنمية الاداء التصديري، اضافة الى تنويع هيكل الناتج المحلي الاجمالي والصادرات عن طريق النفاذ الى الاسواق الدولية بتبني الاستراتيجيات الدولية المتعلقة بترقية الصادرات.

- المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطور مستمر وتساهم بشكل ايجابي في تحسين مؤشرات الاقتصاد الوطني كالقيمة المضافة والناتج الداخلي الخام، الا ان الاداء مازال ضعيف ومحدود رغم الجهود المبذولة في تنمية القطاع.

- تعتمد الاستراتيجية الوطنية في ترقية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على تعزيز وتفعيل كل الآليات الفعالة ومتطلبات دخول الاسواق الدولية ومجموعة من البرامج التنموية والقطاعات الانتاجية البديلة عملا بالتجارب الدولية الرائدة.
- تساهم المؤسسات ص وم في ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر من ناحية الحجم والنوعية ولكن بقيم متواضعة وهامشية من إجمالي الصادرات الاجمالية مع ضعف في هيكل وتنافسية الصادرات خارج المحروقات.
- للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة فرص وآفاق واعدة في مجال ترقية الصادرات خارج المحروقات في ظل الاسواق الجديدة العربية والافريقية.

أهمية البحث: تكتسي الدراسة أهمية للاعتبارات التالية:

- تستمد هذه الدراسة أهميتها من كونها تتناول موضوعا حيويا وهو ضرورة تسريع عملية تنمية الصادرات خارج المحروقات كمحفز لقيام اقتصاد منتج للقيمة، خصوصا في ظل خطورة الوضع الذي تعرفه الجزائر جراء اعتمادها الشبه الكلي على عوائد صادراتها من المحروقات المهددة بأزمة تراجع اسعار النفط.
- وكذلك تكمن أهمية البحث في كونه يتعرض الى أحد المواضيع الاقتصادية المطروحة على الساحة الاقتصادية ومتداولة بين الاقتصاديين ومقرري السياسة التنموية، دراسة العلاقة بين تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصادرات خارج المحروقات في الجزائر، وبالتالي هي بحاجة ماسة الى الدراسات التطبيقية المختلفة التي تسهم في الكشف عن المتغيرات الاقتصادية التي تدفع عجلة النمو في الاقتصاد.
- مساهمة البحث في التعرف على اهم الصعوبات التي تواجه عمل المشروعات الصغيرة والمتوسطة وتفعيل دورها، ساعين من وراء ذلك ان تمثل نتائج هذا البحث عوناً لأصحاب القرار في تقديم الدعم اللازم للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر عموما لتعظيم أثرها التنموي المرتقب في ترقية الصادرات.

أهداف البحث:

- وفقا لأهمية البحث المذكور اعلاه فان البحث يهدف الى تقدير وتحليل أثر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر وذلك بمعرفة مدى أهمية هذه العلاقة في النمو الاقتصادي، وتحقيقا لهذا الهدف فان الدراسة تتناول هذه العلاقة من خلال الدراسة الوصفية التحليلية خلال فترة الدراسة.
- محاولة إبراز الدور الذي يلعبه قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خصوصا في حماية الاقتصاد الوطني في حالة انهيار أسعار البترول، بواسطة اعتماد إستراتيجية ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر بواسطة دعم دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في القطاعات البديلة.

• معرفة اليات تنمية قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنمية التجارة الخارجية في الجزائر عامة والصادرات خارج المحروقات خاصة، والبحث عن أفضل السبل الكفيلة بتفعيل الدور التنموي للمنشآت الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الوطني وخاصة في ترقية الصادرات خارج المحروقات.

• تقديم قراءة موضوعية وتحليلية لواقع الصادرات الغير النفطية ووجه القصور فيها، مع استعراض الافاق المستقبلية والاجراءات الواجب اتخاذها والكفيلة بترقية معدلات هذه الصادرات، عن طريق تجاوز احادية التصدير من خلال اكتساب المؤسسات الجزائرية للمزايا التنافسية التي تؤهلها لاختراق الاسواق الدولية.

أسباب اختيار الموضوع:

تعتبر هذه الدراسة لب انشغال الدولة الجزائرية في الوقت الحاضر من خلال عمل الدولة على تركيز مجهوداتها وإمكانياتها لتحقيق هدف ترقية الصادرات خارج المحروقات باتخاذ الإجراءات اللازمة لفك الارتباط بالبتروول وذلك لعدم الاستقرار الدائم لأسعاره في الأسواق الدولية، وكذلك السير نحو ضرورة الاندماج في الاقتصاد العالمي، وبالتالي حتمية تدعيم دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتطوير التجارة الخارجية وتنويع الإمكانيات التصديرية لدى الجزائر ولذلك ارتأيت أن أساهم ولو بشكل يسير في هذا المجال -تزايد الاهتمام بمثل هذا النوع من المؤسسات على المستوى العالمي وايضا يعرف هذا القطاع انتعاشا بالجزائر.

حدود الدراسة:

نظرا لتشعب الموضوع وكثرة العناصر ذات الصلة به من قريب او بعيد ارتأينا ضبطه وتحديد بعض معالمه ومعالجته بأكثر تحليل ودقة سواء من حيث المكان او الزمان او حتى المحتوى، ويمكن توضيح ابعاد ومحددات الدراسة كما يلي:

الدراسة الزمانية يقتصر مجال البحث من الناحية الزمانية في معظم تحليلاته على الفترة الممتدة من 1990 إلى غاية 2019 وتمثل فترة تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر في خضم الاصلاحات الاقتصادية والبرامج التنموية والانفتاح الاقتصادي وصدور القانون التوجيهي للمؤسسات ص وم في سنة 2001، و 2017 وكذلك انتظار انتهاء البرنامج الخماسي 2014-2010 المخصص لتطبيق برنامج دعم النمو وكذا البرنامج توظيف النمو 2015-2019 والذي كان من اهدافهم انشاء مليون مؤسسة ص وم جديدة واعادة تاهيل المؤسسات القائمة وتطوير نشاط التصدير وبالتالي قراءة النتائج والتقييم.

أما الدراسة المكانية: ان هدف البحث هو دراسة مدى مساهمة المؤسسات ص وم الجزائرية في ترقية ص.م، لذا تم اسقاط الجانب التطبيقي على المؤسسة الجزائرية الناشطة في قطاع الصادرات خارج المحروقات كمحاولة لمعرفة مدى مساهمتها في ترقية المنتج المحلي والصادرات خارج المحروقات بصفة عامة وذلك من الجانب الكلي والقطاعي.

الدراسات السابقة: تناولت عدة دراسات البحث في هذا الموضوع.

أهمها:

1-دراسة وصاف سعدي، اطروحة دكتوراه بعنوان " تنمية الصادرات الغير النفطية والنمو الاقتصادي في الدول النامية- الحوافز والعوائق-جامعة الجزائر، 2004، تناول فيها الباحث الاطار النظري للصادرات خلال الفكر الاقتصادي وتحديد موقع الصادرات في الدراسات التطبيقية الحديثة حول دور الصادرات في تحقيق الانماء الاقتصادي من خلال اختبار العلاقة السببية بين نمو الصادرات وعدد من المتغيرات الاقتصادية الكلية بتطبيق طريقة قرانجر في الدول محل الدراسة (الجزائر، السعودية، تونس، مصر)، اضافة الى تحليل هيكل حوافز التصدير المحلية والدولية في الدول النامية ومدى فعالية الحوافز في تشجيع وتنمية الصادرات غ النفطية، وقامت الدراسة على تحليل نتائج الاستبيان الذي وزع على 230 مؤسسة تصديرية في الدول محل الدراسة حول مشاكل وآفاق التصدير في هذه الدول والدروس المستفادة للجزائر.

02-دراسة لخلف عثمان: بعنوان واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وسبل دعمها وتنميتها، دراسة حالة الجزائر، 2004، جامعة الجزائر: اطروحة الدكتوراه أكد فيها الباحث عن اهمية المؤسسات ص وم في التنمية الاقتصادية واساليب تشغيلها، كما تطرق الى استراتيجية التنمية وعلاقتها بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث ركز الباحث على برامج الدعم الوطنية والدولية الموجهة لهذا القطاع، كما خلص الى ضرورة تدخل الدولة من اجل ترقية تنافسية المؤسسات وتحفيز الصادرات، كما اعتبر ان التحولات الاقتصادية الراهنة لها اثر ايجابي على تنافسيتها

3-محمد الأمين شربي، أهمية ودور تمويل وتأمين قروض التصدير في ترقية الصادرات الغير النفطية دراسة حالة FSPE ، وCAGEX خلال الفترة 1980-2009 مذكرة دكتوراه، جامعة بسكرة 2010-2011.

تناول فيها الباحث اهمية الصادرات ودورها في التنمية بالتركيز على المحاور التالية استراتيجية الصادرات، تجارب بعض الدول فيما يتعلق باستراتيجية التصدير وعوائق التصدير الى الاسواق الخارجية، ثم تطرق الى نظم تمويل الصادرات ونظم تأمين قروض الصادرات في الجزائر ثم بعدها تطرق الى تحليل وضعية وافاق الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1980-2009 من خلال ابراز تطور الميزان التجاري للصادرات الغير النفطية، وقراءة في بعض الارقام القياسية في مؤشرات التجارة الخارجية وافاق الصادرات في ظل الشراكة الاورو متوسطية والمنظمة العالمية للتجارة، ثم تناول بعدها الاثار الايجابية والسلبية لاتفاق الشراكة على الصادرات الغير النفطية واخيرا اجرى اختبار بواسطة نموذج احصائي بين المؤشرات الثلاث تمويل وتأمين القروض والصادرات الغير النفطية لدراسة العلاقة بينهما.

4-دراسة عماري جمعي: بعنوان استراتيجية التصدير في المؤسسات المتوسطة والصغيرة الجزائرية 2011 وهي رسالة الدكتوراه من جامعة باتنة، تطرق فيها الباحث مختلف الجوانب التي تربط المؤسسات ص وم في المساهمة لبناء تنمية اقتصادية حديثة، حيث تعوض بذلك التبعية الاقتصادية للمحروقات والمساهمة في تنمية الصادرات، حيث توصل الباحث الى جملة من الافاق منها ضرورة تطوير المؤسسات الصغيرة وم في مجال احلال الواردات، ودراسة اثر الانفتاح الاقتصادي على القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة وم، الا ان النتائج الواقعية مازالت ضعيفة لبناء تنمية اقتصادية اعتمادا على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

5-عبدول صمد سنوسي، صحيب زادا محمد حمزة مقال بعنوان " اثر المؤسسات ص وم على اقتصادات الدول النامية حالة الدول الاسيوية، المجلة الدولية للاعمال والتجارة، مجلد رقم 05، ع 02، نوفمبر 2017. تناول الباحثان مساهمة المؤسسات ص وم في التنمية الاقتصادية للدول الاسيوية حوالي 49 دولة (ماليزيا، اندونيسيا، سنغافورة، الهند، الصين، كوريا، عمان ، قطر ، السعودية... الخ) في الفترة من 2008-2015 من حيث إجمالي الدخل الوطني، الاستثمار الاجنبي المباشر، التشغيل، الصادرات ومن اهم النتائج التي توصلنا اليها هي ان للمؤسسات ص وم محل الدراسة في هذه الفترة اثر ايجابي ومعتبر على مؤشر البطالة والصادرات واثر سلبي على مؤشر إجمالي الدخل الوطني والاستثمار الاجنبي المباشر.

-الاضافات الجديدة في الاطروحة:

-استعمال مؤشر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بدل المؤشرات المعروفة خاصة النمو الاقتصادي والاستثمار الاجنبي المباشر كمؤشر تابع للصادرات خارج المحروقات.

-دراسة مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الصادرات خ م من ناحية الدراسة الكلية بابرار المساهمة الكمية والتنوعية ثم الدراسة القطاعية بابرار مساهمة القطاعات الرائدة (الفلاحة والصناعة) في مجال الصادرات ،وكذا اسقاط الاستراتيجيات والتجارب الدولية في مجال ترقية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على التجربة الجزائرية ومحاوله الاستفادة منها، وكذا ابراز افاق وفرص الاسواق الجديدة المتمثلة في سوق منطقة التجارة الحرة العربية والافريقية في تنشيط المؤسسات ص وم في الصادرات.

المنهج المتبع:

للإجابة على فرضيات البحث نعتد على:

المنهج الوصفي في استعراض البعد النظري والمفاهيمي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصادرات والاستراتيجيات الدولية واهم السياسات والبرامج التنموية التي انتهجتها الجزائر في إطار تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وابرار الاستراتيجية الوطنية في مجال ترقية المؤسسات ص و م في التصدير على ضوء التجارب الدولية، واستخدام المنهج التحليلي في دراسة واقع المؤسسات ص و م في الجزائر ومساهمتها في النشاط الاقتصادي والصادرات الغير النفطية، من خلال تحليل تطور البيانات والمؤشرات التي تخص قطاع التصدير خارج المحروقات في الجزائر، وقطاع المؤسسات ص و م من 1990 الى 2019،

هيكل البحث:

الفصل الأول: مدخل نظري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصادرات

نتطرق فيه إلى ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، اهدافها واهميتها، ومزاياها وخصائصها ومعوقات نشاطها واستراتيجيات تنافسيتها ودخولها الاسواق الاجنبية، ثم في المحور الثاني نتطرق الى اهمية التجارة الخارجية والتصدير ومزاياه ودوافعه والاستراتيجيات الدولية المتعلقة بترقية التصدير.

الفصل الثاني: مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في النشاط الاقتصادي

نتطرق فيه الى اهمية وخصائص والدور الاقتصادي للمؤسسات ص و م في الجزائر، ثم نتطرق الى اهم الهيئات والاليات المنشأة لمرافقة وتاهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتنميتها في الجزائر، ثم نعرض عن البرامج التنموية التي انتهجتها الدولة من اجل تنمية المؤسسات ص و م، اضافة الى تناول الاشكاليات المطروحة على المؤسسات ص و م في الجزائر ومدى مساهمتها في الاقتصاد الوطني، وفي الاخير تقييم قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة اجمالا خلال الفترة.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر من خلال التجارب الدولية.

نتطرق فيه إلى دراسة الآليات المختلفة المعتمدة لترقية التصدير خارج المحروقات في الجزائر واهم المتطلبات الدولية لنجاح العملية التصديرية في الاسواق الدولية، ثم نبرز ابعاد الاستراتيجية التي وضعتها الدولة الجزائرية لترقية المؤسسات ص و م في الصادرات، وفي الاخير دراسة اهم التجارب الدولية الرائدة في هذا المجال والدروس المستفادة منها.

الفصل الرابع التطبيقي: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019.

نتطرق فيه الى تحليل وضعية الصادرات خارج المحروقات للمؤسسات ص وم خلال فترات البرامج التنموية المعتمدة من 1990 الى 2019 بإبراز التطور القيمي والنسبي للصادرات خارج المحروقات، ثم هيكل الصادرات وكذا التوزيع الجغرافي لها واهم المؤسسات المصدرة لها خلال فترة الدراسة، وابرار العلاقة بين تطور المؤسسات ص و م والصادرات خارج المحروقات، زيادة على ابراز مساهمة هاته المؤسسات قطاعيا في الصادرات خارج المحروقات خاصة قطاع الصناعة والفلاحة، وفي الاخير نتناول نشاط وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المصدرة وفرص وافاق تصديرها في الاسواق الجديدة بتحليل توجهات المؤسسات ص وم في مجال التصدير وتطور الصادرات خ م الجزائرية مستقبلا.

الفصل الأول:

مدخل نظري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

والصادرات

تمهيد الفصل الاول:

للصناعات الصغيرة والمتوسطة اهمية بالغة في عملية التنمية الاقتصادية ولا ادل على ذلك انها كانت الاساس لنهضة الدول المتقدمة حاليا، وهذا اعتبارا لمزاياها المتعددة كقدرتها على توفير فرص العمل وتنشيط الحركة التجارية والمساهمة في خلق القيمة المضافة والناتج الداخلي الخام كما تساعد المؤسسات الكبرى في نشاط المناولة لتحسين ادائها خاصة وان نشاطها يمكن ان يشمل كل المجالات الانتاجية تقليدية كانت ام حديثة.

ولكي تتمكن هذه المؤسسات من لعب دورها والتغلب على عوائقها لابد من توفير لها المناخ الاستثماري المناسب ووضع الاستراتيجيات التنموية المناسبة لنموها وتوفير الدعم الحكومي لها وازالة العراقيل من اجل تحسين ادائها التنافسي في الاسواق الدولية ونجاحها في دخول الاسواق الاجنبية للتصدير.

مما جعل نشاط التصدير منذ زمن طويل من القضايا الاساسية التي اولتها الدول اهمية كبيرة وذلك بالنظر الى الدور الذي يقوم به في جلب العملة الصعبة وتوازن الميزان التجاري وزيادة الثروة والاداء والتنافسية مما جعل العديد من المؤسسات المنتجة تسعى الى بلوغ العمل التصديري.

حيث تعمل الدول على انتهاز عدة استراتيجيات تنموية بغية الرفع من النمو الاقتصادي بتدعيم تواجد المؤسسات ص وم خاصة في الاسواق الاجنبية باعتماد اساليب واستراتيجيات الدخول الدولية تطبيقا لسياسة الدول في احلال الواردات لتخفيض عبء الواردات، او سياسة تصديرية لانتاج بدائل الواردات وتوفير مداخل العملة الصعبة لاقامة مشاريع استثمارية، ولفهم كل هذه الجوانب قمنا بتقسيم هذا الفصل الى اربع مباحث هي:

المبحث الاول: الإطار العام للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

نتطرق فيه الى تعريفها واهميتها واهدافها واسباب الاهتمام بها اضافة الى اهم خصائص وسمات الميزة للمؤسسات ص وم وفي الاخير الى العوائق التي تعيق نشاط قطاع المؤسسات ص وم.

المبحث الثاني: استراتيجيات تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودخولها الاسواق الاجنبية:

نبرز فيه اهم الاستراتيجيات الدولية المتعلقة بترقية تنافسية المؤسسات ص وم وكذا الاستراتيجيات الدولية للدخول الى الاسواق الدولية كالتصدير المباشر والتحالفات والاستثمار المباشر...

المبحث الثالث: مفاهيم عامة حول التجارة الخارجية والتصدير:

نتطرق فيه كل المفاهيم النظرية المتعلقة بالتجارة الخارجية والتصدير والمتمثلة في الاهداف ثم نتناول اسباب ومزايا التصدير وبعدها نستعرض دوافع واسباب التصدير واهم تحدياته وعوائقه.

المبحث الرابع: استراتيجيات التنمية المتعلقة بترقية التصدير:

نستعرض فيه الاستراتيجيات التنموية الدولية المعتمدة في تنمية قطاع الصادرات كاحلال الواردات والقيام بالتصدير واستراتيجيات التنمية المتعلقة بترقية التصدير خاصة على مستوى الدول النامية.

المبحث الاول: الإطار العام للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

نتناول في هذا المبحث اهم التعاريف المتعلقة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، اضافة الى ابراز اهمية المؤسسات ص وم من طرف الدول وكذا خصائصها المميزة ودورها الاقتصادي واهم المعايير التي تعيق نشاطها دوليا.

المطلب الاول: ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

يختلف تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من بلد اخر وهذا نتيجة لاختلاف الظروف الاقتصادية والاجتماعية والامكانيات التكنولوجية بين هذ البلدان وكذا اختلاف المعايير المستخدمة لتحديد مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بين المعايير الكمية (عدد العمال، حجم راس المال) والمعايير النوعية (طبيعة الملكية والادارة)، فالمؤسسة التي تعتبر صغيرة او متوسطة في بلد صناعي متقدم قد تعتبر كبيرة الحجم بالنسبة لبلد نامي الامر الذي يجعل الاتفاق على تعريف محدد وشامل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة امر غاية في الصعوبة اذ هناك أكثر من 50 تعريف مختلفا يتم استخدامه في 75 دولة.

بالمقابل صنف البنك الدولي ومنظمة العمل الدولية هذه المؤسسات حسب مستوياتها الى:

- المؤسسات الفردية: وهي المؤسسة التي يعمل بها 01 الى 05 عمال وقيمة الاصول الثابتة بها بخلاف الارض والمباني لا تتجاوز 4000 دولار امريكي.
- المؤسسات الصغيرة: وهي التي يعمل بها اقل من 15 عاملا ولا تزيد قيمة الاصول الثابتة بها بخلاف الارض والمباني عن 1000 دولار امريكي.
- المؤسسات المتوسطة: وهي التي يعمل بها أكثر من 15 عاملا وتزيد قيمة الاصول الثابتة بها بخلاف الارض والمباني عن 10000 دولار امريكي¹.

اولا: معوقات تحديد تعريف موحد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

ثمة صعوبات لتحديد تعريف موحد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة راجع الى عاملين اساسين هما:

- عامل اقتصادي
- عامل اختلاف المعايير المعتمدة بين الدول والهيئات.

أ-العامل الاقتصادي: ويتمثل فيما يلي:

¹ -جمال بلخياط، متطلبات تاهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة، الملتقى الدولي حول متطلبات تاهيل م ص وم في الدول العربية، 17 و 18 افريل 2006، الشلف، ص 635.

والصادرات

- اختلاف درجة النمو: هذا التفاوت على مستوى التطور التكنولوجي والاقتصادي والسياسي في كل دولة يترجم اختلاف النظرة الى هذه المؤسسات من بلد لآخر¹.
- اختلاف النشاط الاقتصادي: امام اختلاف النشاط الاقتصادي وتنوعه يختلف التنظيم الداخلي والهيكله المالية للمؤسسات الاقتصادية، اي ان حجم المؤسسة يتوقف على نوع النشاط الاقتصادي الذي تمارسه.

ب-عامل اختلاف المعايير المعتمدة بين الدول والهيئات:

ان محاولة تحديد مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بايجاد التعريف المناسب لها يستند الى مجموعة من المعايير والمؤشرات الكمية والنوعية التي تحدد حجم المؤسسة والخصائص التي تتميز بها:

1-المعايير الكمية: تتمثل في مجموعة من المؤشرات النقدية وغير النقدية التي تسمح لنا بتحديد حجم المؤسسات وهي:

- معيار عدد العمال: يعتبر عدد العمال بالمؤسسة احد معايير التفرقة بين المؤسسات، وهو أكثر المعايير شيوعا في الاستخدام نظرا للسهولة التي تكتنف عملية قياس الحجم بواسطته خاصة عند اجراء المقارنات الدولية او القطاعية، غير ان هذا المعيار تعرض لانتقادات لان عدد العمال ليس الركيزة الوحيدة في العملية الانتاجية بل هناك حجم الانتاج، والمعدات الرأسمالية، كما ان هذا المعيار لايعكس الحجم الحقيقي للمؤسسة بسبب اختلاف معامل راس المال².*
- معيار راس المال: يستخدم معيار راس المال في تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في عدد من الدول خاصة النامية منها مع تسجيل بعض النقائص بشانه كاختلاف العملات واسعار الصرف، ومفهوم راس المال المستخدم فالبعض يدخل قيمة الارض والمباني ضمن راس المال والبعض الاخر يستبعدها لذلك يفضل عدم الاعتماد على هذا المعيار بمفرده³.
- معيار رقم الاعمال: يعتبر معيار رقم الاعمال من المعايير الحديثة والمهمة في تصنيف المؤسسات من حيث الحجم ويستخدم لقياس مستوى نشاط المؤسسات وقدرتها التنافسية.

على الرغم من اهمية المعايير السابقة الا انها تبقى نسبية لهذا لا بد من ادراج نوع آخر من المعايير او الخصائص التي تساعدنا على تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة⁴.

¹-Ammar Sellami, petitemoyenne industrie et developpement economique, imprime sur les press de l'entreprise natoinale des ars graphiques, alger, 1985, p27.

²-فتحي السيد عبده ابو سيد احمد، الصناعات الصغيرة والمتوسطة ودورها في التنمية المحلية، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، 2005، ص49.

*يمثل راس المال المستخدم بالنسبة لوحد العمل، وبحسب بقسمة راس المال الثابت على عدد العمال.

³-محمد ابراهيم عبد اللاوي، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في اطارها النظري والتطبيقي، دار الحامد، ط1، عمان، الاردن، 2017، ص39.

⁴-بريش السعيد، بلغرة عبد اللطيف، اشكالية تمويل البنوك للمؤسسات ص وم في الجزائر بين معوقات المعامل ومتطلبات المامل، الملتقى الدولي، حول متطلبات تاهيل المؤسسات ص وم في الدول العربية، جامعة الشلف، يومي 17-18 افريل 2006.

والصادرات

02-المعايير النوعية: بالإضافة الى المعايير الكمية توجد مجموعة من الخصائص الرئيسية تتعلق اساسا بنوعية ملكية وتسيير المؤسسة، وتأثيرها في السوق والتي تساعدنا على التعريف الشامل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

-الملكية والمسؤولية: تعود ملكية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في اغلبها الى القطاع الخاص وتشكل النسبة الكبيرة منها مشروعات فردية وعائلية، تحت سلطة المدير (المالك)، بينما في المؤسسات الكبيرة تتوزع الوظائف على عدة اشخاص.

-حجم السوق: يمكن تحديد حجم المؤسسة بالاعتماد على وزنها واهميتها في السوق، حيث المؤسسات الصغيرة تتميز بضيق وصغر حجم السوق الذي يتم التعامل فيه.

الا ان هذه الخاصية تبقى نسبية لان احيانا نصادف مؤسسات صغيرة تغزو الاسواق الخارجية من خلال عملية التصدير بسبب جودة منتجاتها عن طريق القيام بتجمعات في تكتلات حسب تجربة دولة إيطاليا وتركيا.

ثانيا: التعاريف المختلفة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

نظرا لاختلاف المعايير والخصائص التي تساعد على تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فان المنظمات الدولية المهتمة بهذا القطاع اصدرت مجموعة من التوصيات لتعريفها ندرج من بينها:

-تعريف البنك الدولي: قدم البنك الدولي بمجموعة من المعايير التي يمكن الاسناد عليها في عملية الفصل والتقسيم انواع المؤسسات صوم وذلك من خلال فرعه المؤسسة الدولية للتمويل " وذلك كما يوضح هذا الجدول¹:

جدول رقم 01/ تصنيف المؤسسات ص وم حسب البنك الدولي

رقم الاعمال السنوي(دولار)	الموجودات (دولار)	العمالة الموظفة(عامل)	نوع المؤسسة
100000	100000	09	مؤسسة صغرى
3000000	3000000	49	مؤسسة صغيرة
15000000	15000000	299	مؤسسة متوسطة

المصدر: بلحمدي سيد علي: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كاداة لتحقيق التنمية الاقتصادية في ظل العولمة-دراسة حالة الجزائر.رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2005/2006، ص10.

استخدم عدد العمال كمعيار للتعريف لانه يمتاز بعدد من المزايا هي²:

¹-محمد ابراهيم عبد اللاوي، مرجع سابق، ص39.

²-بن نوي مصطفى، العناقيد الصناعية ودورها في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات ص وم، مجلة دراسات، العدد 19/2013، جامعة الاغواط، ص

- يسهل عملية المقارنة بين القطاعات والدول.

- مقياس ومعيّار ثابت وموحد.

- من السهولة جمع المعلومات حول هذا المعيار، وهناك دول تستخدم معيار راس المال مما يؤدي الى صعوبة المقارنة بين هذه الدول لاختلاف اسعار صرف العملات، ولكن لايعتمد التعريف على المعايير الكمية فقط بل يتعدى الى المعايير النوعية التي تسمح بابرار خصائص هذا القطاع مما ادى الى تعدد التعاريف، حتى وان اتفق بعضها في نوعية المعايير المعتمدة الا انها لاتعطيها نفس الاهمية بسبب ثلاثة عوامل اقتصادية، وتقنية، سياسية، حيث الاقتصادية تتمثل في التطور اللامتكافئ في قوى الانتاج، العقبة التقنية فتتمثل في مستوى اندماج المؤسسات، اما السياسية فتتمثل في مدى اهتمام السلطات بهذا القطاع¹.

-تعريف منظمة الامم المتحدة للتنمية الصناعية (يونيدو): هي مجموعة المشروعات التي تقوم بالانتاج على نطاق صغير، وتستخدم رؤوس اموال صغيرة وتوظيف عددا محدودا من اليد العاملة، وتتبع اساليب انتاجية حديثة، ويغلب على نشاطها الالية وتطبق مبدا التخصص وتقسيم العمل وذلك بسبب اختلاف معامل راس المال والعمل بين القطاعات الصناعية المختلفة واختلاف الفن الانتاجي المطبق في مصانع القطاع الواحد².

-تعريف منظمة العمل الدولية:

هي الصناعات التي يعمل بها اقل من 10 عمال والصناعات المتوسطة التي يعمل بها ما بين 10 الى 99 عامل ومايزيد عن 99 يعد صناعات كبيرة.

اما بالنسبة لدول مجلس التعاون الخليجي فانها تستخدم معيار راس المال المستثمر للتمييز بين الصناعات حيث تعرف الصناعات الصغيرة بانها تلك المنشآت التي يبلغ متوسط راسمالها المستثمر اقل من مليوني دولار، اما المتوسطة فتتمثل في المنشآت التي يستثمر كل منها من 2 مليون واقل من 6 مليون دولار، بينما تعد الصناعات كبيرة إذا بلغ راس المال المستثمر فيها 6 مليون دولار فأكثر³.

ان النشاطات الاقتصادية بل وحتى الانسانية منها لها بنية اساسية تتفاعل فيما بينها وفق نموذج يسمى بنموذج

IPEMER ويضم⁴:

¹-دمدم كمال، دور المؤسسات ص وم في تنمية عوامل الانتاج في الاقتصاديات التي تمر بفترة اعادة الهيكلة، دراسات اقتصادية البصيرة، دار الخلدونية الجزائر، العدد 2، 2000، ص191-192.

²-عبد الجليل شليق واخرون، برنامج تاهيل المؤسسات ص وم في الجزائر، مجلة رؤى اقتصادية، العدد 3، 2012، ص213.

³-ا. ميساء حبيب سلمان، المشروعات الصغيرة وأثرها التنموي، مركز الكتاب الأكاديمي، الاردن، ط1، 2015، ص18-21.

⁴-فوزي محريق، محاضرات اقتصاد المؤسسة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الوادي، افريل 2015، ص26.

والصادرات

- المدخلات intrants: وهي كل العوامل الداخلة في تحقيق الهدف وهي عناصر الانتاج من مواد اولية، ووسائل تقنية ومالية، وموارد بشرية، الادارة والتنظيم.

- الطريقة procédé: اي طريقة العمل او التحويل التي تتم داخل المؤسسة.

- مخرجات extrants: وهو ناتج عملية التحويل التي تطرأ على المواد الاولية الداخلة في العملية الانتاجية والمخرجات هي مجموع السلع والخدمات النهائية المتمخضة عن عملية الانتاج.

- المهمة mission: هي الرسالة او الرؤية التي تمثل مجموع الاهداف التي اخذتها المؤسسة على عاتقها.

- البيئة environnement: ان البيئة تعتبر جزءا هاما من عناصر المؤسسة ومكوناتها خاصة اذا نظرنا الى المؤسسة كنظام يتفاعل فيما بينه وهي باختصار في كلمة plescete:

- (PL): السياسي والقانوني POLITIQUE L'egal

- (ES)الاقتصادي economique

- (CE)الاجتماعي والثقافي socail et culture

- (TE)التكنولوجي والايكولوجي tecknologique et ecologique

- التغذية العكسية: retroaction: هو ذلك النظام الذي يبني على قوة ودقة الاتصال في المؤسسة لتفادي هذه الاخيرة لاختفاء وسلبات ونقائص الدورة الانتاجية الماضية.

ثالثا: اهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

وقد اهتم بدراسة هذا النوع من المؤسسات وقامت بانشاء بين 1964-1971 مصلحة دائمة لتحليل ودراسة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتي قامت باصدار العديد من الدراسات في هذا المجال من طرف المعهد الدولي للدراسات الاجتماعية والمكتب الدولي للعمل في جنيف الذي قام باصدار منذ سنوات العديد من الاعمال حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وآثارها في تحقيق التنمية المحلية¹.

¹ - خبابة عبد الله، المؤسسات الصغيرة كالية لتحقيق التنمية المستدامة، الدار الجامعية الجديدة للنشر، الاسكندرية، ط1، 2013، ص31

والصادرات

ان التوجه المتزايد نحو تجزئة العمليات والمراحل الانتاجية واتمامها في منشآت صغيرة او متوسطة تغذي الصناعات الكبيرة بما تحتاجه من مواد واجزاء مصنعة ومستلزمات انتاج وغيرها من متطلبات العمليات الانتاجية*¹، مما جعلها بمثابة قاطرة رئيسية لدفع التنمية الاقتصادية في عدد من بلدان العالم خاصة النامية منها نظرا لدورها في توفير فرص العمل بكلفة اقل من المشروعات الكبيرة وتكاملها في سلاسل انتاج السلع والخدمات معها بما يساعد على تنوع هيكل الناتج المحلي الاجمالي، وتحسين مستويات الدخل الفردي.²

كما يضيف TORESS ان ضعف نموذج المؤسسة الكبيرة راجع الى طبيعة التغيرات السوسيو اقتصادية خاصة فيما يتعلق بتقسيم السوق³، وكذا مرونة تكييف المؤسسات ص وم مع المحيط والظروف الاقتصادية المختلفة ففي حالة زيادة الطلب تزيد في حجم الاستثمار، وفي حالة الركود الاقتصادي تخفض من حجم الانتاج وهو ما يجعلها أكثر مقاومة لفترات الاضطرابات الاقتصادية⁴.

كما يعد تطور نشأة الاسواق الجديدة من اهم الاسباب التي ساعدت على نشأة المؤسسات ص وم لان تلك الاسواق انشئت خصيصا لمنتجات هذا النوع من المؤسسات ولا تقبل دخول المؤسسات الكبيرة نظرا لاختلاف استراتيجيتها التوزيعية من متطلبات السوق، وعليه فان المؤسسات ص وم غير مجبرة على الاستفادة من اقتصاديات الحجم، وفي هذا الاطار أكد STOREY انه من بين 100 مؤسسة قائمة لمدة 10 سنوات هناك 50% منها تحتفظ بنفس الحجم لان التوسع لا يعتبر هدفا في حد ذاته⁵، هذا اضافة الى ايمان الحكومات والافراد في الوقت الراهن باهمية الادوار التي تقوم بها الصناعات الصغيرة والمتوسطة في مختلف مجالات التنمية الاقتصادية والاجتماعية والتي ياتي في مقدمتها على سبيل المثال لا الحصر مايلي⁶:

- الاعتماد على الموارد المحلية والنواتج العرضية للصناعات الكبيرة.
- المساهمة في زيادة حجم وقيمة الصادرات الصناعية.
- تحقيق التوازن الجغرافي والجهوي لعملية التنمية: ذلك لان هذا النوع من المؤسسات سهل الانشاء في المناطق المعزولة.⁷

¹- جعل العديد من اقتصاديات الدول الناشئة والدول النامية تعول على المؤسسات ص وم لخفض معدلات البطالة والفقر لاسيما في المناطق الريفية والمناطق الواعدة اقتصاديا بما يساعد على التوازن في تحقيق التنمية، في هذا السياق تقدر مساهمة قطاع المشروعات ص وم في الدول النامية بحوالي 40% من الناتج المحلي و60% في التشغيل حسب بيانات البنك الدولي.

²- world Bank 2015.brief on small and medium enterprises (sme). France.

³-TORRES.O, economie d'entreprise organisation et strategie a l'aide de la nouvelle economie.economica, paris, 2000, p67.

⁴-مراعي.ا، المشروعات الصغيرة والتنمية، التجارب الدولية المقارنة والحالة المصرية، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية قلوب، 2005، ص23.

⁵-JANSSEN.F, influence de l'interpenetration du dirigeant de 500 entreprises sur l'endettement des pme sur leurs relations avec les banques.institut de recherche sur les pme n98-07, 1998, p6.

⁶-د-عبد العزيز جميل مخيمر، احمد عبد الفتاح عبد الحليم، الصناعات الصغيرة والمتوسطة ومعالجة مشكلة البطالة للشباب في الوطن العربي، المنظمة العربية للتنمية الادارية، ط2 2007، ص31-33.

⁷-حباية عبد الله، مرجع سابق، ص35.

والصادرات

- تدعيم النسيج الاقتصادي: وخلق بعض التكامل مع المؤسسات الكبيرة لان المؤسسات ص وم تنشط في مجالات مختلفة فلاحية وخدمانية مايجعل الاقتصاد الوطني يتسم ببعض التوازن.

كما تظطلع المشروعات الصغيرة والمتوسطة بدور هام في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدول النامية والمتقدمة على حد سواء، حيث تساهم بشكل فعال في تكوين الفائض الصناعي وتشغيل اليد العاملة والمساهمة في التصدير والحد من الاستيراد وتخفيف الفوارق الاقليمية وبالمحصلة رفع معدلات النمو الاقتصادي وتسريع عجلة التنمية، وهذا الدور لايمكن تجاوزه وهذا ماتثبته حتى اليوم تجارب دول العالم النامية والمتقدمة على حد سواء¹.

تعتبر المؤسسات ص وم من اهم العناصر المساهمة في عملية التنمية الاقتصادية لجميع بلدان العالم وان كانت بنسب متفاوتة، حيث مساهمتها الى اجمالي العمالة بلغت 17.5% في الدول المنخفضة الدخل في حين تصل الى 57.2% في الدول ذات الدخل المرتفع، اما مساهمتها في الناتج الداخلي المحلي الاجمالي فيقدر ب 15.5% لاجمالي الناتج الداخلي المحلي في الدول منخفضة الدخل و51.4% في الدول مرتفعة الدخل²، اذن تؤدي دورا تنمويا في كل العالم على درجة كبيرة من الاهمية يمكن عرضها كما يلي:

1-اهمية المؤسسات ص وم في الدول المتقدمة: اهتمت الكثير من دول العالم المتقدمة باقامة ودعم المؤسسات ص وم التي تعد المجال الاساسي والمهم لاستيعاب الكثير من منتجات الصناعات الكبيرة مما يحقق نوعا من التشابك المتبادل بين النوعين، وفي الوقت الحاضر يحظى هذا القطاع باهتمام واضعي السياسات الاقتصادية والاجتماعية في مختلف دول العالم وانطلاقا من الدور المهم لهذه الصناعات في المساهمة في تحقيق الاهداف الاقتصادية والاجتماعية لتلك الدول ويمكن ابراز ذلك فيما يلي³:

-التجديد والابتكار ورفع الكفاءة الانتاجية لتنمية القدرات التصديرية في الاسواق الخارجية وتدعيم الازمات التنافسية للدول المتقدمة تجاه الدول الاخرى وخاصة الدول حديثة التصنيع.

-تحسين فاعلية الشركات الكبيرة باعادة النظر في احجام الوحدات الانتاجية التابعة لها وتجزئتها لوحدات صغيرة ذات كفاءة اعلى وتدعيم روابطها الخلفية والامامية مع الشركة الام.

-توفير العديد من فرص العمل الجديدة للحد من مشكلة البطالة الناجمة عن الانتشار السريع للتقنية في مختلف القطاعات.

¹-د-رامي زيدان، المشروعات الصناعية ص وم في سوريا ودورها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، منشورات الهيئة العامة السورية، وزارة الثقافة، دمشق، 2010، ص32-40.

²-د-جمال بلخياط، مرجع سابق، ص634.

³-د-بشوطي حكيم، الدور الاقتصادي والاجتماعي للمؤسسات ص وم، مجلة البحوث الاقتصادية وادارية، العدد 03، 2008، جامعة بسكرة، ص214

والصادرات

- الوفاء بالطلب المتزايد على الخدمات والمناجم عن تحسين مستويات الدخل والمعيشة مثل خدمات التركيب والاصلاح والصيانة، وكذا الطلب على السلع الاستهلاكية المتخصصة التي تتأثر بالاذواق وتفضيل الافراد.

- لها القدرة على انتاج الفائض لاسباب متعلقة بخاصية الحجم، وهي وسيلة لتجديد روح النظام ولتجاوز الازمة من خلال تامين راس المال برفع معدل الربح وتأمين العمل برفع معدل التشغيل¹.

2-اهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول النامية:

تكتسب المؤسسات ص وم اهميتها في الدول النامية من عدة اعتبارات تتعلق خصائص هيكلها الاقتصادية والاجتماعية ونسب توفر عوامل الانتاج والتوزيع المكاني للسكان والنشاط الاقتصادي ويمكن ايجاز ذلك كما يلي:

-تستخدم المؤسسات ص وم فنونا انتاجية بسيطة نسبيا تتميز بارتفاع كثافة العمل مما يساعد هذ الدول على مواجهة البطالة دون تكاليف راسمالية عالية.

-تساهم في تحسين معدلات النمو الاقتصادي وزيادة حجم الناتج الداخلي والناتج الوطني والقيمة المضافة، اذ تسمح بزيادة حجم المعاملات التجارية خاصة، اضافة الى مساهمتها في زيادة حجم الصادرات وتقليص الواردات من خلال توفير بعض المنتجات لكون نشاطها لا يقتصر على المستوى المحلي بل يتعدى الى المستوى الدولي².

-تتميز المؤص وم بالانتشار الجغرافي مما يساعد على تقليل التفاوت الاقليمي وتحقيق التنمية المتوازنة وخدمة الاسواق المحدودة والتخفيف من حدة التمرکز العمراني الزائد.

-تقوم المؤسسات ص وم بتلبية احتياجات الاسواق من السلع والخدمات المتخصصة التي ترتبط باذواق وتفضيل المستهلكين بدرجة أكبر من المؤسسات الكبيرة نظرا للاتصال المباشر بين اصحابها والعملاء.

-وسيلة لاستثمار المواد الاولية المحلية سواء كانت خدمات غير مستمرة او سلعا نصف مصنعة مما يجعلها وسيلة هامة لتشجيع ودعم الانتاج الزراعي والصناعي، وكذا تنمية وحماية الصناعات التقليدية التي اصبحت تلقى رواجاً وقدرتها على توفير السلع بما يتناسب ومتطلبات السوق المحلية للدول النامية³.

-تعزیز الدخل القومي والامن القومي لان دخل البترول غير مستقر وان الدول المستهلكة للطاقة تقوم بايجاد بدائل للطاقة بخلاف البترول والغاز مع صعوبة منظمة الاوبك في منع انخفاض اسعار البترول صف الى ذلك ماتفرضه دول الاتحاد الاوربي و و.م.ا

¹-كمال دمدوم، مرجع سابق، ص 191-192.

²-لزهرالعابد، اشكالية تحسين القدرات التنافسية للمؤسسات ص وم في الجزائر، مذكرة الدكتوراه، جامعة قسنطينة، 2012-2013، ص 34-36.

³-ا.ميساء حبيب سلمان، مرجع سابق، ص 38.

والصادرات

من ضريبة على وارداتها من البترول والمنتجات الزراعية خصوصا العربية تحت مسميات عدة (ضريبة الكربون، استخدام المبيدات، انخفاض الجودة والتغليف،...)، وهذا ما يجعل حتمية الاعتماد على تنمية الصادرات¹.

إذا المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هي الاقدر على تعظيم الناتج الصناعي والعمالة وذلك بالمقارنة بالمنشآت الصناعية كبير الحجم والتي تميل الى استخدام فنون انتاجية كثيفة راس المال، حيث أكد المدير العام للمعهد العربي للتخطيط الدكتور بدر مال الله على اهمية المشروعات ص وم في تعزيز دور القطاع الخاص ومعالجة الاختلالات التي تطرا في اي اقتصاد وطني، حيث ان تلك المشروعات من شأنها ان تساعد في معالجة التشوهات والاختلالات الهيكلية في الاقتصاد ومن ابرزها مايتعلق بمعالجة المالية العامة وسوق العمل وهيكل الناتج القومي².

-تحقيق التكامل الاقتصادي: ان مسالة تكامل المؤسسات الصغيرة وم مع المؤسسات الكبيرة في غاية الاهمية، فالتعاون بينها يؤدي الى تدعيم الصناعة وتنوع الانتاج الصناعي، فهي مغذية تعتمد عليها المؤسسات الكبيرة في هذا الاطار³.

اضافة الى ذلك تتمثل الاهمية الاقتصادية للمؤسسات ص وم من خلال الادوار الاقتصادية التي تقوم بها على المستويات التالية⁴:

- توفير مناصب الشغل.
- تكوين الاطارات المحلية.
- توزيع الصناعة وتنوع الهيكل الصناعي.
- تقدم خدمات ومنتجات جديدة.
- توفير احتياجات المشروعات الجديدة.
- استخدام التكنولوجيا الملائمة.
- المحافظة على استمرارية المنافسة.
- تحقيق التطور الاقتصادي.

¹- ا.د. احمد سيد مصطفى، استراتيجية تصديرية عربية، كيف؟ ملتقى التسويق في الوطن العربي، الشارقة، اكتوبر 2002، ص146.

²- نشرة المؤسسات ص وم والاستثمارات الصناعية بالوطن العربي، معهد التخطيط العربي، من الموقع WWW.RUNA.NET.KW، تاريخ الاطلاع: 2015/06/30.

³- ياسر عبد الرحمان، براشن عماد الدين، قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، الواقع والتحديات، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، العدد الثالث، جوان 2018، ص222.

*في هذا الإطار نجد شركة جنرال موتورز تتعامل أكثر من 30 ألف مورد من المؤسسات الصوم، اما شركة رونو يتعامل مع أكثر من 50 ألف مورد، اما في اليابان فتتبع المؤسسات العملاقة نظاما يعرف باسم الشركات التابعة، حيث تحيط الشركة الام نفسها بعدد من المؤسسات الصناعية الصغيرة والمتوسطة، اذ تقوم هذه الاخيرة بمدّها بكل المستلزمات الانتاج وفق المواصفات المطلوبة.

⁴-د- رايح خوني، رقية حساني، المؤسسات ص وم ومشكلات تمويلها، ايتراك للطباعة والنشر، ط1، 2008، مصر، ص46.

والصادرات

– القدرة على مقاومة الاضطرابات.

– تعبئة الموارد المحلية.

2-اهداف المؤسسة: عديدة نذكر من اهمها¹:

– توفير السلع والخدمات الاساسية والتاثير في النمو الاستهلاكي للمجتمع.

– الاستقلالية الاقتصادية وتحقيق النمو.

– النهوض بالاقتصاد الوطني عن طريق زيادة التشغيل والنتاج وتوسيع الانتاج.

– استعمال المواد المتاحة بشكل أمثل عن طرق التخصيص الامثل لها.

– رفع مستوى المعيشة عن طرق توفير التشغيل وتوفير السلع بأسعار معقولة.

– الربح عن طريق تخفيض التكاليف وتعظيم حجم المبيعات.

– العناية بعناصر الانتاج كالرأسمال، العمال، العقار.

رابعاً: دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ادوار عدة في الاقتصاديات المتقدمة والنامية نذكر منها:

01-الدور الاقتصادي للمؤسسات ص وم: مما لا شك فيه ان اقتصاد اي دولة يعتمد اعتمادا كبيرا على المؤسسات

الكبيرة والتي غالبا ماتكون تابعة للقطاع العام، اذ تساهم مساهمة فعالة في التنمية الاقتصادية ولكن تحتاج هذه المؤسسات الى المؤسسات ص وم سواء في توفير المواد الاولية او في التسويق الشامل لتغطية حاجات السوق، وهنا يظهر جليا ضرورة تواجد مص وم للدور الذي تلعبه في التنمية الاقتصادية من خلال:

–اتاحة فرص عمل: تسمح باتاحة العديد من فرص العمل وبالتالي تحد من البطالة مما يحسن مستويات الانماء الاقتصادي، كما انها مصدر مهم لخلق فرص العمل الجديدة فهي محرك الوظائف ومحرك الاقتصاد.

–تقديم منتجات وخدمات جديدة: يمثل الابداع والابتكار جانبا هاما في تسيير المؤسسات ص وم ومصدرة للافكار الجديدة والمنتجات والخدمات المبتكرة، حيث ان عدد الابداعات المهمة مصدرها المشروعات ص وم، من ذلك اجهزة التكييف، ورايو والكمبيوتر الشخصي، وتجارة البريد وغيرها، كما ان أكثر من ثلث براءات الاختراع في و.م.ا التي تسجل سنويا تعود لمشاريع صغيرة².

¹–فريد راغب النجار، إدارة المشاريع والاعمال صغيرة الحجم، مؤسسة شباب الجامعة، مصر 1999، ص 07.

²–خلفي عيسى، مقومات التميز في اداء المؤسسات ص وم، ملتقى الدولي حول متطلبات تاهيل المؤسسات ص وم في الدول العربية، 2006، الشلف ص 822.

والصادرات

-توفير احتياجات المشروعات الكبيرة: تلعب المؤسسات ص وم دورا هاما في انجاح الشركات الكبيرة فغالبا ماتؤدي دور الموزعين والموردين وكذلك تقوم بدور اساسي في تغذية الشركات العملاقة.

-تنمية الصادرات: تعاني معظم الدول النامية من وجود عجز في الميزان التجاري، ويمكنها ان تواجه هذا العجز عن طريق زيادة حجم الصادرات ونقص الواردات وذلك من خلال توفير فرص تصديرية قادرة على المنافسة او توفير سلع تحل محل السلع المستوردة تمكنها من غزو الاسواق الدولية وتنويع الصادرات، وتؤكد هذه الاهمية من خلال نسبة مساهمتها في صادرات بعض الدول المتقدمة حيث بلغت في دول منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية OCDE 26% من الصادرات الاجمالية، وتمثل 50% في تاوان، 60% في الصين وباكوريا الجنوبية 40%، حيث تمثل دول شرق اسيا نموذجا يقتدى به في هذا المجال¹.

- الصناعات ص وم منتشرة في جميع البلدان النامية على اطراف القرى والمدن الصغيرة بما يساعد على تحقيق الانتشار الجغرافي للأنشطة الاقتصادية المختلفة وخلق توازن اجتماعي واقتصادي على المستوى الاقليمي والمستوى الكلي².

وتجدر الإشارة انه يتم قياس دور المشروعات الصغيرة والمتوسطة ومساهمتها في الاقتصاد من خلال ثلاث معايير رئيسية هي المساهمة في التشغيل، الانتاج، وحصتها من العدد الكلي للمنشآت في الاقتصاد وتظهر اهم المزايا لهذه المنشآت فيما يلي:

- توفر المؤسسات ص وم مصدر منافسة محتمل مع الشركات الكبيرة وتحد من قدرتها على التحكم في الاسعار، كما تعتبر هذه المنشآت بذور اساسية للمشروعات الكبيرة.

- تعتبر هذه المشاريع من المجالات الخصبة لتطوير الابداعات والافكار الجديدة³.

ويرجع اهتمام الدول المختلفة بانشاء المؤسسات ص وم وذلك بسبب مجموعة من الادوار التي تقوم بها ايضا نذكر منها⁴:

-دورها في خلق الناتج الداخلي الخام: تعمل المؤسسات ص وم على رفع الناتج الداخلي الخام من خلال توفير مناصب الشغل وتنشيط اليد العاملة مما يؤدي الى الزيادة في دخل الافراد وهذا يؤدي بدوره الى تحسين المستوى المعيشي لهم من خلال تخصيص جزء من الدخل للاستهلاك والباقي للادخار الذي يوجه للاستثمار في مشاريع خاصة، كما تساهم في زيادة الانتاج وتوافر المنتجات فكل هذه العوامل تؤدي الى زيادة حجم الناتج الداخلي الخام وتنوعه⁵، اذ تساهم المؤسسات ص وم بقسط كبير من

¹- ياسر عبد الرحمن، مرجع سابق، ص222.

²-فتحي السيد عبده ابو السيد احمد، مرجع سابق، ص73.

³-د-بلال محمود الوادي، لبث عبد الله، المشاريع الريادية ص وم ودورها في عملية التنمية في الوطن العربي، مكتبة الحامد، ط1 عمان، 2010 ص33.

⁴-د-جميلة الجوزي، ناجية صالح، الاجراءات المتبعة لتفعيل دور المؤسسات ص وم وواقعها في الجزائر، الملتقى الوطني حول واقع وآفاق النظام المحاسبي

المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، الوادي، يومي 05 و06 ماي2013، ص06.

⁵-نصيرة سعدي، محمد ميلود قاسمي، دور المؤسسات ص وم في تحقيق التنمية الاقتصادية، مجلة اقتصاد المال والاعمال، المجلد 3، العدد 1، جوان

2018، جامعة الوادي، ص63-64.

والصادرات

الناتج الداخلي الخام بحيث تساهم في دول مرتفعة الدخل بأكثر من 50% في الناتج اما في الدول المنخفضة الدخل ايضا تلعب المؤسسات ص وم دورا بارزا بالرغم من زيادة هيمنة القطاع الغير الرسمي في الاقتصاد، اما فيما يتعلق الدول العربية تحتاج الى مزيد من التحسين بالنظر الى المستويات الممكن تحقيقها، حيث تتراوح مساهمة المشروعات صوم في الناتج في عدد من الدول العربية بين 30-80%، فمثلا يبلغ متوسط المساهمة في الناتج 30% في الامارات والسعودية، 40% في الاردن، 73% في تونس، 80% في مصر ويتضح التباين الواضح في مساهمة هذه المؤسسات في الناتج، حيث تنخفض تلك المساهمة في الدول النفطية، وترتفع في الدول العربية ذات الاقتصاد الاكثر تنوعا¹، اما المساهمة في الدول المتقدمة على سبيل المثال هي كما يلي:

- في اليابان تساهم المؤسسات ص وم بنسبة 57% من الناتج الداخلي الخام.
- في اسبانيا فهي تساهم بنسبة 64.3% من الناتج الداخلي الخام.
- في فرنسا فهي تساهم بنسبة 56.3% من الناتج الداخلي الخام.
- في و م ا فهي تساهم بنسبة 50% من الناتج الداخلي الخام.

* دورها في انتاج القيمة المضافة: تؤدي المؤسسات ص وم دور كبير في خلق قيمة مضافة والتي تؤدي بدورها الى تطوير الاقتصاد الوطني حيث بلغت قيمها مبالغ كبيرة في الدول المتقدمة، وتولد أكثر من 50% من القيمة المضافة في اغلب دول منظمة التعاون الاقتصادي للتنمية OCDE وبشكل بارز في ايطاليا، اليونان، البرتغال.

* دورها في ترقية التجارة الخارجية: تساهم المؤسسات ص وم في الواقع في ترقية التجارة الخارجية الدولية عن طريق استخدام أفضل انواع الفنون الانتاجية في التصدير مباشرة، وذلك بانتاج السلع التي تتجه للتصدير وتنويع هيكل الصادرات، حيث تساهم المؤسسات صوم بشكل كبير في اقتصاديات الدول الصناعية الكبرى، حيث تتجاوز حصتها في الصادرات 50 في ايطاليا، 40-46 في الدنمارك وسويسرا 30 في فرنسا والنرويج وهولندا، وشكلت حوالي 66 من اجمالي صادرات المانيا وتقل الى 40 في كوريا وبلدان الشرق الاوسط و50 في الصين.²

* دورها في تحقيق التنمية الاقليمية: ان حجم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يساعد على توطينها بحسب خصوصيتها واحتياجات كل جهة، وبالتالي تساعد على خلق توازن تنموي وجوهوي في المناطق الريفية والنائية واعادة التوزيع السكاني والحد من الهجرة الى المدن الكبرى.³

¹- هبة عبد المنعم وآخرون، النهوض بالمشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، صندوق النقد العربي، 2019، الامارات، ص7،8.

²- نصيرة سعدي، محمد ميلود قاسمي، مرجع سابق، ص63.

³- بوشنقير ايمان، دور الصناعة والمناطق الصناعية في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة، الملتقى الوطني حول تاهيل المناطق الصناعية في الجزائر كمدخل لتعزيز تنافسية المؤسسات مص وم وترقية الصادرات خارج المحروقات، الواقع والافاق، اكتوبر 2015، جامعة قلمة، ص184-185.

والصادرات

*الدورة الاقتصادية: تلعب المشروعات ص وم دورا هاما في تخفيف حجم البطالة من جهة، وكبح معدلات التضخم من جهة اخرى من خلال المساهمة في خلق فرص عمل جديدة بتكلفة راسمالية منخفضة، وكذلك المساهمة في القضاء على التحولات غير المنتجة بامتصاصها¹.

* المساهمة في خفض معدل التضخم: عن طريق تزويد السوق بتدفقات متمثلة في السلع المنتجة.

02- الآثار الاقتصادية والاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة: هي عديدة اهمها²:

- تشكل المشروعات الصغيرة مصدرا للامن الاقتصادي والاستقرار الاجتماعي في المجتمعات، حيث تعطى الفرصة لبعض الفئات في المجتمع كالمرأة والمهنيين والشباب لان تصبح قوة فاعلة فيه عبر اقامة وتأسيس المشروعات الصغيرة، .

- مصدر للنمو الاقتصادي في المجتمع: ان اقامة مشروعات صغيرة ذات استثمار بسيط وتتطلب مهارات ادارية متواضعة يستطيع ان يقدم عليها اي فرد وخصوصا الشباب.

-تحسين الاداء المؤسسي للوحدات الاقتصادية مما يعمل على تطوير الانتاج وتحسين نوعيته وبالتالي قدرته على المنافسة والتي هدفها البعيد هو زيادة الدخل مما ينعكس ايجابا على وضع العاملين فيها.

-دمج المدخرات البسيطة في العملية الانتاجية بسبب صغر حجم راس المال المطلوب للاستثمار في المشروعات الصغيرة، فان الافراد الذين يمتلكون المهارات ويملكون مدخرات بسيطة يستطيعون تأسيس مشروعات صغيرة خاصة.

-المساهمة في التوزيع العادل للدخل: في ظل وجود عدد هائل من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المتقاربة في الحجم والتي تعمل في ظروف تنافسية واحدة ويعمل بها اعداد هائلة من العمال يؤدي ذلك الى تحقيق العدالة في توزيع الدخول المتاحة³.

المطلب الثاني: خصائص المؤسسات الص وم، وعوامل النجاح (العوائق):

نتطرق في هذا العنصر الى اهم خصائص المؤسسات ص وم التي تتميز بها واهم عوامل نجاحها في نشاطها الاقتصادي، بالاضافة الى العراقيل التي تعيق نشاطها، كل ذلك سوف نبرزه كما يلي:

¹-د-نبيل جواد، ادارة وتنمية المؤسسات ص وم، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، ط1، 2006، الجزائر، ص95.

²-هايل عبد المولي طشطوش، المشروعات الصغيرة ودورها في التنمية، دار الحامد، عمان، ط1، 2012، ص74-76.

³-عبد الرحمان يسري، تنمية الصناعات الصغيرة ومشكلات تمويلها، الدار الجامعية، مصر، 1996، ص27.

اولا: خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الدعامة والركيزة الاساسية لكثير من اقتصاديات البلدان النامية واداة للبناء الاقتصادي، وان هذا الدور الهام الذي تلعبه استمدته من الخصائص التي تميزها عن باقي المشاريع الاخرى، ويمكن ايجاز اهم هذه الخصائص فيما يلي¹:

-سهولة التأسيس: ان استخدام المؤسسات ص وم لرؤوس الاموال ضئيلة لتأسيسها وتشغيلها جعلها تعتمد فقط على التمويل الذاتي، وذلك عن طريق مدخرات الافراد وهذا نظرا لما تتميز به من اصول وممتلكات بسيطة مقارنة مع المؤسسات الكبيرة.

-الجمع بين الادارة والملكية: تتميز بادارة بسيطة تتجسد بمالكها الذي يشرف على مهمة تسيير المؤسسة كونها تدار من قبل شخص واحد في غالب الاحيان اداريا، وماليا وفنيا²، مما يؤدي الى اختفاء الصراع بين الادارة والتسيير، وهذا مايرفع من دقة الاداء والفعالية.

-مرونة كبيرة: للمؤسسات ص وم قدرة كبيرة على التكيف مع المحيط الخارجي، فهي تتميز بمرونة كبيرة تستطيع من خلالها ان تغير حتى من حجم انتاجها مثلا للتوافق ومتطلبات السوق المتقلبة.

-تواضع جودة الانتاج عند المقارنة مع الصناعات الكبيرة³.

-انخفاض الاحتياجات المالية لتمويل هذه المشروعات مقارنة مع المشروعات الكبيرة وهذه الخاصية شجعت اصحاب المدخرات القليلة والمتوسطة الى اللجوء الى اقامة مثل هذه المشاريع دون مشاركة الاخرين⁴.

-لها حجم صغير نسبيا في الصناعة فهي تكون في غالب الاحيان في قطاع النسيج، الخشب، الآثاث، الجلود، فقد تكون على شكل مقاوله من الباطن فهي لاتستخدم تكنولوجيات عالية.

¹-Maryse salle.stratégies des pme et intelligence économique une méthode d'analyse de besoin, édition economica, paris, 2006, p19.

-veronique coggie, intelligence économique et prise de decision dans les pme, l'harnattou paris, 2009, p33.

²-سيد سالم غرفة، الجديد في ادارة المشاريع الصغيرة، دار الريبة للنشر والتوزيع، الاردن، عمان، الطبعة 1، 2011، ص65.

³-د-نوري منير، المؤسسات الصناعية كاداة لتحقيق التنمية الصناعية في الوطن العربي، ملتقى دولي حول متطلبات تاهيل المؤسسات ص وم، جامعة الشلف، 2006.

⁴-حجاب عيسى، بوسدره فوزي، بوخرص عبد الحفيظ، دور آلية ضمان القروض في دعم انشاء المؤسسات الص وم في الجزائر، المجلة الدولية لعلوم التسيير، رقم 5، اكتوبر 2019، ص61.

والصادرات

-تكون هذه المؤسسات محلية الى حد كبير في المنطقة التي تعمل بها، اي هناك ارتباط مباشر بينها وبين المستهلك¹.

وكذلك هناك مميزات اخرى نذكر منها²:

-القابلية للتجديد والابتكار، اي ان هناك صلة بين الابتكار الجديد والارباح المحققة من خلال ايجاد اساليب وافكار انتاج

جديدة تعكس مميزات المنتج المقدم في الاسواق³.

-سهولة القيادة والتوجيه في تحديد الاهداف

-الارتقاء بمستويات الادخار والاستثمار وتعبئة رؤوس الاموال.

-الانتشار الجغرافي الواسع الذي يجعلها تغطي مناطق مختلفة نظرا لانخفاض تكاليف تاسيسها ومحدودية انتاجها من جهة مما

يساعد على تقليل التفاوتات الاقليمية وتحقيق التنمية المتوازنة⁴.

-توفير سلع وخدمات لفئات المجتمع ذات الدخل المحدود والتي تسعى للحصول عليها باسعار رخيصة نسبيا تتفق مع القدرة

الشرائية دون التنازل عن اعتبارات الجودة⁵.

-سهولة الدخول والخروج من السوق: وذلك راجع الى قلة راس المال الثابت وقلة المخزون السلعي من المواد الخام، وسهولة

تحويل الاصول الى سيولة.

-دعم الناتج المحلي: تعتبر المشروعات صوم اداة فاعلة في توسيع القاعدة الانتاجية عند تطبيق استراتيجيات انتاج بدائل

الواردات لتوفير حاجة السوق من السلع الاستهلاكية والوسيطة، بالاضافة الى قدرتها واعتمادها على الخامات المحلية وبالتالي زيادة

حجم الناتج⁶.

¹ -ا- احمد رحومني، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في احداث التنمية الشاملة في الاقتصاد الجزائري، المكتبة المصرية، 2011، ط1، ص29-30.

² -د- عبد الله بلوناس، مشكلات المؤسسات ص وم واساليب تطويرها ودعم قدرتها التنافسية، ملتقى دولي، حول تمويل المؤسسات ص وم وتطوير دورها في الاقتصاديات المغاربية، ماي 2003، المعهد الاسلامي، ص4.

³ -توفيق عبد الرحيم يوسف، ادارة الاعمال التجارية الصغيرة، دار الصفاء، ط1، الاردن، 2009، ص29.

⁴ -ا- ميساء حبيب سلمان، مرجع سابق، ص29.

⁵ -ميسر ابراهيم واخرون، المشروعات الصغيرة، بحوث محكمة منتقاة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الادارية، القاهرة، 2010، ص12.

⁶ -د- نبيل جواد، مرجع سابق، ص89، 94.

والصادرات

- تتميز بالكفاءة والفعالية بدرجات تفوق ما يمكن ان تصل اليه المؤسسات الكبيرة وذلك من خلال قدرتها على الاداء والانجاز في وقت قصير نسبيا وتحقيق مزايا الاتصال المباشر والقدرة على التأثير السريع بين المدير والعاملين والعملاء والموردين¹.

- تعتمد المؤسسات ص وم في انتاجها بشكل اساسي على الخدمات المحلية كالموارد الطبيعية المتاحة داخل المجتمع المحلي، وفي حالات الصناعة يمكن لها استخدام الخامات التالفة من المؤسسات الكبيرة².

- تتمتع المؤسسات ص وم بمرونة عالية في خفض بعض عناصر التكلفة وخاصة في ظل توفر مناخ ملائم للاستثمار³.

- التعاقد مع الباطن: اي تحضير بعض الخطوات الانتاجية للمنشآت الكبرى لضمان التزامها، اي تحقق تكامل متعدد الاشكال مع المؤسسات الكبيرة من خلال بعض المزايا الناجمة عن فصل الوظائف والتخصص والعمل على نطاق اقتصادي مناسب⁴.

اضافة الى ذلك تتميز بمجموعة من الخصوصيات والتي تساعدها على امتلاك الميزات التنافسية ودخول الاسواق وهي:

- **عنصر العمل:** تتميز اغلب المجالات التي تنشط فيها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بكثافة عنصر العمل، وهو ما يتناسب مع فنون الانتاج البسيطة خاصة في بلدان التي تفتقر الى رؤوس الاموال اللازمة للمشاريع.

- **اختيار الاسواق:** يمكن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ان تتجه نحو الاسواق الصغيرة والمحدودة والتي تتميز باهتمام المؤسسة الكبيرة، ولطبيعة حجم تسويقها خاصة كالاسواق الجهوية، اذ ان الاحصائيات في فرنسا تشير الى ان 80% من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تسوق منتجاتها في اسواق جهوية بينما 3% فقط من يقوم بعمليات التصدير.

- **مخاطر السوق:** والمقصود هنا مدى التكاليف المحتملة في حالة وجود مخاطر الاسواق وإذا ما قورنت بالمؤسسات الكبيرة، فان هذه الاخيرة تتحمل مخاطر كبيرة نظرا لحجم استثماراتها وحجم حصتها في الاسواق، وتوفر نوع من ضمان تصريف المنتجات بالتعاقد مع مؤسسات كبيرة⁵.

- **التسيير:** تستعمل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة طرق تسيير غير معقدة وبسيطة، فرييس المؤسسة يمثل المحور الاساسي في كل التطورات والتسيير، وهو ما يعطي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة مرونة في التسيير بدون تعقيدات كبيرة، وقد ظهرت اهمية ذلك

¹ - عبد الله بلوناس، المؤسسات ص وم والقدرة على المنافسة في ظل اقتصاديات السوق بالاسقاط على الدول العربية، ملتقى حول متطلبات تاهيل المؤسسات ص وم، جامعة الشلف، 2006، ص 28.

² - محمد يعقوبي، مكانة وواقع المؤسسات ص وم في السوق العربية، بحث مقدم في ملتقى حول متطلبات تاهيل المؤسسات ص وم، ج الشلف، 2006، ص 27.

³ - مدحت كاظم القرشي، الاقتصاد الصناعي، دار وائل للنشر، عمان، ط 1، ص 165.

⁴ - محمد محروس اسماعيل، اقتصاديات الصناعة والتصنيع، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، 1997، ص 168-199.

⁵ - ناصر دادي عدون، اقتصاد المؤسسة، دار المحمدية العامة، الجزائر، 1998، ص 66.

والصادرات

عند حدوث الازمات، فما فقد مناصب عمل في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب احصائيات فرنسية اقل بمرتين مما فقدته المؤسسات الكبرى¹.

ثانيا-عوامل نجاحها:

المشروعات الصغيرة والمتوسطة هي البذور والبراعم التي تقوم عليها الصناعات الكبيرة والعلاقة في المستقبل وهي الصناعات التي تعتبر دعامة امام البطالة والدرع الواقى امام المنافسة في الاسواق العالمية لذلك يجب توفر مايلي لها²:

- الغاء الرسوم الجمركية على واردات الالات والمعدات وطاقات الانتاج التي تستخدمها المشروعات الصغيرة والمتوسطة.
- الغاء ضريبة المبيعات على المنتجات والخدمات المختلفة.
- توفير قنوات توزيع وتصدير مستمرة ومرنة.
- اعادة توزيع الصناعات الصغيرة والمتوسطة جغرافيا.
- التخطيط للمناطق الصناعية بعيدا عن التجمعات السكنية.
- تشجيع الصناعات كبير الحجم على مساعدة ودعم وبناء قاعدة للصناعات الصغيرة والمتوسطة الحجم من خلال حاضنات الاعمال.

تطبيق آليات الجودة في جميع مراحل التشغيل، وهناك عوامل اخرى يجب اخذها بعين الاعتبار³:

- التحديد الواقعي والمنطقي للاهداف في بداية المشروع وعدم التفاؤل المفرط في القدرات، مع ادارة المشروع بأسلوب ابتكاري وديناميكي مستمر لمواجهة كل المتغيرات المفاجئة.
 - اتباع برنامج الادارة بالاهداف تتحدد فيها مهام: التخطيط-التنظيم-التوجيه-المراقبة-التنسيق ونجاح عمل المشروع يعتمد على تحديد الاهداف طويلة الاجل، ويهتم هذا المنهج بالنتائج.
 - السياسات والقوانين يتطلب وجود استقرار، البرامج والنظم يجب مراعاتها بعناية، اساليب دعم القدرة التصديرية للصناعات عن طريق ترشيد تكاليف الانتاج ودعم القدرة التسويقية وانشاء نقاط التجارة الدولية والتجارة الالكترونية.
- بالاضافة الى الاعتمادعلى التوجهات الحديثة لتحقيق القدرة التنافسية لهذه المؤسسات الذي يتطلب مايلي⁴:

¹-عبير بن ناصر، حاضنات الاعمال كآلية لدعم وتنمية المؤسسات ص وم، مجلة العلوم الانسانية، العدد 12-2010، جامعة بسكرة، ص58.

²-د-إمن علي عمر، ادارة المشروعات الصغيرة (مدخل بيئي مقارن)، الدارة الجامعية، ط1، 2007، مصر، ص75.

³-صلاح حسن، التطورات والمتغيرات الاقتصادية الدولية، دعم وتنمية المشروعات الصغيرة لحل مشاكل البطالة والفقير، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2013، ص 292-297.

⁴-د-بن عنتر عبد الرحمان، الدعائم الاساسية للارتقاء بالمؤسسات ص وم ومقومات نجاحها، مجلة العلوم الانسانية، العدد 18، جامعة بسكرة، 2010، ص43-45.

01- تشجيع الابتكار والتطوير التكنولوجي والبحث العلمي:

وذلك بالمساهمة في ميدان البحث الت يتصدر عن هذه المؤسسات لان التجديد في السلطة او في طرق انتاجها يتطلب في الغالب استثمارات كبيرة في ميدان البحث، والابتكار التكنولوجي Technologie Innovation الذي يمكن من ارجاع المؤسسات ص وم الى مكانها الحقيقي، فالعديد من الدراسات ابرزت ان حجم المؤسسة ليس هو العامل الوحيد المفسر لعملية الابتكار بل ان طبيعة النظام السائد بالمؤسسة والتكلفة الناتجة عنه هما المحددان الاساسيان لفاعلية البحث والابتكار الناجح.

ان الدراسات العديدة والمنجزة في السنوات الاخيرة في مجال البحث والعلوم زادت بدور المؤسسات صوم في تطوير ونشر التكنولوجيا وأصبح الاعتقاد قويا حول اهمية الدور الذي اخذت تلعبه هذه المؤسسات في الابتكار والتجديد التكنولوجي.

02- تشجيع المنتجات لغزو الاسواق العالمية: وذلك بتلبية احتياجات السوق المحلية من المنتجات ومنافسة السلع

المستوردة بالاسواق المحلية على ان يكون انتاج هذه السلع المحلية بالمواصفات العالمية وبالسعر المنافس وتوفير عناصر القدرة على المنافسة.

03- الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة:

من المتوقع ان تصبح لصناعة تكنولوجيا المعلومات والخدمات المتقدمة للمعلومات والاتصالات تأثيرا عميقا على ايقاع الاقتصاد، كما تلعب ادوارا هامة في المؤسسات ص وم حيث اصبح من غير الممكن الاستغناء عن المنتجات والخدمات المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات لتحسين الكفاءة والقدرة على التنافس لتوليد الربحية لهذه المؤسسات، .

04- التعامل مع التجارة الالكترونية: في ظل المتغيرات التي يعرفها عالمنا اليوم فان الضرورة تلح على مواكبة هذه المتغيرات

في ميدان التجارة الالكترونية التي اصبحت واقعا ملموسا لايمكن الاستغناء عنه وخاصة اذا وظفت لخدمة اقتصاديات البلدان، اذ يبدو ان التجارة الالكترونية ستكون لها انعكاسات على السياسات الاقتصادية العريضة في البلدان النامية والصناعية على حد سواء، وسوف تسمح التجارة الالكترونية بتسويق المنتجات للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة عبر العالم، وتوفير مجال واسع من البدائل للمستهلك.

ثالثا: عوائق وتحديات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة صعوبات ومشاكل عديدة تحد من قدرتها على العمل ومساهمتها في دفع عجلة النمو الاقتصادي وتتمثل أبرز هذه المشاكل والصعوبات التي تواجهها فيما يلي:

01- المشاكل التمويلية: وتتمثل في مشاكل متعلقة بالحصول على التكلفة الاستثمارية للمشروع، ومشاكل متعلقة بتمويل

التوسعات الاستثمارية في مرحلة النمو السريع للمشروع، ومشاكل متعلقة بالضمانات الكبيرة التي تطلبها البنوك وكذا عبء الفوائد

والصادرات

المالية، اضافة الى ضعف اعداد المعلومات والاحصائيات المالية التشغيلية المطلوبة¹، وكذا الى ضعف الجوانب التشريعية والتنظيمية لقطاع التمويل في عدم تطور الوساطة المالية وعدم تطور عدد من الادوات التمويلية الخاصة بها.²

– **02-الصعوبات الادارية:** يتعرض المستثمرون اثناء التأسيس الى اجراءات ادارية معقدة وطويلة تصل احيانا الى انسحاب المستثمرين من تنفيذ المشروع، وكذلك تعاني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من صعوبات جمركية والضريبية التي لا تتناسب وتتكيف مع القوانين والاليات الجمركية والضريبية والاعراف الدولية³، وتشمل التراخيص والتموين واللوائح والضرائب والتأمينات وشؤون البيئة والمواصلات والطرق ووسائل الامان⁴.

03-عدم حماية المنتج الوطني من التدفق الفوضوي للسلع المستوردة عن طريق الاغراق والتدزح بالحرية الاقتصادية وشروط تحرير التجارة الدولية.

04-المعاناة من المحيط: عدم توفر نظام المعلومات مما يعرقل سياسة تنميتها ونموها في محيط يتميز بالمنافسة.

05-الصعوبات المتعلقة بالعمارة الصناعي: تعاني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من مشاكل عديدة فيما يخص العمارة، بالرغم من وجود نصوص قانونية ومنشورات تنظيمية ومذكرات عديدة تنظم هذا القطاع، وتخص:

طول مدة منح الاراضي، الرفض الغير المبرر، مشكلة عقود الملكية، غياب الإطار القانوني التنظيمي الذي يحدد كيفية التنازل عن الاراضي، زحف العمران على الاراضي المخصصة للاستثمار.

06-غياب الفضاءات الوسيطة: وهي عديدة اهمها:

- البورصة: تشكل اداة هامة لتطوير مجال مص وم عن طرق التنشيط والتشاور والاعلام.
- غرف التجارة: موجودة اداريا ولكن عملها محدود.
- التظاهرات العلمية والدولية: باعتباره فضاء للمعلومات الاقتصادية والمالية.
- مؤسسات البحث العلمي.

07-الغياب التام للمعلومة الاقتصادية: ان غياب المعلومة الاقتصادية وعدم توفرها يؤثر على ادائها وتنميتها وتطويرها، وبالتالي يجب ان تكون المعلومة متاحة للمؤسسة لما لها من دور مهم في:

¹ -صلاح حسن، مرجع سابق، ص278.

² -حنان العمراوي، الاقتصاد الجزائري الازمة والمخرج، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، المجلد 5، العدد 1، 2018، ص295.

³ -د ناصر دادي عدون، عبد الرحمان بابنات، التدقيق الاداري وتاهيل المؤسسات ص وم في الجزائر، دار المحمدية العامة للدراسات والبحوث، 2008، ص 93-

⁴ -د-إيمن على عمر، ادارة الصناعات والمشروعات الصغيرة (مدخل تطبيقي معاصر)، منشأة المعارف، ط1، 2010/2009، الاسكندرية، ص191.

والصادرات

- اتخاذ القرار السياسي والاداري والاقتصادي.
- معرفة القدرات وتحسين استعمال الطاقة الانتاجية.
- بناء علاقة متينة وصحيحة بين الأمر والمأمور¹

08-مشاكل السياسات والتوجهات الاقتصادية والسياسية:

اهملت السياسات الحكومية اوضاع المؤسسات صوم والقطاع الخاص ككل، حيث لم تقدم الحكومات اية برامج في معظم البلدان النامية لتدعيم هاته المؤسسات ومساعدتها فنيا وماليا وقرار نظام ضريبي يتماشى مع اوضاعها، ان هذه السياسة تؤثر على دور ومساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بشكل ايجابي وفعال في التنمية الاقتصادية².

09-مشاكل النقل والبنية التحتية ونقص الخدمات العامة:

هناك مشاكل تتعرض لها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في نقل الخامات وتصريف المنتجات وايصالها للاسواق بتكلفة مناسبة، اضافة الى نقص في تهيئة المحيط والمرافق العامة وعدم توفر مصادر المياه الصالحة للشرب وقنوات الصرف الصحي والامدادات الكهربائية والطرق المعبدة... الخ، مما يؤثر على اداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتوسيع نشاطها³.

وهناك معوقات اقتصادية اخرى تعاني منها المؤسسات المؤ ص وم يمكن تلخيصها فيما يلي:

- **كلفة راس المال:** ان هذه المشكلة تنعكس مباشرة على ربحية هذه المشروعات من خلال الطلب من المشروعات ص وم لدفع سعر فائدة مرتفع مقارنة بالسعر الذي تدفعه المنشآت الكبيرة، اضافة انها تعتمد على الاقتراض من البنوك مما يؤدي الى زيادة الكلفة.
- **التضخم:** من حيث تأثيره في ارتفاع اسعار المواد الاولية وكلفة العمل مما سيؤدي حتما الى ارتفاع تكاليف التشغيل، وهنا تعترض المنشآت مشكلة رئيسية وهي مواجهتها للمنافسة من المشروعات الكبيرة مما يمنعها ويجد من قدرتها على رفع الاسعار لتجنب أثر ارتفاع اجور العمال واسعار المواد الاولية.
- **الضرائب:** يعتبر نظام الضرائب أحد اهم المشاكل التي تواجه المشروعات الصغيرة والمتوسطة في جميع انحاء العالم من حيث ارتفاع الضرائب لتأثيرها على ارباح الشركات.
- **المنافسة:** تعتبر المنافسة والتسويق من المشاكل الجوهرية التي تعترض لها المشروعات ص وم، واهم مصادر المنافسة هي الواردات والمشروعات الكبيرة.

¹-د-سعدان شبايكي، معوقات تنمية وترقية المؤسسات ص وم في الجزائر، مجلة العلوم الانسانية، جامعة بسكرة، العدد 11، 2007، ص190-191.

²-نصيرة سعدي، محمد ميلود قاسمي، مرجع سابق، ص 68.

³-عبد الرحمان يسري، مرجع سابق، ص30-32.

- ندرة المواد الأولية: من حيث الندرة الطبيعية وعدم القدرة على التخزين وضرورة اللجوء الى الاستيراد وتغيرات اسعار الصرف¹.
- حصول انكماش في النشاط الاقتصادي او ركود في قطاع نشاط المشروع او في قطاع اخر يكون المشروع مرتبط به.
- وايضا صعوبة الحصول على المدخلات المدعمة لنجاح هذا القطاع مثل توفير العمالة الماهرة والتكنولوجيا الملائمة والمعلومات السهلة عن الاسواق والتسويق والمنتجات، وكذا تركيز وسائل الاعلام على الاهتمام بالمشروعات الكبيرة وتهميش المؤسسات ص وم.
- **المشاكل التسويقية:** تتضمن عدم اهتمام اصحاب المشروعات بدراسة السوق لتصريف المنتجات وذلك لنقص الكفاءة والقدرات التسويقية وكذا لعدم وجود معرفة وخبرة بالمفهوم الحقيقي للتسويق وحصر هذا المفهوم باعمال البيع والتوزيع فقط².

المبحث الثاني: استراتيجيات تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودخولها الاسواق الدولية:

نتناول فيه اهم الاستراتيجيات التنافسية التي تعتمدها المؤسسات ص وم في تنمية نشاطها وكذا الاستراتيجيات الدولية للدخول الى الاسواق الدولية، وسنبرز كل هذا كما يلي:

المطلب الاول: الاستراتيجية التنافسية:

تعتبر الاستراتيجية التنافسية الاساس والفلسفة التي تستند اليها المؤسسة لتحقيق اهدافها، والتمكن من مواجهة قوى المنافسة، وبناء مركز تنافسي لها، كما توجد علاقة وطيدة بين طبيعة الميزة التنافسية التي تتميز بها المؤسسة والاستراتيجية التي تتخذها في الحصول على حصص سوقية، ولقد قام PORTER بالتركيز على ثلاث انواع من الاستراتيجيات التنافسية وهي استراتيجية السيطرة على التكاليف، التميز، التركيز نشرحها كما يلي:

1- استراتيجية السيطرة على التكاليف: ان الكثير من المؤسسات تسعى دائما بان تكون هي الرائدة في تخفيض

عناصر تكلفة الانتاج من بين مختلف منافسيها في قطاع النشاط³، ولقد قام PORTER باقتراح ثلاث انواع من الاستراتيجيات انطلقا من ميزات تنافسية تتمتع بها المؤسسة، حيث قام باعداد مصفوفة ذات بعدين يتمثلان في مصادر الميزة التنافسية من جهة والمجال التنافسي من جهة اخرى كما هو موضح في الجدول الموالي:

¹د-بلال محمود الواد، المشاريع الريادية الصغيرة والمتوسطة ودورها في عملية التنمية في الوطن العربي، دار الحامد، عمان، 2012، ص34

²صلاح حسن، مرجع سابق، ص280.

³ا-درويش عمار، صالح الياس، الادارة الاستراتيجية للتكاليف كاداة لتعزيز تنافسية المؤسسة الاقتصادية لدراسة حالة مصنع النسيج للمواد الثقيلة تلمسان، مجلة رؤى اقتصادية، جامعة الوادي، الجزائر، العدد 8، 2015، ص215.

الجدول رقم 02 - استراتيجيات التنافس

التميز	التكلفة المنخفضة	الميزة التنافسية قطاع التنافس
استراتيجية التميز	استراتيجية السيطرة على اساس التكاليف	قطاع واسع
	استراتيجية التركيز	قطاع ضيق

يتضح من الجدول اعلاه ان استراتيجية السيطرة على اساس التكاليف هي من بين اهم الاستراتيجيات التنافسية التي اقترحها والتي تنشأ انطلاقا من الميزة التنافسية التي تتمتع بها المؤسسة المتمثلة في التكاليف المنخفضة.

واعتماد المؤسسة لهذه الاستراتيجية يتطلب منها الدخول باستثمارات رأسمالية ضخمة وبحجم انتاج كبير مما قد يكبدها خسائر كبيرة في حالة اخفاق هذه الاستراتيجية¹.

2- استراتيجيات التمييز: وتنشأ هذه الاستراتيجية انطلاقا من تمتع المؤسسة بالتميز في المنتجات التي تقدمها للسوق وتزايد درجات نجاح استراتيجية التميز في حالة ما اذا كانت المؤسسة تتمتع بمهارات وجوانب كفاءة لا يمكن للمنافسين تقليدها بسهولة².

ولقد تطورت هذه النظرة وعند **Laucaster (1966)** حيث يبين ان مميزات السلع هي التي تعطي مقياس للمنفعة، وان اشكال التمييز عديدة تضم المزايا التقنية، الوفاء، الجمالية، التوضيب، شبكة التوزيع، خدمات البيع، مظاهر الماركة³.

كما يمكن القول ايضا ان استراتيجية التميز ترتبط بمدى قدرة المؤسسة على توفير وتقديم سلع وخدمات للسوق متميزة على منافسيها، على ان يكون هذا التميز معبر ويخلق قيمة اضافية للمؤسسة والسوق في نفس الوقت⁴.

ولتقييم مدى نجاح هذه الاستراتيجية نستخدم معدل القيمة المضافة المعرفة بنسبة القيمة المضافة الى رقم الاعمال والذي يحسب بالعلاقة التالية⁵*

$$Tva = / VA CA$$

¹ -د- برحومة عبد الحميد، شريف مراد، الجودة الشاملة ومواصفات الايزو كاداة لتفعيل تنافسية المؤسسة الاقتصادية، مجلة البحوث الاقتصادية وادارية، العدد 03، 2008، جامعة بسكرة، ص 145-147.

² -نبيل محمد مرسي، استراتيجيات الادارة العليا، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، ص 249.

³ -د- عبد الرزاق بن حبيب، اقتصاد وتسيير المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000، ص 40.

⁴ -برحومة عبد الحميد، مرجع سابق، ص 148

⁵ -الياس بن ساسي، الخيارات الاستراتيجية لنمو المؤسسة، دار وائل، عمان، ط1، 2011، ص 67-68

*- اغلب المؤسسات المتعددة الجنسيات تنفق أكثر من ثلثي ميزانيتها على البحث والتطوير والجهودات التسويقية، ففي ظل المنافسة الشديدة يشكل التمييز الاسلوب الامثل للمواجهة وتحقيق النمو.

CA: رقم الاعمال

VA: القيمة المضافة

TVA: معدل القيمة المضافة

بمقارنة قيمة معدل القيمة المضافة قبل تطبيق التمييز بقيمة بعد التطبيق نستطيع الحكم على مدى نجاحه في تنمية الحصة السوقية، حيث يتحقق النجاح في الاستراتيجية كلما اقترب المعدل من الواحد.^{1*}

3- استراتيجيات التركيز:

تعتبر استراتيجية التركيز احدى اهم الاستراتيجيات التنافسية والتي تعتمد اساسا على ميزة التكلفة المنخفضة والتميز في آن واحد وتعرف على انها تركيز المؤسسة على جزء معين من السوق او التوجه الى فئة محددة من المستهلكين او الزبائن او لقسم اشباع معين، او سوق جغرافية محدودة بهدف تقديم سلع وخدمات افضل من المنافسين، حيث حسب بورتر M.PORTER يقترح على المؤسسات ص وم للحفاظ على بقائها ودعمتها اعتماد استراتيجيات التركيز لان مرونة هذه المؤسسات تسمح لها بالمنافرة في هذه الظروف الا ان ذلك لايعطيها فرصة لتحديد استراتيجية واضحة وثابتة²

- ان نجاح هذه الاستراتيجية يتوقف على توافر زبائن ومستهلكين لهم احتياجات غير عادية تتطلب اجهزة انتاج وفروع تختلف في مثيلاتها في المؤسسات الاخرى في الصناعة³، وكذا اختيار وتحديد قطاع سوقي من قطاعات الصناعة يتم التنافس فيه، اضافة الى تحديد كيفية بناء ميزة تنافسية في القطاعات السوقية المستهدفة⁴.

وخلاصة لما سبق فانه في ظل الظروف التي تعيشها المؤسسة لا بد عليها اتخاذ بعض الاستراتيجيات انطلاقا من المزايا التنافسية التي تمتلكها باختيار المؤسسة لاحدى الاستراتيجيات يتوقف على ظروفها وامكاناتها وقدراتها، كما انه يتطلب دراسة محكمة ودقيقة للسوق في الوقت المناسب.

1* - ذلك لان القيمة المضافة هي الفرق بين رقم الاعمال والتكاليف المباشرة للتصنيع وعليه ينجح التمييز كلما اتسع هذا الفرق ويظهر ذلك بارتفاع في القيمة المضافة.

2- شريف رفاع، يوسف قريشي، منى مسغوني، مؤشرات الاداء المحسدة للاولويات الاستراتيجية في المؤسسات ص وم الجزائرية، مجلة الباحث، ج ورقلة، العدد 15، 2015، ص22.

3- برحومة عبد الحميد، مرجع سابق، ص149

4- عمر شريف وكوثر سعاد، دور العناقيد الصناعية في زيادة كفاءة اداء المؤسسات ص وم، الملتقى الوطني حول تاهيل المناطق الصناعية في الجزائر كمدخل لتعزيز تنافسية المؤسسات ص وم وترقية الصادرات خارج م، الواقع والافاق والتجارب الناجحة، 19 و20 اكتوبر 2015، جامعة قلمة، ص148.

المطلب الثاني: استراتيجيات دخول المؤسسة الى الاسواق الاجنبية:

اصبح الفكر الاستراتيجي المعاصر مؤسس على بيئة عالمية متكاملة مع اعتبارها اسواقا محتملة وفرصا ينبغي العمل على استغلالها بصورة عقلانية في شتى المجالات وتجنب تهديداتها، وهو ما يتم من خلال اعداد استراتيجيات عالمية تنمي من قدراتها التنافسية العالمية، حيث يعرفها بورتير الاستراتيجية العالمية على انها¹ "بواسطتها يبحث المشروع على ربحية ميزة تنافسية بتواجدها الدولي، اما بانتهاج او تنسيق نشاطات متفرقة، او الاثنين معا، كما يعرفها على انها الاستراتيجية التي بواسطتها تحاول المؤسسة بيع منتجاتها في العديد من البلدان وتستعمل من اجل ذلك اقتراب عالمي متكامل"، وهناك عدة استراتيجيات يمكن للمؤسسة الاعتماد عليها عند اقتحامها للاسواق الاجنبية وتجدر الاشارة الى ان كل استراتيجية تتضمن مستوى معين من التعهدات، المخاطر والمردودية، وتمثل في:

-**التصدير:** هو الوسيلة الأكثر سهولة للمؤسسات لاقتحام الاسواق الاجنبية حيث جل المؤسسات تبدأ توسعها نحو الاسواق العالمية من خلال قيامها بدور المصدر ثم التحول بعد ذلك الى أحد الاشكال الاخرى، وهي الطريقة الافضل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لانها لا تتطلب استثمارات كبيرة، وتمنح اكتساب الخبرة الدولية اللازمة مع مرور الوقت².

-**التراخيص:** تعتبر التراخيص أحد الاسباب التي تمكن المؤسسة من نقل انتاجها من السوق المحلي الى الاسواق الدولية دون الحاجة الى إنفاق استثماري، وتعرف على انها³ "اتفاق او عقد بمقتضاه تقوم المؤسسة متعددة الجنسيات بالتراخيص لمستثمر وطني او أكثر (قطاع خاص او عام) المضيفة لاستخدام براءة الاختراع او الخبرة الفنية ونتائج الابحاث الادارية والهندسية مقابل عائد مادي معين.

-**حق الامتياز:** يشبه حق الامتياز التراخيص من عدة جوانب وعادة ما يتم اعتماده من قبل المؤسسات الخدمية، فهو شكل من اشكال عقود التراخيص، لهذا نجد مؤسسات عالمية تمارس عملياتها الدولية من خلال حق الامتياز ومنها على سبيل المثال مطاعم ماكدونالدز وفنادق هيلتون، ومنه يمكن تعريف حق الامتياز على انه "قيام المؤسسة الام (صاحبة الامتياز) ببيع حقوق محدودة لاستخدام علاماتها من جانب (متمتع بحق الامتياز) وذلك مقابل مبلغ مالي وحصص من ارباح المتمتع بحق الامتياز⁴.

-**المشروعات المشتركة:** يرى كولان ان الاستثمار المشترك هو احد مشروعات الاعمال الذي يمكن ان يمتلكه او يشارك فيه طرفان او أكثر من دولتين مختلفتين بصفة دائمة مع عدم اقتصر المشاركة على الحصص في راس المال، بل تمتد الى الادارة والخبرة وبراءات الاختراع او العلامات التجارية والمساهمة الفنية الخاصة بعمليات الانتاج والمعرفة التكنولوجية وعمليات ومراحل الانتاج

¹-John Hagdoorn et Jos Schakenread, Problems économiques, n2415-2416, Mars 1995, p22

²-هايني حامد الضمور، التسويق الدولي، ط1، مؤسسة وائل للنسخ السريع، 1994 ص19-20.

³-عبد السلام ابو قحف، التسويق الدولي، الدار الجامعية، الاسكندرية، 1998، ص116.

⁴-نبيل مرسي خليل، الادارة الاستراتيجية، ص239

والصادرات

والتسويق، اهم ميزة تميزه عن الطرق السابقة هو اتاحة الفرصة للطرف الاجنبي المشاركة في ادارة المشروع بزيادة عن المشاركة في راس المال، ويجب دراسة وتقييم المشروع من كافة جوانبه (الغرض من المشروع، حصص الملكية، مساهمة كل شريك، هيكل راس المال، دور الحكومة في الدولة المضيفة، الانتاج، التسويق، الادارة، التمويل، والجانب القانوني).

-**الاستثمار المباشر:** يتمثل في قيام الشركات المتعددة الجنسيات بانشاء فروع للانتاج او التسويق او اي نوع من النشاط الانتاجي او الخدمي بالدولة المضيفة تكون مملوكة لها بالكامل لو بعبارة اخرى افتتاح فروع للمؤسسة في الدول الاجنبية فهي أكثر استثمارات تفضيلاً من طرف المؤسسات الكبيرة، رغم كونها أكثر مخاطرة وأكثر تكلفة، ويأخذ شكلين اما بتملك مؤسسة قائمة عن طرق الشراء او تكوين مؤسسة جديدة خاصة لها من البداية.

-**التحالفات الاستراتيجية:** يمكن تعريفها على انها " مجموعة واسعة من العلاقات التعاقدية التي تنشأ من مؤسسات تنافسية في اقطار مختلفة لتحقيق هدف معين، ويعتبر هذا استراتيجية موضوعة العصر وعلى وجه الخصوص في صناعة السيارات العالمية، الطائرات الادوية، وتكنولوجيات الاعلام والاتصال، وفي مثل هذه التحالفات تفق المؤسسات على التعاون بشأن مشروع معين وليكن تقديم منتجات جديدة او تطوير تكنولوجيا مستحدثة لتحقيق هدف استراتيجي محدد لكل طرف من أطراف التعاقد.

-**عقود الادارة:** ان عقود الادارة تجد مجالاً واسعاً للتطبيق في مجال الخدمات السياحية، وتلجأ الكثير من الدول والوحدات الانتاجية الى هذا الاسلوب عندما تكون ادارة راس المال وتشغيله ومشاكل الانتاج والتسويق تحتاج الى مهارات وخبرات ونظم ادارية حديثة ومعرفة بالاسواق وقدرة على التسويق، وعادة ما يرتبط نجاح المشروع بالسمعة والشهرة الدولية، وتوفر عقود الادارة على المؤسسات العالمية توظيف رؤوس اموال ضخمة كما تجنبها مخاطر راس المال وتحقق لها عوائد كبيرة¹.

-**الاستحواذ:** يقصد به الاقتناء من الناحية اللغوية والحصول على الشيء عن طريق الشراء او عمليات المبادلة، وهذا المصطلح سوف يستخدم هنا بمعناه العام لكي يشير الى اشكال محددة من التعاملات مثل الدمج، الاتحاد، الاندماج، التملك، الشراء، السيطرة على المؤسسات، ويوجد طرفان في عملية الاستحواذ هما: المؤسسة الحائزة-المؤسسة المستحوذ عليها².

-**الاستراتيجيات التعاونية والشراكة الاستراتيجية:** في عالم مليء بالمخاطر والازمات يجب الانسير فرادى فالتعاون يسيطر على التحديات، حيث تستطيع الشركة الدولية والعالمية ان تنتهج احد الاساليب المعروفة في اختراق الاسواق العالمية مثل المشروع المشترك والتراخيص وفتح الفروع والوكالات والفرانشايز وغيرها، ولكن تدعو التغيرات الجديدة في الساحة العالمية مثل الازمات المالية

¹-غول فرحات، حتمية اكتساب وتطوير المزايا التنافسية والاستراتيجيات التنافسية في المؤسسات الصناعية في ظل تحديات البيئة الدولية المعاصرة، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية جامعة الشلف، 2010، ص21

²-غراب كامل السيد، الادارة الاستراتيجية، النظرية والتطبيق، دبي، دار القاسم للنشر، 1997، ص103.

والتجارية والاعراف التقليدية كالحروب التجارية مما يدعو الى البحث عن بديل للمنافسة الشرسة وايجاد صيغ جديدة من التعاون بين الشركات بدلا من التنافس والتطاحن¹.

*علاقة حجم المؤسسة الاقتصادية بالصادرات واقتحام الاسواق الدولية:

بينت العديد من الدراسات التي اهتمت باشكالية الحجم ودوره في دخول الاسواق الخارجية على وجود الحجم المخرج وهو 200 عامل، اذ لوحظ ارتفاع عدد المؤسسات المصدرة كلما زاد عدد العمال عن هذا الرقم. كما بينت دراسة اخرى اجريت حول القطاعات الصناعية في فرنسا ان من بين 47 قطاعات خضع للدراسة 12 من هذه القطاعات لوحظ فيه تزايد التصدير بزيادة حجم المؤسسة وأكثر من ذلك في صناعة التايث اثبتت الدراسة على وجود علاقة عكسية بين حجم التصدير وحجم المؤسسة، كما بينت نتائج ابحاث اجريت في كل من ا.م. وفرنسا على ان:

-احتمال التصدير يتعلق بحجم المؤسسة من وجهة حجم المبيعات وليس من وجهة عدد العمال اما ميول المؤسسة في التصدير ليس له علاقة بحجم المؤسسة.

-ان نجاح المؤسسة في التصدير او فشلها يتعلق بعوامل داخلية منها المستوى التكنولوجي، هيكلتها التنظيمية، حجم المبيعات شخصية وطبيعية، تكوين المسير... الخ.

وتوجد علاقة احصائية واضحة تربط بين حجم المؤسسات ص وم وحصص الصادرات، حيث يوجد ارتباط ايجابي بين نسبة الصادرات وحجم المؤسسة، ويتضح ذلك بصفة خاصة في القطاعات الموجهة للتصدير في مجال الصناعات التحويلية في المانيا لصناعة الالات والمركبات والصناعات الكيميائية².

ولقد اهتم الكثير من الباحثين بقضية تدويل المؤسسات ص وم ومعظمها حولت التوصل الى علاقة تدويل المؤسسات ص وم بحجمها، اي مدى تأثير الحجم على تدويل هذا النوع من المؤسسات امثال (KALOF1993-1994)، (NEVIN.COVUSGIL 1980)، وكانت نتائج دراسات هؤلاء الباحثين ان حجم المؤسسة لايمكن ان يؤثر على تدويلها، وليس هناك اي علاقة بين حجم المؤسسة وامكانية تدويلها، وكما ان حجم الصغير لايعيق تدويل المؤسسات ص وم للممارسة اعمالها في السوق الدولية، ولكنه يمكن ان يؤثر على عدد الاسواق التي يمكن ان تخترقها هذا النوع من المؤسسات وان حجمها لايمكن ان يؤثر على ميولها نحو التصدير.

¹-د-فريد النجار، التصدير المعاصر والتحالفات الاستراتيجية، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2008، ص310.

²-مالكوم شارف ترجمة طارق عبد الباري، امال محي الدين واخرون، ادارة المؤسسات ص وم، تبدل ادوار المؤسسات ص وم في عصر العولمة، المكتبة الاكاديمية، مصر 2006، ص204.

والصادرات

الشركات الصغيرة والمتوسطة وفقا لتدابير الاداء المختلفة تستفيد من الاسواق الخارجية، القدرة على زيادة حصتها في السوق، وتحسين كفاءتها، وتحقيق وفورات الحجم وتقليل اختلافات اليرادات من خلال تنوع اسواقها متاحة للشركات الصغيرة والمتوسطة عن الاسواق الدولية حسب Goodnow.Lederman 1990.¹

تلعب الشركات الصغيرة والمتوسطة SMEs دورا اساسيا في التنمية الاقتصادية في اوربا في الواقع، وتعتبر المفوضية الاوربية الشركات ص وم وزيادة الاعمال مفتاح ضمان النمو الاقتصادي والابتكار وخلق فرص العمل والاندماج الاجتماعي في الاتحاد الاوربي نظرا للعلاقة الواضحة جدا بين اداء الشركات ص وم ونتائج الاقتصاد الكلي في المنطقة، حيث في هذا الصدد كلفت الشركة الرائدة في خدمات النقل الدولي للشركات ص وم FEDEX مؤخرا باجراء دراسة من HARRIS interactive لفهم الاتجاهات والتحديات الخاصة التي تواجهها الشركات ص وم في اوربا بشكل افضل، خاصة في فرنسا التي بينت الدراسة فيها انها تتزايد باستمرار فرص بيع المنتجات في الخارج لانه حتى اصغر الشركات يمكنها الان بدء التجارة الالكترونية بسهولة، حجم الشركة او موقعها الجغرافي لم يعد يمثل عقبات امام التنمية الدولية.²

تحقق الشركات الصغيرة وم فقط نسبة صغيرة من الصادرات في سنة 2015 في معظم دول منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OECD على سبيل المثال، تمثل الشركات الصغيرة وم لأكثر من 95% من جميع الشركات حوالي ثلثي العمالة الاجمالية وأكثر من نصف القيمة المضافة لقطاع الاعمال.

ان تحسين وصول المؤسسات ص وم الى الاسواق العالمية امر ضروري لتمكينها من المساهمة بشكل أفضل في التنمية الاقتصادية والرفاه الاجتماعي يمكن ان يؤدي مشاركتها في الاسواق العالمية الى فرص انمائية ومكاسب انتاجية من خلال تسريع الابتكار، وتيسير نشر التكنولوجيا والمهارات الادارية وتوسيع نطاق المهارات وتعميقها غالبا مايرتبط النشاط الدولي سواء من خلال الاستيراد او التصدير او الاستثمار الاجنبي المباشر بزيادة الانتاجية ويمكن ان يكون محركا مهما للنمو،³ مما يسمح لها بالوصول الى اسواق جديدة او مستثمرين جدد وزيادة رضا العملاء، مما يسمح للشركات ص وم بتحسين قدرتها التنافسية والاشارة الى أفضل جودة لمنتجاتها وهما مكونان اساسيان للتجارة الدولية والاستثمار الاجنبي المباشر.⁴

¹-Nawal cherief, promotion des exportations et performance a l'exportation des pme, memoire présenté en vue de l'obtention du grade de maitrise és sciences (m.sc), HEC MONTREAL, 2012, P6-7.

²-etude sur l'activite export des pme en europe France, fedex express.juillet 2015, p2.

³-favoriser une plus grande participation des pme a une économie mondialement intégrée, papier de discussion, Conférence ministérielle sur les pme 22-23 fevrier 2018, mexico city, OCDE, P5-6.

⁴-promouvoir la compétitivité des pme en afrique francophone, les normes ouvrent la voie au commerce, centre du commerce international, en collaboration avec CPCAF, 2018.

والصادرات

حيث اظهرت دراسة UPS ان الشركات الاوربية ص وم تقوم بالتصدير بشكل متزايد وان الشركات ص وم المصدرة تنمو بشكل اسرع ومع ذلك هناك حواجز تمنع الشركات ص وم من التصدير، وتمثل نصف القيمة المضافة في الاتحاد الاوربي وتمثل 67% من اجمالي الوظائف 99% من الاعمال غير المالية، كما تدعم نتائج دراسة تحليل الصادرات الاوربية UPS للشركات ص وم لعام 2016 سيناريو التعافي للمصدرين على وجه الخصوص، حيث مقارنة بالعام الماضي زادت نسبة الشركات ص وم المصدرة في جميع الاسواق وان نسبة المصدرين زادت، حيث على سبيل المثال في فرنسا تصدر 27% في 2016 من المؤسسات ص وم، مقارنة ب 10 % في 2015، و12% في عام 2014.

استلهمت دراسة تصدير UPS الاوربية للشركات ص وم لسنة 2016 من الرغبة في المساهمة في نجاح الشركات ص وم من خلال مساعدتها على اغتنام الفرص لزيادة صادراتها، تم مسح أكثر من 12000 مدير للمؤسسات ص وم الحجم في ثماني دول من الاتحاد الاوربي (بلجيكا، وفرنسا والمانيا وايطاليا وهولندا وبولندا واسبانيا وبريطانيا) كجزء من مسح شامل لتحديد اتجاهات وفرص التصدير وكذا الحواجز التي لاتزال تعيق نمو الصادرات الناجح، كما تم اضافة مؤشر جديد الجاهزية للتصدير لمساعدة الشركات على تحديد اولويات المجالات التي يمكنهم فيها تحسين ادائهم والاستفادة من النمو الناتج عن الصادرات، كما تهدف الدراسة الى مساعدة الشركات الصغيرة والمتوسطة في اكتشاف الفرص وتحديد التحديات التي قد تعيق تطوير اعمال التصدير الخاصة بهم وتحديد كيفية معالجتها من خلال الحلول والشركاء اللوجستيين الذين اثبتوا وجودهم.¹

¹-Etude 2016 sur les exportations des pme européennes, ups unis pour servir.

المبحث الثالث: مفاهيم عامة حول التجارة الخارجية والتصدير:

يشتمل الفكر الاقتصادي على العديد من الآراء والأفكار التي أولت نشاط التجارة الخارجية والتصدير أهمية خاصة واعتبرته من بين أهم مقومات وأسس النمو ومن محدداته الرئيسية، حيث يقومان بالدور الفعال في تحقيق النمو الاقتصادي ومن ثم التنمية الاقتصادية وذلك بما تضمنه من توزيع للموارد الانتاجية بين مختلف الدول والمساهمة في عملية التبادل التجاري بينها لتلبية الحاجيات من السلع والخدمات عن طريق عملية الاستيراد والتصدير.

المطلب الأول: أهمية التجارة الخارجية والتصدير:

في هذا الجزء سنتطرق الى أهمية التجارة الخارجية وأهم التعاريف الخاصة بعملية التصدير وكذا الى أهميته الاقتصادية وذلك باعتباره المحرك الرئيسي للتنمية، معرجا عن أهم اتجاهاته الحديثة، وبالتالي لا بد من اعطاء لمحة موجزة عن هذه الأفكار كما يلي:

في مجال العلاقات الاقتصادية الدولية تعرف مجموع الاجراءات التي تتخذها الدولة في نطاق علاقاتها التبادلية مع الدول الاخرى بقصد تحقيق اهداف معينة بالسياسة التجارية والهدف الرئيسي الذي يرمي اليه عادة هو تنمية الاقتصاد المحلي الى ابعد الحدود، بالإضافة الى اهداف اخرى فرعية كالاكتفاء الذاتي، تثبيت سعر الصرف، توازن ميزان المدفوعات.

تؤثر التجارة الخارجية بشكل مباشر في تركيبة الدخل الوطني وكذا في ارتفاع وتحسين مستواه الوطني، كما تخلق حركة هامة في قطاع التصدير والاستيراد والذي يمثل اساس التوسع في التجارة الخارجية وهذا الاخير هو المؤشر الفعال المعبر عن حدوث التنمية الاقتصادية التي تكمن هي ايضا في تنشيط وتوسيع الاقتصاد الوطني ونذكر فيما يلي تأثيرات التجارة الخارجية على الاقتصاد:

- النمو الاقتصادي: ترتبط التجارة الخارجية ارتباطا وثيقا لمخطط التنمية باعتبار الصادرات محرك للاقتصاد الوطني حسب التحليل الكينزي، كما ان الواردات تساهم في توفير متطلبات النمو الاقتصادي، ومقدرة الدولة على الاستيراد تعتمد على مقدرتها على التصدير.

-زيادة الدخل الفردي: وبالتالي فان التجارة الخارجية تؤدي الى ارتفاع في الانتاج والاستهلاك وبالتالي ارتفاع الدخل وارتفاع الدخل الفردي، وبالتالي فان عملية التصدير تؤدي الى حدوث مكاسب في صورة رأسمال نقدي اجنبي يلعب دورا هاما في زيادة الاستثمارات الجديدة الى تؤدي الى زيادة التكوين الراسمالي الذي يتطلب عملية التنمية الاقتصادية وبالتالي زيادة الدخل كنتيجة¹.

-استغلال الموارد: يمكن التجارة الخارجية باستغلال كفا للموارد المكتسبة بالتصدير وظيفة استراتيجية وبدونه لاتستطيع المشروعات تحقيق وفورات في الانتاج وعندما تكون بعض الموارد عاطلة على تصديرها مصنعة، كما تسمح باقتصاد النفقات الانتاجية

¹- قرير مسعود، التجارة الخارجية بين التقييد والتحرير، حالة الجزائر، ماجستير في العلوم الاقتصادية، الجزائر، 2000-2001، ص 51، 62.

والصادرات

وتوسيع حجم الاستهلاك وبالتالي الزيادة في معدلات النمو الاقتصادي وتوسيع حجم السوق الوطني حتى تضمن تعريف فائض الانتاج.

-توزيع الدخل: تعمل على اعادة توزيع الدخل والعمل الانتاجي داخل الدول من خلال عمليات التصدير والاستيراد والانتاج فتعمل على تغيير هيكل وتركيبية الدخل ونسبتها بين التاجر والمنتج والمستهلك وتفضل الدولة بينها عن طريق فائض المستهلك وفائض المنتج او بين المنتجين أنفسهم والمستهلكين¹.

1- مفهومه: ويمكن توضيح مفهوم التصدير من خلال التعاريف التالية:

-يعرفه عبد المهدي عادل² بانه "عملية تقوم على بيع وارسال سلع او خدمات وطنية الى الخارج"

-يعرف فؤاد مصطفى محمود³ التصدير على انه "بيع سلعة معينة من مراكز انتاجها الى مراكز تسويقها او بتعبير آخر من أحد الاسواق التي تمثل السلعة فائضا من انتاجها الى سوق آخر تمثل نفس السلعة جزء من احتياجاتها".

ويمكن تقديم تعريف للصادرات على المستويات التالية:

على مستوى المؤسسة: هي عملية تصريف الفائض الاقتصادي الذي حققته المؤسسة الى الاسواق الخارجية.

على المستوى الوطني: هي عملية تصريف الفائض الاقتصادي الذي حققته دولة الى الدول التي تعاني نقص في الانتاج، وهو عملية عبور السلع والخدمات من الحدود الوطنية.

وكتعريف عام: فان الصادرات تعني قدرة الدولة وشركائها على تحقيق تدفقات سلعية وخدمية ومعلوماتية ومالية وثقافية وسياحية وبشرية الى دول واسواق عالمية ودولية اخرى، بغرض تحقيق اهداف الصادرات من ارباح وقيمة مضافة وتوسع ونمو وانتشار وفرص عمل والتعرف على ثقافات اخرى وتكنولوجيا جديدة⁴.

ويعد التصدير من ابسط اشكال الدخول للاسواق الخارجية لتضمنه اقل نسبة مخاطر مقارنة مع البدائل الاخرى، وحسب مستوى نشاط الشركة فقد يكون التصدير نشاطا ايجابيا او سلبيا⁵.

¹-دليلة طالب، قياس تأثير الانفتاح التجاري على النمو الاقتصادي في الجزائر خلال الفترة 1980-2012، ملفات ابحاث في الاقتصاد، العدد 4، المغرب، 2015، ص137.

²-عادل عبد المهدي، الموسوعة الاقتصادية، دار ابن خلدون، بيروت، 1980، ص141.

³-مصطفى محمود فؤاد، التصدير والاستيراد علميا وعمليا، دار النهضة العربية، القاهرة، ط3، 1993، ص235.

⁴-فريد النجار، تسويق الصادرات العربية، البات تفعيل التسويق الدولي ومناطق التجارة الحرة العربية الكبرى، دار قباء للطباعة والنشر، القاهرة مصر، 2002، ص15

⁵-مليحة يزيد، اصول وفضول التسويق، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص328.

والصادرات

2-اهمية التصدير: يعتبر التصدير ذا اهمية كبرى في اقتصاديات مختلف الدول، وهو احد العوامل الاساسية للتنمية الاقتصادية، فلمدة طويلة من الزمن اعتبره اصحاب النظرية التجارية وسيلة فعالة لتحقيق معدلات النمو المرجوة، كما اعتبر طريقة ناجعة لجمع اكبر قدر ممكن من العملة الصعبة، فاهميته تتمثل في كونه مورد هام من موارد العملة الصعبة، وهناك من يرى ان التصدير مرتبط بحجم سوق الانتاج الذي كلما زاد اضطرت مختلف المؤسسات والشركات الى مضاعفة الانتاج قصد تغطية هذه الزيادة في السوق، ثم بعد ذلك يتم تصريف الفائض الى الخارج عن طريق التصدير¹.

والجدير بالذكر ان ارتفاع معدل النمو الاقتصادي الناتج عن زيادة الصادرات يصاحبه تغيرات في انماط الاستهلاك التكنولوجي، وغير ذلك من التغيرات التي تؤدي بدورها الى امكانية زيادة ونمو معدل الصادرات من جديد، وهذا مايبين العلاقة التبادلية والمتداخلة بين معدل نمو الصادرات ومعدل نمو الدخل الوطني، وهو ما يؤكد على نمو الصادرات التي كثيرا ماينعكس ضعفها بعدم توازن موازين المدفوعات لكثير من الدول النامية²، وبالتالي تتضح اهمية التصدير في قدرته على³:

-تحقيق معدلات نمو مطردة: ان هدف اي سياسة اقتصادية هو تحقيق معدلات نمو مرتفعة، فالاهتمام بالصادرات تنميتها سيكون لها مردود ايجابي على جذب الاستثمارات الاجنبية وعلى خلق فرص عمل جديدة واصلاح العجز التجاري وميزان المدفوعات⁴.

ان التصدير هو العامل الذي جعل دول جنوب شرق آسيا الالتحاق بركب الدول الصناعية من خلال تراكم الثروة وتمويل المشروعات وبناء المرافق والتجهيزات وغيرها من مظاهر النهضة التي تشهدها هاته الدول وذلك راجع الى تبني استراتيجية تشجيع الصادرات كخيار تنموي بديلا لسياسة احلال الواردات⁵، ومن اهم الاعتبارات التي تحققها الدول المصدرة هي⁶:

-التصدير هو المخرج مما تعاني منه الكثير من المؤسسات من فائض في طاقات الانتاج وفي المخزون نتيجة لمعوقات التسويق المحلي.

-ان تنوع الصادرات فضلا عن كونه هدفا بحد ذاته يزيد من تنوع مصادر الدخل الوطني ويدعم الميزان التجاري، ويجلب العملات الاجنبية ويزيد من فرص تشغيل العمالة الوطنية.

¹-نعيمي فوزي، التجارة الدولية، دروس في قانون الاعمال الدولي، الجزء الاول، ديوان المطبوعات الجامعية، 1999، ص67.

²-محمد عبد المنعم غفر، واحمد مصطفى فكري، الاقتصاد الدولي، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، 1999، ص98.

³-صديقة باقر عبد الله، الميزان التجاري وتنمية الصادرات غ نفطية، مركز التدريب والبحوث الاحصائية، العراق، ص4.

⁴-وزارة الاقتصاد والتجارة الخارجية المصرية، استراتيجية تنمية الصادرات المصرية، 2001، مصر، ص4-7.

-قدي عبد المجيد، وصاف سعدي، البات ضمان الائتمان وتنمية الصادرات-حالة الجزائر-، مجلة العلوم الانسانية، العدد الثاني، 2002، جامعة بسكرة، ص218.⁵

⁶-وصاف سعدي، نحو استراتيجية تسويقية فعالة في قطاع التصدير، الملتقى الوطني حول الاصلاحات الاقتصادية في الجزائر والممارسة التسويقية، افريل 2004، المركز الجامعي بشار، ص2.

والصادرات

-تزداد ضرورة التصدير في كون المشروعات الوطنية تعتمد على حد كبير على استيراد الخامات والمواد والمعدات من الخارج، وهذا الاستيراد ينبغي ان يقابله تصدير للمنتجات لتعويض آثار التمويل بالعملات القابلة للتحويل.

-مواجهة ظاهرة الشركات المتعددة الجنسيات ودورها في الاستحواذ على أكبر نصيب في حجم التجارة الدولية، وكذا التطورات التي شهدتها الاسواق المحلية والعالمية والمنافسة بين الدول المتقدمة وسعي الشركات المتزايد لفتح المزيد من الاسواق الخارجية لتستطيع الصمود في وجه المنافسة القوية.

-تطوير المنتجات وزيادة الانتاج والوصول الى اقتصاديات الحجم مما يحقق وفورات كبيرة بالاضافة الى توفير العملات الاجنبية واكتشاف اساليب التسويق الحديثة والاستفادة من الاستثمار الاجنبي المباشر عبر مختلف المستويات.¹

3-اتجاهات سياسة التصدير: ان المواقف والاراء المتعددة في إطار تطبيق سياسة التصدير تتضمن اتجاهين اساسيين:

أ-الاتجاه الحر: وتأسس على يد المدرسة الكلاسيكية وعلى رأسها آدم سميث وانصاره بحيث تعتبر ان الفرد هو المنظم للحياة الاقتصادية وهو الركيزة الاساسية في تسيير النشاط التجاري، وذلك تحت شعارهم المعروف "دعه يعمل دعم بمر" اي من دون ان تتدخل الدولة في النشاط الاقتصادي وبمفهوم آخر فانه حسب هذا الاتجاه يجب رفع كل القيود التي من شأنها ان تعرقل سير المبادلات التجارية.

ب-الاتجاه الحمائي: وهو المتميز بسيطرة الدولة على النظام الاقتصادي ومن ثم فان النشاط التجاري في هذه السياسة يخضع لسيطرة الدولة وتبعاً للخطة التي ترسمها هذه الاخيرة في التصدير والاستيراد والملاحظ من خلال هذا الاتجاه ان الدولة تقوم بفرض بعض القيود (كالتعريف الجمركية والقيود الكمية على الواردات او مايسمى بنظام الحصص من اهم هذه القيود) على الاستيراد من اجل حماية المنتج الوطني وتحقيق الاستقرار الاقتصادي.²

4-مزايا وعيوب التصدير: هناك العديد منها في إطار القيام بالتصدير اهمها³:

المزايا: ان اعتماد المؤسسة على التصدير للدخول الى الاسواق الاجنبية يساعد المؤسسة على تحقيق مجموعة من المزايا هي⁴:

— يتجنب التصدير تكاليف انشاء عمليات التصنيع في دولة مضيضة وبالتالي تقليل مخاطر التعامل.

¹ -عمر محمود ابو عيدة، الدخول الى الاسواق الخارجية، العقبات والموانع، دراسة ميدانية من وجهة نظر المصدرين، جامعة القدس، ورقة بحثية للمؤتمر الاقتصادي لجامعة القدس، يومي 16 و17-10-2012، فلسطين، ص18.

² -نعيمي فوزي، مرجع سابق، ص34.

³ -من كتاب التسويق الدولي، الملتقى العربي الخامس، المنظمة العربية للتنمية الادارية، تونس، 2007، ص149-151.

⁴ -سفيان بن عبد العزيز، دعم وتطوير القطاع الخاص كآلية لترقية التجارة الخارجية الجزائرية خارج المحروقات، مجلة بحوث عربية، العددان 61.62، 2013، ص171.

والصادرات

- يعمل على زيادة الرفاهية الاقتصادية من خلال اشباع حاجات الافراد من السلع والخدمات والحصول عليها بتكاليف اقل.
- يمكن التصدير كل دولة من ان تستغل مواردها الانتاجية باكثر قدر ممكن من الكفاءة بمعنى حصولها من تلك الموارد على أكبر ناتج كلي ممكن.
- يتسق التصدير مع الاستراتيجية العالمية او الكونية، فمن خلال تصنيع المنتج في مكان واحد ثم تصديره بعد ذلك للاسواق الدولية فانه يمكن للمؤسسة ان تدرك اقتصاديات الحجم الاساسية من خلال حجم مبيعاتها للاسواق العالمية (مؤسسة سوني هيمنت على السوق العالمي لاجهزة التلفزيون).
- لاستفادة من اليد العاملة الرخيصة خصوصا في الدول النامية ولعل ماقامت به شركة essilor الامريكية لصناعة الزجاج العضوي لأكبر دليل على ذلك والا فيما ذا يفسر قيامها بانشاء مصنع جديد في المكسيك بالرغم من حاجتها ورغبتها في توسيع نشاطها الاصلي المتواجد بولاية فلوريدا¹.

العيوب: من بين عيوب الاعتماد على التصدير عند اقتحام الاسواق الاجنبية مايلي:

- قد لا يكون التصدير من الدولة الام ملائما إذا كان هناك مواقع تكلفة اقل لتصنيع المنتج في الخارج وعليه فالمؤسسات ذات الاستراتيجية العالمية تقوم بالتصنيع في موقع حيث يكون مزيج تكاليف عوامل الانتاج والمهارات أكثر تفضيلا ثم يتم التصدير.
- في حالة ارتفاع تكاليف النقل: تصبح استراتيجية التصدير غير اقتصادية وخاصة بالنسبة للمنتجات كبيرة الحجم، واحد الطرق المطبقة للتغلب على هذه المشكلة هي تصنيع المنتجات الكبيرة الحجم على اساس منطقة معينة من العالم، فتحقق بذلك المؤسسة بعض الاقتصاديات من الانتاج كبير الحجم.
- من اهم العيوب كذلك: حواجز التعريفية الجمركية والتي يمكن ان تجعل استراتيجية التصدير غير اقتصادية (بسبب التكتلات واجراءات المنظمة العالمية للتجارة)، واحد أشهر الامثلة هو قيام و.م.ا بفرض تعريفات جمركية على السيارات اليابانية المستوردة اليها من دفع العديد من المؤسسات اليابانية الى انشاء مصانع لتصنيع السيارات داخل و.م.ا.
- تفويض المؤسسة وكلاء للقيام بانشطة التسويق في الخارج مع عدم ضمان قيامه بهذه المهام لصالح المؤسسة، وتكون لديهم ولاءات متعددة (التعامل مع المنافسين) فتقل اهتماماته بمنتجات المؤسسة.

¹- شري محمد الامين، اهمية ودور تمويل وتامين قروض التصدير في ترقية الصادرات غير النفطية، دراسة حالة صندوق FSPE خلال الفترة من 1998-2009، اطروحة دكتوراه، جامعة بسكرة، 2010-2011، ص49.

والصادرات

اهم ملامح النجاح في ترقية الصادرات: وتمثل في¹:

- مدى التطور الفعلي للهيكل السلعي وهيكل الخدمات المصدرة بحيث يحقق هذا التطور قدر أكبر من التنوع، ومن الضروري عند القيام بتنوع المنتجات والخدمات المصدرة مراعاة عوامل الطلب والعرض العالميين من جهة وعوامل التكلفة والامكانيات المتاحة من جهة اخرى.
- مدى التنوع الفعلي في نطاق الاسواق الخارجية، وبالتالي مدى تقليل الاعتماد على عدد محدود من الاسواق الرئيسية التقليدية، مع ما يصاحب هذا الاعتماد من ضغوط اقتصادية وسياسية.
- مدى القدرة على تحقيق زيادة مطردة في حصيلة الصادرات من سلع وخدمات تقليدية وجديدة دون ان يترتب على ذلك زيادة في التكلفة وخاصة بالنسبة لعوامل ومستلزمات الانتاج النادرة نسبيا.
- مدى استقرار وانتظام التصدير الى مختلف الاسواق الخارجية لا يدعم الموقف التنافسي في تلك الاسواق يساعد على زيادة حصتها منها.

بالنظر لما تقدم فان البلدان بشكل عام مجبر على التصدير ومن الضروري ان يعمل على تنمية هذا النشاط وتقويمه وكذا تشجيع المؤسسات المحلية عموما والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة خصوصاً على التصدير خاصة في الظرف الراهن الذي يتميز بتداول كثيف للنشاطات الانتاجية، وكذا تفاقم حدة المنافسة الدولية التي خلقتها الشركات المتعددة الجنسيات.

المطلب الثاني: التصدير دوافعه ومؤثراته، التحديات والمعوقات:

نتناول فيه كل الجوانب المتعلقة بالتصدير على غرار اسبابه ودوافع قيام المؤسسات ص وم بنشاط التصدير ثم الى اهم التحديات والمعوقات والصعوبات التي تعيق سيرورة عملية التصدير دولياً.

اولاً: دوافع ومبررات اللجوء الى ترقية الصادرات:

ان انخفاض العجز في الميزان التجاري لمجموعة من الدول النامية في العديد من الفترات بسبب الاضطرابات النقدية وارتفاع الشدائد لاسعار النفط احياناً وانحياز نظام اسعار الصرف الثابتة واتجاه الاسعار العالمية لواردات الدول النامية الى الارتفاع، وبالتالي اتجاه معدلات النمو الى الانخفاض وزيادة حالة الركود التضخمي وارتفاع الاسعار مع تزايد حدة البطالة في نفس الوقت، ونتيجة تراكم هذه المشاكل وتدهور مستوى المعيشة في عدد كبير من الدول النامية مما قد يعصف بالنظم السياسية للدول، وبالتالي تصبح مبررات تنمية الصادرات كبيرة من اجل استعادة التوازن، ومن اهمها مايلي²:

¹-فؤاد مصطفى محمود، التصدير والاستيراد علمياً وعملياً، ط3، دار النهضة العربية، القاهرة، 1993، ص219.

²-وصاف سعيدي، مرجع سابق، ص8-9.

والصادرات

- **معدل التبادل:** شهدت معدلات التبادل الدولية تدهورا في غير صالح الدول النامية، ويرجع ذلك بصفة اساسية الى اتجاه اسعار السلع الصناعية التي تصدرها الدول المتقدمة الصناعية الى الدول النامية الى الارتفاع الشديد، مقابل اتجاه اسعار السلع الدولية، باستثناء البترول الى الانخفاض، ويرجع السبب وراء الانخفاض النسبي في اسعار المواد الاولية الى تراخي الطلب العالمي على هذا النوع من المنتجات نتيجة التقدم العلمي والتكنولوجي الذي حققته هذه الدول الصناعية المتقدمة، بمساعدتها على تخفيض نسبة المواد الأولية (المستوردة) المستخدمة لانتاج الوحدة من السلع الصناعية.

- **الدين الخارجي:** لقد تزايدت اعباء الديون الخارجية في الفترة الاخيرة، فالديون الخارجية هي نتيجة لتزايد العجز في موازين المدفوعات، فتزايد عجز الحساب الجاري تترتب عليه ضرورة لجوء الدولة الى الاقتراض الخارجي لتمويل هذا العجز، وتحقيق فائض ميزان المدفوعات الراسمالية يترتب عليه زيادة ارقام المديونية الخارجية، وبالتبعية تزداد ارقام المديونية الخارجية مما تترتب عليها التزامات وابعاء واجبة السداد بعد فترة زمنية.

- **شدة المنافسة:** حيث في السوق المحل يفقد تواجه المؤسسة منافسة قوية في سوقها الوطني، وبالتالي هروبا منها تلجأ المؤسسة للبحث عن اسواق اجنبية قد تقل فيها شدة المنافسة، حيث مثلا تواجه الشركات الامريكية في العديد من الصناعات منافسة حادة وشديدة في عقر دارها من قبل الشركات اليابانية، مثل شركة زيروكس تواجه منافسة من قبل 14 شركة يابانية من بينها كانون وريكو التي استطاعت ان تقدم ماكينات منخفضة السعر وعالية الجودة لغزو الاسواق الامريكية.

- **ظهور اسواق جديدة:** ان تغير النظم الاقتصادية وتحرير الاقتصاديات وخاصة في دول شرق اوربا والاتجاه نحو الخصخصة ادى الى خلق فرص جديدة لنمو وتوسع الشركات الدولية، كما شهدت الدول النامية كوريا، سنغافورة، ماليزيا... تقدما ملحوظا في مجال الصناعة مما ادى الى ارتفاع الدخل وبالتالي اعطى فرص جديدة بالنسبة للشركات العالمية، فضلا على الحركية التي تسببها التكتلات الاقتصادية والتسهيلات التي تمنحها لاعضاء التكتل مما ادى الى زيادة الحركية والتنقل لتحقيق المزيد من المبيعات وتنمية حصتها السوقية.

- **الاتجاه نحو العالمية:** لقد ادى التقدم الهائل في وسائل الاتصال والاعلام الى انھيار الحواجز بين الدول، وتقاربت الاحتياجات لتكون سوق عالمي، وبالتالي على الشركات الاخذ بعين الاعتبار عند قيامها بالتخطيط من اجل تأكيد قدرتها على المنافسة باتباع منتوجات علمية موحدة وتسويقها بنفس الطريقة في كل مكان (عمولة الاسواق)، اي اقتناء نفس المنتجات وبنفس الخصائص من طرف المستهلك.¹

¹ -د- غول فرحات، التسويق الدولي، مفاهيم واسس النجاح في الاسواق العالمية، دار الخلدونية للنشر والطباعة، الجزائر، ط1، 2008، ص6-10

والصادرات

مما سبق لنا ان السبيل الى مواجهة العجز المتراكم في موازين مدفوعات هذه الدول هو الاهتمام بالتصدير واستراتيجيات التسويق الدولي له، ولا شك ان العالم اليوم يموج بتغيرات سريعة تعكس تباين مستويات الانتاج والاداء الصناعي للدول المختلفة الامر الذي يضيف المزيد من المسؤولية على عملية تطوير التصدير ومفاهيم واساليب التسويق الخارجي للدول النامية.

ايضا يمكن ذكر اهم الدوافع واسباب وراء تنشيط قاعدة التصدير ويتعلق الامر ب¹:

- تحقيق تنوع جغرافي للصادرات لتجنب المخاطر.
- سياسات العلاقات المتبادلة (فتح فرص تصدير في اسواق الاستيراد).
- بحث الشركات على منافذ جديدة لتصريف منتجاتها نتيجة انخفاض الطلب على منتجاتها في السوق المحلية.²
- مبدا المزايا النسبية التي تتطلب تبادل السلع وتوزيع الفائض.³

وهناك دوافع اخرى تؤدي الى اقتحام المؤسسة للاسواق الاجنبية نذكر منها⁴:

- الفرص التصديرية: الممكن خلقها إذا ما كانت تتميز المؤسسة بمكانة تنافسية مقبولة في الاسواق الخارجية، اما الشيء الذي يعكس وجود فرص تصديرية هو تلقي المؤسسة لطلبات من زبائن في السوق الاجنبي.
- نمو الطلب في السوق الاجنبي وكذا ضعف الضغط التنافسي فيه، تعتبر هي الاخرى عوامل يمكن ان تشد انتباه المؤسسة لاقتحام هذه السوق وبالتالي تكون لنفسها موضع تنافسي ملائم وهي النتيجة التي توصل اليها الباحث Zimmunman سنة 1987 في دراسته قام بها على عينة من المؤسسات الالمانية بالاضافة الى هذا هناك دوافع اخرى نابعة من داخل المؤسسة هي⁵:
- ان المؤسسة التي تنجح في السوق المحلي يكون لها امكانيات كبيرة للتاقل من متطلبات التصدير، اذ ان توسعها في الاسواق الاجنبية يجعلها تحسن أكثر فأكثر من مردوديتها وبالتالي تعظيم ارباحها.
- يمنح التصدير للمؤسسة امكانية التقليل من تقلبات السوق اذ انه ويتوسيع نشاطاتها في الخارج، تصبح المؤسسة اقل تأثرا بالمتغيرات الظرفية، والتخفيف من أثر انخفاض وتراجع حجم الطلب المحلي وكذا استغلال التقلبات الموسمية، وبالتالي توفير الموارد الاقتصادية اللازمة للانتاج من اجل التصدير ودخول اسواق جديدة.⁶

¹-أ.د-فريد النجار، التصدير المعاصر والتحالفات الاستراتيجية، الدار الجامعية للنشر، الاسكندرية 2008، ص119.

²-بديع جمال قدو، التسويق الدولي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والنشر، ط1، 2009، مصر، ص52.

³-وصاف سعدي، نحو استراتيجية تسويقية فعالة في قطاع التصدير، مرجع سابق، ص3.

⁴-Philippe Moati, Heterogeneite des entreprises et echange international, paris, economica, p182.

⁵-Sabine Urban Reussir a l'exportation, paris, dunod, 1979, p29.

⁶-عمر محمود ابو عيدة، مرجع سابق، ص17.

والصادرات

- استغلال القدرة الانتاجية الفائضة: وذلك لتحقيق الاستخدام الامثل للموارد بسبب تخفيض تكاليف الانتاج مما يرفع مستوى المؤسسة التنافسي، ليس فقط في السوق المحلية والاسواق الاجنبية من خلال تقديم منتجات اقل تكلفة.
- تدعيم القدرة الاستيرادية وتصحيح اختلال ميزان المدفوعات: قصد إنعاش معدلات النمو الاقتصادي تقوم الدول باستيراد كمية معتبرة من المنتجات الصناعية والزراعية ومن المواد الاولية، .

اما بالنسبة لميل **MILL J.S** و**ريكاردو D.Ricardo** فمن الممكن حدوث اختلال في الميزان التجاري خلال مدة معينة لكنه يستعيد توازنه تلقائيا في فترة اخرى ولايجب ان تتدخل الدولة لاعادة توازنه الا ان محتوى هذه الفكرة لايمكن تطبيقه على ارض الواقع الا بوجود حرية تامة في التبادل ولمدة طويلة حتى تاتي بثمارها¹، واما فيما يخص اسباب التصدير فتتمثل في:

1-العوامل التجارية:

- تشبع السوق المحلية: يحدث في كثير من الاحيان ان يتم تشبع السوق لمنتوج ما او لخدمة ما نتيجة كثرة المنتجين والمستوردين مما يدفع بالمؤسسة بالتفكير الى خلق سوق في الاسواق الاجنبية، وبالتالي تعويض الحصص المفقودة في السوق المحلية.
- ركود السوق المحلية: احيانا تشهد السوق المحلية ركودا مما يجعل الطلب يتدهور ولكن العكس يحدث في الاسواق الاجنبية مما يدفع بالمؤسسة الى البحث في امكانية الاستفادة من تلك الاسواق عوض الانتظار اعادة انتعاش السوق المحلية.
- موسمية السوق المحلية: بعض المنتجات والخدمات يكون الطلب عليها موسميا مما يجبر المؤسسة على البحث عن اسواق دولية لتعديل التذبذبات الموسمية.
- تخصص المؤسسة: تختص المؤسسة معناه اختيار قسم معين من السوق وهذا ما يجعلها معرضة للمنافسة ومع محدودية السوق المحلي مما يدفع بها للتفكير في التدويل والبقاء في ميدان تخصصها.
- تحسين عملية البيع وتنويع الزبائن (رفع رقم الاعمال).
- تنويع المنتجات والاسواق².

2-العوامل المالية: تتمثل في تخفيض تكاليف الانتاج والبحث عن غلة الحجم بالاضافة الى اهلاك استثمارات البحث

والتطوير وتشمل:

¹-Francois David, le mythe de l'exportation, paris, calman levy, 1971, p69.

²-Bruno Bernard, L'export facile pour les pme et pmi du Meghreb, Edition ITCIS, 2009, P17-18.

والصادرات

-البحث عن غلة الحجم: سعر التكلفة للوحدة لاي مؤسسة ينخفض من خلال زيادة الانتاج وهذا مايجعل المؤسسة تفكر في السوق الدولية لان فرصة زيادة الانتاج يؤدي الى انخفاض التكاليف وبالتالي يسمح للمؤسسة باعطاء اسعار تنافسية تمكنها من غزو الاسواق الدولية.

-استرجاع الاستثمارات: احيانا البقاء في السوق المحلية يكون غير كاف لكي تكون استثمارات المؤسسة ذات مردودية .

-تخفيض تكاليف الانتاج: بالانتقال الى السوق الدولية يكون الهدف من تدويل المؤسسة تخفيض تكاليف الانتاج من خلال الاستفادة من المزايا التي تمنح للمستثمرين في البلدان المستقبلية للاستثمارات، بالاضافة الى اليد العاملة المنخفضة التكلفة.

-تخفيض الخطر من خلال التدويل: تدويل النشاطات التسويقية يسمح بتخفيض الاخطار الرئيسية من خلال تواجد عرض المؤسسة بأكثر من بلد مما يسمح بتوزيع الخطر السياسي والقانوني والمالي وذلك عن طريق تواجد جغرافي مدروس في عدة بلدان مختلفة.

-الاثر المالي للتصدير يعتبر عامل وقاية لاستقرار المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

-يساهم التصدير في حركية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ورفع نسبة التوظيف وزيادة مهارة الموظفين¹.

ثانيا-مؤشرات التصدير: عديدة نذكر اهمها²:

- نسبة الصادرات على الناتج المحلي الاجمالي للدولة: يبين هذا المؤشر مدى اعتماد الدولة على الخارج في حالة تخصيص جزء كبير من انتاجها للتصدير وبالتالي فيجب احتياطي مدى ارتفاع نسبة الصادرات الى الناتج.
- نسبة تغطية الصادرات للواردات: يعني هذا المؤشر مدى تناسب او تماثل الصادرات والواردات، اي قدرة الصادرات على تغطية الواردات لكي لا تظطر الدولة الى الاستدانة من الخارج، لذا فان المؤشر يتوقف على مدى فعالية القابلة للتصدير، ومدى فعالية استخدام عائدات التصدير من طرف الدولة.
- درجة التركز السلعي للصادرات: ويقصد به اعتماد الدولة على سلعة معينة او مجموعة من السلع في جملة صادراتها، واعتماد الدولة على سلعة واحدة يزداد ضعفها باعتمادها على الخارج خصوصا بتصدير المواد الاولية، بينما الاعتماد على المنتجات الصناعية ان وجدت أحسن.

¹-Bruno Bernar, .OP.CIT, P18.

²-سمير عز الدين، دور القطاع الفلاحي في ترقية الصادرات خ م في الجزائر، اطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 3، 2017-2018، ص56-57.

والصادرات

- النسبة المخصصة للتصدير من الانتاج المحلي للسلع او المجموعة السلعية: ونعني بها المؤشر نسبة ما يخصص من الانتاج المحلي للاستخدام المحلي سواء لاغراض الاستهلاك او التصنيع، وهذا مؤشر مهم لمدى تكامل الاقتصاد الكلي، فالاصل الا تعزل الصادرات عن الطلب الداخلي بينما تكون امتدادا له.
- مؤشر التركيز الجغرافي للصادرات: والغرض من هذا المؤشر هو مدى اعتماد البلد على عدد قليل من البلدان او تكتل عالمي او دولي او جهوي في تصريف صادراتها لمعرفة اهم الدول المصدرة اليها نسبيا.
- مؤشر قياس الاداء التصدير للمؤسسات ص وم: والذي يعتبر المتغير التابع في المعادلة والذي تم قياسه من خلال مؤشرات كمية حسب دراسات سابقة اهمها: نسبة مبيعات الصادرات الى اجمالي المبيعات الاجمالية للمؤسسة، ونسبة الاريح المحصلة من الصادرات الى اجمالي ارباح المؤسسة ويتم الاستعانة في ذلك على المؤشرات المالية والغير المالية.¹

ثالثا: تحديات ومعوقات التصدير: هناك العديد من التحديات والمعوقات التي تعيق نشاط التصدير دوليا لكونه يتميز بكثرة المتدخلين في العملية مما يجعل النشاط صعب ومتشعب الجوانب.

1-التحديات: تعتبر عملية التصدير منظومة مركبة ذات تشعبات وفروع وتخضع لتغيرات دائمة بسبب التفاعلات والتكاملات بين الهيئات الدولية، لذلك تظهر باستمرار مجموعات كبيرة من التحديات في كل المجالات تعيق عملية التصدير نذكر اهمها فيما يلي²:

-تحديات التكنولوجيا: لازالت الفجوة التكنولوجية في التصدير واسعة جدا بين الدول الصناعية والدول النامية مما يقلل من القدرة التنافسية لصادرات الدول النامية.

-تحديات المعلوماتية: يؤثر نقص المعلومات التصديرية الى التخمين والارتجال في القرارات التصديرية، لذلك يجب الاهتمام بالمعلومات التصديرية الدقيقة والدورية وذلك لدعم القرارات والخطوط التصديرية.

-التحديات التسويقية: قد يفشل التصدير بسبب عدم اختيار السلعة المناسبة للسوق التصديري المناسب او الخطا في اسلوب الترويج او التسعير والتوزيع، لذلك من الضروري علاج ذلك المشكلات وعدم الاكتفاء بتصدير الفوائض التصديرية للاسواق الدولية.

¹-بومعزة حليلة، تقييم الاداء التصديري للمؤسسات الاقتصادية في ظل الانفتاح التجاري-دراسة بعض المؤسسات الاقتصادية الجزائرية المصدرة خ قطاع المحروقات، اطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة سطيف، 2017-2018، ص241.

²-وصاف سعدي، التجارة الالكترونية كاداة لتنشيط الصادرات، الملتقى الوطني الاول حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وتحديات المناخ الاقتصادي الجديد، 22 و 23 افريل 2003، ص88-89.

والصادرات

-التحديات الادارية: تلعب تكنولوجيات الادارة دورا خطيرا في تأكيد النجاح التصديري ومن اهم التحديات التي تواجه التصدير نقص المهارات الادارية اللازمة لتحقيق اهداف التصدير.

-تحديات التنافسية: هناك صعوبات في دخول اسواق التصدير بسبب المنافسة الشرسة ويجب التغلب عليها لان البقاء والنمو والتوسع والانتشار التصديري رسالة استراتيجية للدول والشركات والافراد في القرن 21 لذلك يجب ان تتضافر الجهود في سبيل نجاح المنظومة التصديرية.

وهناك تحديات اخرى اهمها¹:

- العولمة والاحتكار: يسيطر ش.م.ج على 90% من الاستثمار الاجنبي و50% من التجارة العالمية والعولمة قد خلقت العديد من المشاكل الاجتماعية والثقافية والسياسية المعاصرة في العالم.
- المنازعات التجارية: ترتب عن العولمة العديد من المنازعات تتولى المنظمة العالمية للتجارة حلها غير ان المنازعات الفنية (الهرمونات في اللحوم، الموز، القضايا البيئية، الدواء، الحقوق الملكية الفكرية، الاغراق) لم تحسم بعد.
- قرارات الاقتصاد الكلي: حيث يجب مراجعة قرارات التصدير في ظل كل تغير في اتجاهات الاقتصاد الكلي (الميزان التجاري، الفائض والعجز في الموازنة، الضرائب ن الجمارك، الجودة، التكاليف).
- معايير قرار التوسع الدولي في التصدير: حيث يجب على المصدرين تحديد معايير الموافقة على قرار التوسع او الانكماش وفق اهداف التصدير.
- الاتجاهات نحو التدويل: ومع توجه نحو التدويل والعالمية فمن الضروري ان تحدد الشركات المصدرة اساليب التعامل مع التحولات العالمية الجديدة (الاندماج، التنوع، الاتصال، اللامركزية، اوجه التفاعل الدولي، التجارة الالكترونية).
- تحديد السوق التصديري: من الهمية استخدام البيانات التصديرية لخفض المخاطر وعدم التأكد والتعرف بمستقبل اتجاهات الصادرات.
- اتساع نطاق الاتفاقيات الاقليمية والاندماج الاقتصادي الجهوي لفتح الاسواق وتوسيع مجالها امام صادرات الدول الاعضاء في التكتلات العالمية.
- السياسات التحريرية التي تسير عليها معظم اقتصاديات العالم اليوم، وقد شهد العالم خلال السنوات الماضية تحول ملحوظا في الغالبية العظمى من الدول النامية التي تتبع سياسات الاحلال محل الواردات، والتحول الداخلية لتحقيق التنمية الاقتصادية الى سياسات التصدير باعتبارها نموذجنا ناجحا في دفع عجلة التنمية².

¹- ا.د فريد النجار، التصدير المعاصر والتحالفات الاستراتيجية، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2008، ص65-72.

²-وصاف سعيدي، مرجع سابق، ص3.

والصادرات

2-معوقات التصدير: يمكن تقسيم معوقات التصدير من حيث المصدر او الجهة التي تصدر عنها تلك المعوقات الى ثلاثة انواع هي¹:

أ-المعوقات الرسمية: يقصد بها المشاكل التي تعترض نشاط تصدير المنتجات المحلية بسبب الاجراءات والقوانين الرسمية داخل البلد المصدر من قبل الجهات المحلية ذات العلاقة برسم اهداف وسياسات التصدير وتشمل:

- ضيق القاعدة الصناعية: بسبب حداثة التنمية الصناعية في العديد من الدول واقتصادها الى القواعد التكنولوجية المتطورة والضرورية لاستمرارها ونجاحها.
- قصور المساعدات المحلية في التغلب على معوقات التصدير.
- ضعف الحواجز الضريبية في دعم المؤسسات المصدرة.
- عدم مساندة القوانين المحلية في توجيه التصدير.
- ارتفاع اسعار العملات المحلية مقابل العملات الاجنبية في اسواق التصدير
- غياب مؤسسات مختصة في تدعيم الصادرات.

ب-المعوقات الداخلية: يقصد بها العقبات التي تعترض التصدير في الداخل وتكون غالبا بسبب الاجراءات المحلية داخل إطار المؤسسة، ويمكن للمؤسسة التغلب عليها ومن أبرزها:

- تركيز الجهود الادارية على الاسواق المحلية على حساب الاسواق الاجنبية.
- محدودية الموارد المالية التي تساعد على التوسيع بالاسواق الاجنبية.
- عدم كفاية حجم المنتج المحلي للتوسع في التصدير.
- نقص المعلومات عن الاسواق الخارجية.

ج-المعوقات الخارجية: يقصد بها تلك العقبات والمشاكل التي تعترض المنتجات المحلية في الاسواق الخارجية، والتي تكون في الغالب بسبب الاجراءات داخل الاسواق الاجنبية يصعب على المؤسسات المصدرة السيطرة عليها ومن اهمها:

- المنافسة بين الشركات داخل الاسواق الاجنبية.
- محدودية منافذ التوزيع في الاسواق الاجنبية.
- ارتفاع التعريفات الجمركية لبعض السلع الداخلية الى الاسواق الاجنبية.
- سياسة الاغراق التي تمارسها المؤسسات في الاسواق الاجنبية.
- قواعد المنشأ.

¹-توفيق محمد عبد المحسن، التسويق وتدعيم القدرة التنافسية للتصدير، دار النهضة العربية، القاهرة، 1997، ص379-381.

والصادرات

- القضايا المتعلقة بالمواد والضوابط الدولية في ظل اتفاقيات ISO، الملكية الفكرية، OMC.
- صعوبة نقل الافراد ورؤس الاموال في الدول النامية وعدم شمولها على اتفاقيات مناطق التجارة الحرة¹.

مشاكل اخرى: نذكر منها:

تعاني الاقتصاديات العربية بشكل عام من غلبة الواردات على الصادرات ومن عجز نسبي في الميزان التجاري، ومن تواضع حجم التجارة البينية العربية، حيث تمثل 08% من التجارة العالمية ونوجز ذلك كما يلي:

1-تزايد الواردات: بفعل عوامل متعددة اهمها:

- زيادة في الدخل ادى الى زيادة في الميل الاستهلاكي الكثيف لمنتجات مستوردة.
- تنافس النشاط الاعلاني والاشهاري مما ادى الى الميل الاستهلاكي وزيادة الطلب على المنتجات المستوردة.
- التوجه الحكومي العربي نحو تحرير التجارة ورفع القيود على الواردات وتعزيز دور القطاع الخاص.
- تواضع مستوى جودة بعض المنتجات مما يؤدي لانخفاض نسبي في الطلب عليها.
- ادت نتائج الازمة الاقتصادية التي واجهتها دول جنوب شرق آسيا وما تبعها من خفض مؤثر لقيم العملات مما ادى الى انخفاض اسعار منتجاتها المصدرة ولها ميزة تنافسية.

2-تناقص الصادرات: يمكن تحديد اهم الاسباب الشائعة لتواضع صادراتها الى:

- تواضع الكفاءات التسويقية والتوجه التسويقي في عدد قليل من منظمات الاعمال والخصار مفهوم التسويق ووظائفه في البيع، وتواضع التوجه للتسويق الخارجي.
- تواضع الوعي والتوجه التسويقي لدى قطاع عريض من المنتجين والمسوقين، وينعكس ذلك في قصور قواعد المعلومات عن الاسواق المحلية والخارجية (خصائص العملاء، الجودة، السعر، التغليف، منافذ التوزيع....)، او انخفاض على المنتجات واوضاع واتجاهات المنافسين ومزاجهم التسويقية والتشريعات والضوابط الحكومية المنظمة للسوق.
- تفرض الدول الصناعية المتقدمة بشكل خاص مواصفات ومعايير محددة لحماية المستهلكين النهائيين والصناعيين في اسواقها بينما تتواضع مقاييس الجودة ومراقبتها وتواضع كفاءة التغليف والتبئين لبعض المنتجات العربية رغم اهميتها في حزمة التوجهات التسويقية².

¹-احمد عارف العسان، ومحمود حسين الوادي، اقتصاديات الوطن العربي، دار المسيرة، ط1، 2010، عمان، ص237.

²-احمد سيد مصطفى، استراتيجية تصديرية عربية، كيف، ملتقى التسويق في الوطن العربي، الشارقة، أكتوبر، 2002، ص146-148.

والصادرات

اضافة الى ذلك حسب دراسة قام بها الدكتور عزام سنة 1993 على 100 مصدر في المملكة العربية السعودية تبين ان اهم عائق في نظر هؤلاء المصدرين هو عدم وجود برامج لتأمين الصادرات، وكذا الى عدم وجود تمويل لهذه الصادرات.

- في دراسة اخرى تبين كذلك ان من اهم العوائق التي يواجهها المصدرون هو وجود الحصص الحمائية والرسوم الجمركية في الدول المستوردة، او ما نستطيع تسميتها بالقيود التي تصنعها حكومات الدول الاجنبية¹.

- انخفاض رصيد الدول النامية من الكفاءات العلمية والفنية وانخفاض الطاقة الانتاجية للقوى العاملة، ويضاف الى هذا ايضا اتساع الفجوة التكنولوجية بين الدول النامية والدول المتقدمة، ومشكلة نقل التكنولوجيا.

- مما لا شك فيه ان هناك العديد من معوقات التصدير في جانب الطلب، ومن ذلك قيام العديد من الدول الصناعية المتقدمة بفرض قيود جديدة حلت محل القيود التعريفية وغير التعريفية التقليدية، الغرض منها هو الحد من نفاذ الواردات الى اسواقها وخصوصا من الدول النامية ومن بين هذه القيود² نجد:

-رسوم مكافحة الاغراق، قواعد المنشأ، المواصفات البيئية والصحية.

المبحث الرابع: استراتيجيات التنمية المتعلقة بترقية الصادرات:

ان تحقيق تفاعل بين التجارة الخارجية وحركية التنمية في اي بلد يتطلب بالاساس اختيار الاستراتيجية الأكثر كفاءة بين التوجه نحو الصادرات او احلال الواردات او الجمع بينهما بما يتفق مع اهداف السياسة العامة، وقبل الحديث عن الاستراتيجيات التصديرية نتطرق اولا الى مفهوم ترقية الصادرات ، وكيفية صياغة الاستراتيجية الناجحة في الاسواق الاجنبية وذلك كما يلي:

*** مفهوم ترقية الصادرات:** يعرف كروجر ترقية الصادرات بأنها " مجموعة من الاجراءات والوسائل المختلفة التي يتم اتباعها لتحفيز جميع السلع المصدرة دون اقتصار عن سلعة واحدة"، ويعرف محمود حامد عبد الرزاق ترقية الصادرات "بأنها تنفيذ مجموعة من الاجراءات والوسائل المختلفة على مستوى الدولة بهدف التأثير على كمية وقيمة صادراتها بما يؤدي الى زيادة القدرة التنافسية للمنتجات المحلية في الاسواق الدولية"، ويروي بلاسا ان ترقية الصادرات هي "تلك الاستراتيجية التي تهدف الى زيادة الصادرات من

¹-شربي محمد الامين، مرجع سابق، ص36-37.

²-ان الاجراءات الحمائية التعريفية لها آثار مباشرة على المنتجات المصدرة، حيث انها تعمل على الحد من نفاذها الى الاسواق الاجنبية، كما انه ترتب على فرض الاتحاد الاوربي رسوما جمركية على بعض المنتجات بلغت 23% الى انخفاض وراتات اسواق هاته الدول بنسبة 40% قبل فرض هذه الرسوم، ويمكن رفع نسبة تصدير من هذه المنتجات للدول النامية لولا وجود تلك الاجراءات الحمائية.

والصادرات

خلال تقديم حوافز سعرية غير متحيزة لصالح صناعات بدائل للواردات"، ومن خلال التقارير السابقة يمكن تعريف ترقية الصادرات على أنها التركيز بشكل اساسي على التصدير للسوق الخارجية وهذا لجميع الصناعات التي تتوفر فرص تصدير منتجاتها¹.

اهداف ترقية الصادرات: تتمثل في²:

- تنوع الصادرات من خلال استخدام أكبر جزء من الموارد المتاحة.
- تطوير الصناعات المحلية التي ستحل محل الواردات شرط توفر التنافسية لتصديرها في الاسواق الدولية.
- توليد قيمة مضافة ونتاج داخلي أكبر للاقتصاد جراء اجراء مجموعة من العمليات الانتاجية والتحويلية للمواد الاولية.
- المساعدة على اقامة الصناعات التصديرية المتكاملة الحلقات.
- تخفيف الضغط على ميزان المدفوعات وتحسين الميزان التجاري.
- دعم عملية التنمية المحلية وجذب الاستثمارات الاجنبية.

1- كيفية صياغة استراتيجية دولية لترقية الصادرات:

ان الهدف الاساسي من بناء استراتيجية تسويقية للتصدير هو ان يتحقق للمؤسسة ميزة تنافسية تمكنها من الوصول الى السوق المستهدفة بكفاءة وفعالية تتفوق بما على المنافسين الحاليين والمرقبين، فالتصدير ليس عملا مضافا الى الاعمال المعتادة للمؤسسة التي تتعامل اصلا في السوق الحالي، وانما يستلزم تنظيما يتم تصميمه خصيصا ليتوافق مع متطلبات اسواق التصدير المستهدفة، ويتطلب تحقيق الصادرات توافر استراتيجية تسويقية واضحة ومحددة من المؤسسة وبحيث تكون اطار مرشد للتعامل مع الاسواق المستهدفة، ومن ثم فان تصميم الاستراتيجية التسويقية المقترحة للتصدير يمر عبر الخطوات التالية³:

1-1- تحليل الوضع الراهن: يشمل مايلي:

-تحليل البيئة الخارجية: يتوقف نجاح اي مؤسسة الى حد كبير على مدى دراستها للعوامل البيئية المؤثرة، والاستفادة من اتجاهات هذه العوامل وبدرجة تأثير كل منها، وتتكون البيئة الخارجية من مجموعة متغيرات تؤثر بطريقة مباشرة او غير مباشرة على تنمية الصادرات وهي لا تخضع لاي سيطرة او تحكم من قبل اي مؤسسة، ولهذا لا بد من دراسة تلك المتغيرات لمعرفة وتحديد نوعية

¹ - حمزة العوادي، الجودة الشاملة كمحدد اساسي لترقية صادرات المؤسسات الصناعية الجزائرية خارج المحروقات-دراسة استشرافية، اطروحة دكتوراه غير منشورة، 2017-2018، جامعة بسكرة، ص 3.

² - مريم عيسى، محمد مهني، استراتيجية التصنيع في الدول النامية، دراسة نظرية تحليلية للتجربة اللبية في التصنيع للفترة 1973-2010، الاكاديمية الامريكية العربية للعلوم والتكنولوجيا، المجلد الخامس، العدد 12، 2014، ص 94-95.

³ - محمد يحي المرابي، التسويق وأثره على تنمية الصادرات، مجلة الثوابت، صنعاء، العدد 15/1999، ص 106-114.

والصادرات

تأثيرها ومحاولة التنبؤ بسلوكها في المستقبل وتشمل البيئة الخارجية على مجموعة من المتغيرات او العوامل هي: العوامل الاقتصادية، السياسية، الثقافية، التكنولوجيا، الجغرافيا... الخ.

-وضع الاهداف الاستراتيجية للتصدير: يتم وضع وتحديد الاهداف الاستراتيجية للتصدير، كما يجب ان تحدد الاهداف في صورة يمكن قياسها كميا وكلما أمكن ذلك.

-تجزئة السوق: تبرز اهمية تجزئة السوق كاستراتيجية فاعلة للرد على حالة احتلال الرغبات والحاجات التي تتصف بها الاسواق وهنا تثار اسئلة عديدة من قبل المصدرين، هل يتم تقسيم الدولي، وهل تم تحديد هدف يجب بلوغه داخل كل قطاع.

-دراسة وتحليل السوق المستهدفة: يجب على المصدرين دراسة الاسواق الخارجية والتعرف على الفرص التصديرية فيها وبحث كيفية الوصول اليها، وتحاول استراتيجية التصدير تأكيد موقعهم بالنسبة لعملائهم واعاقه دخول المنافسين الى السوق.

-المزيج التسويقي: يقصد به مجموعة من المتغيرات التي تدخل في نطاق تحكم المؤسسة والتي تستطيع استخدامها للتأثير على المستهلك واحداث نوع من الاستجابة لديه، ويتكون المزيج التسويقي من المنتج، السعر، التوزيع، الترويج.

وتأخذ خطط تسويق الصادرات خطوات اساسية وعناصر نجملها فيما يلي¹:

- تحليل موقف الصادرات: وذلك بان يتم اجراء تحليل كامل للموقف التصديري لكل قطاع ولكل صناعة وبالتالي تعطي الامكانيات التصديرية وكذلك تحديد الامكانيات الاستثمارية في المصانع الجديدة التي يمكن ان تخصص جزءا من انتاجها لغرض التصدير، كذلك يجب دراسة الاسواق الخارجية.
- تحديد الاولويات السلعية: تقوم الاستراتيجية على الاختيار والانتقاء وغالبا ماتتضمن اختيار عدد محدود من الصناعات الغير التقليدية لانتاجها قصد التصدير، ويكون ذلك من خلال اعطاء اولوية مطلقة للتصنيع الذي يكون بمثابة القاطرة التي تجذب وراءها الزراعة والنقل وبقية قطاعات الاقتصاد الوطني.
- تحديد الاولويات الجغرافية: يتطلب هذا ضرورة اعداد البحوث التسويقية لوضع اولويات جغرافيا للصادرات في ضوء الاولويات السلعية، ويجب ان ياخذ الانتاج اذواق الاسواق الخارجية كما يجب تحليل كل سوق من هذه الاسواق من ناحية اتجاهات الطلب والمنافسة والرسوم الجمركية والقيود الغير الجمركية واسعار الصرف الاجنبي ومنافذ التوزيع.
- الانشطة والخدمات التصديرية: ويتمثل في حوافز غير مباشرة مثل الضريبة ومباشرة مثل الحوافز المالية(الدعم) وكذلك عملية تمويل الصادرات من خلال توفير موارد مالية كافية لاغراض التصدير وتكون باسعار فائدة وشروط تفضيلية مدعومة ومدروسة من طرف البنوك.

¹- بوكراطة سليم، المنظمة العالمية للتجارة والامكانيات المتاحة لتنمية صادرات الجزائر، مذكرة ماجستير غير منشورة، الجزائر، 2002/2001، ص22.

2-1: الخيارات الاستراتيجية : لتدعيم هذه الخطة يجب اعتماد اهم الخيارات الاستراتيجية للمؤسسة وهي:

- التخصص: تتمثل هذه الاستراتيجية في تركيز جهود المؤسسة على سوق معين او منتج محدد باستعمال ميزة التكلفة او ميزة جودة المنتج.
- النمو بالتنوع: اي دخول المؤسسة الى السوق بمنتجات جديدة من خلال اعتماد التنوع المركز لجذب مجموعات جدد من المستهلكين او توسيع السوق، او التنوع المخطط الذي يهدف الى تقليل من المخاطر ويعتمد على تقديم منتجات جديدة تتطلب موارد مالية وبشرية معتبرة،¹ وياخذ التنوع انماط مختلفة من التنوع الافقي والعمودي والقطري، ونجاح المداغل الثلاث لتنوع الصادرات يشترط مستوى معتبرا من المهارات والاستثمارات ومستوى من التكنولوجيا والكفاءات الادارية والتسويقية²،
- التركيز والتوسع: عند اعتماد كلا الاستراتيجيتين من طرف المؤسسة في حالة دخولها الى الاسواق الدولية يستوجب عليها التوفيق بين منتجاتها واحتياجات الزبائن المتناقضة عليها بسبب المنافسة والتاقل مع مختلف هذه الاسواق الجديدة متخذة بعين الاعتبار مختلف النواحي الفنية والتجارية والمالية، وتكون هذه الاستراتيجية تابعة لكل من الاسواق ومميزاتها وتوزيع المنتجات ومختلف موارد المؤسسة غير ان كلا الاستراتيجيتين تؤدي في النهاية الى نفس النتيجة³، ومن اهم هذه الاستراتيجيات الدولية:

اولا: الاستراتيجيات المتعلقة بترقية الصادرات بالدول النامية:

لاترتبط فقط باهداف تنظيم العلاقات الخارجية الاقتصادية (القضاء على العجز و الاختلال في ميزان المدفوعات)، وانما ترتبط ارتباطا وثيقا باهداف التنمية الاقتصادية والتي تسعى الى تحقيقها هذه البلاد سواء من حيث نمو الانتاج القومي وعدالة توزيعه (الرفاهية او القضاء على البطالة وزيادة التشغيل وتحقيق الاستقرار وتحسين ظروف المعيشة)، واستقرار وسلامة هذه السياسات في مجموعها شرط اساسي لتحقيق الاهداف السابقة، وذلك من خلال الممارسات التاريخية والتجارة الخارجية للبلدان النامية حيث استخدمت الدول النامية طبقا واسعا من السياسات التي يمكن ان تصنف ضمن السياسة الصناعية ويمكن تجميعها في الاسواق الخارجية والمنتجات وعوامل الانتاج، السوق الخارجية، حماية الصناعات المحلية من الواردات وتتمثل هذه الادوات اساسا في⁴:

¹-لعلاوي عمر، تشخيص التصدير بالمؤسسة وتحليل البيئة الخارجية ودورها في تحديد استراتيجية غزو الاسواق، الملتقى العربي في التسويق الدولي، المنظمة العربية، تونس، 2007، ص65.

-حربوش ناجي، اولاد راوي عبد الرحمان، سياسات تحرير التجارة الخارجية كمدخل لتنوع صادرات الدول المغاربية، دراسة مقارنة بين الجزائر وتونس، مجلة الباحث الاقتصادي، جامعة سكيكدة، العدد 7، جوان 2017، ص92.²

³-SOPHIE Richard lannegrie, Les clés du marketing international, le génie des glaciers, France, 2013, p28.

⁴-السياسات الصناعية في ظل العولمة، المعهد العربي للتخطيط بالكويت، مجلة جسر التنمية، العدد 111، مارس 2012، ص10.

والصادرات

- التعرّفة على الواردات، نظام الحصص والتراخيص، شرط المحتوى الوطني.
- تشجيع الصادرات لمساعدة الصناعات للوصول الى الاسواق الخارجية.
- دعم الصادرات ودعم القروض (مربوطة باهداف التصدير).
- التدخل في سوق الانتاج لتطوير المنافسة في الاسواق الداخلية تتضمن قوانين المنافسة وتنظيم الاسواق - التدخل في اسواق عوامل الانتاج: متطلبات سياسات الاداء والقيود على الاستثمار الاجنبي المباشر بحيث تحقق الدول المضيفة اثار ايجابية التدخل في الاسواق المالية واسواق راس المال بغية تصحيح الاسواق، كما كانت هناك اتجاهات رئيسية تحكمت في السياسة التجارية تمثلت فيما يلي:

1- استراتيجيّة تصدير المواد الأولية: ان هذه الاستراتيجية تتمثل في اعتماد الدول على انتاج وتصدير المنتجات والمواد الأولية الطبيعية، وهي اساسا المواد الخام، الوقود، المعادن، وبعض المنتجات الغذائية والزراعية وذلك سعيا منها للحصول على اسعار اعلى لصادراتها وجعل مداخيلها من هذه الصادرات أكثر استقراراً¹.

ولكن رغم ماتحققه الدول النامية من مداخيل هائلة بالعملة الصعبة نتيجة انتاج هذه السياسة التصديرية للمواد الأولية، الا انها لاتزال دون مستوى التنمية الاقتصادية فنمو صادراتها من المواد الأولية والذي ادى بدوره الى نمو ناتجها المحلي الاجمالي لم يؤدي الى اي دفعة في قطاعها الانتاجية والتصنيعية².

مزاياها: ان من اهم المزايا الرئيسية هي تحسين توظيف عوامل الانتاج الموجودة وزيادة توفير عوامل الانتاج، وانتقال الاثر الى القطاعات الاخرى، فالانتاج الذي يتبع طريق الميزة النسبية يؤدي الى زيادة كثافة استخدام العناصر الأكثر وفرة نسبيا في العملية الانتاجية، كما ان توسيع الصادرات التقليدية قد يؤدي الى توسع نطاق موارد الاستثمار الاجنبي والادخار المحلي والعمالة والقوة العاملة المدربة لتشمين عوامل الانتاج الثابتة (الارض، الموارد الطبيعية)، وذلك بطبيعة الحال ما اذا استغلت الايرادات من العملة الصعبة الناتجة عن هذه الاستراتيجية التصديرية والاستغلال الامثل³.

عيوبها: اهمها:

- ضعف معدل النمو الاقتصادي: حيث ان اختيار السلع الرئيسية من المواد الأولية المصدرة لايجب ان يكون فقط على اساس امتلاك ميزة نسبية في هذا المجال.

¹-وصاف سعدي، أثر تنمية الصادرات غير النفطية على النمو الاقتصادي في البلدان النامية، الحوافز والعوائق، اطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2004، ص17.

²-محمود حسين وجدي، نشاط التصدير والائتماء الاقتصادي بالبلدان النامية-حالة مصر، دار الجامعات العربية، الاسكندرية، 1973، ص65.

³-سعدي وصاف، مرجع سابق، ص17.

والصادرات

- عدم استقرار الدخل من الصادرات: وحتى يمكن ان نقول ان الدخل من الصادرات يتمتع بالاستقرار، ويجب ان يكون هناك درجة من النمو في الدخل في المدى الطويل، ولايتأتى الا بتنوع الصادرات¹.
- عدم الاستقرار في اسعار المواد الاولية المصدرة: حيث تتعرض المواد الاولية في المدى القصير لتقلبات شديدة في اسعارها وحجم صادراتها وبالتالي تقلبات في المداخيل بالعملة الصعبة والتاثير على التنمية الاقتصادية.
- تراجع معدلات التبادل الدولي: ويكون هذا سبب في تناقص حجم الصادرات نتيجة انخفاض الطلب على المواد الاولية وانخفاض اسعارها، ويكون اتجاه التبادل في غير صالح الدول النامية، ونتيجة لذلك تجد نفسها عاجزة عن توفير العملة الصعبة لمقابلة حاجاتها المتزايدة من واردات السلع الاستهلاكية والراسمالية².

2- استراتيجيات احوال الواردات:

ويقصد بما تلك الاستراتيجية القائمة على فكرة اختيار الصناعات التي يمكن احوال منتجاتها محل المنتجات المستوردة من خلال اقامة الصناعات التي تخفض من فاتورة الواردات خلال فترة زمنية معينة تتطلبها تنفيذ هذه الاستراتيجية، مما ينعكس في النهاية على تخفيض الطلب على الصرف الاجنبي وتتطلب وضع سياسات حمائية للصناعة الوطنية سواء في شكل قيود تعريفية او غير تعريفية³، وتطبيق واسع للحماية مثل فرض معدلات التعريف المرتفعة واشباه التعرفة، وتوجيه القروض وتثبيت سعر الصرف، وفرض نظام سعر صرف متعدد ومراقبة الصرف⁴.

وتهدف هذه الاستراتيجية الى التوسع في حركة التجارة الخارجية مع ضمان نمو مرتفع لمعدل الدخل القومي بالنسبة لمعدل نمو الواردات وتحقيق اقصى حد ممكن من الطاقة الاستيرادية مع استخدامها على افضل وجه مريح ومعقول، والطريقة الوحيدة للتوسع في ظل الطاقة الاستيرادية هي العمل على زيادة الصادرات التي يمكن تحقيقها بواسطة الصادرات التقليدية او بالتوسع في مبيعات المنتجات الجديدة وكذلك على الدول النامية ان تسعى الى رفع معدلات التبادل فيما بينها بخلق تكتلات اقليمية لكي تستفيد من التسهيلات الممنوحة في خضم هذه المنظمات⁵.

مراحلها: م 1: ويتم في هذه المرحلة احوال الواردات محل السلع الاستهلاكية غير المعمرة ويكون الاحلال بواسطة اقامة صناعات خاصة لهذه السلع (الملابس، الاحذية) بالاضافة الى الصناعات التي تنتج المدخلات المطلوبة لانتاجها (مثل الخامات

¹ - حسين محمود وجدي، مرجع سابق، ص 268.

² - عبد العزيز عجمية محمد، والليثي محمد علي، التنمية الاقتصادية، مفهومها. نظرياتها. سياساتها، مؤسسة شباب الجامعة الاسكندرية، 1994 ص 290.

³ - د- محمود عبد الرزاق، الاقتصاد الدولي والتجارة الخارجية، الدار الجامعية، ط 1، 2011، الاسكندرية، ص 87-88.

* تعتبر سياسة احوال الواردات طريقة قديمة ومعروفة للوصول الى مرحلة التصنيع، ولقد تطرقت لها خلال القرن التاسع عشر معظم الدول الصناعية الحالية مثل بريطانيا، حيث تبدأ هذه الاستراتيجية بتصنيع السلع الاستهلاكية ثم تنتقل الى الصناعات الراسمالية.

⁴ - السياسات الصناعية في ظل العولمة، المعهد العربي للتخطيط بالكويت، مجلة جسر التنمية، العدد 111، مارس 2012، ص 9.

⁵ - محمد عبد المنعم غفر، احمد فريد مصطفى، الاقتصاد الدولي، مؤسسة شباب الجامعة، 1999، ص 139.

والصادرات

الخاصة بصناعة النسيج والجلد والخشب)، وعادة ماتوفر الدولة الحماية لهاته الصناعات وذلك لمنع منافسة المنتجات الاجنبية، ولضمان القدر اللازم من الارياح للمستثمرين لتحفيزهم على اقامتها.

2م: وتبدأ عندما يصل الاحلال في المرحلة الاولى الى الدرجة التي تؤدي الى زيادة الانتاج المحلي للسلع الاستهلاكية نسبة تفوق زيادة استهلاكها المحلي، وان السوق المحلية لم تعد قادرة على امتصاص المزيد من المنتجات الاستهلاكية لذلك يتم توجيهها نحو التصدير¹.

شروط نجاحها:

- الابقاء على اسعار صرف مرتفعة للعملة لكي تنخفض تكلفة الواردات الاخرى وذلك لحماية المنتجات المحلية، وفي عدة مرات تجدد اسعار الصرف لاغراض مختلفة توازي الى حد ما التباين في معدلات التعريفات.
- الابقاء على مراقبة ادق للموجودات من العملة الصعبة، واقامة نظام لتراخيص الاستيراد.
- وضع اسس لاختيار الصناعات التي يجب احلالها، الاستخدام الامثل للفائض الاقتصادي المتاح، مع الاهتمام بالتقنية المحلية والعمل على تطويرها بالطرق والاساليب العلمية الممكنة.²

عيوبها: لقد اثبتت هذه الاستراتيجية فشلها في تحقيق التنمية في البلدان النامية لانها كانت تبدأ بالحد من الواردات وتنتهي باستيراد الخامات ووسائل الانتاج ومنتجات نصف مصنعة، وانتهت هذه الاستراتيجية بزيادة الواردات والديون الخارجية، ويرجع فشل هذه الاستراتيجية في تحقيق ماكان مرجو لعدة اسباب هي:

- ارتفاع تكاليف الانتاج والناجحة عن الحماية يعيق عملية التصنيع ويحد من حجم السوق المحلي ويجعل الصناعات تعتمد في بقائها على استمرار الحماية.
- اعتماد هذه الاستراتيجية على احلال السلع الاستهلاكية وبالتالي تغيير البناء الصناعي في البلد، لانه تصعب الانطلاقة من الصناعة الاستهلاكية الى اقامة صناعات الاساس³.
- ان الحماية ينتج عنها غالباً ارتفاع في اسعار السلع المنتجة وكذلك ارتفاع الاجور مما يعرقل عملية التصدير ويولد ضغوط تضخمية.
- ان التصنيع الاستهلاكي في غالب الاحيان يعتمد على المواد الخام المستوردة الامر الذي يفاقم من مشكلة النقص في العملة الصعبة.

¹- محمد محروس اسماعيل، اقتصاديات الصناعة والتصنيع، مؤسسة شباب الجامعة، ط2، 1997، ص44-48.

²- هاجن افريت، اقتصاديات التنمية، مركز الكتب الاردن، 1988، ص204.

³- زوزي محمد، استراتيجية الصناعات المصنعة والصناعة الجزائرية، مجلة الباحث، ورقة، العدد 2010/08، ص167.

ومحمل القول ان هذه الاستراتيجية لاتعطي المنتجات المصنعة في ظلها قدرة تنافسية لمواجهة المنتجات الخاصة بالدول الصناعية¹.

3-استراتيجية التصنيع من اجل التصدير*²:

ان ظهور العديد من السلبيات التي افرزتها عملية تطبيق استراتيجية احلال الواردات، حيث يعرفها مصطفى عز العرب بانها تنفيذ مجموعة من الاجراءات والوسائل المختلفة على مستوى الدولة بمهدف التأثير على كمية وقيمة صادراتها بما يؤدي الى زيادة القدرة التنافسية للمنتجات المحلية في السوق العالمية، في حين يعرفها كروجر 1981 بانها مجموعة من الوسائل المختلفة التي يتم اتباعها لتحفيز جميع السلع المصدرة دون الاقتصار على سلعة واحدة³، اي التركيز عند اختيار ما يتم القيام به من صناعات التي تتوفر لها فرصة تصدير منتجاتها.

دوافع واسباب تطبيقها:

- الاستفادة من المزايا النسبية المحلية فتتحول الدولة من مصدر للمنتجات الاولية الى مصدر للمنتجات الصناعية التي تستخلصها من المنتجات الاولية.
- الاستفادة من وفرة حصيلة الصادرات من العملة الصعبة التي ستتحقق بفضل اتباع هذه الاستراتيجية لتمويل عمليات التنمية وعدم اللجوء الى الاقتراض.
- التغلب عن مشكل ضيق السوق المحلية وما يعانيه من صغر حجم الوحدات الانتاجية، وبالتالي ارتفاع تكاليف الانتاج، فاذا استطاعت الصناعات البيع في الاسواق الاجنبية فان هذا سيؤدي الى كبر حجم الوحدات الانتاجية وتخفيض نفقات الانتاج وتمثل في⁴:
- تصنيع المواد الاولية وتصديرها.
- انتقال صناعة احلال الواردات الى مرحلة التصدير.
- اقامة الصناعات التصديرية على اساس الميزة النسبية للدول النامية.

¹-مدحت القرشي، الاقتصاد الصناعي، دار وائل، الاردن، ط2، 2005، ص52-53.

²-وصاف سعدي، مرجع سابق، ص 40-41.

*الواقع ان البنك الدولي وجه في نجاح دول جنوب شرق آسيا الى مايسمى فاعلية التكيف الهيكلي لتنمية الصادرات، ويقوم هذا البرنامج اساسا على اساس تحديد سعر صرف واقعي، وهذا السعر يتحدد طبقا لقواعد العرض والطلب، والواقع هذا السعر لم يكن واقعيًا باي حال من الاحوال وتحت جميع الظروف، وقد ثبت اولًا من خلال اهتزاز اسعار العملات في مواجهة الدولار، وثانيًا من خلال تدخل البنوك اليابانية والالمانية لحماية الدولار من الانخفاض، وهذا راجع الى رغبة هذه البلاد في زيادة صادراتها الى و.م.ا والى الاحتفاظ بقوة شرائية اعلى من حقيقتها في مواجهة الدول النامية.

³-محمود عبد الرزاق، مرجع سابق، ص90.

⁴-عبد العزيز عجمية، مرجع سابق، ص319.

والصادرات

سياساتها وشروط نجاحها:

أ- سياساتها: وتتمثل في¹:

- منح معونات للسلع الصناعية المصدرة وتسهيل التمويل من خلال تسهيل الائتمان للتصدير واقامة الصناعة رخيصة التكلفة.
- تخفيض الحماية الجمركية على السلع المستوردة
- تعديل اسعار الصرف بحيث تكون أكثر واقعية، حيث في بعض الاحيان طبق سعر الصرف اقل من قيمته الحقيقية (تخفيض العملة) لتشجيع الصادرات وتخفيض الاسعار في السوق الدولية.
- تشجيع الاستثمار الاجنبي على التوطن واقامة الصناعات في هذه البلاد باعتبار ان هذا الاستثمار يجلب معه راس المال والتكنولوجيا المتقدمة مما يزيد من مقدرة البلاد التصديرية التنافسية.
- اقامة المناطق الحرة ومناطق خارج الحدود off chore خالية من كافة القيود وتمتع بالتححرر الشامل لكي توطن فيها الشركات الاجنبية، ومناطق التخزين والصناعات المشتركة المتخصصة في التصدير الى الخارج.
- الاستفادة من الظروف الانتاجية المتواجدة التي تحقق المزايا النسبية الانتاجية الدولية، مثل العمالة الماهرة والغير الماهرة، وتوفير فرص التعليم والاجور المنخفضة والاعفاءات الضريبية وحوافز الاستثمار، وحرية التحويلات وثبات سعر الصرف والايجازات البسيطة وغيرها².

ب- شروط نجاحها: تتمثل فيما يلي³:

- الاستقرار السياسي.
- توفر الحوافز للمصدر كالاغفاءات الضريبية للعمليات المدعمة للنشاط التصديري.
- سياسة الخوصصة وتدعيم القطاع الخاص بما يؤدي الى زيادة الكفاءة وفرص التصدير والقدرة على المنافسة.
- وجود نظام قوي وفعال للخدمات من شأنه تحفيز وتنشيط الصادرات.
- وجود درجة عالية من التكامل بين القطاع الصناعي والزراعي خاصة.
- الاستفادة من نظام المناطق الحرة.
- توفير المناخ الاستثماري المناسب للاستثمارات الاجنبية.

¹- محمد محروس اسماعيل، مرجع سابق، ص55.

²-د-مصطفى رشدي شيحة، الاسواق الدولية، المفاهيم والنظريات والسياسات، الدار الجامعية الجديدة، الاسكندرية، 1999، ص162-169

³-سعيد وصاف، مرجع سابق، ص48-49.

والصادرات

– تدعيم الصناعات الصغيرة والمتوسطة لانها قادرة على توفير فرص عمل تساهم في حل مشكلة البطالة.

والواقع ان الاجراءات السابقة تتبع السياسات المتبعة سواء على المستوى الاقتصاد الكلي Macro Economic والاقتصاد الجزئي، Micro Economic ومن خلال هذه السياسات العامة انبعث كافة الاجراءات السابقة وغيرها من الإجراءات، لتقدم في الاسواق المحلية منتجات رخيصة وجيدة وذات كفاءة عالية تنافس المنتجات الاجنبية وتحل محلها لانها تعمل في اطار المنافسة الدولية ولا تفرق بين السوق الداخلي والسوق الخارجية¹.

الايجابيات: تتمثل في:

– زيادة حجم الاستثمارات الاجنبية وحتى المحلية وبخاصة في مجال صناعة المنتجات الموجهة للتصدير نحو الاسواق الخارجية، كما ان هذا يسمح بتمويل خطط التنمية في الدول النامية عن طريق توفير حصيلة من النقد الاجنبي من الصادرات لتمويل عمليات الاستيراد لاقتناء السلع الاستثمارية، اضافة الى انها تسمح بتحديد سعر صرف واقعي يساعد على رفع اداء الصادرات وزيادة قدرتها التنافسية.²

– التغلب على مشكل صغر السوق المحلي مما يمكن الدول النامية من الاستفادة من وفرات الحجم.

– ان انتاج السلع المصنوعة بغرض التصدير من شأنه ان يشجع على ارتفاع مستوى الكفاءة داخل الاقتصاد.

عيوبها:

– قد يصعب على الدول النامية ان تقيم صناعات تصديرية بسبب شدة المنافسة من جانب الدول الصناعية ذات التجربة الطويلة في مجال التصنيع.

– ان الدول الصناعية قد تقيم جدارا عاليا من الحماية الجمركية فيما يتعلق بصناعاتها التي تتميز بالبساطة، او باستخدام قوة انتاجية كثيفة اليد العاملة وهذه هي الصناعات التي يمكن ان تتمتع فيها الدول النامية بميزة نسبية في انتاجها.

– ان الدولة التي تعتمد اساسا على تصدير منتجاتها المصنوعة الى اسواق الدول الصناعية تعاني من وقت لآخر من اي ازيمات اقتصادية تمر بها اقتصاديات هذه الدول الصناعية المستوردة³.

¹د-مصطفى رشدي شبيحة: مرجع سابق، ص171-172.

²-شري محمد الامين، مرجع سابق، ص29.

³-محمد محروس اسماعيل، مرجع سابق، ص53.

04-امكانية الدمج بين استراتيجيتي احلال الواردات والتصنيع من اجل التصدير:

بعد ان راينا ان استراتيجية الصادرات الصناعية يمكن ان تكون فعالة في تحقيق الاستقلال الاقتصادي والتخلص من التبعية وانهاء الاعتماد على انتاج وتصدير المنتجات الاولية، الا ان هذه الاستراتيجية لاتمكن البلدان النامية من اوصول السلع الصناعية الى الاسواق الدولية لانها تحتاج الى مستوى عال من الانتاجية، وتوفير المستلزمات من الالات وتقنية كثيفة راس المال، كما تحتاج الى اسواق كبيرة لصادراتها والتي قد لاتتوفر للعديد من البلدان، وبخلافه يتعرض البلد المعني الى مخاطر ولهذا فانه من المناسب للبلدان النامية الجمع بين احلال الواردات والتصنيع من اجل التصدير¹، ويتم اتباع امكانية الدمج هذه لضمان نجاح نتائج كلا الاستراتيجيتين في احداث انتعاش في التنمية الاقتصادية ويكون ذلك عن طريق اقامة واستحداث فروع تصديرية لبعض الصناعات التحويلية، وذلك لفك الخناق عن السوق المحلية وتوسيعها وتطوير صناعات ذات طابع احلالي لتصبح فيما بعد ذات طابع تصديري².

وبالتالي من خلال ماسبق اساسيات تنمية صادرات الدول النامية: تتمثل في³:

- تدخل الدولة للقيام بدور واضح في عملية التنمية: وتخص ازالة العوائق التي تقيد قدرة الدولة على التصدير وازالة الاضطرابات الناجمة عن الانظمة التجارية.
- العمل على تنمية الصادرات كما ونوعا: وذلك بتنوع التركيبة السلعية لهذه الصادرات لضمان استقرار حصيلاتها عن طريق وضع برنامج للتوسع في تصدير السلع المصنعة ونصف المصنعة، والعمل على رفع مستوى الكفاءة الانتاجية للصناعات التصديرية من اجل تعزيز المركز التنافسي لصادرات البلد في الاسواق الخارجية.
- العمل على تحقيق التوزيع الجغرافي للصادرات: حيث على الدول النامية ان تعمل على تنوع اسواقها واعطاء اولوية خاصة لتطوير علاقات التبادل التجاري فيما بينها، بحيث تنخفض حدة المنافسة في هذه الدول، مما يضمن تحرير علاقات التبادل التجاري من سيطرة الاقتصاديات الراسمالية والتخلص من التبعية لها.

ان حل مازق التصنيع في البلاد المتخلفة يرتكز ايضا على⁴:

- اقامة فروع تصديرية للصناعات التحويلية ذات اثار عميقة على الاقتصاد الوطني لما يؤدي الى توسيع السوق المحلية.

¹-مدحت القرشي، مرجع سابق، ص53.

²-حسن فتح الله سعد، التنمية المستقلة، المتطلبات والاستراتيجيات والنتائج ودراسة مقارنة في اقطار مختلفة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1995، ص50.

³-صديقة باقر عبد الله، مرجع سابق، ص4.

⁴-اسماعيل بن محمد قانة، اقتصاد التنمية (نظريات، نماذج، استراتيجيات)، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2011، ص186.

والصادرات

- المضي في توسيع احوال الواردات بحيث يمكن ان يتطور في مرحلة ثانية الى التصدير، وهو ماحدث بالفعل في صناعة المنسوجات الى باكستان.
- تعزيز تدابير السياسة الرامية الى تعزيز الروابط بين المؤسسات ص وم الحجم والكبيرة، تشجيع تجمعات أنشطة الاعمال عن طريق مبادرات تطوير الاقاليم وبناء التجمعات واستخدام الترابط الشبكي والتحالفات والسياسات الاستراتيجية ذات المحتوى المحلي في القطاع الاستراتيجي لبناء الروابط بين الشركات الكبيرة والمؤسسات المحلية، بما في ذلك دعم السلاسل الامداد المحلية الجديدة والوليدة لزيادة درجة التعقد الاقتصادي المحلي¹.*
- ان هذه الاستراتيجية من الوجهة النظرية يمكن ان تكون مقبولة لكنها واقعا لن تخلص البلاد المتخلفة من تبعية صناعتها للدول الراسمالية المتقدمة، لان اتجاهاتها ستكون من الخارج وليس من الداخل، وعليه يتم اهمال السوق المحلية وضروريات توسعتها والتبعية ستكون في الانتاج والتكنولوجيا وحركات رؤوس الاموال والتجارة وغيرها.

¹- مؤتمر الامم المتحدة للتجارة والتنمية، الاونكتاد، تقرير اقل البلدان نموا 2018، مقالات حول ريادة الاعمال لاحداث التحول الهيكلي بعيدا عن واقع سير الاعمال كالمعتاد، ص140.

* ساعد برنامج الاونكتاد لريادة الاعمال وتطور المؤسسات ص وم عبر برنامجه بعضا من الدول اقل نموا كاوغندا وزامبيا وبنغلاديش من اقامة هذه النوعية من الروابط بين المؤسسات الصغيرة والكبيرة، الى جانب ذلك تمثل الروابط المالية والانتاجية والمتعلقة بالاستهلاك اهمية محورية للتصنيع والتنمية الاقتصادية.

خلاصة الفصل:

لقد قمنا في هذا الفصل الخاص بدراسة الإطار المفاهيمي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، باستعراض فيه مختلف التعاريف المتعلقة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أهميتها في الحياة الاقتصادية، ثم تطرقنا الى اهم الخصائص التي تميز هاته المؤسسات، اضافة الى التحديات والعوائق التي تعيق سيرورة نشاطها، وفي المبحث الاخير أبرزنا الاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودخولها الاسواق الدولية.

ومن خلال هذه الدراسة يتبين ان المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لها اهمية كبيرة في اقتصاديات الدول لما توفره من مزايا مختلفة في الجانب الاقتصادي والاجتماعي، اضافة لما لها من قدرات في اختراق الاسواق الاجنبية وتنمية عملية التصدير وبالتالي تعتبر من البدائل المهمة للدول في احلال الواردات وجلب العملة الصعبة، ولكن لايتأتى ذلك الا بتوفير لها عدة شروط للقيام بنشاطها على أحسن مايرام خاصة فيما يخص تحسين محيط ومناخ الاعمال.

من اجل اكتسابها ميزة تنافسية بالمقارنة مع الشركات الدولية في الاسواق المحلية والاجنبية والسعي نحو المحافظة على حصتها السوقية وكذا البحث عن اسواق جديدة، ولكي يتحسد هذا ميدانيا لابد على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ان تختار خطة استراتيجية مناسبة للموقع في السوق وتجنب المنافسة القوية، واعتماد الاساليب الحديثة في التسيير والتخطيط الاستراتيجي.

كما تعتبر عملية تنمية الصادرات وتنويعها عملية مصيرية لاي دولة لانها تتيح لها الفرصة في زيادة معدلات نمو اقتصادها، وتحقيق اهدافها في زيادة الطاقة الانتاجية، وتوفير فرص العمل، واستغلال مواردها الاستغلال الامثل، كما تعد عملية تنمية الصادرات من العوامل المهمة في تدعيم ميزان المدفوعات وتحقيق التوازن الخارجي من خلال اعتماد الاستراتيجيات الدولية في مجال إحلال الواردات وتطوير التصدير واقتحام الأسواق الدولية.

الفصل الثاني:

مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في

النشاط الاقتصادي الوطني

الوطني

تمهيد الفصل الثاني:

تكتسي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أهمية بالغة نظرا لدورها في تحقيق التنمية الاقتصادية وتوفير مناصب الشغل، إضافة إلى مرونتها وقدرتها على التكيف مع مختلف التغيرات، غير أن واقع هذه المؤسسات في الاقتصاد الجزائري يكشف العديد من النقائص والصعوبات التي تعيقها عن تحقيق دورها بفعالية، وقناعة من الدولة الجزائرية بأهمية هذا القطاع فقد سعت جاهدة إلى رفع العراقيل عنه من خلال تجسيد سياسة لتأهيل المؤسسات والبرامج الحكومية المختلفة من اجل زيادة خلق وانشاء المؤسسات ص وم لزيادة مساهمتها في خلق القيمة المضافة والنتاج الداخلي الخام، وبالتالي زيادة معدل النمو الاقتصادي وتحسين اداء الاقتصاد الوطني، وتعزيز مكانتها في الأسواق المحلية والدولية والخروج من دائرة السوق المحلي إلى آفاق المنافسة الدولية.

لتوضيح كل هذه النقاط في هذا الفصل الموسوم بمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في النشاط الاقتصادي الوطني ارتأينا ان نقسمه الى ثلاث مباحث، حيث **المبحث الاول** جاء بعنوان تقديم عام عن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر نتناول فيه تعريف المؤسسات ص وم بالجزائر والخصائص المميزة للمؤسسة الجزائرية واهدافها واهميتها في الاقتصاد الجزائري.

في المبحث الثاني الذي جاء بعنوان البرامج الحكومية لتنمية المؤسسات ص وم 2001-2019 حيث نبين فيه اهم البرامج التنموية الحكومية الموجهة لتنمية المؤسسات ص وم بمختلف انواعها، اما **في المبحث الثالث** الذي نتناول فيه مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الوطني بابرار مدى تطور مؤشرات مساهمة المؤسسات ص وم في الاقتصاد الوطني في القيمة المضافة والنتاج الداخلي الخام وفي الاخير تقييم القطاع من خلال الارقام التي حققها خلال الفترة المدروسة.

الوطني

المبحث الاول: تقديم عام لقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر:

تحضى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالاهتمام من طرف الدولة الجزائرية وذلك لما لها من اهمية للمجتمع والاقتصاد بشكل عام وما تقوم بها من ادوار اقتصادية واجتماعية على غرار توفير مناصب العمل والمساهمة في النشاط الاقتصادي بشكل عام، وبالتالي في هذا المبحث سنحاول ان نعرض اهم تعاريف المؤسسات ص وم في الجزائر واهدافها واهميتها في تنمية الاقتصاد الوطني، ثم نتطرق الى اهم خصائص المؤسسات ص وم التي تميزها عن المؤسسات الكبيرة وابرز دورها في الاقتصاد الوطني، بالاضافة الى اهم الليات التي اعتمدها الدولة من اجل تنمية هاته المؤسسات.

المطلب الاول: مميزات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر ودورها:

نتناول فيه اهم تعاريف المؤسسات ص وم في الجزائر ثم اهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر وخصائصها واهم الادوار التي تقوم بها في المجال الاقتصادي، ونبرز ذلك كما يلي:

اولا: مفهوم المؤسسات ص وم في الجزائر:

فقد قدمت اول محاولة للتعريف للمؤسسات ص وم عند وضع التقرير الخاص ببرنامج التنمية (المخطط الرباعي الثاني 74-77) لوزارة الصناعة والطاقة حيث يرى ان المؤسسات ص وم هي كل وحدة انتاجية تتسم ب: الاستقلالية القانونية وتشغل اقل من 500 عامل وتحقق رقم اعمال سنوي اقل من 15 مليون دينار ويتطلب انشاؤها اقل من 10 مليون دينار، اما المحاولة الثانية وكانت بمبادرة من طرف المؤسسة الوطنية للهندسة وتنمية الصناعات الخفيفة بمناسبة الملتقى الوطني حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المنعقد بالجزائر سنة افريل 1983، حيث طرحت تعريفا يرتكز على مؤشرين كميين هما: اليد العاملة ورقم الاعمال، اذ تعرف المؤسسات ص وم بانها المؤسسات التي تتسم بالموصفات التالية تشغل اقل من 200 عامل وتحقق رقم اعمال اقل من 10 مليون دج¹، اما المحاولة الثالثة للتعريف صدرت خلال الملتقى الوطني حول تنمية المناطق الجبلية وهو التعريف المقترح من طرف السيد/ رابح محمد بلقاسم في مداخلته التي عنوانها بعناصر التفكير حول مكانة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الجبلي، وعرفها بما يلي: "كل وحدة انتاج او وحدة خدمات صناعية ذات حجم صغير تتمتع بالتنسيق المستقل وتاخذ اما شكل مؤسسة خاصة او مؤسسة عامة وهذه الاخيرة هي مؤسسات محلية (بلدية وولاية)"، ووسع في تعريفه ليشمل وحدات الانجاز التابعة لقطاع البناء والاشغال العمومية وباقي الوحدات الخدمية كالتجارة، النقل، التامين.

الا انه وبعد التسعينات من القرن الماضي شهدت الجزائر تطورات اقتصادية هامة، وتبنت اصلاحات هيكلية عميقة اعطت القطاع الخاص دورا كبيرا ومتزايدا لاحداث التنمية الاقتصادية والاجتماعية في ظل الانفتاح الاقتصادي والعولمة، ورغبة الجزائر في

¹ دمحم بوقموم حاضنات الاعمال التكنولوجية ودورها في تطوير الابداع والابتكار بالمؤسسات ص وم - حالة الجزائر، مجلة البحوث الاقتصادية العدد 06، 2009، جامعة بسكرة، ص 46-47.

الوطني

الانضمام الى وكذا في ظل الشراكة الاورو متوسطية وقد انعكس هذا التطور على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وبلغ درجة كبير خصوصا بعد انشاء وزارة خاصة لها سنة 1993¹.

في حين اخذ المشرع الجزائري في تعريفه للمؤسسة ص وم التعريف المعتمد من طرف الاتحاد الاوربي الذي يعرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بانها "كل مؤسسة تضم على الاقل من 250 عاملا ورقم اعمالها اقل من 40 مليون وحدة نقدية اوربية او مجموع الميزانية لاتتجاوز 27 مليون وحدة نقدية اوربية والتي لاتكون في حد ذاتها ممتلكة بنسبة 25% من قبل مؤسسة اخرى لاتنطبق عليها هذه المعايير"، هذا في ظل انضمام الجزائر الى المشروع الاورو متوسطي وتوقيعها على ميثاق بولونيا سنة 2000 المتعلق بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.²

لايزال مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يثير جدلا كبيرا لدى المهتمين بسبب اختلاف وتعدد معايير التصنيف المعتمدة والتي ساهمت في بروز عدة مفاهيم لها صادرة عن دول وهيئات ومراكز بحث مختلفة عبر العالم ومن بين هذه المعايير التي تتم على اساسها تحديد ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نجد³:

- عدد العاملين في المؤسسة.
- حجم مبيعات المؤسسة
- حجم راس المال المستثمر
- حصة المؤسسة في السوق
- استقلالية الادارة والملكية
- القيمة المضافة

والجزائر كغيرها من الدول عرفت محاولات عدة لتحديد مفهوم هذه المؤسسات كانت في مجملها مستوحاة من تعريف الاتحاد الاوربي الى ان تم اصدار القانون التوجيهي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية الذي حمل في طياته تعريفا رسميا لهذه المؤسسات ضمن المادة الرابعة منه والتي تنص على ان⁴:

"تعرف المؤسسة الصغيرة والمتوسطة مهما كانت طبيعتها القانونية بانها مؤسسة انتاج السلع او الخدمات".

-تشغل من 01 الى 250 شخصا.

¹ رابح خوي وحساني رقية، مرجع سابق، ص34.

² -ا. شريف غباط، محمد بوقمقوم، التجربة الجزائرية في تطوير وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في التنمية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 24-العدد الاول-2008، ص129.

³ -توفيق عبد الرحيم يوسف، ادارة الاعمال التجارية الصغيرة، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان 2002، ص15-16.

⁴ -الجريدة الرسمية، العدد 77 الصادرة في 2001/12/15، ص5.

الوطني

-لا يتجاوز رقم اعمالها السنوي ملياري 02 دينار او لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية خمسمائة 500 مليون دينار.

-تستوفي معايير الاستقلالية.

وقد تم الفصل بين المؤسسة المصغرة والصغيرة والمتوسطة انطلاقا من المعايير المذكورة سابقا كما هو في الجدول الاتي:

جدول رقم 03: يبين تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

الحصيلة السنوية (دينار جزائري)	رقم الاعمال السنوي (دينار جزائري)	عدد العمال	نوع المؤسسة الصغيرة والمتوسطة
10 مليون	20 مليون	09-01	مصغرة
100 مليون	200 مليون	49-10	صغيرة
500-100 مليون	200 مليون-2 مليار	250-50	متوسطة

المصدر: المرسوم التشريعي رقم 18/01 المؤرخ في 2001/12/12 المتضمن القانون التوجيهي لترقية مص وم.

بالاضافة الى التعريف السابق فقد تضمن القانون التوجيهي رقم 02-07 المؤرخ في 10-01-2017 الخاص بتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حيث يهدف هذا القانون حسب المادة 1 من هذا القانون الى تعريف المؤسسة ص وم وتحديد تدابير الدعم والاليات المخصصة لها فيما يتعلق بالانشاء والانتماء والديمومة وجاءت التعاريف كما يلي:

- المؤسسة الصغيرة جدا: هي مؤسسة تشغل اقل من عامل 1 الى 9 عمال وتحقق رقم اعمال اقل من 40 مليون دج، او لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية عشرين مليون دينار.

- المؤسسة الصغيرة: تعرف بانها مؤسسة تشغل ما بين 10 الى 49 عامل، ولا يتجاوز رقم اعمالها السنوي اربعمائة (400 مليون دج)، او لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية 200 مليون دج.

- المؤسسة المتوسطة: تعرف بانها مؤسسة تشغل ما بين 50-250 عامل، ويكون رقم اعمالها السنوي ما بين 400 مليون دج الى 4 ملايين دج، او يكون مجموع حصيلتها السنوية ما بين 200 مليون الى مليار دج. كما حددت المادة 2 منه الاهداف¹:

- بعث النمو الاقتصادي وتحسين بيئة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- تشجيع انشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لاسيما المبتكرة منها والحفاظة على ديمومتها.
- تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وقدرتها في مجال التصدير وترقية ثقافة المقاول.

¹-المرسوم التنفيذي رقم 02-17 المؤرخ في 10-01-2017 يتضمن القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات ص وم، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 2، ص05.

الوطني

- تحسين معدل الاندماج الوطني وترقية المناولة.

بالجدير بالذكر ان القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وضع الى انه اذا صنفت مؤسسة في فئة معينة وفق عدد عمالها وفي فئة اخرى طبقا لرقم اعمالها او مجموع حصيلتها، تعطى الاولوية لمعيار رقم الاعمال او مجموع الحصيلة لتصنيفها.¹

ثانيا: اهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية:

ان المؤسسة الصناعية الصغيرة والمتوسطة رغم انها لم تكن محددة بشكل واضح الى انها كانت حاضرة في سياسة التنمية بالجزائر منذ 1966 عموما نشهد منذ بداية المخطط الرباعي الثاني اهتماما متزايدا بهذا القطاع تلاه فيما بعد مجموعة من القوانين كانت تدعم أكثر فأكثر المبادرة المحلية والخاصة بانشاء وحدات اقتصادية، الى ان اصبح الاهتمام بهذه الصناعات يشكل حجر الزاوية في سياسة التنمية بانشاء وزارة خاصة لها، وهكذا اخذت سياسة التصنيع منذ 1967 اتجاهين يخص توجيه الاستثمارات الصناعية نحو الوحدات الكبرى والثاني نحو الوحدات الصغيرة والمتوسطة.²

وهكذا تعززت اهمية القطاع في النسيج الصناعي مع تطور التصنيع في اطار المبادرة المحلية، اذا اخذت مكانة هامة في الجهاز الصناعي وكانت العلاقات مكثفة بينها وبين المؤسسات الكبرى³، حيث اهتمت الجزائر بالمؤسسات الص وم بشكل واضح ابتداء من سنوات التسعينات مع بداية برامج الاصلاح الاقتصادي.

كما تدعمت مكانة ودور المؤسسات ص وم في الاقتصاد الوطني بصفة واضحة من خلال سياسة الاصلاحات الاقتصادية التي شرعت فيها الجزائر في السنوات الاخيرة، حيث اولت الدولة اهمية بالغة لترقية ودعم هذا القطاع وتشجيعه لاختذ مكانته في النحاح عملية الانعاش الاقتصادي واعادة الديناميكية للنسيج الصناعي باعتبارها من اهم القطاعات القادرة على خلق الاستثمارات، وتوفير مناصب شغل جديدة، بالاضافة الى مساهمتها الفعالة في اعادة تنشيط المحيط الاقتصادي وتحقيق التنمية.⁴

¹ المادة 8 من القانون رقم 02-17 المؤرخ في 10-01-2017 المتضمن القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات ص وم، الجريدة الرسمية، العدد 02 الصادرة بتاريخ 11-01-2017، ص 06.

² محمد طالي، بن داودية وهيبية، بعض التجارب الدولية في دعم وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الدروس المستفادة، مداخلة ضمن الملتقى حول متطلبات تاهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، الشلف، الجزائر، افريل 2006، ص 46.

³ -دمدم كمال، دور الصناعات ص وم في تتمين عوامل الانتاج، مجلة البصيرة، مرجع سابق، ص 195-196.

⁴ -بعلي حمزة، بنية محمد، تحديات السياسات الصناعية للقطاع المؤسسات ص وم في الجزائر، الملتقى الوطني حول تاهيل المناطق الصناعية في الجزائر، كمدخل لتعزيز تنافسية المؤسسات ص وم وترقية الصادرات خارج المحروقات الواقع والافاق، التجارب الناجحة، اكتوبر 2015، جامعة قلمة، ص 123.

الوطني

وتظهر أهمية هذه المؤسسات في إعادة ادماج العمال المسرحين لظروف اقتصادية مما يسمح باستغلال الكفاءات والتجارب وتجسيد افكارهم في الواقع مما يساهم في امتصاص البطالة لما يتميز هذا النوع من المؤسسات في خلق فرص عمل في شتى القطاعات¹.

ويمكن ان نرجع ايضا ضرورة الاهتمام بهذا النوع من المؤسسات لاعتبارها غالبا صناعات مكتملة ومغذية للصناعات الكبيرة اضافة الى الدور الذي تلعبه عند اقامتها بالريف او المدن الصغيرة فهي تقلل من هجرة العمال باتجاه المدن مما يساهم في خلق توازن جهوي اقتصادي واجتماعي².

-دعم الصادرات: تلعب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دورا هاما في تنمية الصادرات وتخفيف العجز في ميزان المدفوعات وذلك لقدرتها على الدخول الى الاسواق الخارجية بسبب تنوع منتجاتها وانخفاض تكلفتها، بالاضافة الى اعتمادها على المواد الاولية المحلية وهو ما يعني محدوديتها وارداها.

-القدرة على مقاومة الاضطرابات الاقتصادية: تتميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بقدرتها على التكيف مع الظروف الاقتصادية المختلفة ففي حالة زيادة الطلب تزيد في حجم الاستثمار وفي حالة الركود الاقتصادي تخفض من حجم الانتاج وهو ما يجعلها أكثر مقاومة لفترات الاضطرابات الاقتصادية من المؤسسات الكبيرة³.

-دعم سياسات الاكتفاء الذاتي على الاقل في بعض السلع والخدمات والتقليل من الاستيراد وتحسين الصادرات والمساهمة الفعلية في دعم الناتج القومي⁴.

-ان تشجيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خاصة العاملة في مجال الصناعة يساعد على تطوير الفنون الانتاجية المحلية ودفع هذه المؤسسات الى مواقف تنافسية جيدة⁵.

-تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة موقعا مهما لتنمية مهارات الرياديين الضرورية لنمو اي اقتصاد معاصر مقارنة مع المؤسسات الكبيرة⁶.

¹- ايت عيسى عيسى، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر افاق وقبود، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، جامعة الشلف، العدد، 7 ص 275

²- شبوطي حكيم، الدور الاقتصادي والاجتماعي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مجلة اجنات اقتصادية، العدد 3، 2008، ص 215.

³جمال بلخباط، مرجع سابق، ص 635.

⁴- صالح يوسف دردية، دور اتحاد عام غرف التجارة والصناعة في تنمية المشروعات ص وم، ورقة بحثية مقدمة لندوة المشروعات ص وم، طرابلس، ليبيا، 2005/07/25، ص 2.

⁵- محمد هيكل، مهارات ادارة المشروعات الصغيرة، مجموعة النيل العربية، القاهرة، مصر، 2003، ص 16.

⁶- سعاد نائف بنوطي، ادارة الاعمال الصغيرة، ابعاد للريادة، دار وائل، الاردن، 2005، ص 62.

الوطني

-الاقتناع المتزايد بمحدودية امكانيات المؤسسات الكبرى في التخفيض والتحكم في تكلفة تسيير وادارة المشروعات وانتاجها الامر الذي جعل العديد منها يعتمد على المؤسسات ص وم في انتاج بعض حاجياتها من السلع والخدمات وعمق ظاهرة المناولة والشراكة بين البلدان¹.

-ضعف النموذج الاقتصادي بقيادة المؤسسة الكبيرة: ان اثار الازمات اثبتت عجز المؤسسات الكبيرة في مجابتهها خاصة التي تتميز بالكثافة الرأسمالية².

-مرونة تكيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مع المحيط: اثبتت تكيفها مع المتغيرات الاقتصادية حيث في حالة زيادة الطلب تزيد في حجم الاستثمار وفي حالة الركود تخفض من حجم الانتاج وهو مايجعلها أكثر مقاومة لفترات الاضطرابات الاقتصادية³.

-التغيرات التشريعية ودور اثار المناولة من الباطن: تطور ونشأة الاسواق الجديدة ادت الى تزايد الاعتماد على المؤسسات ص وم وكذا قوانين التحرير المالي والنقدي وانسحاب الدولة من الانشطة الاقتصادية⁴.

-تحول الاقتصاد من نموذج المؤسسات الكبيرة الى نموذج المؤسسات ص وم: حيث ظهرت هذا النوع المؤسسات بعد سنة 1993 وذلك من خلال سماح قاون الاستثمار الجديد بتوحيد المعاملة بين القطاع الخاص والعام، ويمكن ارجاع هذا التحويل الى عاملين هما: تطور التشريع المنظم للقطاع الخاص واثار الخصخصة⁵، حيث وضع قانون النقد والقرض الارضية الاولى لظهور القطاع الخاص ثم قانون الاستثمار لسنة 1997، لكن المساعي الحقيقية تحققت سنة 2001 عن طريق قانون تطوير الاستثمار، اين قام بتاثير الاستثمار وتنسيق مجهودات الحكومة في دعم المشاريع الاستثمارية، والقانون التوجيهي لانشاء المؤسسات ص وم وتدعيم الخصخصة كاداة لخلق الاستقرار والتوازن بعيدا عن تدخل الدولة⁶.

¹-BOSH Gerhard.le temps detravail tendances et nouvelles problematiques.revue internationale de travail, n2, 1999, p32.

²-JORRESO.O, economie dentreprise organisation et stratigie a laide de la woncred ecinomie, economica, paris, 2000, p67.

³-مراعي.ا، المشروعات الصغيرة والتنمية، التجارب الدولية مقارنة الحالة المصرية، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية، قلوب، 2005، ص23.

⁴-PREVOST.P, le devloppement local contexte et definition, Cahiers de recherche IREC, instituts de recherche et denseignement pour les cooperatives de luniversitie de sherbrooke (irecus), 2003, p7.

⁵-الامر رقم 03-01 الصادر في 20 اوت 2001 المتعلق بتطوير الاستثمار

⁶-القاطي انطوان.ا، الخصخصة، التخصيص، مفهوم جديد لفكرة الدولة ودورها في ادارة المرافق العامة، منشورات الحلبي، بيروت، 2000، ص64

الوطني

ثالثا: خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر:

تعتبر المؤسسات الاقتصادية بصفة عامة المحرك الاساسي لتنمية والتطور الاقتصادي في جميع البلدان، ومن هنا برز بشكل جلي الدور الحيوي والاساسي للمؤسسات ص وم والاحصائيات المتوفرة تدل على ان هاته الاخيرة هي الغالبة في اقتصاديات كل البلدان وخاصة في الجزائر حيث تمتاز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بجملة من الخصائص يمكن ايجازها فيما يلي¹:

- مالك المنشأة هو مديرها اي الجمع بين الادارة والملكية حيث ان صاحب او اصحاب المشروع غالبا مايكون هو مديره ومن ثمة التمتع بالاستقلالية في الاداء.
- انخفاض الحجم المطلق لراس المال اللازم لانشاء المشروعات الصغيرة وذلك في ظل تدني حجم المدخرات لهؤلاء المستثمرين في المشروعات الصغيرة والمتوسطة.
- المرونة والقدرة على الانتشار نظرا لقدرتها على التكيف مع مختلف الظروف من جانب مما يؤدي الى تحقيق التوازن في العملية التنموية، مع سرعة تاقلم هذه المؤسسات مع الخصوصيات المحلية والجهوية تبعا لدرجة وفرة عناصر الانتاج والهياكل.
- القدرة على الاندماج في النسيج الاقتصادي من خلال تعدد الانشطة الناتج عن تعدد الانشطة الناتج عن تعدد المؤسسات المستحدثة، ومن خلال امكانية استحداث مناطق صناعية وحرفية متكاملة².
- قدرة محدودة على الانتاج للتخزين نظرا لضعف الموارد المالية وعدم التحكم في السوق³.
- دورة حياة المؤسسة قصيرة اذ انها تتاثر باسباب بسيطة تضع حدا لنهاية نشاطها وهذا راجع لهشاشتها مثلا استقالة موظف اساسي خسارة زبون مهم... الخ⁴.

وعلى هذا في الواقع الحجم الصغير والمتوسط للمؤسسات يمتلك مزايا نوعية تساعده على التصدير وهي:

- القدرة على التكيف والمرونة: ان قدرة هياكل مؤسسات الصناعات ص وم على التكيف يمكنها ان تعدل من برامج انتاجها لمواجهة احتياجات الاسواق الخارجية، نظرا لما تتمتع به من مرونة تتمثل في تواضع راس المال المستثمر، ومن ثم تكون أقدر على تلبية احتياجات اسواقها وكسب اسواق خارجية للتصدير.
- التخصص: يؤكد البعض بان التخصص في مجال انتاجي واحد يشكل الخيار الافضل لدخول المؤسسات ص وم الى الاسواق الدولية.

¹ - ماهر حسن المحروق، ايهاب مقابلة، المشروعات الصغيرة والمتوسطة اهميتها ومعوقاتهما، مركز المنشآت الصغيرة والمتوسطة، الاردن، 2006 ص3-4.
² - محمد زيدان، اساليب تمويل المؤسسات ص وم في مجال الصناعات التقليدية والحرفية، الملتقى الوطني الاول حول المؤسسات ص وم ودورها في التنمية، جامعة الاغواط، 8 و9 افريل 2002، ص25-26.

³ - هالة محمد لبيب عنبه، ادارة المشروعات الصغيرة في الوطن العربي، بدون دار نشر، 2002، ص22.

⁴ Josee st-Pierre, La gestion financiere des PME theories et pratiques, press de luniversite du Quebec, canada, p 6.

الوطني

- التجديد: ان مرونة المؤسسات ص وم في التكيف مع المستجدات والتغيرات السريعة في رغبات المستهلكين وتوقعاتهم وتحركات المنافسين في السوق¹ امرًا ضروريًا للمحافظة على البقاء والنمو.
- وهناك خصائص اخرى²: نذكر منها:
- قوة العلاقات بالمجتمع: من اهم ما يميز المشروعات الصغيرة والمتوسطة هي العلاقات القوية بالمجتمع المحلي المحيط بها وتستفيد المشروعات صوم من تناقل اخبارها بواسطة اهل المنطقة المحيطة وبالتالي فهم يشكلون فريق الترويج لمنتجاتها.
- الاثار الاجتماعية: من النواحي الاجتماعية ان كل واحد منا يدرك خطر تفشي البطالة والفقر التي لا يكاد يخلو منها مجتمع، فالمشروعات الصغيرة والمتوسطة تساهم بشكل كبير في امتصاص البطالة ومحو اثار الفقر على الكثير من الاسر والجماعات وتحسين المستوى المعيشي للعديد من العائلات.
- ترقية روح المبادرة الفردية والجماعية: باستحداث أنشطة اقتصادية سلعية او خدمية لم تكن موجودة من قبل وكذا احياء أنشطة اقتصادية تم التخلي عنها كالصناعات التقليدية³.
- الفعالية في التسيير: تتبع المؤسسات ص وم في الغالب طرقًا للتسيير لا تتميز بالتعقيد، بل بالسهولة والسيولة فيما يخص الهيكل التنظيمي، كما يمكن هذه المؤسسات من استخدام اساليب التسيير الحديثة.
- الكفاءة الاقتصادية: في السنوات الاخيرة هناك اتجاه دائم ومستمر في التحول من المؤسسات الكبيرة الى المؤسسات ص وم خاصة مع التحول الاقتصادي نحو قطاع الخدمات وساعد في هذا الاتجاه استخدام التقنيات الحديثة في عملية الانتاج التي مكنت المؤسسات ص وم من العمل بكفاءة قبل المؤسسات الكبرى، وبالتالي تلاشت الفروقات الناتجة عن ميزة الحجم الاقتصادي التي تستفيد منها المؤسسات الكبيرة، ولهذا فان المؤسسات ص وم قادرة بفضل بساطة التكوين والهيكل التنظيمي على تقديم الخدمات المميزة وتوصيل منتجاتها للمستهلكين بشكل افضل من منافسيها الكبار⁴.
- توفير الخدمات للصناعات الكبيرة: ان المؤسسات ص وم تستجيب لطلبات الصناعات الكبيرة بتوفير مستلزمات معينة، منتجات محددة، ايدي عاملة، حيث تتم هذه العملية عن طريق عقود تسمى التعاقد من الباطن وعلى سبيل المثال: العملاق الامريكى لانتاج السيارات جنرال موتورز يتعاقد مع 26 ألف مصنع لانتاج عدد من الاجزاء التي يحتاج اليها في العملية التصنيعية ومن بينها 16 ألف مصنع يعمل بما اقل من 100 عامل.

¹ - محمد محروس اسماعيل، اقتصاديات الصناعة والتصنيع، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، 1997، ص 214.

² - خليف عيسي، كمال منصور، مقومات التميز في اداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الملتقى الدولي حول متطلبات تاهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة الشلف، افريل 2006، ص 819.

³ - ناجي بن حسين، مزايا الاستثمار في المشروعات الصغيرة وافاق تطويرها في الجزائر، الدورة التدريبية الدولية حول تمويل المشروعات ص وم وتطوير دورها في الاقتصاديات المغربية، جامعة سطيف، ماي 2003.

⁴ - عثمان حسن عثمان، مفهوم المؤسسات ص وم ودورها في التنمية الاقتصادية، الدورة التدريبية الدولية حول تمويل المشروعات ص وم وتطوير دورها في الاقتصاديات المغربية، جامعة سطيف، ماي 2003.

الوطني

– أحداث التوازن بين المناطق: تعمل على أحداث نوع من العدالة في التنمية الاقليمية اذ انها تتمكن من الانتشار في العديد من الاقاليم مما يساعد على تنمية تلك الاقاليم واستقرار السكان فيها¹.

يلاحظ مما سبق ان خصائص المشروعات الصغيرة والمتوسطة منها ماهو سلبي ومنها ماهو ايجابي، غير ان الجوانب السلبية في هذه المشروعات لاترجع اليها مباشرة بقدر ماهي مرتبطة بالمشكلات التي تواجهها، اما مايجب التاكيد عليه هنا هو ان هذه المشروعات يمكنها الاستمرار مدة طويلة دون تحقيق ارباح، ولكنها سرعان ماتنهيار حين تواجهها دفعة مالية حرجة لاتقبل التاجيل ولذلك فان التدفقات المباشرة لمثل هذه المشروعات أكثر اهمية من حجم الربح او عوائد الاستثمار².

رابعاً: دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الجزائري:

تقوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بادوار مهمة في الاقتصاد الجزائري لعل اهمها هي³:

– **المؤسسات الصغيرة والمتوسطة اداة لتشجيع الاستثمار:** تعمل هذه المؤسسات على تكوين جيل جديد من المستثمرين الصغار الذين لايملكون رؤوس اموال كبيرة، خاصة الشباب، وذلك يعود لقدرتها على توظيف المدخرات الفردية بطريقة تقل فيها المخاطرة نتيجة لقصر فترة الاسترداد لراس المال المستثمر وبالتالي تقلل من مخاطر الاستثمار، كما تسهل عملية الدخول والخروج من السوق لانخفاض قيمة الاصول، وبالتالي تعمل على زيادة الاستثمارات الناجحة وتوسيع فرص زيادة القدرة الانتاجية، من اجل رفع معدل النمو الاقتصادي والتاثير في مؤشرات الاقتصاد الكلي.

– **تحقيق التوطن الصناعي:** تعتبر هذه المؤسسات وسيلة لانتشار التوطن الصناعي جغرافيا من خلال الانتشار الجغرافي للمؤسسات الصناعية التي تسود فيها روح المنافسة، ونظرا لصغر حجمها فانه يسهل توطينها بالقرب من المناطق التي توجد فيها مدخلات الصناعات ص وم، وهي تعمل غالبا كمؤسسات او نقاط جذب لصناعات اخرى جديدة وبالتالي تساهم في توسيع رقعة التنمية الصناعية وانتشارها وما يتبع من تطور صناعي وحضاري.

– **المقاولة من الباطن:** تساعد المقاولة من الباطن على زيادة فرص التشغيل وتراكم الثروة في المجتمع نتيجة لارتفاع مستوى المنافسة بين المؤسسات ص وم، ان المقاولة الباطنية تشجع التخصص في العمل الذي يؤدي بدوره الى الاتقان في الانتاج وتعزيز الخبرات وبالتالي يساهم في خلق التجديد، كما ان التقدم التكنولوجي واشتداد حدة المنافسة الدولية في ظل العولمة فرضت على

¹ – بعلي حمزة، مرجع سابق، ص122.

² ماهر حسن المحروق، نفس المرجع السابق، ص4.

³ – عبيدوني العياشي، لطرش فيروز، دور المؤسسات ص وم في تنويع الاقتصاد الجزائري، مداخلة الملتقى الدولي حول تقييم استراتيجيات وسياسات الجزائر لاستقطاب الاستثمارات البديلة للمحروقات في افاق الالفية الثالثة، جامعة المسيلة، اكتوبر 2014، ص8-12.

الوطني

المؤسسات الاقتصادية باختلاف احجامها الاهتمام بالعمليات الانتاجية الأكثر اهمية والتخلص من العمليات الثانوية لمؤسسات اخرى متخصصة في هذا المجال، كما ان المؤسسات الضخمة تلجا الى مؤسسات المقاوله من اجل تحسين نوعية المنتج.

- دورها في تحقيق التنمية الاقليمية: ان حجم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يساعد على توطينها بحسب خصوصيتها واحتياجات كل جهة، وبالتالي تساعد على خلق توازن تنموي وجوهوي في المناطق الريفية والنائية واعادة التوزيع السكاني والحد من الهجرة الى المدن الكبرى.

- دورها في انتاج القيمة المضافة: ان تحديد مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في القيمة المضافة يمكننا من معرفة اهميتها الحقيقية في خلق الثروة على المستوى الوطني، لذلك فان تحليل هذه المساهمة ستكون مفيدة الى حد بعيد لتحديد مكانة هذه الاخيرة في تطوير الاقتصاد الوطني.¹

*** دورها في خلق الناتج الداخلي الخام:** تعمل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على رفع الناتج الداخلي الخام من خلال توفير مناصب الشغل وتنشيط اليد العاملة مما يؤدي الى الزيادة في دخل الافراد وهذا يؤدي بدوره الى تحسين المستوى المعيشي لهم من خلال تخصيص جزء من الدخل للاستهلاك والباقي للادخار الذي يوجه للاستثمار في مشاريع خاصة، كما تساهم في زيادة الانتاج وتوافر المنتجات فكل هذه العوامل تؤدي الى زيادة حجم الناتج الداخلي الخام وتنوعه.²

اذن نستنتج ان النسيج الصناعي الجزائري بشقيه العام والخاص لم يستفد من تفكيك التعريفه الجمركية مع الاتحاد الاوربي في تخفيف تكاليف المدخلات الصناعية وبالتالي التمكن من رفع درجة التنافسية للمنتجات الموجهة خاصة نحو الاسواق الخارجية.

خامسا: الإطار القانوني الجديد المرتبط بتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

ان تغيير النصوص التنظيمية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة هو تكريس نصوصا خاصة لها، اي هي نصوص موجهة من حيث التنظيم والنشاط الى النوع من المؤسسات بالذات دون غيرها من المؤسسات، اما احكام كل من القانون 01-18 والقانون 02-17 تحت تسمية القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والقانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، فهذا التخصيص للقوانين من هذا النوع يبين المكانة التي ارادتها الدولة اعطائها لهكذا مؤسسات لغرض التنمية الاقتصادية والاجتماعية الشاملة.

ومن النصوص الهامة والبارزة المهمة بتنظيم النشاط الاقتصادي نجد في القانون الجزائري قوانين المنافسة والاستثمار والنقد والاستيراد والتصدير يضاف اليها احكام المادة 43 من التعديل الدستوري لسنة 2016 وعلاقة هذه النصوص بالمؤسسات ص وم

¹ مني مسغوني، (2012)، نحو اداء تنافسي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، ص.126.

² نصيرة سعدي، و محمد ميلود قاسمي، (2018)، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التنمية الاقتصادية، مجلة اقتصاد المال والاعمال، جامعة الوادي، ص 63-64.

الوطني

وهامة لان هذا النوع من المؤسسات من منظور احكام هذه القوانين هي متعاملة اقتصادية سواء بوصفها تاجرا او مستثمرة او مستوردة او مصدرة وغيرها.

وفي هذا المقام نذكر كماثلة احكام المادة 9 من قانون المنافسة التي تنص صراحة على الترخيص بالاتفاقات والممارسات التي تسمح للمؤسسات ص وم بتعزيز تنافسيتها في السوق، ايضا احكام قانون الاستثمار الذي ولاول مرة ينص على دعم مشاريع الاستثمار التي تؤديها المؤسسات ص وم من خلال استفادتها من التحفيزات المنصوص عليها في المادة 15 منه والخاصة بالتحفيزات الجبائية والمالية، اضافة الى استفادتها تطبيقا للمادة 28 من دعم الصندوق الوطني لتاهيل المؤسسات ص وم ودعم الاستثمار وترقية التنافسية الصناعية عن طريق صندوقين: صندوق ترقية التنافسية الصناعية-صندوق دعم الاستثمار.

والمستجد هو وضع نص خاص ضمن الدستور لسنة 2016 يتضمن صراحة الرفع من سقف الاهتمام بالمؤسسات ص وم من خلال منظور شامل وهو تحسين مناخ الاعمال وقرار المساواة في المعاملة في المجال الاقتصادي وهذا بمقتضى احكام الفقرة الثانية من المادة 43 التي تنص على تدخل الدولة لتشجيع ودعم كل المؤسسات الوطنية لجعلها مؤسسات قادرة على المساهمة في التنمية الوطنية الشاملة وهو مايفسر انه حتى قانون الاستثمار رقم 09-16 وكذا القانون الخاص بالمؤسسات ص وم رقم 02-17 والمذكورين اعلاه.

وحسب قانون المالية لسنة 2018 وبموجب الفقرة الثانية من المادة 132 منه على دعم ايرادات المؤسسات في مسالة تمويلها واعلامها وتطوير منظومتها الرقمية والمناولة في هذه المؤسسات ومنحها اعانات مالية وغيرها من الاحكام.

ان وجود هذه الاحكام في قوانين المالية يدخل في دور الدولة الذي يجب ان تلعبه في المجال الاقتصادي وهو الدولة الضامنة من خلال سياسة الدعم الذي توجهه لترقية بعض المؤسسات من بينها المؤسسات ص وم تكون قادرة على اقتحام الاسواق، بجعلها مؤسسات انتاجية تخلق مناصب الشغل ومن ثمة مساهمتها في التنمية الوطنية الشاملة.

دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من بين الاحكام التي تضمنها قانون 02-17 هو دعم المؤسسات ص وم، ويقصد بالدعم مساعدة المؤسسات ص وم على اقتحام مجال الانتاج والتوزيع اي اقتحامها في مجال المال والاعمال والدخول الى الاسواق بمختلف انواعها وذلك بوضع كل الادوات والسبل الممكنة، لذلك في هذا المعنى تنص المادة 1 من القانون 02-17 الخاص بالقانون التوجيهي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة على ان الهدف من اصداره هو تحديد تدابير الدعم والاليات المخصصة لها فيما يتعلق بالانشاء والائماء والديمومة.

كما ان احكام قانون المالية لسنة 2015 في المواد من 60 الى 63 جاءت بتحفيزات هامة لفائدة مختلف مشاريع الاستثمار بما فيها تلك التي تمارسها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة منها اعفاء العقود الادارية التي تعدها مصالح املاك الدولة فيما يتعلق بمنح الامتياز على الاملاك العقارية في اطار القانون رقم 04-08 من حقوق التسجيل ورسم الشهر العقاري، ايضا نجد احكام قانون

الوطني

المالية 2016 ينص على تخفيض نسب الفوائد المفروضة على القروض الاستثمارية وهي لا تتجاوز 3% في فترة 5 سنوات للنشاطات ذات الاولوية كالصناعة والفلاحة والسياحة وغيرها.¹

- كما صادق مجلس الوزراء يوم 26 جويلية 2016 على برنامج النمو الجديد الذي يتضمن فك الارتباط بالمخزوقات لصالح تنويع الاقتصاد عبر قطاع اقتصادي سمينها القطاعات الراكدة) والهدف من ذلك ينبغي ان يكون تحقيق مستوى نمو مستدام عند 7 نقاط مئوية كشرط للاقلاع افاق 2021 ونمو في مستوى 10% لتحقيق الصعود افاق 2030، والطريق الى ذلك رفع مساهمة القطاعات الراكدة في الناتج الداخلي الخام من 20% الى 50% لتحقيق التوازن المطلوب في اسواق السلع والنقد الاجنبي والعمل ورأس المال.²

¹- ارزيل الكاهنة، قراءة في النصوص القانونية المنظمة للمؤسسات ص وم، الملتقى الوطني حول المؤسسات ص وم في ظل مستجدات القانون الجزائري، يوم 28 نوفمبر 2019، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، ص 14-21.

²- بشير مصيطفى، اقتصادنا الفرصة المتبقية، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2016، ص 38-39.

الوطني

المطلب الثاني: اليات تنمية وتاهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

هي انشاء العديد من الهيئات والصناديق العمومية ذات طابع اداري ومالي تعمل على تقديم خدمات واعانات مختلفة لهذا النوع من المؤسسات، وكذا برامج تاهيل خاصة هدفها تدعيم وتحسين اداء هاته المؤسسات، وسنقوم بتفصيلها كما يلي: ¹

اولا: اليات تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر:

نظرا لاهمية دور المؤسسات ص وم فانه يستوجب تقديم لها الدعم باشكالها العديدة²:

- الدعم الفني: يركز اساسا على دراسة الجدوى الاقتصادية، اختيار الموقع، الادوات والمواد الاولية التي تساعد المشروع.
- الدعم الاداري: وهو يضم مختلف التسهيلات والاجراءات الادارية كتبسيط الحصول على التراخيص والتسجيل في السجل التجاري ويكون ذلك عن طريق الشباك الواحد وسهولة الحصول على العقار.
- الدعم المالي: وخاصة التمويل في مرحلة الانشاء، تنمية الادخار و ضمان القروض، تخفيض تكاليف التمويل وتكاليف الرسوم والضرائب بالاعفاء لفترات محددة من النشاط.
- الدعم التكنولوجي: يكون بتوفير التكنولوجيا او اجنحة تسهيل اجراءات الحصول واستخدام التكنولوجيا وكذا دعم اسعار التكنولوجيا الحديثة.

وبالتالي إذا قامت مختلف الهيئات بتقديم الدعم لتلك المؤسسات استطاعت تحقيق الغرض الذي انشأت من اجله.

1- انشاء هيئات الدعم: ومن بين هذه الهيئات نجد³:

-الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب **ANSEJ** : التي انشأت بموجب المرسوم التنفيذي 96-296 المؤرخ في 08/09/1996 وتضطلع هذه الوكالة بتقديم الدعم المعنوي والمالي والفني وكذا كل المعلومات الاقتصادية والتقنية لاصحاب هذه المؤسسات، والتي أصبحت تسمى بمرسوم سنة 2022 بوكالة اناد **ANAD** من اجل تفعيل دورها.

-وكالة ترقية وتدعيم الاستثمار **APSI**: طبقا لاجكام المادة 03 من المرسوم التشريعي رقم 12-93 المؤرخ في 08/10/1993 وتعمل هذه الوكالة على تقييم المشاريع ودراستها واتخاذ قرارات الرفض او القبول بشانها.

¹ -عبود زرقين، تعزيز دور الصناعات ص وم في السياسة الصناعية الجزائرية، مجلة بحوث اقتصادية عربية، العدد 42 / 2008، ص 117.

² -مسدوي دليلة، المكانة الاقتصادية والاجتماعية للمؤسسات ص وم، مداخلة في الملتقى الوطني حول المؤسسات ص وم في تحقيق التنمية بالجزائر خلال الفترة من 2010-2011، جامعة بومرداس، ص 44.

³ -د جميلة الجوزي، الاجراءات المتبعة لتفعيل دور المؤسسات ص وم وواقعها في الجزائر، الملتقى الوطني حول واقع وافاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الص وم في الجزائر، جامعة الوادي، ماي 2013، ص 4.

الوطني

- إنشاء الشباك الموحد: وهو على شكل وكالة وطنية لتطوير الاستثمار ANDI بموجب الامر 03/01 المؤرخ في 20 اوت 2001 وتضم كل الهيئات ذات العلاقة بالاستثمار واصدار الترخيص.

- الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر **ANGEM**: استحدثت هذه الوكالة سنة 2004 وتقوم بالاشراف على صندوق الضمان المشترك للقروض المصغرة التي تقدمها البنوك التجارية والمؤسسات المالية للمستفيدين منها ومن اهم وظائفها تقديم قروض بدون فائدة وتقديم الاستثمارات والاعانات للمستفيدين من قروض الصندوق لوطني للقرض المصغر، كما تعمل على توطيد العلاقة بين البنوك والمؤسسات المالية لتوفير التمويل اللازم لمشاريع استثمارية.

- الصندوق الوطني للتأمين على البطالة¹ **CNAC**: انشئ بموجب المرسوم التنفيذي رقم 94-88 المؤرخ في جويلية 1994، اوكلت له مهمة دعم العمال الذين فقدوا مناصب عملهم بسبب اعادة الهيكلة الاقتصادية في تلك الفترة والذين تراوح اعمارهم من 35-50 سنة، كما اوكلت له تدعيم الشباب البطال لخلق نشاط خاص، وقد ساهم هذا الصندوق الى غاية السداسي الاول من سنة 2013 في تمويل 84164 مشروع بحجم استثمارات تقدر بحوالي 234 مليار دج وتشغيل حوالي 163023 شاب.

- المشاتل وحاضنات الاعمال: هي مؤسسات عامة ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي وتعد هيئة الاستقبال المؤقت التي تقترح محلات ومساعدات تلائم احتياجات المؤسسات ص وم الحديثة النشأة او في طور الانجاز، وتتولى مهام التالية²:

- مرافقة المؤسسات حديثة النشأة-تقديم الارشادات في الميدان القانوني والتجاري لاصحاب المشاريع.

- مراكز التسهيل: وهي مؤسسات عامة ذات طابع اداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، تسعى الى تطوير النسيج الصناعي والاقتصادي المحلي ومساعدة المؤسسات ص وم على الاندماج في الاقتصاد الوطني والدولي، وتكفل بالاشراف على دراسة الملفات ومتابعتها-مرافقة اصحاب المشاريع³.

- الغرفة الوطنية للتجارة: هي مؤسسة صناعية تجارية انشأت بعد سنة 1988، وهي نواة للاعلام ووسيط في الاجراءات القانونية فاصبحت تمثل اطارا مهما يلتقي فيه كل المتعاملين الاقتصاديين المحليين والاجانب، ثم تحولت سنة 1996 الى الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة التي تقوم على توفير المعلومات وتقديم الاستشارة لفائدة المتعاملين الاقتصاديين⁴.

¹- شريف بوقصبة، علي بوعبدالله، دور برامج التنمية الجزائرية 2001-2014 في تطوير المؤسسات ص وم خارج المحروقات، الملتقى الدولي حول تقييم استراتيجيات وسياسات الجزائر لاستقطاب الاستثمارات البديلة للمحروقات في آفاق الالفية الثالثة، جامعة المسيلة، اكتوبر 2014، ص5.

²- حسن رحيم، نظم حاضنات الاعمال كالية لدعم التجديد التكنولوجي للمؤسسات ص وم في الجزائر، مجلة العلوم الاقتصادية، جامعة سطيف، العدد 2003/2، ص168.

³- احمد حميدوش، مراكز التسهيل فضاء جديد لبحث الاستثمار ومرافقة المؤسسة، مجلة فضاءات المؤسسات ص وم، العدد 2003/2، ص12.

⁴- جاري فاتح، سياسات وبرامج تاهيل المؤسسات ص وم في الجزائر، مجلة دراسات اقتصادية، مركز البصيرة، العدد 2013/21، ص68-71.

الوطني

2- انشاء صناديق دعم المؤسسات ص وم الصغيرة والمتوسطة: هي هيئات مالية تعمل على منح اعانات وتسهيلات

ذات طابع مالي من بينها:

-صندوق ضمان قروض المؤسسات ص وم: الذي انشا بموجب المرسوم التنفيذي رقم 02-373 المؤرخ في 2002/11/11 ويتولى تقديم الضمانات الضرورية لحصول المؤسسات ص وم على القروض البنكية ويتدرج هذا الصندوق ضمن الفعالية الاقتصادية والاستخدام الامثل للموارد العمومية، وبذلك يتحول دور الدولة من مانحة للاموال الى ضامنة ايضا للقروض.

-صندوق ضمان استثمارات المؤسسات الص وم PME CGC¹: الذي انشا بموجب المرسوم الرئاسي رقم 134/04 المؤرخ في 2004/04/19 والذي يقوم بضمان تسديد القروض البنكية التي تستفيد منها المؤسسات ص وم لتمويل الاستثمارات المنتجة للسلع والخدمات المتعلقة بانشاء تجهيزات المؤسسات وتوسيعها حيث تبلغ قيمة القروض القابلة للضمان 50 مليون دج كحد اقصى.

اضافة الى صناديق اخرى تخص²: صندوق تدعيم المنافسة الصناعية FPCI-صندوق تدعيم التصدير FPE-صندوق الوطني للتنمية الفلاحية FNRDA، صندوق الزكاة FZ، صندوق الاستثمار الولائي FINA LEP.

ثانيا: برامج تاهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

من اجل سعي الدولة الى ترقية قطاع المؤسسات ص وم قامت باعتماد العديد من البرامج التاهيلية والتنموية من بداية التسعينات ثم الالفينات من بداية مخطط 2000-2004 الى غاية مخطط توطيد النمو 2015-2019 بهدف زيادة انشاء المؤسسات ص وم وزيادة ادائها في القطاعات الاقتصادية لخلق الثروة وزيادة الناتج الوطني والمساهمة في النشاط الاقتصادي الوطني بشكل ايجابي، وعليه تم تسطير عدة برامج في مجال تاهيل المؤسسات ص وم سواء كانت محلية اودولية، نستعرضها كما يلي:

1-البرنامج الوطني لتاهيل المؤسسات الصناعية³: لقد شرع في تنفيذ اولى عمليات تاهيل المؤسسات ص وم في سنة 1999 في اطار التعاون مع منظمة الامم المتحدة للتنمية الصناعية، حيث قامت هذه الاخيرة بتقديم مساعدات بقيمة 1000.269 دولار، وبدا البرنامج في سنة 2001، حيث خصص لتاهيل المؤسسات ص وم التي تشغل أكثر من 20 عامل، وتشرف عليها وزارة الصناعة واعادة الهيكلة، ويسعى الى دعم المؤسسات الصناعية العامة والخاصة بهدف تعزيز التنافسية الصناعية وتهيئة بيئتها، والمبلغ المخصص لتمويل هذا البرنامج 4 مليار دج، وتتجلى اهدافه⁴ في عصرنة المحيط الصناعي وتطوير وترقية الصناعات

¹ محمد زيدان، الهياكل والاليات الداعمة لتمويل المؤسسات ص وم بالجزائر، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، جامعة الشلف، العدد 07 ص16.

² برياش توفيق، كشاط انيس، المؤسسات ص وم في الجزائر بين الواقع والمأمول، المؤتمر الدولي حول تقييم اثار برامج الاستثمارات العامة والنمو الاقتصادي خلال الفترة من 2001-2014، مارس 2013، جامعة سطيف، ص11.

³ عبد الرحمن تومي، مجلة اجاث اقتصادية، العدد 2013/21، ص81-82.

⁴ مني مسغوني، مرجع سابق، ص130.

الوطني

من اجل رفع القدرة على المنافسة، اضافة الى تدعيم قدرات هيئات الدعم لتحسين القدرة التنافسية وتطوير المؤسسات الصناعية ويتم تنفيذ هذا البرنامج من طرف هيئات تشرف على ذلك.

الهيئات المنفذة للبرنامج: يتطلب تنفيذ البرنامج تدخل عدة هيئات اهمها:

- المديرية العامة للهيكلة الصناعية DGRI: هذه المديرية تابعة لوزارة الصناعة واعادة الهيكلة وهي مكلفة بتسيير برنامج التاهيل.
- اللجنة الوطنية للتنافسية الصناعية CNCI: تم تاسيس هذه اللجنة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 192-02 المؤرخ في 2000/07/16 وتنشط تحت رئاسة وزير الصناعة واعادة الهيكلة، وتضم ممثلي¹ بعض الوزارات اهمها وزارة المالية، وزارة المساهمة وتنسيق الاصلاحات، وممثل عن وزارة التجارة، وممثل عن النقابات وارياب العمل وتمثل مهام اللجنة فيما يلي:
- دراسة طلبات التمويل-تحديد طبيعة المساعدات - اصدار القرارات-متابعة اداء المؤسسات المستفيدة.
- صندوق ترقية التنافسية الصناعية FPCI: لقد تم انشاء حساب خاص برقم 102-302 بموجب القانون رقم 99-11 بتاريخ 1999/12/23 بموجب المادة 92 من قانون المالية لسنة 2000 والمسمى بصندوق ترقية التنافسية الصناعية، وذلك من اجل تمويل عمليات تنفيذ برنامج التاهيل على شكل مساعدات مالية.

نتائج البرنامج: حسب وزارة الصناعة واعادة الهيكلة فان النتائج من انطلاق العملية من سنة 2001 الى غاية نهاية 2006 تتمثل في: تقدمت 406 مؤسسة منها (235 عامة، 171 خاصة) بطلبات الانضمام للبرنامج، منها 209 مؤسسة (155 عامة، 135 خاصة) تم قبولها من قبل اللجنة الوطنية للتنافسية الصناعية، ولقد وقعت 137 مؤسسة اتفاقيات مع وزارة الصناعة واعادة الهيكلة .

2-البرنامج الوطني لتاهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة²: يندرج هذا البرنامج في اطار القانون التوجيهي المتضمن

ترقية المؤسسات ص وم لاسيما المادة 18 التي تنص على قيام وزارة المؤسسات ص وم في اطار تاهيل هذه المؤسسات بوضع برامج التاهيل المناسبة من اجل تطوير تنافسية المؤسسات وكذا ترقية المنتج الوطني ليستجيب للمقاييس العالمية³، و لقد قامت وزارة المؤسسات ص وم بتحسيد برنامج وطني لتاهيل المؤسسات ص وم التي تشغل اقل من 20 عاملا وحظي هذا البرنامج بموافقة مجلس الحكومة في جلسة ليوم 2003/07/28 وكذلك مجلس الوزراء المنعقد في 08 مارس 2004، ويمتد هذا البرنامج على مدار 10 سنوات، ويتم تمويله من طرف صندوق تاهيل المؤسسات ص وم، حيث تقدر الميزانية المخصصة له ب 10 ملايين دج.

¹-مبنى مسغوني، مرجع سابق، ص131.

²-تومي عبد الرحمن، مجلة اجاث اقتصادية، مرجع سابق، ص84-89.

³-القانون رقم 01-18 المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات ص وم، الجريدة الرسمية العدد 77 الصادرة بتاريخ 2001/12/15 ص07.

الوطني

اسباب البرنامج:

- لان برامج التاهيل المعتمدة لاتشمل قطاع المؤسسات ص وم التي تشغل اقل من 20 عامل والتي تمثل 97 % من اجمالي المؤسسات.
- ان قطاع المؤسسات ص وم يؤدي دور بالغ الاهمية في الاقتصاد الوطني، كما يعرف هذا القطاع تطورا سريعا في الونة الاخيرة.
- ان انتهاز الجزائر لسياسة الانفتاح على الاسواق الخارجية وتحرير التجارة الخارجية وتفكيك الحواجز الجمركية يحتم على المؤسسات ص وم الجزائرية الارتقاء بمستواها التكنولوجي والتسييري والتنظيمي.

اهداف البرنامج: نبرز اهمها¹:

- جعل المؤسسات ص وم قادرة على مواكبة التطور التكنولوجي في الاسواق وكذلك تحسين تنافسيتها على مستوى الاسعار، الجودة، الابداع.
- اعداد وتنفيذ سياسة وطنية لتاهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتحسين تنافسيتها.

نتائج البرنامج: لايزال هذا البرنامج في مرحلته الاولى من التنفيذ، ولهذا لاتوجد بعد نتائج كبيرة، الا ان الاهداف التي وضعت في البرنامج السنوي التقديري لسنة 2008، والمتمثلة في تاهيل 200 مؤسسة ص وم قد تم تجاوزها، حيث تبرز النتائج المتحصل عليها الى غاية نهاية شهر ماي 2010 انه²:

-تم تسجيل دخول 529 مؤسسة ص وم في مسار حقيقي للتاهيل، ومن بينها 206 ملف جاهز للدراسة و 351 مؤسسة قد انطلقت في اجراءات التاهيل، ومن بين 351 مؤسسة هناك 279 استفادت من عمليات تشخيص قبلي او تشخيص استراتيجي بينما استفادت 32 مؤسسة من كافة عمليات التاهيل.

3-تاهيل المؤسسات الص وم في الجزائر في ظل التعاون الدولي: ان التطورات التي شهدتها العالم بصفة عامة والتحولت التي عرفها الاقتصاد الجزائري بصفة خاصة، وكذا التحديات التي تواجهها الدولة من خلال اتفاق الشراكة مع الاتحاد الاوربي والتحضير للانضمام الى المنظمة العالمية للتجارة تفرض على الجزائر ان تستفيد من كل الامكانيات المتاحة في مجال الشراكة والتعاون الدولي سواء على شكل قروض ممنوحة لقطاع المنظمات ص وم، او اعانات الهيئات الدولية واستغلال هذه القروض استغلالا

¹- سهام عبد الكريم، برامج تاهيل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، مجلة دراسات اقتصادية، مركز البصيرة، العدد 2008/11، ص84.

²-رشيد موساوي، نتائج البرنامج الوطني للتاهيل، الوكالة الوطنية لتطوير المؤسسات ص وم، وزارة المؤسسات ص وم، الجزائر، ، ماي 2010، ص4-

الوطني

امثل وتوجيهها نحو العملية الانتاجية وتحسين اداء هذه المنظمات وبالتالي تطوير الاقتصاد الجزائري ككل¹، ويشمل العديد من البرامج اهمها²:

1.3-برنامج ميديا MEIDA: ان برنامج ميديا المندرج في إطار التعاون الاورو متوسطي وانطلاقا من هدفه الاساسي المتمثل في تحسين القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة عن طرق تاهيلها وتاهيل محيطها، تم تحقيق الى غاية 2004 حوالي 400 عملية تاهيل وتكوين في إطار الدعم المباشر.

وفي هذا الشأن تم تخصيص ما لا يقل عن 62.9 مليون يورو كغلاف مالي لتطبيق برنامج دعم تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، منه 57 مليون اورو ممول من طرف الاتحاد الاوربي لدعم هذا البرنامج، والمبلغ المتبقي على عاتق الجزائر الذي بدأ تطبيقه منذ اكتوبر 2000، ومدة صلاحية هذا البرنامج 5 سنوات. اما اهدافه الاخرى³:

-تحسين قدرات 3000 مؤسسة ص وم خاصة للسماح لها بالتاقل وتمكينها من مواجهة متطلبات اقتصاد السوق⁴.

-المساهمة في تمويل أفضل للاحتياجات المالية لهذه المؤسسات ص وم الخاصة التي لا يقل عمرها عن ثلاث سنوات وتشغل من 20 الى 250 عامل وتملك سجلا تجاريا وتعمل في قطاع الصناعة.

تقييم نتائج برنامج ميديا: تمثلت النتائج المحققة من خلال هذا البرنامج الى غاية 31 اكتوبر 2006 كما يلي⁵:

-تقدمت 668 مؤسسة ص وم للانضمام الى البرنامج ويمثل هذا العدد نسبة 31% من اجمالي عدد المؤسسات ص وم التي تنشط في القطاع الصناعية والتي تمثل 2147 مؤسسة، ولقد تم الدخول الفعلي ل 405 مؤسسة ضمن اجراءات التاهيل اي بنسبة 18.9% من مؤسسات قطاع الصناعي، اما 263 مؤسسة فقد تخلت عن البرنامج كما استفادت 41 مؤسسة ص وم من الحصول على التغطية المالية من الصندوق الوطني لضمان القروض.

وفي اطار البرنامج الجديد لدعم تنافسية المؤسسات ص وم ضمن برنامج ميديا 2 الذي دخل حيز التنفيذ ابتداء من جانفي 2009 وذلك من خلال استعمال تكنولوجيات الاعلام والاتصال تم تاهيل 450 مؤسسة جزائرية بالتعاون مع الاتحاد الاوربي،

¹ محمد رشدي سلطاني، الادارة الاستراتيجية في المنظمات الصغيرة والمتوسطة، ط1، 2014، عمان، ص171.

² د بابا عبد القادر، مرجع سابق، ص149.

³ د-بوخاوة اسماعيل، التجربة التنموية في الجزائر واستراتيجية تنمية المؤسسات ص وم، الدورة التدريبية الدولية حول تمويل المؤسسات ص وم وتطويرها في الاقتصادات المغاربية 25-28 ماي 2003، المعهد الاسلامي للبحوث والتدريب، جامعة سطيف، ص9.

⁴ -حولية يحي، بن يمينة كمال، دور ومكانة المؤسسات ص وم في الاقتصاد الجزائري وافاق تطورها، الملتقى الدولي حول تقييم اثار برامج الاستثمارات العامة وانعكاساتها على التشغيل والاستثمار والنمو الاقتصادي خلال الفترة من 2001-2014، جامعة سطيف، 2013.

⁵ -سهام عبد الكريم، مرجع سابق، ص88-89.

الوطني

وضمن هذا البرنامج لدعم المؤسسات من اجل التصدير اختيرت أكثر من 40 مؤسسة ص وم مصدرة للاستفادة من مراقبة تقنية خلال سنتي في اطار البرنامج الجزائري الفرنسي في قطاع خ.م الذي اطلق عليه اوتيم اكسبورت، ومن ضمن 600 مؤسسة على المستوى الوطني اعربت اهتمامها بهذا البرنامج الذي مول بقيمة 2.5 مليون يورو، وضمن هذا البرنامج تم تاهيل 44 مؤسسة ص وم للتصدير حتى نهاية سنة 2009، وبناء على ذلك تم تمديد فترته الى غاية 2012 وتوسيعه ليشمل اكبر عدد ممكن من المؤسسات المصدرة¹.

اهدافه: مساعدة المؤسسات الجزائرية ص وم على تحسين تنافسيتها وتاهيلها من اجل تمكينها من الحفاظ على حصصها السوقية، مع الاستغلال الجيد لجميع الامكانيات والمزايا التي تتيحها سياسة انفتاح السوق، كما يهدف الى مساعدة المؤسسات ص وم من خلال التكوين والدعم التقني من اجل مساعدتها على اقتحام اسواق جديدة².

2.3-التعاون الثنائي: في مجال التعاون الثنائي وخصوصا في مجال التكوين والاستشارة باشر برنامج التعاون الجزائري الالماني تكوينه لمجموعة من الخبراء والجمعيات المهنية، حيث تم تسخير من الطرف الالماني غلاف مالي قدره 3 ملايين دوتش قصد تحسين مستوى الاعوان المستشارين للمؤسسات ص وم وذلك من اجل تقوية القدرة التنافسية للمؤسسات ص وم الخاصة لمنافسة المنتج المستورد ودخول الاسواق الخارجية³، حيث تم تكوين 50 متخصص و250 عون مرشد، وتم قام هذا البرنامج بتوسيع شبكته لمراكز الدعم المتواجدة في مختلف جهات الوطن.

3.3-التعاون مع البنك الاسلامي للتنمية: تاسس هذا البنك في 1973/12/16 بتوقيع 22 دولة من منظمة المؤتمر الاسلامي وهدفه دعم التنمية الاقتصادية والتقدم الاجتماعي لدول الاعضاء ويمثل التعاون في: على فتح خط تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وكذا تقديم مساعدة فنية متكاملة لدعم استحداث نظم معلوماتية ولدراسة سبل تاهيل الصناعات الوطنية لمواكبة متطلبات العولمة والمنافسة واحداث مشاتل نموذجية لرعاية وتطوير التعاون مع الدول الاعضاء ذات التجارب الناجحة كماليزيا اندونيسيا وتركيا، وتم ابرام اتفاقية تمويل بمبلغ 9.9 مليون دولار للمساهمة في تمويل مشروعات انمائية في الجزائر⁴.

¹- منى مسغوني، مرجع سابق، ص132.

²- سهام عبد الكريم، سياسة تاهيل المؤسسات ص وم في الجزائر، مجلة الباحث، العدد 09، 2011، جامعة ورقلة، ص146-147.

³- ا.د بقة الشريف، مرجع سابق، ص14.

⁴- حبيبة مداس، واقع المؤسسات ص وم في الجزائر ومكانتها الاقتصادية مع الاشارة لولاية الوادي، الملتقى الوطني حول واقع وافاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الص وم في الجزائر، ماي 2013، جامعة الوادي، ص8.

الوطني

المبحث الثاني: برامج تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر خلال الفترة من 2001-2019:

ان من اهم التساؤلات التي تطرحها عملية الانتقال الى اقتصاد السوق هو سبل تاهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتفعيل دورها حتى تتمكن من اداء دورها في التنمية، ولما لهذه المؤسسات من الهمية البالغة في الاقتصاديات المعاصرة اتخذت الجزائر العديد من الاليات والسياسات الهادفة الى تنمية هذا القطاع عن طريق سن تشريعات وانشاء هيئات واعتماد برامج تنمية الهدف منها تحسين مناخ الاعمال والاستجابة لمتطلبات الفترة الراهنة التي تتميز بالتكتلات الاقليمية، مما يعتبر تحدي كبير امام المنافسة الدولية بالنسبة للمؤسسات ص وم الجزائرية، حيث في اطار برامج التنمية الشاملة المعتمدة 2001-2019 اقرت الحكومة الجزائرية برامج هامة لترقية وتطوير قطاع المؤسسات ص وم كان لها الاثر على هاته الاخيرة، فخلال الفترة من 2002-2009 شهد قطاع المؤسسات ص وم معدل نمو بلغ 9% سنويا، وهذا راجع الى سياسة الدولة في تشجيع هذا النوع من المؤسسات لاسيما خلال المخطط الخماسي 2005-2009 الذي كان يهدف الى انشاء 100 الف مؤسسة ص وم، وتشمل 4 برامج ونستعرضها كما يلي:

المطلب الاول: البرامج التنموية من 2001-2009:

هذه الفترة شملت اعتماد برنامجين هما:

1-برنامج انعاش الاقتصاد الوطني 2001-2004¹ PSRE: يعتبر هذا البرنامج من منظور متخذ القرار في الجزائر، اداة من ادوات السياسات الاقتصادية المعروفة، والمتمثلة في سياسة الانفاق العام، وهو متمثل اساسا في دفع عجلة النمو في الجزائر مركزين على المشاريع القاعدية والداعمة للعمليات الانتاجية والخدمية²، ويعد وسيلة لتمكين المؤسسات ص وم من احداث الكثير من الانشطة والقيام باستثمارات متنوعة، وقد خصص له غلاف مالي اولي يبلغ 525 مليار دج اي حوالي 7 مليار دولار قبل ان يصبح غلافه النهائي مقداره بحوالي 1.216 مليار دج، (مايعادل 16 مليار دج) بعد اضافة مشاريع جديدة له واجراء تقييمات لمعظم المشاريع المبرمجة سابقا.

اهدافه: معالجة اشكال العوز والفقر والتهميش مع ضمان ديمومة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية.

- المساهمة في انشاء مناصب شغل لاسيما في مجالي البناء والاشغال العمومية والسكن.
- تفعيل المسعى الشامل للتنمية الوطنية.
- ويرتكز هذا البرنامج على المحاور التالية³:

¹-عبد الرحمن تومي، الاصلاحات الاقتصادية في الجزائر الواقع والافاق، دار الخلدونية، الجزائر، ط1، 2011، ص216

²-صالحى ناجية مخلص فتيحة، واقع استراتيجية النمو المحلية في الجزائر 2001-2014 وافاق النمو الاقتصادي، مجلة رؤى اقتصادية، العدد 2012/3، جامعة الوادي، ص169.

³-التقرير الوطني حول التنمية البشرية لسنة 2000، ص 260-261.

الوطني

- إعادة تنشيط الجهاز الوطني للانتاج الذي يعد اساس انشاء الثروات.
 - تطهير محيط المؤسسة واعادة تنشيطها.
 - سياسة للنفقات العمومية تسمح بتحسين القدرة الشرائية.
- ويقوم منهج الحكومة على الفرضية القائلة بانه بعد استرجاع التوازنات الاقتصادية الكبرى وتجميع الموارد الكافية يتعين على الجزائر الشروع في انتهاج سياسة للنفقات تسمح بدعم النمو الاقتصادي عبر كامل التراب الوطني والحصول على طلب كاف على المستوى الوطني.

اهم الاجراءات المتخذة:¹

- اعتماد الصرامة في الميزانية-الاستقرار النسبي للاسعار وسعر الصرف.
- التخفيف من عبء المديونية-التحكم النسبي في التضخم في الميزانية وتحسين الاحتياطي من الصرف، وارساء منظومة قوانين تخص:
- الامر رقم 01/01 المعدل والمتمم لقانون النقد والقرض.
- الامر رقم 02/01 المتضمن تاسيس تعريفه جمركية جديدة.
- الامر رقم 03/01 المتعلق بتطوير الاستثمار.
- القانون التوجيهي المتعلق بترقية المؤسسات ص وم لسنة 2001.
- تنشيط الصندوق الخاص بتنمية مناطق الجنوب (زيادة موارد من 1 الى 2% من الجباية البترولية).

نتائج البرنامج²: على اعتبار سنة الاساس هي سنة 2000 فان الناتج الداخلي الخام بالحجم قد تطور ايجابا على مدار السنوات الاربع وبمعدل فاق 45% في نهاية سنة 2004، هذا يعتبر خروج الاقتصاد من حالة الانكماش وبداية النمو، والتطور الذي حصل في انتاج القيمة المضافة خارج المحروقات.

والملاحظ ان اذ ترجمنا الناتج الداخلي الخام الى نمو اقتصادي حقيقي، فقد انتقل من 2.4% سنة 2000 الى 4.55% كمؤشر للسنوات الاربع، اما خارج المحروقات فقد انتقل من 1.5% الى 5.90% وهي نسبة تعد مقبولة ومشجعة جدا، اذا اخذنا بعين الاعتبار على ان البرنامج هو برنامج انعاش ليس الا.

¹-عبد الرحمن تومي، مرجع سابق، ص219-220.

²-عبد الرحمن تومي، مرجع سابق، ص223-225.

الوطني

جدول رقم 04: يبين اهم نتائج الخاصة بالبرنامج 2001-2004

السنة	2000	2001	2002	2003	2004
الناتج الداخلي الخام (مليار دج)	4123.51	4260.81	4537.69	5264.19	5993.00
الناتج الداخلي الخام خ.م	2464.29	2778.49	3020.66	3345.35	3683.00
الناتج الداخلي الخام	2.40	2.10	4.10	6.80	5.20
الناتج.د.خ خارج.م	1.50	4.50	4.20	5.90	3.56

المصدر: الديوان الوطني للإحصاء، بيان الحكومة عن السياسة العامة، ماي 2005.

2- برنامج التكميلي لدعم النمو 2004-2009 PCSC : جاء هذا البرنامج في اطار مواصلة وتيرة البرامج والمشاريع

التي سبق اقرارها في اطار مخطط دعم الانعاش الاقتصادي للفترة من 2001-2004¹، حيث قدرت الاعتمادات المالية الاولية المخصصة له بمبلغ 8.705 مليار دج (114 مليار دولار)، بما في ذلك مخصصات البرنامج السابق 1.216 مليار دج ومختلف البرامج الاضافية (برنامج الجنوب والهضاب العليا، برنامج السكن الهش)، اما الغلاف المالي الاجمال المرتبط بهذا البرنامج عند اختتامه في نهاية 2009 فقد قدر ب: 9.680 مليار دج (حوالي 130 مليار دولار)، بعد اضافة عمليات اعادة التقييم للمشاريع الجارية ومختلف التمويلات الاضافية الاخرى²، حيث تم التركيز في هذه المرحلة على تصميم ووضع حيز التنفيذ البرامج الترقية لتحسين تنافسية المؤسسات ص وم وكذا اعطاء القطاع دوره الحقيقي كمنشط اقتصادي، ففي سنة 2004 تم انعقاد الجلسات الوطنية الاولى للمؤسسات ص وم والتي تشارك فيها كل الفاعلين في عالم المؤسسات والتي انبثقت عنها قرارات اعطاء اشارة انطلاق البرنامج الوطني لتاهيل المؤسسات ص وم وانشاء العديد من الهيئات الدعم لها، اضافة الى برنامج ميدا بالتعاون مع الاتحاد الاوربي³.

محاور البرنامج: جاء برنامج دعم النمو بخمسة محاور اساسية تعكس الجوانب الاقتصادية والاجتماعية وهي⁴: تحسين

ظروف معيشة السكان 45.5%، تطوير المنشآت الاساسية 40.5%، دعم التنمية الاقتصادية 8%، تطوير الخدمة العمومية 4.8%، تطوير تكنولوجيا الاتصال 1.1% وذلك حسب الجدول التالي:

¹-صالحى ناجية، مرجع سابق، ص171.

²-محمد مسعي، سياسة الانعاش الاقتصادي في الجزائر وأثرها على النمو، مجلة الباحث العدد 2012/10، جامعة ورقلة، ص147.

³-ادبقة الشريف، جاذبية قطاع المؤسسات ص وم للاستثمارات الاجنبية المباشرة خ.م، مداخلة في الملتقى الدولي حول تقييم استراتيجيات وسياسات الجزائر الاقتصادية لاستقطاب الاستثمارات البديلة للمحروقات، جامعة المسيلة، اكتوبر 2014، ص8.

⁴-البرنامج التكميلي لدعم النمو، افريل 2005.

الوطني

جدول رقم 05: يبين محاور البرنامج بالارقام

النسبة	المبلغ (مليار دج)	المحاور
45.41	1908.5	تحسين ظروف معيشة السكان
40.53	1.703.1	تطوير المنشآت الأساسية
8.03	377.2	دعم التنمية الاقتصادية
4.85	203.9	تطوير الخدمة العمومية
1.18	50.0	تطوير التكنولوجيا الجديدة
100	4.202.7	مجموع البرنامج

المصدر: معطيات البرنامج التكميلي لدعم النمو، افريل 2005، ص6.

ان مثل هذا الغلاف المالي الضخم في اعتقادنا يعبر عن عزم السلطات على كسب رهان الاقلاع الاقتصادي والرفاهية الاجتماعية ويترجم بصدق سياسة دعم النمو.

اهداف البرنامج¹:

- ضمان الحفاظ على نسبة نمو اقتصادي لا تقل عن 5% طوال المرحلة.
- انشاء 100.000 مؤسسة اقتصادية جديدة.
- توفير مليوني منصب شغل جديد - انشاء 150 ألف محل تجاري بمعدل 100 محل لكل بلدية.
- توفير مليون م3 يوميا من المياه الصالحة للشرب عن طرق التحلية.
- انجاز الاف المنشآت الجديدة في كل المجالات والهياكل القاعدية التي تساهم في تحسين مستوى المعيشة.

اهم الانجازات: تتمثل فيما يلي²:

- منذ نهاية 2006 تحولت الجزائر من بلد مدين الى بلد دائن.
- غلاف مالي استثماري ضخم بلغ 265 مليار دولار، كان نصيب الاستثمار الاجنبي المباشر فيه 46 مليار دولار.
- الاحتياطي النقدي سجل تطور غير مسبوق في تاريخ الجزائر، اذ بلغ نهاية 2009 عتبة 150 مليار دولار، كما انتقلت البطالة من 30% سنة 2000 الى 10%، كما تم انشاء الاف المؤسسات ص وم والبنى التحتية (المطارات، الموانئ، السكنات، طريق السيارة، الطرق، الميترو).
- تحقيق معدل نمو خارج المحروقات قريب من 6%.

¹-تومي عبد الرحمن، مرجع سابق، ص246

²-تومي عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 288-289.

الوطني

تحليل نتائج البرنامج خلال الفترة من 2001-2009: ¹ سيتم ابراز أثر برنامج دعم الانعاش والبرنامج التكميلي لدعم النمو في الجزائر خلال الفترة من 2001-2009 كما يلي:

جدول رقم 06: يبين نتائج البرنامج من 2001-2009 الوحدة: %

السنوات المؤشرات	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
معدل النمو خارج المحروقات	5.0	5.2	5.9	6.2	4.7	5.6	6.3	6.1	10.5
معدل النمو في قطاع المحروقات	1.6-	3.7	8.8	3.3	5.8	2.5-	0.9-	2.3-	-
معدل نمو الناتج الداخلي الخام	2.6	4.7	6.9	5.2	5.1	2.0	3.1	2.4	2.3

المصدر: البنك العالمي، بنك الجزائر، تقرير السنوي 2008، ص190.

ONS. Algerie en quelque chiffres. Resultas.2007-2009.n40.edition 2009-2010.

بعد قراءة الجدول السابق نسجل مايلي:

- نمو اجمالي متذبذب وضعيف نسبيا: حيث يلاحظ تذبذب واضح في معدل نمو الناتج الداخلي الخام الاجمالي خلال هذه الفترة حيث تراوح هذا المعدل من 2% كادنى مستوى سنة 2006 و 6.9% كاعلى مستوى سنة 2003، ويعود السبب الى النمو غير المطرد للقيمة المضافة لقطاع المحروقات وخاصة قطاع الفلاحة والصناعة اما معدل سنة 2003 فيعود الى نمو القيمة المضافة لقطاع المحروقات ب 8.8% اضافة الى قطاع الفلاحة الذي سجل معدل نمو بقيمة 19.7%.

وبالتالي قدر نمو الناتج الداخلي الخام الاجمالي بنسبة 3.8% وهو نمو ضعيف كونه لا يختلف على المعدلات السابقة وبعيد عن معدل 6 و 7% المتوقع.

- نمو خارج المحروقات في تحسن لكنه هش: يبدو النمو خارج المحروقات في تحسن ملحوظ مقارنة بالنمو الاجمالي ولو انه يعتبر متواضعا بالمقارنة مع منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقيا، اذ تراوح معدله من 4.7% سنة 2005 الى 9.3% سنة 2009 وبمتوسط 6.1% لكل فترة الدراسة، حيث عرف النمو خ.م في الجزائر نمو وصل الى 5% سنة 2005 وسجل تزايدا ابتداء من سنة 2006 الى غاية 2009 وذلك راجع الى اداء القطاع الفلاحي وبرامج الاستثمارات العمومية، ومع ذلك يبقى النمو هشاً

¹- محمد مسعي، مرجع سابق، ص152-154.

الوطني

ولا يعول عليه في مجالي التشغيل والتنمية الشاملة وهو نقطة الضعف الرئيسية في قطاع.خ.م الذي كانت نسبة نموه المتوسطة في حدود 2.6% وبالتالي مساهمة القطاع الصناعي في الناتج الداخلي الخام تبقى متذبذبة وضعيفة نسبيا.

- نمو ذا طابع توسعي ونتاجية ضعيفة: ان النمو الاقتصادي في الجزائر يبقى ذو طابع توسعي اساسا اي يعتمد على الزيادة في عوامل الانتاج المتمثلة في النفقات في راس المال للدولة ولكن في الجزائر النمو ليس مكثفا اي لا يتركز على الاستعمال الفعال لقوى الانتاج والزيادة في انتاجية العمل .

المطلب الثاني: البرامج التنموية 2010-2019:

شملت هذه الفترة اعتماد برنامجين هما:

1-برنامج توطيد النمو الاقتصادي PCCE 2: 2010-2014: يندرج هذا البرنامج ضمن دينامية اعادة الاعمار الوطني التي انطلقت قبل عشر سنوات ببرنامج دعم الانعاش الاقتصادي الذي تمت مباشرته سنة 2001 على قدر الموارد التي كانت متاحة آنذاك، وتواصلت الدينامية هذه ببرنامج فترة 2004-2009 الذي تدعم هو الآخر بالبرامج الخاصة التي رصدت لصالح ولايات الهضاب العليا وولايات الجنوب، وبذلك بلغت كلفة جملة عمليات التنمية المسجلة خلال السنوات الخمس الماضية مايقارب 17500 مليار دج من بينها بعض المشاريع المهيكلية التي ماتزال قيد الانجاز، حيث هذا المخطط الخماسي الثاني يستلزم اعتماد مالي قدره 21.214 مليار دج، اي مايعادل حوالي 286 مليار دولار، بما في ذلك الغلاف الاجمالي للبرنامج السابق 9680 مليار دج اي البرنامج الجديد مخصص له مبلغ اولي قيمته 11.534 مليار دج اي 155 مليار دولار، مع استكمال المشاريع الكبرى الجاري انجازها على الخصوص في قطاعات السكة الحديدية والطرق والمياه بمبلغ 9700 مليار دج اي مايعادل 130 مليار دج².

وقدد بررت السلطات العمومية انتهاجها لسياسة الانعاش هذه خاصة بضرورة تدارك التأخر في التنمية الموروث عن الازمة الاقتصادية المالية والسياسية والامنية التي مرت بها البلاد، وبعث حركية الاستثمار والنمو من جديد³.

محاور البرنامج: يستهدف عدة محاور اهمها:

1-قطاع الفلاحة: ناهيك عن الاصلاحات التي شهدتها هذا القطاع في البرامج السابقة، فقد توجهت الانظار هذه المرة الى التركيز على المغروسات، سواء تعلق من خلال مغروسات غابية على مساحة تقدر 360 ألف هكتار، او مغروسات رعوية على

¹-تومي عبد الرحمن، مرجع سابق، ص317-323.

²-بيان اجتماع مجلس الوزراء، برنامج التنمية الخماسي 2010-2014، بتاريخ 2010/05/24.

³-محمد مسعي، مرجع سابق، ص147.

الوطني

مساحة 70 ألف هكتار، كما ينتظر غرس مليون هكتار من الزيتون، وكذا دعم الفلاحة من خلال التخفيض في اسعار المحاصيل والدعم بالمكننة لهذا كله بلغت التغطية المالية 1000 مليار دج.

2- المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: الرهان الحقيقي للصناعة في بلادنا يتوقف على دعم هاته المؤسسات من خلال القطاع الخاص وان الكفاءة في الانتاج من جودة وميزة تنافسية لايمكن تحقيقها خارج سوق المنافسة، ونلاحظ العودة القوية للاهتمام بالصناعة العمومية والمراهنه عليها كقاطرة لجر القطاع الصناعي ككل، وعلى اية حال فقد خصص لهذا القطاع ما قيمته 100 مليار دج وذلك من اجل تطبيق سياسة جديدة، تتمثل في مرافقة المؤسسات ص وم عند استحداثها، بالاضافة الى دعم برامج التاهيل، اذ ينتظر ان تمس هذه العملية 20 الف مؤسسة في شكل مساعدات مباشرة او قروض بنكية ميسرة، وكذا اعاش وتحديث المؤسسات العمومية ولاجل هذا الغرض بلغ نصيبها من هذا البرنامج 400 مليار دج، تخصص للتطهير المالي وتخفيض فوائد القروض البنكية الموجهة لها، اما الهدف الخامس من محور التنمية الاقتصادية فهو يتوقف على انشاء وتحديث 80 منطقة صناعية ومناطق النشاط، مع تعزيز قدرات التقييس الصناعي.

مبررات البرنامج: لعل اهمها ذلك الالتزام الذي قطعته رئيس الجمهورية على نفسه امام الشعب ببعث برنامج تنموي في حدود 150 مليار دج يستجيب للحاجات الملحة من قبل الاقتصاد الوطني والزيادة السكانية المعبرة.

كما اعتمدت الحكومة الجزائرية هدف ترقية وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتشجيع قطاع خارج المحروقات بانشاء 200 الف مؤسسة ص وم وتاهيل 20 الف مؤسسة من هذا النوع عبر المخطط الخماسي 2010-2014، وتنشيط الطلب المحلي ودعم النشاطات المنتجة للقيمة المضافة ومناصب الشغل عن طرق رفع مستوى الاستغلال في القطاع الفلاحي وفي المؤسسات المنتجة المحلية و المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وكذا تهيئة وانجاز هياكل قاعدية تسمح باعادة بعض النشاطات الاقتصادية¹، وانطلاقا مما سبق يمكن توضيح اهم الاجراءات المتخذة في اطار هذا البرنامج مايلي²:

1-انطلاقا من القانون رقم 05/08 المؤرخ في 2008/02/23 تم اعتماد برنامج خماسي للبحث والتطوير التكنولوجي 2008-2012 بحوالي 1.2 مليار اورو مما ادى الى اعتماد 2577 مشروع بحث في ماي 2011.

2-انطلاقا من قانون المالية التكميلي لسنة 2009 اقرت الحكومة الجزائرية عدة تسهيلات مالية واجراءات لتنويع العروض المالية للمؤسسات ص وم اهمها:

- انشاء صناديق ضمان متخصصة لكل من قطاع السياحة، البيئة، التكنولوجيا الجديدة، ولكل الشعب الفلاحية.

¹-برنامج التنمية الخماسي 2010-2014، بيان اجتماع مجلس الوزراء 2010/05/24 برئاسة الجمهورية المتعلق ببرنامج الاستشارات العمومية للفترة الممتدة من 2010-2014.

²- شريف بوقصبة، علي بوعبدلله، دور برامج التنمية الجزائرية 2001-2014 في تطوير المؤسسات ص وم خارج م، الملتقى الدولي حول تقييم استراتيجيات وسياسات الجزائر ومقومات لاستقطاب الاستثمارات البديلة للمحروقات في افاق الالفية الثالثة، جامعة المسيلة، أكتوبر 2014، ص6.

الوطني

- انشاء صناديق الاستثمارات المحلية وشركات راس المال المخاطر.
- 3- انشاء مركز وطني لتطوير المناولة: من مهامه:
 - تحديد قرارات المناولة في كل مجال نشاط، وكذا العرض والطلب الوطنيين.
 - تقديم الدراسات واجراء التحقيقات على القطاعات الاساسية للمناولة.
- 4- انشاء المرصد الوطني للمؤسسات ص وم والمقاولاتية لتطوير اليقظة الاقتصادية والتكنولوجيا وبالتالي ضمان أفضل تنافسية للمؤسسات ص وم ومن اهم مهامه:
 - اليقظة الاقتصادية والتكنولوجيا.
 - اقتراح للسلطة العمومية اجراءات انقاذ، مساعدة، ترقية وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
 - تحليل ومتابعة متغيرات بيئة المؤسسات ص وم.
- 5- في إطار ترقية هذا النوع من المؤسسات وضعت الوكالة الوطنية لترقية المؤسسات ص وم ANP PME برنامج تاهيل 20 ألف مؤسسة ص وم خلال الخماسي 2010-2014 لتحسين تنافسيتهما بما يفوق 386 مليار دج.
- 6- في إطار ترقية الابداع في المؤسسات ص وم تم اتخاذ الاجراءات التالية:
 - اختيار سنويا 3 أحسن مؤسسات ص وم مبدعة في منتجاتها او في عمليات انتاجها او تسييرها وتشجيعها ماليا في حدود 600 ألف الى مليون دينار.
 - تنظيم منتدى المؤسسات ص وم والجامعات سنويا لتحقيق التقارب بين الباحثين وهذه المؤسسات.
- 7- انجاز عدة هياكل لدعم المؤسسات ص وم والتي يمكن ان نوضحها كالآتي:

جدول رقم 07: يبين وضعية انجاز هياكل دعم المؤسسات ص وم للفترة من 2005-2014:

البرنامج الخماسي 2010-2014	البرنامج الخماسي 2005-2009			المشاريع
	المشاريع في طور الانجاز	المشاريع المنجزة	المشاريع المسجلة	
04	18	15	33	مراكز التسهيل
10	07	10	17	مشاتل المؤسسات
14	25	25	50	المجموع

SOURCE : Mip Mepi, Bultin d'information statistique de la pme.n/20 mars. 2012, p32.

الوطني

تقييم البرنامج¹: هناك العديد من الدراسات والبحوث الاقتصادية التي اجريت على موضوع برنامج الانعاش الاقتصادي وقد توصلت الى عدة نتائج ومن بين هذه الدراسة، التي قام بها نبيل بوفليح حول تقييم سياسة الانعاش الاقتصادي المطبقة في الجزائر في الفترة من 2000-2010 خاصة فيما يتعلق بمعدل النمو ومستوى التشغيل، حيث خلص الى ان تأثير سياسة الانعاش الاقتصادي على معدل النمو الاقتصادي تأثير ضعيف وغير مستدام، اذ ان معدل النمو يتحدد اساسا بمستوى اداء قطاع المحروقات بالنظر للمساهمة الكبيرة لهذا القطاع في الناتج المحلي الاجمالي، كما توصل الى ان التأثير المباشر لسياسة الانعاش على مستويات التشغيل اقتصر على قطاع واحد هو قطاع البناء والاشغال العمومية وبالتالي فهو تأثير ظرفي وغير مستدام والنتائج كما يلي:

جدول رقم 08: يبين نتائج البرنامج 2010-2014 بالارقام الوحدة: %

2014	2013	2012	2011	2010	القطاعات/السنوات
5.1	7.1	7.1	5.2	6.0	معدل النمو خارج قطاع المحروقات
4.8	-5.5	-3.4	-3.2	-2.6	معدل النمو في قطاع المحروقات
4.1	2.8	3.3	2.4	3.4	معدل نمو الناتج المحلي الحقيقي

SOURCE: Banque d'Algerie. evolution économique et monétaire en Algerie. rapports annuels (2010-2013). Alger. 2013. p13-23.

من خلال الجدول نلاحظ ان معدلات النمو الاقتصادي شهدت معدلات منخفضة خلال الفترة من 2010-2014 لم تتجاوز 3.4% ويعود ذلك بالاساس الى تراجع معدلات النمو في قطاع المحروقات نتيجة انخفاض الانتاج والطلب عليه بسبب عدم تعافي الاقتصاد العالمي من الازمة المالية، بالاضافة الى التوجهات الجديدة نحو الطاقات البديلة، في حين النمو خارج المحروقات حافظت على مستواها المقبول بمعدل متوسط 6 و 7% وذلك راجع للآثار الايجابية لبرنامج التنمية الخماسي.

2- برنامج توطيد النمو 2015-2019:

تعريفه: يعتبر هذا البرنامج تكملة للبرامج التنموية السابقة حيث يغطي هذا البرنامج عمليات الاستثمارات العمومية المسجلة خلال فترة 2015-2019، حيث تم انشاء صندوق تسيير عمليات الاستثمارات العمومية المسجلة بعنوان برنامج توطيد النمو الاقتصادي 2015-2019 والذي جاء ضمن حساب التخصيص الخاص رقم 143-302، وقد خصص مبلغ قدره 4079.6

¹ - نبيل بوفليح، دراسة تقييمية لسياسة الانعاش الاقتصادي المطبقة في الجزائر في الفترة من 2000-2010، مجلة الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، جامعة الشلف، العدد 2013/9، ص 53.

الوطني

مليار دج في 2015 مقابل مبلغ 1894.2 مليار دج في 2016، حيث نالت فيه المنشآت القاعدية الاقتصادية والإدارية الحصة الأكبر.

اعتمدت الجزائر عام 2016 نموذج جديد للنمو الاقتصادي تم مراجعة هذه الوثيقة المرجعية واعتمادها من طرف مجلس الوزراء في 26 جويلية 2016، وهي تستند على نهج متجدد للسياسة المالية مع مسار 2016-2019 ومن ناحية أخرى على منظور تنويع وتحول الاقتصاد بحلول عام 2030 يسלט النموذج الجديد الضوء على الأهداف التالية:

اهدافه:

- إيلاء الاهتمام أكثر بالتنوع الاقتصادي وتحقيق نمو الصادرات خ م، والاهتمام بالتنمية الفلاحية واستحداث مناصب الشغل ومواصلة جهد مكافحة البطالة وتشجيع الاستثمار المنتج المحدث للثروة ومناصب العمل.
- الحفاظ على المكاسب الاجتماعية من خلال تحسين الظروف المعيشية في قطاعات الصحة والتربية وربط السكنات بالمياه والغاز والكهرباء.
- المسار المتواصل للنمو ومضاعفة حصة الصناعة التحويلية وعصرنة القطاع الفلاحي.
- الانتقال الطاقوي وتنويع الصادرات ضمن خطوط تتمثل في:
- تنويع صناعي ويرتكز على دعم الاستثمار المنتج ولاسيما في القطاعات التي تتوفر فيها الجزائر على ميزة وخاصة الصناعة الالكترونية والغذائية، والسيارات والاسمنت، الصيدلانية، البيتروكيماويات والمناجم
- تأمين الموارد الطاقوية وتنويعها وخصوصا بفضل ترقية النجاعة الطاقوية والطاقت المتجددة.
- توفير شروط تطوير الصادرات خ م واقامة مجلس وطني استشاري من اجل ترقية ص خ م والتشجيع على انشاء مؤسسات مصدرة ودعم الصادرات الناشئة.

وأصدر النموذج الجديد للنمو في جويلية 2016 وذلك في ظل الانخفاض المستمر لاسعار النفط، وقد تم وضعه ضمن ثلاث مراحل اساسية، تتمثل المرحلة الاولى في مرحلة الاقلاع 2016-2019 والتي تتميز بتغير في حصة القطاعات المنتجة في القيمة المضافة نحو مستواها المستهدف، تهدف من خلالها الجزائر الى تحسين ايرادات الجباية المحلية لتغطية نفقات التسيير، وتقليص عجز الميزانية وتعبئة موارد اضافية في السوق الداخلي.

-المرحلة الانتقالية 2020-2025 التي ستسمح بتحقيق امكانات الاقتصاد في اللحاق الركب، هدفها تدارك الاقتصاد المحلي، اما المرحلة الثالثة 2026-2030 التي يستعد فيها الاقتصاد الوطني في نهاية المطاف امكاناته في اللحاق الى التوازن، تهدف

الوطني

من خلالها الى تحقيق معدل نمو سنوي خ م يصل الى 6.5%. . ولتحقيق اهداف الرؤية سالفه الذكر من خلال الارتكاز على ثلاث محاور استراتيجية لسياسة النمو الجديد هي¹:

-ديناميكية القطاعات المطلوبة: من خلال التنوع الصناعي بفروع جديدة للوصول الى تحقيق متوسط قيمة مضافة 10% خ م بحلول عام 2030، وكذا 6.5% للزراعة، 7.4% للخدمات السوق.

-التغير المطلوب لنظام الاستثمار: ان تطور الاستثمار المطلوب لتحقيق هدف المجموعة من التحولات الهيكلية يجب ان يربط الاستثمار خ م بالتغيرات في تحسين انتاجية القطاع الخاص والاستثمار الخاص والتنوع والابتكار المنتج وتحفيز انشاء الشركات وطرق التمويل.

-الملاءة الخارجية: تشكل الاستدامة الخارجية تحديا كبيرا في السياق الاقتصادي الجديد مدفوعا بتسارع النمو والتنوع خ م في مجال الزراعة، الصناعة، والخدمات.

وتتمثل وسائل هذا النموذج الجديد للنمو في الحفاظ على اليسر المالي الخارجي للبلاد من خلال تقليص الواردات وتطوير خ م، التحفيز على انشاء المؤسسات، استكمال الاصلاح البنكي، وتطوير سوق رؤوس الاموال.²

3-البرنامج الوطني الاستراتيجي للمناطق الصناعية للفترة 2012-2017: الذي يتمثل في³:

نظرا للمستجدات على المستوى الوطني وخاصة بعد انجاز الطريق السيار شرق غرب فان الدولة الجزائرية غيرت نظرتها للمناطق الصناعية من المناطق المدججة الى المناطق الصناعية الجديدة، وفي إطار التعاون وتبادل التجارب بين دول البحر المتوسط، ومن بينها المانيا والذي تم اعتماده شهر افريل ويتمحور حول:

اسبابه:

- احصائيات الوكالة الوطنية للوساطة والضبط العقاري للمواقع الوطنية لتوطين المناطق الصناعية بناء على طلبات الولاية سنة 2011.

- قرار مجلس الوزراء بتاريخ 2011/02/22، والقرار الوزاري المشترك والمتضمن انشاء 36 منطقة صناعية جديدة

¹- كريمة حبيب، عادل زقير، اشكالية تنويع الاقتصاد الجزائري وارساء النمو المستدام بين برامج الانعاش والرؤية الجديدة للنمو في افاق 2030، مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، جامعة الوادي، الجزائر، العدد 5، ديسمبر 2018، ص120-122.

²-هدى بن محمد، عرض وتحليل البرامج التنموية في الجزائر خلال الفترة 2001-2019، مجلة كلية السياسة والاقتصاد، العدد 5، 2020، ص51-56.

³-آمال حدادمية، نفيسة بوقفة، سياسة التوطين الصناعي في الجزائر بين النظرية والتطبيق، الملتقى الوطني حول تاهيل المناطق الصناعية في الجزائر كمدخل لتعزيز تنافسية المؤسسات ص وم وترقية الصادرات خارج المحروقات، الواقع والافاق والتجارب الناجحة، يومي 19 و20 أكتوبر 2015، جامعة قلمة، ص158.

الوطني

- توسيع البرنامج الى 39 منطقة صناعية وادماج 03 مناطق جديدة بناء على امر حكومي.

اهدافه:

- تدعيم الاستثمار والنمو الصناعي-الغاء الحواجز العقارية في القطاع الصناعي
- وضع برنامج جديد لتهيئة الاقليم وفق مبادئ التنمية المستدامة.
- رفع مردودية الهياكل القاعدية.

سبق للخبراء والمحللين الجزائريين ان ناقشوا وضعية الاقتصاد الوطني في اتجاهاته المستقبلية منذ ظهور اولى اشارات الازمة المالية للدولة نهاية العام 2004 ولا زالو يفعلون ذلك لحد الساعة.

وخلاصة القول ان الجزائر مازالت تتمتع بعامش مناورة لتجنب صدمة اقتصادية في الافق ولكنه هامش يتناقص مع الوقت بالنظر الى التاخر المسجل في تطبيق نموذج النمو الجديد، وبالتالي ندرك الفرصة التي مازالت امام الجزائر لتجنب حالة تفاقم الموازنة وتفاقم وضعية ميزان المدفوعات والميزان التجاري¹.

المبحث الثالث: الدور التنموي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر:

ان قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر يمر بتحديات وصعوبات مختلفة خصوصا بعد ابرام اتفاق الشراكة مع الاتحاد الاوربي مما يجعل هذا القطاع امام تحدي المنافسة الدولية، وهذا يحتم على الجزائر البحث عن حلول لمواجهة هذه التحديات لبعث افق مستقبلية لهاته المؤسسات لتلعب الدور الرئيسي في تحريك عجلة التنمية والمساهمة بشكل فعال في الاقتصاد الوطني على كل المستويات، وكل هذا سنتناوله في هذا المبحث بدءا بابرار اهم التحديات التي تمر بها المؤسسة الجزائرية، ثم بعدها نبرز مامدى مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الوطني بالكشف عن العديد من المؤشرات، واخيرا تقييم القطاع في ظل المستجدات الاقتصادية الراهنة.

المطلب الاول: الاشكاليات المطروحة في تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر:

تنشط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر في ظل محيط يضع امامها الكثير من العوائق والعراقيل التي تحد من نشاطها وتقلل من نسبة مساهمتها في مسيرة التنمية الوطنية ومن بين هذه الصعوبات نذكر منها:

-اشكالية العقار: عوض ان يكون العقار في الجزائر اداة لدعم الاستثمارات، أصبح من أكبر العناصر الكابحة لنشاط المؤسسات الوطنية بشكل عام والمؤسسة ص وم على وجه الخصوص فقد كشفت دراسة للوكالة الوطنية لتهيئة الاقليم انه والى غاية

¹- بشير مصيطفى، اقتصادنا الفرصة المتبقية، جسر للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2016، ص36-37.

الوطني

سنة 2001 ومن مجموع 4211 قطعة ارض سلمت لتطوير المناطق الصناعية توجد 3233 قطعة غير مسواة قانونيا مقابل تسوية 978 او مانسته 23.22% مقابل 76.77% غير مسواة.

ان هذا الوضع يطرح اشكالية كبيرة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تعاملها مع البنوك والتي تطلب عقود الملكية لمنح القروض يضاف الى ذلك تعدد الهيئات المكلفة بمنح قطع الاراضي مما ادى الى تداخل الصلاحيات بين مختلف الهيئات وانتشار النزاعات والاختلال الغير العقلاني للفضاء الصناعي، ولعل مازاد الوضع تعقيدا الوضعية المزرية للمناطق الصناعية (حيث ان 20 من محيط المناطق الصناعية يوجد في وضعية سيئة في منطقة الوسط فيما تتعدى النسبة 43.5% في الشرق و62.8% في الغرب للتجاوز النسبة الوطنية 34.4%¹.

-المشاكل الادارية والاجرائية: والتي تتمثل في ضعف الخبرات الادارية، اضافة الى افتقار معظم المنشآت الصغيرة للهيكل التنظيم السليم والذي يؤدي في كثير من الاحيان الى خلق الكثير من المشاكل مثل عدم الفصل بين الادارة والملكية، وعدم الربط بين السلطة والمسؤولية²، اضافة الى القيود الادارية التي تتمثل في بطء الاجراءات الادارية وصعوبة الحصول على السجل التجاري.

-مشكل الرسوم الجمركية: مايزال مشكل الرسوم الجمركية قائما بالنسبة لقطع الغيار المخصصة للتركيب الصناعي بالرغم من التنازلات في قانون المالية سنة 2002، الا نسبة التخفيض كانت ضعيفة على المنتجات الصناعية 5% فقط، اذ ان تخفيض نسبة الرسوم على المنتجات الصناعية يخدم السلع الاجنبية في حين ان ارتفاع نسبة الرسوم على قطع الغيار والاجزاء يحرم الصناعة الوطنية من التقدم.

-تاخر الاصلاحات المؤسساتية التي تهم بالسياسة العامة من خلال المؤشرات المحددة من قبل المؤسسات المالية التي ترافقت مع ظاهرة العولمة، كتغير انماط الانتاج، انظمة الاعلام الالي، التقدم التقني، وتحرر المبادلات التجارية، وهي مؤشرات تعكس الجمود الذي يطبع النشاط الاداري³.

-مشاكل مالية: من اهمها:

- طول مدة دراسة الملف واتخاذ القرار.
- إلزام المؤسسات بتقديم ضمانات قد تفوق مبلغ القرض نفسه وهو مايتجاوز وامكانيات المؤسسات.
- البيروقراطية في تكوين الملف وخاصة في مجال العقار.

¹-جمال بلخباط، مرجع سابق، ص636.

²-خلفي عيسي، كمال منصور، مقومات التميز في اداء المؤسسات ص وم، الملتقى الدولي حول متطلبات تاهيل المؤسسات ص وم، الشلف 2006، ص820.

³-سعدان شبايكي، معوقات تنمية وترقية المؤسسات ص وم في الجزائر، مجلة العلوم الانسانية، جامعة بسكرة، العدد 11، ماي 2005، ص190.

الوطني

- ضعف تكيف النظام المالي المحلي مع متطلبات المحيط الاقتصادي الجديد، ففي الوقت الذي يتحدث الخطاب السياسي عن اجراءات الدعم المالي وتشجيع الاستثمارات والشراكة، فان الواقع يشير الى اصطدام هذه السياسة بالتعقيدات المالية كالنقص في التمويل طويل الاجل، والمركزية في منح القروض، وانعدام الشفافية، ومحدودية صلاحيات الوكالات البنكية المكلفة بمنح القروض نظرا لعدم استقلاليتها.
- غياب الحوافز الضريبية: بل على العكس ان الابعاء الضريبية التي تتحملها المؤسسات صوم لاتساعد على تطوير العمل الانتاجي بل يؤدي في احيان كثيرة الى النشاطات الموازية وبالتالي التهرب الضريبي.
- تحفظ البنوك فيما يتعلق بدراسات الجدوى التي يقدمها العميل نظرا لسرعة تغير البيانات الاحصائية مما يقلل من مصداقية الدراسة مما يؤدي الى رفض منح القرض رغم وجود فوائض مالية.
- الشروط القاسية التي وضعها بنك الجزائر على القروض البنكية والمتمثلة في التمويل البنكي المحدد ب30% من مبلغ حجم الاستثمار وتحديد سقف التمويل للمبالغ الاستثمارية ب30 مليون دينار لانشاء شركات ذات مسؤولية محدودة او شركة ذات اسهم و10 مليون دينار لانشاء مؤسسة فردية وتضامنية، وهذه الاجراءات قد لاتشجع على الاستثمار وانعاش الاقتصاد بل تنعكس سلبا على المتغيرات الاقتصادية الحقيقية¹.
- عدم تخصيص بنك لتمويل المؤسسات ص وم ومتخصصة لتمويل الاستثمارات الخاصة والذي من شأنه ان يحسن من طرق تمويلها ودفعها لتلعب الدور المنوط بها، اضافة الى غياب سوق مالي متنوع يسمح بالمفاضلة بين مجموعة من بدائل التمويل².

-**ضعف انتشار الثقافة المقاولاتية:** اجمع العديد من الباحثين ان الفكر المقاولاتي يمثل اهمية في مجال الاعمال والتعقيدات الادارية تمثل من اهم عوائق انتشار هذا الفكر خصوصا في المجتمعات النامية حيث كلما زادت مدة انشاء المؤسسات كلما قل انتشار المقاولاتية وفي دراسة قام بها البنك العالمي سنة 2010 شملت 183 دولة صنفت الجزائر في المرتبة 150 من حيث ثقل الاجراءات الادارية والفساد الاداري المتعلق بالاستثمار³.

-**التكنولوجيا:** من بين الصعاب التي تواجهها ايضا المؤسسات ص وم مسألة الحصول على التكنولوجيا شأنها في ذلك شان المورد البشري وذلك لقلّة الموارد المالية وهو ما يجعل حصولها على التكنولوجيا امر صعب المنال حتى وان مايتوافر لديها من معارف تقنية معرض للتجاوز بفعل الابتكارات والاختراعات الجديدة.

¹-تقرير المجلس الاقتصادي والاجتماعي(CNES)، 1997، الجزائر، ص51.

²-سليمان ناصر، قطاع المؤسسات ص وم كبديل تنموي للاقتصاد الجزائري خارج قطاع المحروقات، المعوقات والحلول، مداخلة ملتقى حول تقييم استراتيجيات وسياسات الجزائر لاستقطاب الاستثمارات خارج المحروقات اكتوبر، 2014، جامعة المسيلة، ص11.

³-اد. رابح بوقرة، تفعيل دور المؤسسات ص وم كخيار استراتيجي لتحقيق تنمية محلية مستدامة، الملتقى الدولي حول تقييم الاستثمارات وسياسات الجزائر لاستقطاب الاستثمارات البديلة للمحروقات في افاق الالفية الثالثة، اكتوبر 2014، جامعة المسيلة، ص17.

الوطني

- غياب ثقافة مؤسسية: لا ريب في ان ماحققته المجتمعات المتقدمة من نجاحات ورفي يعود الى ماتوصلت اليه من نخضة وتطور علمي وان ادارة المشاريع والانشطة الاقتصادية والتجارية استقرت على قواعد مستوحاة من العلوم المختلفة وان كنا نلاحظ ضعف مؤسساتنا في هذا المجال ولايكاد يذكر ومن ثم لامناص من ايجاد اداة تمكن من تنظيم دخول الفكر المؤسسي ان لم نقل ثقافة المؤسسة الى هذا النوع من المؤسسات¹.

- مشاكل نقص المعلومات: يتمثل هذا المشكل في نقص المعلومات عن اسواق الموارد والسلع ومستلزمات الانتاج وكذلك نقص في المعلومات لدى اصحاب المشروعات او مديرها حيال الكثير من القوانين والقرارات الحكومية، كقوانين تسجيل المشروعات، التحفيزات الجبائية، التامينات الاجتماعية، قوانين العمل او غيرها.

وهناك مشاكل اخرى تخص:

- مشاكل البنية التحتية: حيث مازالت شبكة الطرقات ضعيفة وتوجد الكثير من المناطق شبه منعزلة خاصة بالجنوب.
- مشكلة اوصول الكهرباء والمياه والاتصال وارتفاع اسعارها بصفة مستمرة.
- احجام الكثير من هذه المؤسسات عن الدخول في بورصة الجزائر².
- عدم استفادة غالبية المنشآت ص وم من نظام الحوافز المتمثل في الاعفاءات الجمركية او الضريبية او امكانية الحصول على الاراضي باسعار رمزية، اضافة الى صعوبة الحصول على القروض الحكومية، ومشكل توفير الخامات التي يتم استيرادها نظرا لضآلة الكميات التي تطلبها المنشآت الامر الذي يترتب عنه ارتفاع تكاليف الانتاج وعدم التوازن في المنافسة.
- ضعف الروابط بين المنشآت ص وم والكبيرة وفجائية القرارات واللوائح التي تصدرها الجهات المعنية³.
- صعوبة تسويق منتجات المؤسسات ص وم خاصة في ظل المنافسة غير الشريفة المفروضة من قبل الاقتصاد الموازي، كما ان وظيفة التسويق تحتاج الى امكانيات مالية كبيرة لا تقوى المؤسسات ص وم الوطنية على توفيرها وهو ما يؤثر على قدرتها التنافسية فمثلا تنتج الجزائر ما يقارب 400 ألف طن من تمر دقلة نور ولكن ما يصدر لا يتجاوز 16 ألف طن بسبب رداءة نوعية التغليف⁴.
- صعوبات ذات طابع هيكلية وظيفي: ان الصعوبات ذات الطابع الهيكلي والوظيفي اثرت سلبا على تسيير المؤسسات ص وم وتخص:

¹ - محمد بوقمقوم، شريف غباط، التجربة الجزائرية في تطوير وترقية المؤسسات ص وم ودورها في التنمية، مجلة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 24، العدد الاول 2008، ص 139.

² - بابا عبد القادر، مرجع سابق، ص 153.

³ - خليف عيسي، كمال منصور، مرجع سابق، ص 820.

⁴ - جمال بلخباط، مرجع سابق، ص 637.

الوطني

- انخفاض في حجم الاستثمار والذي يرجع مرده الى تشديد الضغوطات المالية والخارجية الناجمة عن الاتجاه العام للاقتصاد العالمي وشدة المنافسة بين الدول.
- الانفتاح التجاري العالمي الذي فرض منطق السوق، وهو لايشجع استمرار مؤسسات من هذا النوع خاصة في الدول النامية كالجائز.
- ضعف قدرات المنشآت الذاتية في تعزيز مفهوم الترابط والتشابك الصناعي فيما بينها من جهة وبين المؤسسات الكبيرة من جهة اخرى لتجسيد مفهوم التعاقد من الباطن¹.
- عدم كفاية حاضنات الاعمال التي توفر البنية التحتية والبيئة النموذجية والرعايا الامثل لهذه المؤسسات.
- غياب التعاون وتبادل المعلومات بين مراكز البحث والجامعات من جهة وبين المؤسسات ص وم من جهة اخرى.
- القطاع الموازي وما يسببه من خسائر معتبرة جدا من خلال المنافسة غير الشرعية وان المنتجين الذين يعملون في إطار القانون يعانون فعلا وضعا مزريا غير مشجع على الاطلاق².
- غياب المعلوماتية وانظمة المعلومات التي من شأنها توفير صورة واضحة عن المناخ الاقتصادي وغير الاقتصادي وكذا رؤية واضحة على مستقبل الاعمال³.

كل هذه المشاكل ومشاكل اخرى ستدفع وبدون شك الكثير من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجائز بالتحول الى قطاع غير رسمي يمارس اعماله في الخفاء بهدف تحقيق الربح السريع باقل عناء، او التحول الى قطاع الاستيراد والتصدير، اذ لم تبذل السلطات العمومية الجهود اللازمة لانقاذ هذه المؤسسات قبل فوات الاوان، فعلى سبيل المثال هناك 24% من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تحولت الى مؤسسات استيراد، ورغم كل هذه المشاكل الا ان النتائج اعطت نتائج وارقام مشجعة وبوادر نجاح كبيرة ماسمح بتكوين قرار اقتصادي ساهم في انشاء العديد من المؤسسات ص وم والتي ساهمت بدورها في النشاط الاقتصادي والتنموي في الدولة وهذا ما سنبرزه في المحور الموالي.

المطلب الثاني: المساهمة الاقتصادية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة 1990-2019:

ان المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تساهم بشكل كبير في الاقتصاد وذلك من خلال خلق مناصب شغل ورفع الناتج الداخلي الخام والقيمة المضافة اضافة الى زيادة التجارة الخارجية في مجال التصدير، خلق توازن جهوي في التنمية وغيرها، وبالتالي تعتبر مفتاح

¹- سليمان ناصر، مرجع سابق، ص12.

²- محمد طالي، مرجع سابق، ص49.

*القطاع الموازي في الجائز يسيطر لوحده على 40% من الكتلة النقدية المتداولة في السوق النقدية، أي حوالي 34% من الناتج الداخلي الخام.

³- بوزيان عثمان، قطاع المؤسسات ص وم في الجائز، الملتقى الدولي حول متطلبات تاهيل المؤسسات ص وم في الدول العربية، جامعة الشلف، يومي 17 و18 افريل 2006، ص 773-774.

الوطني

التنمية المستقبلية للجزائر في مجال التنوع الاقتصادي للخروج من الازمة المالية جراء انخفاض اسعار البترول، وهذا ما يجعل لها آفاق واعدة في الاقتصاد الجزائري، وكل هذا سوف نبرزه بدراسة المؤشرات التي تساهم بها فيما يلي:

اولا: نشاط واداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الوطني:

المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تساهم في تنمية الاقتصاد الوطني عن طريق الرفع من التشغيل وخلق الثروة وزيادة في القيمة المضافة والناتج الداخلي الخام، ونستعرض بيانات تطور هذه المؤشرات كما يلي:

1- توفير فرص العمل للمواطنين وتقليل مشكلة البطالة: حيث تعتبر من اهم المشاكل الاجتماعية في الجزائر، وبعد تحول الاقتصاد الجزائري من نموذج المؤسسات الكبيرة الى نموذج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ومن المؤسسة العمومية الى الخاصة التي اثرت بشكل مباشر على انخفاض البطالة في نهاية 2006 الى 12.6% وسجلت سنة 2010 نسبة 10%، وعليه نستنتج ان المؤسسات ص وم تعتبر بمثابة الركيزة الاساسية لتحقيق الاهداف الاجتماعية عن طريق تخفيض مستوى الفقر وزيادة الشغل، كم يمكن اعتبارها مركز للتدريب بحكم انها تستقبل اليد العاملة الغير مؤهلة والغير مرغوب فيها من طرف المؤسسات الكبيرة والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول رقم 09: يبين مساهمة المؤسسات ص وم في التشغيل خلال الفترة من 2004-2019

الوحدة: عامل

2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	طبيعة المؤسسة
1800742	1676111	1577030	1274465	1233073	1064983	977942	888829	592758	المؤسسة الخاصة
7.44	6.28	23.74	3.35	15.79	8.9	10.03	49.95	/	نسبة الزيادة
97.44	97.21	97.01	77.25	80.06	85.02	78.07	76.76	70.69	متوسط التشغيل
47375	48086	48656	51149	52789	57146	61661	76283	71826	المؤسسة العمومية
1.48-	-1.17	4.87-	-3.01	7.63-	7.32-	19.23-	6.21	/	نسبة الزيادة
2.56	2.79	2.99	3.1	3.43	4.22	4.92	6.59	8.75	متوسط التشغيل
1848117	1724197	1625686	1325614	1285862	1122129	1039603	965112	664584	المجموع
6.70	5.71	18.45	7.11	13.64	8.20	8.19	38.09	/	نسبة الزيادة

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على نشرية المعلومات لوزارة المؤسسات ص وم 2004-2015.

2018	2017	2016	2015	2014	2013	طبيعة المؤسسة
2690246	2601958	2487914	2327293	2110665	1953636	المؤسسة الخاصة
-	-	-	43727	46567	48256	المؤسسات العامة
3.39	4.58	6.90	10.26	8.03	10	نسبة الزيادة

الوطني

من خلال الجدول يترجم زيادة حصة مساهمة قطاع المؤسسات ص وم في التشغيل على مستوى الاقتصاد الكلي، اين وصلت نسبة المساهمة في سنة 2008 نسبة 14%، بعدما كانت مستقرة في حدود 10% طيلة فترة الخمس سنوات السابقة، ثم زادت نسبة المساهمة الى 18% سنة 2010 ثم انخفضت الى 10 سنة 2015 واستقر الانخفاض خلال السنوات 2016-2019، نتيجة انخفاض النمو الاقتصادي نتيجة ركود النشاط الاقتصادي بسبب انخفاض اسعار البترول، اما اسباب خلق المؤسسات ص وم للمناصب الشغل في السنوات السابقة يرجع ذلك الى الاجراءات والتدابير المتخذة من قبل السلطات من اجل تسهيل عملية الانشاء والتمويل واستقرار مستوى الشطب في القطاع مما ساهم القطاع الخاص من المؤسسات ص وم خلال فترة من 2004-2009 بأكثر من 72% من اجمالي عمالة القطاع.

فضلا مما سبق فان الهدف المنشود من وراء تنمية المؤسسات ص وم وتطويرها لايتوقف عند تحقيق تنمية اقتصادية مستقلة وانما يتعدى ذلك الى تحقيق تنمية بالمفهوم الحديث¹.

2- دورها في انتاج القيمة المضافة: تعتبر عملية خلق القيمة المضافة من اهم المؤشرات الدالة على قوة اي اقتصاد في العالم وبالتالي المؤسسات ص وم لها دور كبير في هذا والتي تؤدي بدورها الى تطوير الاقتصاد الوطني والوضعية حسب الجدول الاتي:

جدول رقم 10: يبين مساهمة المؤسسات ص وم في القيمة المضافة خ م خلال الفترة من 1990-2019

الوحدة: مليار دج

قطاع النشاط	1994	1996	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
القطاع الخاص	618	935.7	1486.	3	49	2038.84	2239.	2605.	2986.0	3363.1	3954.5	4450.76
القطاع العام	538	211.9	258.7	9	7	344.87	367.5	401.8	420.86	418.9	432.05	340.56
اجمالي القيمة المضافة	1156	1147.6	1745.	09	96	2383.71	2607.	3007.	3406.4	3782.0	4386.5	4791.32

المصدر: نشرة المعلومات لوزارة المؤسسات ص وم 1995-2015.

قطاع النشاط	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
القطاع الخاص	4895.64	5553.31	6741.19	7041.66	7360.1	8529.27	8815.62	9524.41
القطاع العام	923.34	588.44	893.24	804.47	790.4	1414.65	1291.14	1362.21
اجمالي القيمة المضافة	5818.98	6141.75	7634.43	7846.13	8150.5	9943.92	10106.8	10886.62

¹ - محمد بوقموم مرجع ساق ص 136-137.

الوطني

المصدر: محمد الامين وليد، الاهمية الاقتصادية للمؤسسات ص وم في الجزائر وهيئات دعمها، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، جوان 2018، المجلد 5، العدد 1، ص 219.

Source : bulltin d'information statistique de l'entreprise, n36, avril 2020, Ministre de l'industrie et des mines.

من الجدول يتضح ان مساهمة المؤسسات ص وم في تحقيق القيمة المضافة في تزايد من سنة الى اخرى، اذ ارتفعت من 1745.5 مليار دج سنة 2001 الى 4791.32 مليار دج سنة 2010، وهو ما يمثل نسبة زيادة تقدر ب 174.79%، وتعود الزيادة بصورة واضحة للقطاع الخاص، حيث وصلت مساهمته الى 4450.76 مليار دج سنة 2010 ما يمثل نسبة المساهمة تقدر ب 92.89%، ثم انتقلت المساهمة الى 7041.66 مليار دج سنة 2014 اي بنسبة ارتفاع تقدر ب 45%، ثم الى 9943.92 مليار دج سنة 2016، ثم ارتفعت سنة 2018 الى 10886.62 مليار دج اجمالي، يساهم القطاع الخاص ب 87.22 بالمائة وهو ما يؤكد مرة اخرى سيطرة القطاع الخاص في مجال الاستثمار في قطاع المؤسسات ص وم¹، وهذا راجع للانخفاض في تعداد المؤسسات ص وم الصناعية التابعة للقطاع العام سنة تلوى الاخرى نظرا لسياسة الخوصصة واعادة الهيكلة المتبناة من قبل الدولة.

3- دورها في خلق الناتج الداخلي الخام²: تساهم المؤسسات ص وم بقسط كبير من الناتج الداخلي الخام خارج المحروقات

خاصة والنتائج كما يلي:

جدول رقم 11: يبين مساهمة المؤسسات ص وم في الناتج الداخلي الخام خ م خلال الفترة من 1990-

2019:

الوحدة: مليار دج

قطاع النشاط	1999	2001	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
القطاع الخاص	1288	1560.2	1884.2	2146.75	2364.7	2740.06	3153.77	3551.33	4162.0	4681.6
					5				2	8
القطاع العام	420	481.5	550.6	598.65	651.0	704.05	749.86	686.59	816.80	827.53
اجمالي الناتج الداخلي خم	1708	2041.7	2434.8	2745.4	3015.5	3444.11	3903.63	4237.92	4978.8	5509.2
									2	1
السنوات	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019			
اجمالي الناتج خ م	7634.4	8092.4	8658.9	14381.2	14934.	14213.2	14807.1			
	3	9	6		1					

¹- طبائبية سليمة، عنائي ساسية، ملتقى تقييم اثار برامج الاستثمارات العامة وانعكاساتها على التشغيل والاستثمار والنمو الاقتصادي خلال الفترة من 2001-2014، جامعة سطيف، 2013، ص 11-12.

²- سحنون سمير بونوة شعيب، المؤسسات ص وم ومشاكل تمويلها في الجزائر، مداخلة في الملتقى الدولي حول متطلبات تاهيل المؤسسات ص وم في الدول العربية، الشلف 2006، ص 430.

الوطني

المصدر: نشرية المعلومات الاقتصادية لوزارة المؤسسات ص وم من 2001-2010.

-محمد الامين وليد، مرجع سابق، ص221.

-المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات، ons، ص75.

-Source : bulltin statistique trimestriel n 50, juin 2020, bank d'algerie

من الجدول السابق اعلاه يتضح ان مساهمة المؤسسات ص وم في الناتج الداخلي الخام خ م في تزايد مستمر، اذ ارتفعت من 2041.7مليار دج سنة 2001 الى 5509.21 مليار دج سنة 2010 وهو مايمثل نسبة زيادة تقدر ب 169.83 % ترجع هذه الزيادة بصفة خاصة الى القطاع الخاص، اذ وصلت مساهمة هذا الاخير سنة 2010 الى 4681.68 مليار دج مايمثل نسبة مساهمة تقدر ب 84.98 %، ثم تزايدت قيمته تدريجيا خلال السنوات الاخيرة ليصل الى 8658.96 مليار دج سنة 2015، ثم يصل الى 14807.1 مليار دج سنة 2019 وهو ما يوضح جهودات القطاع الخاص لتلبية الطلب المتزايد على المستوى الوطني رغم منافسة المنتجات الوطنية.

04- دور المؤسسات ص وم في المساهمة في النشاط الزراعي والصناعي خلال الفترة 2000-2019

الوحدة:مليار دج

الجدول رقم 12:

البيان	2001	2005	2011	2015	2018	2019
الناتج الزراعي	412.11	581.51	1183.2	1935.1	2426.9	2429
الناتج الصناعي	315.23	420.12	534	738.6	872.2	921.6
الناتج الاجمالي	3745.45	7262.5	14588.9	16712.6	20452.3	20428.3
نسبة القطاع الزراعي من الاجمالي	11	8.3	8.10	11.57	11.86	11.89
نسبة الناتج الصناعي من الاجمالي	8.4	6.2	3.66	4.41	4.26	4.50

المصدر: موقع الديوان الوطني للإحصائيات، وزارة المؤسسات ص وم.

-AFRICAN STATISTICAL YEAR BOOK.ANNAIRE STATISTIQUE POUR L'AFRIQUE 2020.

من خلال الجدول السابق نلاحظ ان الناتج الزراعي في ارتفاع مستمر نتيجة زيادة نشاط المؤسسات ص وم في الانتاج الفلاحي في كل الشعب خلال الفترة من خلال برامج الدعم الفلاحي والتجديد الفلاحي والريفي حيث انتقل من 412 مليار دج سنة 2001 الى 2429 مليار دج سنة 2019، الا ان نسبة مساهمتها في الناتج الاجمالي في حدود 11% متواضعة مقارنة بالدول

الوطني

الآخري راجع الى ضعف السياسة المنتهجة وقلة المكننة واستخدام التكنولوجيا والتركيز على الاستيراد في القطاع بدل تطويره، اضافة الى المشاكل التي يتخبط فيها الفلاح كنقص التمويل وغلاء الاسمدة والادوية ونقص اليد العاملة وسوء المناخ احيانا اخرى.

اما الناتج الصناعي خ م فهو كذلك شهد نموا متزايدا خلال الفترة حيث ارتفع من 315 مليار دج سنة 2001 الى 921 مليار دج سنة 2019 نتيجة تدعيم القطاع والاصلاحات التي تمت فيه واعادة التاهيل للعديد من المؤسسات مما حقق هذه النتائج، الا انها متواضعة لكون مساهمته في الناتج الاجمالي لاتتعدى 8% سنة 2001 وتراجعته بعد سنة 2011 الى ان يصل الى 4.5% سنة 2019، وذلك راجع الى الضعف في الاداء الصناعي خ م في كل الفروع الصناعية كالصناعة الغذائية والتحويلية بصفة عامة وتركيز الدولة على الصناعة الاستخراجية واستيراد المواد نصف المصنعة بدل العمل على تطوير اداء وتنافسية القطاع.

-رفع الكفاءة الانتاجية وتعظيم الفائض الاقتصادي: تبدو المؤسسات الصناعية الكبيرة هي الاقدر على رفع الكفاءة الانتاجية وتعظيم الفائض الاقتصادي، نظرا الى ارتفاع انتاجية العامل فيها بالمقارنة بالمؤسسات الصناعية ص وم، ونتيجة لما تتمتع به من وفورات الحجم، فضلا عن تطبيق الاساليب الادارية الحديثة وتنظيم العمل، وجميع المزايا التي يحققها كبر الحجم، وهي تساهم في رفع الكفاءة الانتاجية، ومن ثم تحقيق فوائض اقتصادية كبيرة، ان الربط بين راس المال المستثمر والفائض الاقتصادي الذي يحققه بحسب احجام المؤسسات المختلفة ومن ثم مايتحقق للمجتمع من فائض اقتصادي على اساس استثمار مبلغ معين من راس المال يتضح لنا ان المؤسسات ص وم هي الاقدر على تعظيم الفائض الاقتصادي للمجتمع، ومن ناحية اخرى فان الصناعات ص وم قادرة على تحقيق الكفاءة الانتاجية، بمعنى انه من خلال ماتحققه من وفرة عنصر راس المال، وهو العنصر النادر في معظم الدول النامية، فهي بذلك قادر على استخدام الموارد النادرة بكفاءة اكبر، وهي القادرة على استخدام الفن الانتاجي المناسب الذي يحقق الاستخدام الامثل لعناصر الانتاج¹.

-تحقيق التنمية الصناعية المتكاملة: من المؤكد ان تواجه المؤسسات ص وم وتكاملها يعتبر ظاهرة صحية ومن المقومات الاساسية للهيكلة الصناعي وقوة دماغه لعملية التنمية الصناعية الى الامام².

فالمؤسسات الكبيرة تسود في النشاط ذات الكثافة الراسمالية العالية، بينما المؤسسات ص وم تسود في تلك النشاطات التي تظهر فيها اهمية وفورات الحجم لاسباب تتعلق بطبيعة المنتج ذاته او طبيعة العملية الانتاجية او بسبب ضيق السوق الكلية للسلعة³، وياخذ شكلين الاول التكامل غير مباشر الذي يقوم على تقسيم المهام بين المؤسسات ص وم والكبيرة دون اتفاق مباشر بين

¹-صفوت عبد السلام، اقتصاديات الصناعات الصغيرة، دار النهضة العربية، 1993، القاهرة، ص 45.

²-فتحي السيد عبده ابو السيد احمد، مرجع سابق، ص 72.

³-عثمان خلف، ، اطروحة دكتوراه، مرجع سابق ، ص 58.

الوطني

الطرفين، والثاني وهو التكامل المباشر الذي يقوم على التعاقد بين الطرفين على اساس احدى هذه المؤسسات تستخدم منتجات المؤسسات الاخرى بصورة منتظمة كمدخلات في عملية التصنيع¹.

ثانيا: تقييم اداء قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر:

يرجع الاهتمام بالمؤسسات ص وم الى الدور الذي يمكن ان تؤديه في التنمية الاقتصادية والاجتماعية على حد سواء وذلك من خلال مساهمتها في القيمة المضافة، الناتج الداخلي الخام، القضاء على البطالة، التجارة الخارجية، ولتبيان مدى تطور مؤشرات الاداء لهذا القطاع مبرزا تطور المؤسسات ص وم حسب (الطبيعة والنشاط، التوزيع الجغرافي، والانتشار، الكثافة) خلال فترة الدراسة حسب الجداول التالية:

1-وضعية نمو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: سنحاول التعرف على هذا المؤشر كما يلي:

جدول رقم 13: يبين تطور تعداد المؤسسات في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019:

السنوات	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
عدد م	20.000	22.382	20.207	23.207	26.212	177.365	177.365	182354	137864
السنوات	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
عدد م	159.507	179893	179.893	188.893	288.587	312.956	342.788	376.767	410.959
السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
عدد م	519.526	570.838	607.297	659.309	660.208	747.934	852.053	934.569	
السنوات	2017	2018	2019						
عدد م	1074836	1092908	1171945						

المصدر: المديرية العامة للإحصاء والاعلام ووزارة الصناعة وترقية الاستثمار، التقرير السنوي 2004، المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي، نشرات المعلومات الاقتصادية لوزارة المؤسسات ص وم اعداد مختلفة.

من خلال معطيات الجدول نلاحظ ان سنة 1995 هي السنة التي تطور وازداد فيها عدد المؤسسات ص وم الخاصة اذ بلغ 177.365 مؤسسة مقارنة مع سنة 1994 والتي كانت 26.212 وهو تطور هائل شهدته المؤسسات ص وم في الجزائر مؤخرا وهذا بسبب الاهتمام والعناية التي اولتها الدولة لهذه المؤسسات خاصة سنة 1994 التي تم فيها انشاء وزارة خاصة، بعد سنة 2001 بعد انشاء قانون توجيهي للمؤسسات ص وم زاد العدد بشكل مطرد خصوصا بعد برنامج الانعاش الاقتصادي 2005-2009 التي ارتفع العدد من 342.788 مؤسسة الى 570.838² وكذا بعد برنامج دعم النمو 2010-2014 التي زاد

¹-فتحي السيد عبده ابو السيد احمد، مرجع سابق، ص 69.

²-سامية جدو، تشخيص واقع منظومة المؤسسات ص وم في الجزائر خلال الفترة من 2001-2011، مداخلة ملقاة حول تقييم آثار برامج الاستثمار العامة وانعكاساتها على التشغيل، جامعة سطيف 2013.

الوطني

عددها من 607.297 مؤسسة الى 1171945 مؤسسة سنة 2019، وهذا بفضل البرامج السابقة التي اطلقتها الدولة واعطت العناية الكبيرة لتطوير هذا القطاع، ولكن رغم الاهتمام تعتبر هذه التجربة حديثة العهد ونتائجها لازالت ضعيفة ولم ترقى الى المستوى المطلوب.

2- تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب الطبيعة:

جدول رقم 14: يبين طبيعة المؤسسات المكونة للاقتصاد الجزائري خلال الفترة 2007-2000

2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	طبيعة المؤسسة
293946	259282	245842	225449	207949	189552	179893	179893	م الخاصة
666	849	874	778	778	778	778	788	م العمومية
116347	101981	96072	86732	79850	71523	64677	-	م التقليدية
410959	362112	342788	312959	288577	261853	245348	180681	المجموع

المصدر: موقع وزارة المؤسسات ص وم،

جدول رقم 15: يبين طبيعة المؤسسات المكونة للاقتصاد الجزائري خلال الفترة 2019-2008

2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	طبيعة المؤسسة
934.037	851.511	747387 2	686825	659660	606737	408155	392013	م الخاصة
532	542	475	561	548	560	598	626	م العمومية
-	-	-	-	-	-	162085	126887	م التقليدية
934.569	852.053	747934	687386	660208	607297	570838	519526	المجموع
				2019	2018	2017	2016	السنوات
					1092908	1060025	1013637	م الخاصة
					262	264	438	م العامة
				1171945	1093170	1060289	1014075	المجموع

المصدر: موقع وزارة المؤسسات ص وم وترقية الاستثمار، مدونة المؤشرات الاحصائية لقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعة التقليدية، تطور القطاع خلال الفترة 2008-2003، نشرات المعلومات الاقتصادية للمؤسسات ص وم

-أحسن جميلة، تسيير المؤسسات ص وم في الجزائر، دراسة تطبيقية على عينة من مجموعة من المؤسسات صوم من بعض ولايات الغرب الجزائري، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، المجلد 2، العدد 4، 2018، المركز الجامعي تيسمسيلت، ص154.

الوطني

جدول رقم 16: توزيع المؤسسات ص وم حسب الطبيعة لسنة 2019:

النسبة	عدد المؤسسات صوم	الطبيعة
97	1136787	TPE
2.6	30471	PE
0.4	4688	ME
100	1171945	المجموع

المصدر: cnas

من خلال الجدول نلاحظ استمرار نفس التركيبة للنسيج الصناعي الجزائري باحتلال المؤسسات المصغرة نسبة 97% من العدد الكلي، والمتوسطة نسبة 0.4%.

حيث فرضت المؤسسات ص وم نفسها عدديا، حيث سجلت تزايدا ملحوظا حتى سنة 2009 الى 570 الف مؤسسة موزعة بين القطاع الخاص والعام، والملاحظ للجدول انه تشكل غالبية المؤسسات ص وم في الجزائر من المؤسسات الخاصة، حيث شهد عددها تطورا بالغ الاهمية بعد سنة 2000 وذلك بفعل تسهيلات والاجراءات الموجهة لها، تمثل نسبة 71.5% من اجمالي العدد سنة 2009، اما القطاع العام فانخفضت بسبب اخفاق عملية الخوصصة والعلق النهائي لعدد منها بسبب عدم تأقلمها مع المناخ الاقتصادي الجديد، وقلة الامكانيات المالية بسبب انخفاض اسعار النفط، وعدم التحكم في اساليب التسيير الجديدة حيث سجلت انخفاض يقدر ب 31% من سنة 2005-2009، ووصل تعدادها من سنة 2000 الى سنة 2018 الى 262 مؤسسة¹، وسيطر قطاعي الخدمات والبناء والاشغال العمومية على كل القطاعات نظرا لقلة احتياجاتها الى البنية التحتية، مما يسهل عملية اقامتها في اي منطقة²، كما ارتفع عدد المؤسسات بشكل كبير بعد برنامج دعم النمو 2010-2014 من 607.297 الى 934.569 مؤسسة، حتى وصل تعدادها سنة 2018 الى 1093170 مؤسسة.

-الملاحظ من خلال الجداول كذلك هو تزايد عدد المؤسسات ص وم الجزائرية وخاصة التابعة للقطاع الخاص خلال فترة الدراسة، ويمكن ارجاع سبب هذا التطور في جزر كبير منه الى محتوى برامج الاستثمار العمومي التي تم تنفيذها في إطار برنامج الانعاش الاقتصادي، حيث تم ملاحظة انه كلما توسعت الدولة في استثماراتها ادى ذلك الى تزايد عدد المؤسسات بنسب مرتفعة ومتضاعفة مقارنة بسنة 2001.

¹- احسن جميلة، تسيير المؤسسات ص وم في الجزائر، دراسة تطبيقية على عينة من مجموعة من المؤسسات ص وم من بعض ولايات الغرب الجزائري، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، المجلد 2، العدد4، 2018، المركز الجامعي تيسمسيلت، ص 154

²- ا.د بوقرة رابح، تفعيل دور المؤسسات ص وم كخيار استراتيجي لتحقيق تنمية محلية مستدامة، مداخلة الملتقى الدولي حول تقييم استراتيجيات وسياسات الجزائر لاستقطاب الاستثمارات البديلة، اكتوبر2014، جامعة المسيلة، 2014، ص 9-10.

الوطني

-توسيع مجالات النشاط التي تمارسها المؤسسات ص وم وازداد عددها حسب فروع النشاط الاقتصادي كنتيجة لدعم الدولة لبعض القطاعات وسياسة الاستثمار للدولة التي شجعت الكثير من المستثمرين على المستوى الوطني.

-تبلور دور المؤسسات ص وم الجزائرية بالنسبة للاقتصاد الوطني من خلال زيادة مساهمتها في تكوين مؤشرات الاقتصادية كالدخل القومي، القيمة المضافة، والاستثمار وكذلك استيعاب عدد أكبر من العمالة في سوق العمل الوطنية¹.

-تنوع مصادر الدخل: من خلال انتاج السلع البديلة للواردات وامداد المشروعات الكبيرة بما تحتاجه من مدخلات انتاج فضلا عن امكانية توسيع الانشطة التصديرية لهذه المنشآت بحيث تدعم مساهمة القطاع الخاص في الناتج المحلي الاجمالي.

3- **كثافة المؤسسات ص وم:** من بين العوامل التي تسمح للباحث ان يقيم تجربة نجاح قطاع المؤسسات ص وم هو دراسة درجة انتشارها في وسط الساكنة، وعادة يتم استعمال مؤشر كثافة المؤسسات بالنسبة لكل ألف نسمة لقياس وزن المؤسسات ص وم في المجتمع.

جدول رقم 17: كثافة المؤسسات ص وم بالنسبة لكل ألف نسمة:

السنوات	الكثافة لكل ألف نسمة	نسبة التطور
1995	7	-
2000	6	16
2004	9	33
2008	15	40
2014	20	25
2016	23	13
2018	24	4.16
2019	26	7.69

المصدر: تم اعداد الجدول بالاعتماد على احصائيات موقع وزارة المؤسسات ص وم.

من خلال الجدول نلاحظ تطور المؤشر الذي يسمح بالقضاء على البطالة وخلق الثروة، الا انه غير كاف بالرغم من كل الجهود المبذولة من طرف الدولة في مجال خلق وترقية المؤسسات ص وم تبقى كثافة القطاع اقل من المعدل المقبول والمقدر ب 45 مؤسسة لكل الف ساكن حسب احصائيات 2016 تقدر 23 مؤسسة لكل 1000 ساكن، سنة 2019 يقدر 26 مؤسسة

¹- بوهزة محمد، بوحرد فتيحة، أثر برامج الاستثمارات العامة على تطور المؤسسات ص وم الجزائرية وتفعيل دورها في الاقتصاد الوطني خلال الفترة من 2001-2014، المؤتمر الدولي حول تقييم اثار برامج الاستثمارات العامة وانعكاساتها على التشغيل والاستثمار والنمو الاقتصادي خلال الفترة من 2001-2014، جامعة سطيف، مارس 2013، ص

الوطني

لكل 1000 ساكن وينخفض الى 16 مؤسسة كل 1000 ساكن بالنسبة للمؤسسات الخاصة مع وجود فروقات معتبرة من منطقة لآخرى، حيث تقدر في الشمال 19 مؤسسة لكل الف ساكن، الهضاب العليا 12 مؤسسة لكل 1000 ساكن، الجنوب 15، وعلى سبيل المقارنة قدر هذا المعدل سنة 2010: 57 مؤسسة لكل 1000 ساكن في دول الاتحاد الاوربي، وفي سنة 2011 بلغت كثافة المؤ ص وم في فرنسا 54 مؤسسة كل 1000 ساكن، المانيا 39 مؤسسة لكل 1000 ساكن.¹

4-توزيع المؤسسات ص وم حسب النشاط:

نسيج المؤسسات ص وم أكثر تركز في قطاع الخدمات والاشغال العمومية: حيث نستعرض توزيعها حسب قطاع النشاط (احصائيات سنة 2016 و2019) من خلال الجدول رقم 18 التالي:

قطاع النشاط	العدد	النسبة	العدد	النسبة
	2016		2019 (اشخاص معنويين)	
الفلاحة	7094	0.7	7368	1.12
المحروقات والطاقة	3201	0.32	3035	0.46
البناء والاشغال العمومية	169024	16.68	188290	28.54
الصناعات التحويلية	99275	9.79	102128	15.48
الخدمات	501645	49.49	358996	54.41
الحرف التقليدية	233298	23.02	-	-

Source : bulletin d'information statistique de la pme n 29.ministre de l'industrie et des mines, 2016, p12, cnas (احصائيات 2019).

نلاحظ من خلال الجدول السابق تركز المؤسسات ص وم في قطاع الخدمات بنسبة 49.49% حوالي نصف التعداد ينتمي الى هذا القطاع الذي تغلب عليه المؤسسات التجارية، 22% مؤسسة النقل، 11% الحرف التقليدية 23%، ثم يأتي في المرتبة الثانية قطاع الاشغال العمومية بنسبة 16.68%، بينما لا يحتل القطاع الصناعي 9.79%، هذا سنة 2016، ونفس الشيء لسنة 2019 تقريبا، وهذه النسبة ضعيفة بالنسبة لبلد طاقوي لديه تجربة 50 سنة في هذا المجال، وان توجه المؤسسات ص وم الى قطاعي الاشغال العمومية والخدمات راجع الى حجم المشاريع الخاصة بالسكن والبنى التحتية والطرق التي اطلقتها الدولة في اطار المخططات

¹-بوقادير ربيعة، مطاي عبد القادر، تقييم اداء قطاع المؤسسات ص وم في الجزائر 2001-2016، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، المجلد 14، العدد 19، 2018، ص277.

الوطني

السابقة، وثانيا الى قطاع الخدمات الذي يتطلب استثمارات ضعيفة نسبيا مقارنة بالقطاعات الاخرى، كذلك لا تتطلب هذه القطاعات الابداع والتمكن من التقنيات الحديثة في التسيير والانتاج والتسويق.¹

5-التوزيع الجغرافي للمؤسسات ص وم:

حسب احصائيات سنة 2016: 69% من المؤسسات الخاصة اشخاص معنويين تتمركز في الشمال، 22% تتمركز في الهضاب العليا، بينما منطقة الجنوب فلا تحضى الا سوى 9% من الاجمالي، هذا مايعني ضعف سياسة التوازن الجهوي، وعدم نجاح السياسات المتعاقبة الخاصة بتنمية الجنوب والهضاب العليا، ولتبيان ذلك نبين في الجدول الاتي رقم 19:

احصائيات توزيع المؤسسات الخاصة حسب المناطق لسنة 2010، 2019:

سنة 2019		سنة 2010		المنطقة
النسبة	العدد (اشخاص معنويين)	النسبة	العدد	
70	459146	59.37	219270	الشمال
22	144836	30.42	112335	الهضاب العليا
8	55591	10.1	37714	الجنوب
100	659573	100	369319	المجموع

Source : bulletin d'information statistique de la pme, n35, 2019, p14.

ان حجم المؤسسات ص وم يساعد على توطينها بحسب خصوصيات واحتياجات كل جهة وبالتالي تساعد على خلق توازن تنموي و جهوي، والتوزيع حسب نشرية المعلومات الاحصائية لوزارة المؤسسات ص وم لسنة 2012 تشير الى ان 420117 مؤسسة ص وم تتوزع كما يلي:

- مناطق الشمال تستحوذ على 59.27% من مجموع المؤسسات ص وم للسنة ب 248985 مؤسسة.
- مناطق الهضاب العليا تستحوذ على 30.54% من مجموع المؤسسات ص وم ب 128316 مؤسسة.
- مناطق الجنوب تستحوذ على 8% من مجموع المؤسسات ص وم ب 34569 مؤسسة.
- مناطق الجنوب الكبير على 2% من مجموع المؤسسات ص وم ب 8247 مؤسسة.

¹-بوقادير ربيعة، مطاي عبد القادر، مرجع سابق، ص278-279.

الوطني

وبالتالي يتبين ان أكثر من نصف عدد المؤسسات ص وم تقع في المنطقة الشمالية وهي غالبا ماتقع ضمن الاقطاب الحضرية والصناعية التابعة لولايات: الجزائر وهران، قسنطينة، سطيف تيزي وزو، بجاية، البليدة، تيبازة.

اي التوزيع الجغرافي للمؤسسات ص وم في الجزائر يشكل اختلال في التوازن مابين الجهات الاربع وسط جنوب شمال غرب، اي لاتوجد عدالة في توزيع التنمية على مناطق الوطن فنلاحظ ان نسبة ثلثي المؤسسات توجد في الشمال، وهو مايلزم على الحكومة تدارك الوضع باعادة توزيع التنمية بتقدم التحفيزات المالية وتوزيع الاستثمارات بشكل موجه لخلق التنمية في المناطق النائية الاخرى¹.

*ان الوزارة الوصية بدا تدخلها واضحا بقوة لمرافقة هذه المؤسسات في ظل برامج ترقية المؤسسات ص وم الذي خصص له غلاف مالي معتبر وصل الى 2 مليار دولار، ان تسخير كل الامكانيات المادية والبشرية لترقية هذا القطاع واعطائه مكانة هامة، لكن تقييم القطاع من الناحية الكمية يبقى بعيدا عن القدرة الاستيعابية للاقتصاد الجزائري، فمقارنة بسيطة مع بعض الاقتصاديات التي تعتمد على هذا القطاع فان عدد مؤسساتها لاتقل عن المليونين، لكن في الجزائر رغم كل الدعم فان عددها لايتعدى مليون سنة 2019، ومن خلال استقراء الارقام تظهر مكانة قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الجزائري كبيرة، الامر الذي يجعل صانعي القرار سيستمرون في بذل الجهود لترقية القطاع لانه لم يصل بعد الى تحقيق الاهداف المسطرة، خاصة في برنامج الاستثمارات العمومية (2010-2014) تهدف الوزارة الوصية الى انشاء 200 الف مؤسسة جديدة وبما يعادل 1500000 منصب شغل².

ويتطلب كل ذلك مراجعة القوانين الاقتصادية والسياسية النقدية والسياسات المالية والحفاظ على قيمة العملة الوطنية وترشيد التجارة الدولية وتقديم حافز الاستثمار في المشروعات والاهم من كل هذا هو بناء كوادر رواد الاعمال صناع المستقبل المشرف³، وفي إطار البرامج الاستثمارية يجب عليها اختيار المشاريع لضمان الكفاءة لهذه النفقات العمومية، والمواصلة في اجراءات الدعم لإنعاش النشاط الاقتصادي وتفعيله من طرف القطاع الخاص لتوسيع الجباية البترولية خارج قطاع المحروقات⁴.

ومن دون ذلك فان هذه المؤسسات اعترضها منذ البداية العديد من العراقيل والتحديات الى انها تبقى تساهم بشكل كبير في تحريك عجلة التنمية وتنمية التجارة الخارجية وتخلق افاق واعدة للاقتصاد الجزائري في ظل التطورات الدولية الراهنة، وهذا ماسنبيه في المبحث الرابع التطبيقي الخاص بالدراسة التحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر في ترقية الصادرات خارج المحروقات.

¹- سحنون سمير، مرجع سابق، ص 430.

²- ابحاث الملتقى الدولي حول تقييم اثار برامج الاستثمارات العامة وانعكاساتها على التشغيل والاستثمار والنمو الاقتصادي خلال الفترة 2001-2014، ج3، مارس 2013، منشورات مخبر الشراكة والاستثمار في المؤسسات ص وم في الفضاء المغاربي، جامعة سطيف. ص 413-419.

³- فريد النجار، المشروعات الصغيرة ومتوسطة الحجم (مدخل رواد الاعمال)، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2006، ص 304-305.

⁴- منشورات مخبر الشراكة والاستثمار في المؤسسات ص وم في الفضاء المغاربي، جامعة سطيف، مرجع سابق، ص 419.

الوطني

خلاصة الفصل:

إن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة رغم أنها تتصف بالمرونة التي تمكنها من التكيف مع المتغيرات الخارجية والداخلية، نجد أنها لا تعرف استقراراً وخاصة في البلدان التي لم تعتمد هذا النوع من المؤسسات إلا منذ مدة قصيرة، وخاصة فيما يتعلق بعملية إنشائها ومساعدتها على النمو والتوسع وضمان استمراريتها، كما درسنا في هذا الفصل مساهمة قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في النشاط الاقتصادي وذلك من خلال التركيز على تعريفها اهدافها واهم خصائصها ودواعي الاهتمام بها، ثم تطرقنا في المبحث الثاني الى مختلف البرامج الحكومية المعتمدة من اجل ترقية قطاع المؤسسات ص وم وتفعيل دورها في الاقتصاد الوطني، ثم ناقشنا في المبحث الثالث اهم التحديات التي تعيق عملها وسبل مواجهتها وفي الاخير تناولنا مدى مساهمتها في الاقتصاد الوطني وتقييم القطاع، وهو ما يجعلنا ان نخلص الى ان المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية تساهم في النشاط الاقتصادي الوطني بتحسين مؤشرات الناتج الاجمالي والقيمة المضافة والتوازن في التنمية الاقتصادية وهذا ما سجلناه من خلال الاحصائيات، الا ان الملاحظ ان المساهمة ضعيفة تحتاج الى تدعيم ومرافقة من اجل تحسين ادائها في المستقبل، والعمل على غزوها للاسواق الدولية عن طريق التصدير لزيادة نموها ورفع تنافسيتها من خلال اخذ التجربة من التجارب الدولية الرائدة في هذا المجال، وهو ما ارتائنا ان يكون محور الفصل الثالث حول اليات ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية.

الفصل الثالث:

الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات

المؤسسات صوم خارج المحروقات في

الجزائر من خلال التجارب الدولية

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

تمهيد الفصل:

وضعت السلطات العمومية في الجزائر تطوير الصادرات خ.م من اولوياتها وسخرت كل الوسائل لبلوغ الهدف منذ أكثر من عشرية من الزمن، اذ وضعت عدد من التدابير والاجراءات والبرامج والهيئات من اجل ترقية الانتاج الوطني و زيادة تنافسيته في الاسواق الخارجية وحتمية التكيف والتاقلم مع قيود وظروف البيئة الدولية ، وذلك بالتركيز على عدد من القطاعات التنموية التي تراهن عليها الحكومة الجزائرية لتحسيد وبلوغ الاهداف المعلنة.

وتاتي هذه الدراسة لتسليط الضوء على الآليات المتعلقة بترقية التصدير خارج المحروقات في الجزائر ومختلف الحوافز الممنوحة لدعم قطاع الصادرات خ.م، والتطرق الى مختلف النصوص التشريعية والتنظيمية وكذا مختلف التدابير والآليات المتخذة لترقية الصادرات خارج المحروقات، والوقوف عند المتطلبات والاستراتيجيات الدولية لنجاح التصدير في الاسواق الدولية، ثم نبرز استراتيجية التنوع الاقتصادي التي انتهجتها الدولة الجزائرية لترقية الصادرات خارج المحروقات للمؤسسات ص وم في كل القطاعات الاقتصادية، وفي الاخير ابراز اهم التجارب الدولية في مجال ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الصادرات ومحاولة اسقاطها على التجربة الجزائرية والاستفادة منها.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

المبحث الاول: الآليات ترقية المؤسسات ص م الجزائرية في الصادرات والاسواق الدولية:

اتسمت فكرة تطوير الصادرات خارج المحروقات باهمية كبيرة لدى الدولة الجزائرية تحسبا من خطر الازمات المالية الناتجة عن انخيار اسعار البترول، الامر الذي من شأنه يهدد الاستقرار الاقتصادي للبلاد، حيث عملت الدولة في هذا الخصوص لدعم هذا الطرح الى اصدار عدة قوانين تنظيمية تخص تطوير هذا القطاع وانشاء عدة مؤسسات تتكفل بهذه العملية.

متخذة مجموعة من الاجراءات الامر الذي دفع بالسلطات العمومية الى التفكير جديا في ضرورة تبني استراتيجية واضحة ودقيقة من خلال دراسة ومناقشة مجمل الآليات لتحسيد فكرة ترقية الصادرات ص.م لكونها السياسة البديلة عن طريق ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في النشاط الاقتصادي لتكون المحرك الرئيسي للقطاع التصديري.

تعتمد استراتيجية ترقية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر على تفعيل مجموعة من الاجراءات المؤسساتية واخرى تنظيمية، وسياسات توجيهية بالاضافة الى الآليات التنفيذ، كلها نستعرضها كما يلي:

المطلب الاول: آلية الإطار القانوني والتنظيمي لترقية الصادرات خارج المحروقات:

نظرا لما يتميز به الاقتصاد الجزائري باحادية التصدير ص.م ونتيجة الازمات التي يشهدها هذا القطاع اصبح لزاما على الجزائر الاهتمام بترقية قطاع الصادرات ص.م، بتطوير بيئة المؤسسات ص وم ظهر بشكل جلي في الجوانب القانونية وهذا يدل على صدق نوايا الدولة والحكومة في تنمية هذا القطاع، وفي هذا الجانب نجد ان الجزائر قامت بالعديد من الاجراءات فيما يخص اصدار العديد من التشريعات التي من شأنها النهوض بهذا القطاع، ومن بين هذه التشريعات المتعلقة بالتسهيلات الجبائية والجمركية والتسهيلات المالية والبنكية، اضافة الى التسهيلات التنظيمية والتسويقية والتي سنوجزها فيما يلي:

1- الاجراءات الجبائية والجمركية:

يحتل النظام الجبائي والجمركي اهمية بالغة في التأثير على عملية التصدير لذلك قامت السلطات الجزائرية بمجموعة من الاجراءات الجبائية والجمركية لرفع فاتورة التصدير غير النفطية في إطار التسهيلات الممنوحة لترقية الصادرات خارج المحروقات وهي:

1- الاعفاءات الضريبية: منحت الجزائر مجموعة من الاعفاءات الضريبية للمؤسسات المصدرة نستعرضها كما يلي:

- الاعفاء من الرسم على النشاط المهني ويقصد برقم الاعمال مبلغ الايرادات المحققة في جميع عمليات البيع او الخدمات او غيرها التي تدخل في اطار النشاط السالف الذكر، كذلك انشا هذا الرسم حديث بموجب قانون المالية لسنة 1996 بهدف ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات، اذ يعفى المصدر من مثل هذا النوع من الرسوم¹، وكذا مبلغ عمليات البيع والنقل او السمسة

¹ - بلحارث ليندة، الاجراءات المتبعة من طرف السلطات العمومية لاجل ترقية الصادرات خارج ص.م، الملتقى الوطني حول ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر، 11 و 12 مارس 2014، جامعة تيزي وزو، ص 2-4.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

المتعلقة بالمواد والسلع الموجهة للتصدير(المادة 220-03 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة)، الغاء الدفع الجزائي (المادة 209-03 من قانون الضرائب المباشرة المعدل بالمادة 13 من قانون المالية لسنة 2006 والاعفاء من الرسم على رقم الاعمال).

-الاعفاء الدائم من الضريبة على الارباح للمؤسسات والغاء شرط اعادة استثمار ارباحهم وعائداتهم بالنسبة لعمليات البيع والخدمات الموجهة للتصدير (المادة 138 من قانون الضرائب المباشرة والضرائب المماثلة المعدل بالمادة 06 من قانون المالية لسنة 2006).

-الاعفاء من الرسم على القيمة المضافة بالنسبة لعمليات البيع والتي تتعلق بالسلع المصدرة تحت بعض الشروط (المادة 13 من قانون الرسوم على قانون الاعمال).

-استرجاع الرسم على القيمة المضافة بالنسبة لعمليات التصدير، عمليات تسويق منتجات وسلع وخدمات معفاة صراحة من الرسم على القيمة المضافة (وفقا للمادة 42 من قانون الرسم على القيمة المضافة)¹.

كذلك منح تخفيضات ضريبية على السلع المستوردة والتي تدخل في انتاج سلع موجهة للتصدير².

ب-التسهيلات الجمركية: ان النظام الجمركي دور مهم وفعال من حيث المساهمة في التأثير على الصادرات وتنشيطها ولزيد من ترقية الصادرات واستقطاب الاستثمارات الاجنبية وبالتالي المهام الجمركية يجب ان تستجيب لآفاق الاقتصادية³.

تشكل الانظمة الاقتصادية الجمركية المنصوص عليها في قانون الجمارك والمستقاة من اتفاقية كيوتو، حيث تسمح هذه الانظمة من تخزين وتحويل استخدام ونقل البضائع دون تطبيق اي حق او رسم دون القيام باجراءات التجارة الخارجية وهو يساهم في تقليل عبء خزينه المؤسسة وينعكس ايجابا على سعر المنتج الموجه للتصدير، بالاضافة الى انها تسمح مؤقتا باستيراد مستلزمات الانتاج التي تدخل في صنع منتجات محلية موجهة للتصدير، وفي هذا الصدد تم انشاء العديد من الانظمة⁴ اهمها: التصدير المؤقت: فقد نصت المادة 195 على ان البضائع المرسله الى الخارج قصد اعادة تحويلها او عرضها في المعرض او اية تظاهرة اخرى يمكنها ان تصدر بصفة نهائية انطلاقا من الخارج.- نظام القبول المؤقت: عرفت المادة 174 بان هذا النظام هو الذي يسمح بقبول في الاقليم

¹-قانون المالية 2006، التعلية رقم 05-2011 المؤرخة في 19-10-2011 لبنك الجزائر و WWW.BANK OF ALGERIA.DZ

²-دليل الارشادي للمصدر، طبعة 2015، ص8، على الموقع www.algex.dz

³-د-علاوي عبد الفتاح، موسى بن منصور، ترقية الصادرات خ.م في ظل الاصلاحات الاقتصادية 2001-2014، ملتقى دولي حول تقييم استراتيجيات وسياسات الجزائر لاستقطاب الاستثمارات البديلة للمحروقات في افاق الالفية الثالثة، جامعة مسيلة، 2014، ص8-9.

⁴-E.H.TAKJOUT, mesures à l'exportation.ces regines touriere in la revue de douanes muneres special, l'annee noncitee, p12.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

الجمركي البضائع المستوردة المعدة للتصدير خلال مدة معينة، مع وقف الحقوق والرسوم ودون تطبيق المحضورات ذات الطابع الاقتصادي وذلك بقبولها على حالاتها أو إخضاعها لتحويل أو تصنيع.

- نظام المستودعات الجمركية: ويقصد به النظام الجمركي الذي يتم تخزين البضائع في محلات تعيينها الجمارك لمدة معينة، وهناك العديد من الأنواع عام، خاصة، صناعية، بالإضافة إلى الانظمة الاقتصادية الجمركية هناك وسيلة أخرى تستخدمها الجمارك لتشجيع الصادرات خ.م، وتمثل في اجراءات تسهيل طرق الجمركة عند التصدير، مثل عملية فحص البضائع في محل المصدر وازالة تراخيص التصدير¹.

كما تم استحداث تقنيات جمركية تمثلت في وضع معايير المدونة التعريفية لتسهيل الدخول إلى المبادلات الدولية وذلك من خلال انضمام الجزائر إلى الاتفاقية الدولية للنظام المنسق لتصنيف البضائع وترميزها سنة 1991، حيث بموجبها تم تقليص معدلات الرسوم الجمركية من 120% إلى 60 سنة 1992 ثم إلى 30% سنة 2002، وبهذا نجد ان التعريفية الجمركية عرفت اصلاحات وتعديلات جوهرية هدفها ترقية الانتاج الوطني وتشجيع الاستثمارات بما يكفل تنمية وتنوع الصادرات خ.م²، ولقد سعت الدولة الجزائرية لاجراء العديد من التسهيلات للمصدرين بهدف تحقيق المراقبة المستمرة والفعالة حسب مقتضيات قواعد المنظمة العالمية للجمارك، وهو ماتم التاكيد عليه بموجب القانون رقم 98-10 المعدل والمتمم للقانون رقم 79-07 المتضمن قانون الجمارك والهادف إلى تسهيل المبادلات التجارية وترقية الاستثمارات³، وتمثل في⁴:

- تسهيلات اعداد وتسجيل التصريح المفضل للمتعامل.
- تسهيلات مراقبة البضائع.
- تسهيلات تحديد الحقوق والرسوم.

كما قامت ادارة الجمارك بانشاء على مستوى مقرات المديرية الجهوية للجمارك مكتب يكلف بتاثير نشاطات التصدير. ويتطلع هذا المكتب بمهمة مرافقة لاسيما المصدرين الناشطين بالمنطقة في مجال التصدير بتقديم النصح والتوجيه حول التشريع والتنظيم والاجراءات الجمركية المسيرة لمجال التصدير.

- مدة الجمركة لن تتعدى الثمانية ايام على اقصى تقدير.
- أكثر من 1900 متعامل اقتصادي ثم ايصالهم بالسيقاد SIGAD (نظام الاعلام والتسيير الآلي للجمارك).

¹-AMROUCHE MISSOUM, les facidilitee douanierres a l'exportation.symposium nationale sur les resures de promotion des'exportation, alger, 29-30 decembre 1996.

²- سعيد بن عيسى، الجباية شبه الجباية، الجمارك، املاك الدولة، الوعاء والتعريفية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص 19.

³- بلحارث ليندة، مرجع سابق، ص 04.

⁴- محمد ربي، لخضر عدوكة، الصادرات غير النفطية والنمو الاقتصادي في الجزائر، مجلة رؤى اقتصادية، جامعة الوادي، الجزائر، العدد 9، ديسمبر 2015، ص 57.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

- أكثر من 300 منطقة تحت الرقابة الجمركية معتمدة.
- تخصيص أكثر من 100 نص نظامي يتعلق بالتسهيلات الجمركية ويكشف هذا الرقم ارادة الجمارك في المساهمة الفعالة في تطوير الاستثمار والاقتصاد الوطني¹.

2- الاجراءات التنظيمية: لقد قامت السلطات الجزائرية بعدة اجراءات تنظيمية قصد تسهيل عملية التصدير نوضحها كما

يلي:

-التحفيزات التسويقية Optinexport: يهدف هذا البرنامج الذي اسس له في ماي 2007 الى تطوير قدرات التصدير خارج قطاع المحروقات لدى المؤسسات ص وم الجزائرية كذلك من أبرز تحديات برنامج Optinexport :

- ربط المؤسسات ص وم الجزائرية بالبحث العلمي.
- تقديم نصائح لارباب المؤسسات صوم الجزائرية في مجال التصدير.
- البحث عن اسواق دولية².

كما قامت الدولة الجزائرية في اطار ترقية الصادرات خ.م باصدار مراسيم لانشاء اطار مؤسسي خاص بالمجال التسويقي لتحفيز المتعاملين الاقتصاديين المصدرين ودفعهم الى بذل جهود أكبر لاخترق الاسواق الاجنبية، ومن بين هذه الامتيازات الممنوحة نجد انشاء كل من المركز الوطني لرصد الاسواق الخارجية والصفقات التجارية، ومن المهام التي يضطلع عليها هذا المركز هي رصد وتحليل الاوضاع الهيكلية والظرفية بهدف تسهيل نفاذ المنتجات الجزائرية الى الاسواق الاجنبية، اضافة الى توفير المعلومات التي من شأنها مساعدة المتعامل الاقتصادي على تقييم عمليات الاستيراد والتصدير، كما تم انشاء الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير سنة 1990 حيث تعمل على ترقية ص خ م من خلال تنظيم سلسلة من المعارض الوطنية ومساعدة الشركات المهتمة بعملية التصدير ولتحقيق ذلك نجد ان الشركة قد وقعت سلسلة من الاتفاقيات مع الهيئات النظيرة لاوروبا والدول العربية ودول المغرب العربي وافريقيا واسيا وكذلك الهيئات الدولية³.

-منح معاملة تفضيلية لمؤسسات التصدير: وتخص الغاء التخصيص المركزي للموارد بالعملة الصعبة بموجب التعليم رقم 94-20 المؤرخة في 12-04-1994 اعترف بحرية الاعوان الاقتصاديين في تداول العملة الصعبة كما نجم في هذا اعادة النظر في قوائم الاستيراد المعمول بها سابقا، والغاء هذا التمييز اصبحت كافة المنتوجات حرة التصدير والاستيراد⁴.

¹- اخبار الجمارك رقم 05، سبتمبر 2013.

²-programme de renforcement des capacites exportations des pme algerienne, alger, juin, 2009, p01.

³-le M.O.C.I, le moniteur du commerce international algerie, les nouvelles régles du business, n 1867, 27 mai 2010, p30-37.

⁴-عجة الجليلاني، التجربة الجزائرية في تنظيم التجارة الخارجية، دار الخلدونية، الجزائر، 2007، ص266-270.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

تدابير متعلقة بالترميز: في ظل تسهيل اجراءات التصدير اصبحت المنتجات المصدرة تخضع للترميز ويمكن توضيحه كما يلي:
رموز النشاط: ابتداء من سنة 2006 تم تبسيط ترميز البضائع المصدرة المقيدة في السجل التجاري الى ثلاثة رموز حسب النشاط وهي¹:

– 411.101 صادرات السلع الغذائية.

– 411.102 الصادرات الصناعية.

– 411.103 الصادرات غير النفطية الغير المشار اليها.

اجراءات اخرى²:

- انشاء شهادة المصدر لبعض المنتجات، حيث اصبحت الجمارك الجزائرية تشترط الحصول على هذه الشهادة من وزارة التجارة لتصدير التمور، الجلود، نفايات الحديد والصلب، الفلين الخام)، حماية سمعة الانتاج الوطني في الخارج بعد التلاعب الملاحظ في كيفية تقديم هذه المنتجات في الاسواق الدولية من حيث التغليف والتعبئة والاسعار.
- انشاء مجلس اعلى لتنمية الصادرات مهمته القيام برسم الاستراتيجية الكلية لتنمية الصادرات الوطنية ومتابعة تنفيذها.
- انشاء ملف وطني للمصدرين على مستوى الديوان الجزائري لتنمية التجارة الخارجية مهمته احصاء جميع المتعاملين الاقتصاديين المصدرين.
- انشاء ممثلين تجاريين على مستوى بعض سفاراتنا بالخارج وذلك بهدف الترويج بالمنتج الوطني.

3- الامتيازات البنكية والمالية:

ا- البنكية: تخص مايلي:

-اعفاء الصادرات من التوطين البنكي: وتخص الصادرات التي في شكل عينات ولا تفوق قيمتها 100.000 FOB دج، اما الصادرات التي لاكتسي طابعا تجاريا وتساوي او تقل قيمتها عن 100.000 دج يمكن تصديرها بتصريح جمركي يحمل عبارة "صادرات دون دفع" طبقا للمادة 33 و53 من الامر 07-301³.

-اعادة مداخيل التصدير: قيمة بالعملة الصعبة محددة ب 40% تخضم من قيمة مداخيل التصدير خ.م والمواد المنحمية التي يتم فعلا اعادتها، ويحق تسجيلها في الحساب بالعملة الصعبة للشخصيات المعنوية ويمكن ان تستعمل بكل حرية وبعلم المصدر وتحت مسؤوليته في إطار ترقية صادراتها (التعليمة رقم 05-2011 المعدل للتدابير المادة 02 مكرر من التعليمة رقم 22-94

¹-ALGEX, OP CIT.

²-وصاف سعدي، ، تنمية الصادرات والنمو الاقتصاد في الجزائر، الواقع والتحديات، مجلة الباحث، العدد 01-2002، جامعة ورقلة، ص12.

³-ALGEX, dispositions financiers concernant le commerce exterieur.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

المؤرخة في 12 افريل 1994 المتممة والمعدلة والتي تحدد نسبة مداخيل التصدير خ.م. والمواد المنجمية والتي يسمح تسجيلها في الحساب بالعملة الصعبة للشخصيات المعنوية).

-آجال اعادة مداخيل التصدير خ.م. الذي كان محمدا ب 120 يوما انتقل الى 180 يوما ويتحمل المصدر وحده مسؤولية اعادة مداخيل التصدير خ.م، على ان يتم ذلك في ظرف لا يتجاوز 180 يوما ويمكن تمديد الفترة برخصة استثنائية وبشرط تقديم طلب مسبق ومبرر الى بنك الجزائر.

-السماح للمصدر بالتصرف في المبالغ المحصل عليها بالعملة الصعبة من عمليات تصدير المنتجات الوطنية خ.م، ومنح البنوك التجارية حرية أكبر في ادارة النقد الاجنبي وجاء الامر رقم 03-04 المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على تصدير استيراد السلع ليفتح الباب واسعا للاشخاص الطبيعية والمعنوية لممارسة عمليات التصدير شرط خضوعه لمراقبة الصرف¹.

-الالتزام بادخال عائدات الصادرات: تم الغاء الالتزام ببيع او اعادة السلع في اجل اقصاه سنة من تاريخ الشحن، وتم اعطاء مهلة اربعة أشهر انطلاقا من تاريخ بيع السلع في الخارج لادخال العملة الصعبة المحققة من عملية التصدير، وتبقى هذه المدة خاضعة للمراقبة من اللجنة المصرفية لتفادي تحويل رؤوس الاموال الى الخارج².

كما تضمنت المادة 126 من قانون النقد والقرض الصادر سنة 2011، والذي الغي القانون رقم 90-10 مايسمح للمنتجين للسلع داخل الوطن بتحويل رؤوس الاموال لضمان تمويل نشاطات بالخارج مكاملة لنشاطاتهم في الجزائر، وهذا يساهم في زيادة قدراتهم الانتاجية لتغطية متطلبات السوق الوطنية والدولية.

حيث بمقتضى المادة 129 من قانون المالية لسنة 1996 الذي يهدف الى مساعدة المصدرين في اعباء المشاركة في المعارض الدولية وتكاليف النقل³.

-التشريع المصرفي المنظم لعملية التصدير: ويشمل الاحكام التالية:

-الاحكام المنظمة للتجارة الخارجية رقم 95-07 الصادر في 23-12-1995 وقانون النقد والقرض رقم 90-10 الصادر في 14 افريل 1990 المتعلقة بالمنتجات الخاصة بالتصدير.

-قانون رقم 91-13 الصادر في 14 اوت 1994 وقانون 92-04 الصادر في 22 مارس 1992 الخاص بمراقبة المبادلات التجارية واجبارية التوطين المصرفي.

¹-امر رقم 03-11 مؤرخ في 26 اوت سنة 2003 يتعلق بالنقد والقرض، ج ر، عدد 52 صادر بتاريخ 27 اوت 2003.

²-ALGEX, autres mesures de facilitations.

³-امر رقم 95-27 مؤرخ في 30 ديسمبر سنة 1995، يتضمن قانون المالية لسنة 1996.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

-اجبارية دخول الاموال الى الوطن حسب القانون 91-13 بتاريخ 14-08-1991 وقرار البنك رقم 09-92 بتاريخ 26-11-1992، حيث يجب ان يرفق كل تصدير دخول الاموال.

-الرقابة على الصرف وحركة الاموال والعقوبات حسب القانون رقم 96-22 سنة 1996.

-أصدر بنك الجزائر قانون في بداية سنة 2011 يتم القانون رقم 07-01 المؤرخ في 2007 المتضمن القواعد المطبقة على المعاملات الجارية مع الخارج وعلى الحسابات بالعملة الصعبة.

ب-**التسهيلات المالية:** وذلك بالسماح للبنوك باعتماد اتباع استراتيجية جديدة تتماشى والسياسة الاقتصادية الحديثة المتعلقة بالتصدير وذلك من خلال¹:

-تمويل الصادرات: وذلك من خلال تقديم قروض للمؤسسات الراغبة في التصدير سواء تعلق الامر باستيراد المواد الاولية الداخلية في المنتجات المعدة للتصدير، او انشاء العمليات التصديرية او انشاء الشباك الوحيد على المستوى البنوك لتسهيل العمليات المالية.

-فتح الحسابات: حيث أصبح المصدر يتمتع بكامل الحق والحرية في فتح حسابات بالدينار الجزائري القابل للتحويل بكل حرية حتى يتمكن من جميع مصاريفه غير المنتظرة في الخارج في ظل النشاط التجاري المرتبط اساسا والمهادف الى الحفاظ على قدرات التصدير وتطويرها، كما يسمح له ايضا بفتح حسابا بالعملة الصعبة وهو ما أكد عليه النظام رقم 07-01 المعدل والمتمم، اذ أصبح بإمكان كل مواطن ان يحوز رصييدا ماليا بالعملة اجنبية قابلة للتحويل تسجل في حساب خاص بالعملة الصعبة القابلة للتحويل وليس بالدينار كما كان في السابق.

-تحويل الاموال: يستفيد المصدر من ترحيل ناتج من صادراته في مدة لا تتجاوز 180 يوما اعتبارا من تاريخ الارسال بالنسبة للسلع او تاريخ الانجاز بالنسبة للخدمات، اذا تم التعامل نقدا، اما اذا التسديد مستحق في اجل يتجاوز 180 يوما فلا يمكن القيام بالتصدير الا بعد الحصول على ترخيص من المصالح المختصة لبنك الجزائر، وذلك حسب نص المادة 65 من النظام رقم 07-01 المعدل والمتمم، علما ان هذه المادة كانت في السابق 120 يوما، فتم الرفع منها بهدف ترقية الصادرات خ.م وتحسين محيط المؤسسة الاقتصادية.

بداية من القانون رقم 90-02 المؤرخ في سبتمبر 1990 الذي ينص في مادته السابعة على ان يسمح للمصدر التصرف في جزء او في كل المبالغ المحصل عليها بالعملة الصعبة من خلال قيامه بعملية تصدير منتجات خ.م، وتمس هذه المادة ايضا مصدري

¹-بلحارت ليندة، المرجع السابق، ص8-10.

*الاجراء الاول يتمثل في تمديد اجل تحويل ايرادات الصادرات من 120 يوم الى 180 يوم، وكذلك الاجراء الثاني الخاص بنسبة تحويل مداخل الصادرات خ.م، والمواد المنجمية فعليا من 20% الى 40% من حصة ايرادات التصدير مما يعطي الحق في تسجيل المصدر في الحساب بالعملة الصعبة.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

الخدمات ومن جانب آخر تم اقرار عملية التوطين والتسوية المالية للصادرات خ.م، اما فيما يخص البنوك التجارية فقد منح لهذه الاخيرة حرية أكبر في ادارة النقد الاجنبي من حصيلة الصادرات خ.م.

وتم تجسيد المادة بتاهيل تشريعاتنا وتنظيماتنا عبر اصدار الامر رقم 03-04 المؤرخ في 17 جويلية 2003 المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على تصدير واستيراد السلع، ويكرس هذا الامر مبدا تحرير استيراد وتصدير السلع ويذكر الامر نفسه انه يمكن لكل شخص معنوي او طبيعي ممارسة التجارة الخارجية شرط خضوعه لمراقبة الصرف.

ومع انشاء سوق صرف ما بين البنوك في الجزائر كان من المهام الاساسية لهذا السوق هو تغطية العمليات الجارية للبنوك وعمليات زبائنهم المتعلقة اساسا باعادة تمويل وتقديم تسبيقات حول الحصيلة المتأتية من الصادرات خ.م والمنتجات المنجمية¹.

كما عملت الجزائر على توفير الجانب التمويلي من خلال مجموعة من الهيئات التي مهمتها تمويل المتعامل الاقتصادي، ومن اهم الاجراءات المتخذة لتشجيع الصادرات خ.م وخاصة الصناعية منها نجد انشاء الصندوق الخاص بتمويل الصادرات والانخراط في برنامج التمويل بين الدول العربية، بالاضافة الى المشاركة في نظام تمويل الصادرات بين اعضاء منظمة المؤتمر الاسلامي².

وفي الاخير يمكن القول ان بالرغم من اهمية هذه الاجراءات وضرورتها الا انها تقدر ان تكون الا اجراءات كلاسيكية تستخدمها معظم الدول لتنمية صادراتها، وبالتالي الحديث اليوم أصبح أكثر حول اجراءات جديدة يمكن ان يعول عليها مثل تقديم المعلومات حول الاسواق الاجنبية وتكثيف النشاطات التسويقية عبر الدبلوماسية الموجودة في الخارج.

***نصوص تنظيمية جديدة:** هذا ماتقرره المادة 43 من التعديل الدستوري 2016 التي تنص على حرية التجارة والصناعة مضمونة، لكن شرط ان تمارس في اطار القانون، كما جاء الامر 03-04 المتعلق بالاستيراد والتصدير بنوع من الاستثناءات على حرية التجارة الخارجية، تتمثل في اجراءات الدفاع التجاري التي يمكن اتخاذها بغرض حماية الانتاج الوطني طبقا للقوانين المقبولة في الاتفاقيات لحماية التوازنات المالية الخارجية،³ كما تنص المادة 6 مكرر من قانون 15-15 المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على عمليات استرداد البضائع وتصديرها، حيث يقصد برخص الاستيراد والتصدير التلقائية، الرخص التي تمنح في كل الحالات التي يقدم فيها طلب والتي لاتدار بطريقة تفرض فيها قيود على الواردات او الصادرات.⁴

وفي قانون 16-09 المؤرخ في 03-08-2016 يتعلق بترقية الاستثمار اكدت المادة 216: تعفى السلع المذكورة في الفقرة الاولى اعلاه عند الجمركة من اجراءات التجارة الخارجية والتوطين البنكي"، وتمثل هذه السلع في تلك المذكورة في المادة 2

¹ - كريم النشاشيبي واخرون، الجزائر تحقيق الاستقرار والتحول الى اقتصاد السوق، ص.ن.د، 1998

² - جاسم مناعي، تقرير صادر عن الشركة الوطنية للتأمين وضمان الصادرات، دليل التصدير بكل امان، 2005، الجزائر، ص.12.

³ - قانون رقم 16-01 يتضمن التعديل الدستوري، المادة 6 مكرر من قانون رقم 15-15 المعدل والمتمم الامر رقم 03-04 المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على عمليات استيراد البضائع وتصديرها.

⁴ - المادة 6 مكرر 5 من قانون 15-15، مرجع سابق.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

(اقتناء اصول تدرج في إطار استحداث نشاطات جديدة، وتوسيع قدرات الانتاج او اعادة التاهيل، وكذا تلك المحددة التي تشكل حصصا عينية خارجية تدخل في إطار عمليات نقل النشاطات من الخارج).

كما نصت المادة 12 من نفس القانون الاعفاء من الحقوق الجمركية فيما يخص السلع المستوردة والتي تدخل مباشرة في انجاز الاستثمار¹.

وفي نفس السياق فان قانون المالية 2016 المؤرخ في 31 ديسمبر 2015 اين خصص قسما للاحكام الجمركية والتي تدخل في تنظيم تسيير عمليات التجارة الخارجية وهذا ماتظهره المادة 38 "تستفيد المؤسسات التي تقوم بعمليات تحسين الصنع بصفة منتظمة، من ترخيص اجمالي يشمل عملياتها يحدد هذا الترخيص الاجمالي الاجل الضروري من اجل تسوية كل عملية استيراد للبضائع الموجهة للصنع".

وفي قانون المالية 2014 أصبح المستورد الجزائري له الحق الخيار اما التعامل بالاعتماد المستندي او التحصيل المستندي، اي تنص المادة 81-1 بالزامية استخدامه كوسيلة تمويل في مجال الاستيراد وتمثل أطراف عملية التحصيل المستندي في المصدر البائع، البنك المحول والبنك المحصل الى جانب المستورد المشتري فهو عقد رباعي الاطراف².

ومن اجل التسهيل على المصدرين الوصول الى قواعد الاحتراف وجودة السلع والخدمات التي تفرضها قواعد التجارة الدولية، انشأت نظام بتامين القرض عند التصدير، وفيما يتعلق باعادة عائدات البيع فان تسهيل مداخيل التصدير تحدده تعليمة بنك الجزائر رقم 05-11 المؤرخة في 19 اكتوبر 2011 المعدلة لاحكام المرسوم رقم 22-94 المؤرخ في 14 ديسمبر 1994، حيث تقسم عائدات التصدير على النحو التالي 50% بالدينار الجزائري توضع في حساب المصدر و 50% بالعملة الصعبة منها: 40% توضع في حساب المصدر بالعملة الصعبة ويمكنه استعماله بحرية وفقا لتقديراته وتحت مسؤوليته في اطار ترقية الصادرات، و 60% بالعملة الصعبة لحساب المصدر بالعملة الصعبة ولا يمكن استعمالها اطلاقا³.

¹-قانون رقم 16-09 مؤرخ في 3-08-2016 يتعلق بترقية الاستثمار، ج ر، العدد 46 الصادرة في 3 اوت 2016.

²-قانون المالية لسنة 2014، الجريدة الرسمية العدد 68 الصادرة في 31-12-2013.

³-www.algex.dz, date de consulter 10-1-2021.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

المطلب الثاني: آلية استحداث مؤسسات لترقية الصادرات خارج المحروقات:

ان الحكومة اتخذت مجموعة من التدابير لفائدة المؤسسات ص وم من اجل تدعيم وترقية صادراتها من خلال انشاء عدة مؤسسات تتمثل فيما يلي:

***انشاء الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة:** انشأت هذه الغرفة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 96-93 المؤرخ في 03-03-1996، وقد كلفها المشرع على انها هيئة عامة ذات طابع صناعي وتجاري وهي تعمل على ترقية وتنمية مختلف القطاعات الاقتصادية وتوسيعها نحو الاسواق الدولية بتنظيم الملتقيات والتظاهرات الاقتصادية وأنجاز الدراسات الخاصة بترقية المنتوجات الوطنية في الاسواق الخارجية، وتقديم الاقتراحات بتسهيل عمليات التصدير، وكذا ابرام اتفاقيات ثنائية مع الغرف التجارية الاجنبية وتتدخل ايضا في حل النزاعات المتعلقة بالتبادل التجاري وتضم 03 اجهزة هي الجمعية العامة ومجلس الغرفة واللجان التقنية للغرفة.

-**انشاء مناطق حرة:** تم انشاء هذه المناطق في إطار قانون ترقية الاستثمار، حيث يتكفل المستثمرون المقيمون بها بانتاج سلع مخصصة للتصدير، كما يمكن تصريف بعض منها داخل التراب الوطني شريطة ان لا تتعدى نسبة التصريفات 20% من الانتاج¹.

***الشركة الجزائرية لتأمين وضمان الصادرات (cagex):**² انشأت هذه الشركة حسب المرسوم التنفيذي رقم 96 - 235 الصادر في 02-07-1996 طبقا للمادة الرابعة من الامر رقم 96-06 الصادر في 10-01-1996 المتعلق بتأمين القرض عند التصدير وتهدف الى:

- ترقية وتشجيع الصادرات الجزائرية خارج المحروقات.
- تغطية المخاطر المتعلقة بعمليات التصدير (المخاطر التجارية، السياسية، عدم التمويل).
- تاسيس بنك للمعلومات في مجال الاعلام الاقتصادي.
- تعويض وتغطية الديون الخاصة بالمؤسسات المصدرة.
- تأمين قروض التصدير (تغطية المخاطر المتعلقة بالتصدير).
- تأمين القروض المحلية (القروض المشتركة بين المؤسسات، الائتمان الاستهلاكي).
- التأمين للمعارض-بيع المعلومات الاقتصادية والمالية-تحصيل الديون-شركة تأمين واعادة تأمين³.

¹-BENHAMOU.les instruction algeriennes charge de la gestion et de la promotion du commerce exterieur, revue l'economie, n52, mai 1998, p26.

²-نوري منير ولجلط ابراهيم، المؤسسات الاقتصادية الجزائرية واشكالها التصديرية، م. مداخلة مقدمة في الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية، م. في الدول العربية، جامعة الشلف، نوفمبر 2010، ص 7.

³-WWW.CAgex.dz, consulte le 15-04-2016.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

*الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية **ALGEX**: تعد الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية مؤسسة عمومية ذات طابع اداري تأسست عام 2004 بموجب المرسوم التنفيذي رقم 04-174 المؤرخ في 12 جوان 2004 ومن ابرز مهامها:

- تعمل على توسيع المبادلات التجارية والادماج الدولي.
- تلعب دور الوسيط بين مؤسسات الدولة والمصدرين الجزائريين.
- تعتبر اداة عمومية لترقية وتنمية ص.خ.م من اجل دعم المجهودات المبذولة من طرف الشركات وذلك بوضع السياسات والاستراتيجيات العمومية من اجل ترقية وتنمية الصادرات خ م¹.

في هذا الإطار تم تصميم برنامج جزائري - فرنسي optime export لدعم الصادرات خ.م وهو برنامج جزائري فرنسي انطلق بتاريخ 29 جوان 2008 بهدف دعم الصادرات خ.م عن طريق تعزيز قدرات التصدير لدى عامة المجموعات التجارية الجزائرية مع التركيز الخاص على المؤسسات ص وم، ويندرج هذا البرنامج الذي تبلغ كلفته 2.1 مليون دولار في اطار برنامج عمل الوكالة الوطنية لترقية التجارة خ م، وتم تمويل البرنامج من قبل وزارة التجارة الجزائرية والوكالة الوطنية الفرنسية للتنمية، وهو موجه الى المؤسسات الجزائرية التي تنشط في مجال التصدير من خلال ضمان تكوينات في المهن المتعلقة بالتصدير والاعلام التجاري واستكشاف الاسواق الخارجية².

***الديوان الجزائري لترقية الصادرات PROMEX**: انشا بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 96-327 الصادر في 01 اكتوبر 1996 وهي هيئة ذات طابع اداري، حيث يتكفل الديوان باعداد برنامج لترقية وتحليل اوضاع السوق الخارجية وتكوين وتسيير شبكة المعلومات التجارية وبنك المعطيات، وضع ونشر كل البيانات المتعلقة بالوضع الاقتصادي، انجاز الدراسات المستقبلية وتحريك كل المساعدات في مجال التجارة الخارجية³.

***الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير SAFEX**: انشئ بموجب المرسوم رقم 63-87 المؤرخ في مارس 1987 الديوان الوطني للمعارض والتسويق والذي تم تغيير تسميته في 24-12-1990 من الديوان الى الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير، يعمل على ترقية الصادرات من خلال تنظيم سلسلة من المعارض ومساعدة الشركات المهتمة بعملية التصدير بعرض منتجاتها في المعارض الدولية والجهوية خارج الوطن ومن مهامها: دراسة السوق، توفير المعلومات عن الاسواق الاجنبية، تحفيز مساهمة الاعوان في المعارض، جمع وتحديد المعايير الاقتصادية، مساعدة المتعاملين على اعداد ملفات التصدير، توقيع عدة اتفاقيات دولية في اطار تبادل المعلومات والخبرات في مجال التجارة الخارجية⁴.

¹-www.Algex.dz, consulte le 15-04-2016.

²-جاسم مناعي، مرجع سابق، ص12.

³* المرسوم التنفيذي رقم 96-327 المؤرخ في 01-10-1996، الجريدة الرسمية العدد 58.

⁴-د-سعدي وصاف، اطروحة دكتوراه، مرجع سابق، ص184.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

*الجمعية الوطنية للمصدرين الجزائريين ANEXAL: تم انشاء هذه الجمعية في 10 جوان 2001 من اجل الدفاع عن حقوق ومصالح المصدرين الجزائريين وتضم أكثر من 100 مصدر واهم وظائفها:

-المساهمة في تطوير استراتيجية التصدير وايجاد مساحة للتواصل بين المصدرين، وتجميع ونشر المعلومات ذات الطابع التجاري والاقتصادي وتوفير المساعدة التقنية لتطوير القدرات التصديرية للمتعاملين¹.

*الصندوق الخاص لترقية الصادرات FSPE: يعمل على:

- يتحمل على عاتقه جزء من مصاريف النقل للسلع المصدرة، كما يتحمل جزء من مصاريف اقامة المعارض والاشهار.
- حيث يقوم باسترجاع 25% من مصاريف النقل للسلع المصدرة، و65% الى 35% بالنسبة لمصاريف المشاركة في المعارض الدولية.²

كما تم تدعيم صندوق دعم الصادرات في قانون المالية التكميلي 2007 الذي جاء بجديد يتعلق بنفقات التكفل بالصادرات 80% من تكاليف المعارض والمشاركة و50% من مصاريف النقل الدولية للمنتجات الفلاحية المصدرة.³

المطلب الثالث: آليات تحفيز المؤسسات ص وم في التصدير ومتطلبات نجاحها:

اتخذت الدولة الجزائرية العديد من التدابير بهدف تطوير الصادرات خارج المحروقات بداية من التسهيلات القانونية والمؤسسية، بالإضافة الى الحوافز التي هدفها تدعيم وتشجيع المؤسسات ص وم على التصدير والمتمثلة على وجه الخصوص في عدة آليات توفرها الدولة نستعرضها فيما يلي:

اولا: آليات تطوير الصادرات خارج المحروقات: من الناحية الاستراتيجية: يجب القيام ب⁴:

- تنصيب مجلس وطني استشاري لترقية الصادرات ووضع سياسة قطاعية واضحة، ففي قطاع الصناعة مثلا يجب تحديث وسائل الانتاج وتحسين بيئة العمل بالمؤسسة.

¹-قفال منير، الهيئات المرافقة لدعم الصادرات خارج م في الجزائر، الملتقى الوطني حول ترقية الصادرات خ.م في الجزائر، 11 و12 مارس 2014، جامعة البويرة، ص3-6.

²-les exportations hors hydrocarbures algeriennes, l'occasion de la tenue de la convention France-maghreb, paris, les 5 et6 fevrier, 2008, p06.

³-l'agence nationale pour la promotion du commerce exterieur, www.algex.dz.

⁴-د-عيساوي محمد، دوافع تنظيم وتطوير الجزائر لصادراتها خ.م، الملتقى الوطني حول ترقية الصادرات خ.م في الجزائر، يومي 11 و12 مارس 2014، جامعة البويرة، ص3-4.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

- تدعيم التمثيل التجاري في الدول الاجنبية كوضع مصالح تجارية مختصة في بعض السفارات الجزائرية تكلف بالاعلام والاستشراف وتسهيل الاتصال بالزبون المحتمل وتنظيم لقاءات اعمال بالتنسيق مع الوكالة الجزائرية لترقية التجارة الخارجية والغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة.
 - وضع شبك وحيد على مستوى الموانئ لتسهيل المعاملات التجارية.
- من الناحية العملية: يجب القيام ب:

- تشجيع الدول الافريقية على شراء السلع الجزائرية من خلال فتح خطوط قروض لهذه الدول لمساعدتها ودعمها في استهلاك المنتج الجزائري.
- انشاء دوريات جمركية مختصة بالتصدير تعمل على تيسير اجراءات جمركية المواد السريعة التلف الموجهة للتصدير.
- تحسين وتطوير البنية التحتية الخاصة بالنقل البري والبحري والجوي، وكذا توفير مساحات ملائمة لتخزين السلع والبضائع.
- تقديم مساعدات للمؤسسات المصدرة للسلع نحو الخارج عندما تواجه صعوبات مالية حتى تحافظ على مواقعها في الاسواق الدولية.

وقد أكد السيد وزير التجارة الجزائري ان الحكومة اتخذت اجراءات لدعم وترقية الصادرات خارج المحروقات لجعلها موردا اساسيا لتمويل الاقتصاد الوطني رغم صعوبة المهمة بالنظر للمنافسة الشرسة التي تشهدها الاسواق العالمية في شتى المنتجات، حيث اعتمدت سياستها على خمسة محاور رئيسية هي:

- توفير الإطار القانوني والتنظيمي الملائم، توفير الشروط التقنية والتنظيمية الملائمة لدخول المنتوجات الجزائرية الى الاسواق الخارجية، ترقية النشاطات المرتبطة بدعم المؤسسات قصد مواجهة تحديات المنافسة في الاسواق العالمية، تقوية وتدعيم الإطار المؤسسي لمتابعة تشجيع الصادرات وانشاء وتسيير اليات ووسائل دعم مختلفة لفائدة انشاء هيئات مكلفة بترقية الصادرات خ.م ومرافقة المؤسسات المصدرة، وكل هذه الاجراءات لتحقيق 3 اهداف وهي¹:

- تحسين الإطار القانوني والتنظيمي الذي يحكم التصدير ويجاد التسهيلات الضرورية للتصدير.
- ترقية وتطوير نشاطات الدعم لفائدة المتعاملين للاستجابة لتحديات المنافسة الدولية.
- تعزيز الإطار المؤسسي لتشجيع الصادرات من خلال انشاء وسائل الدعم لها.

1- الحوافز المدعمة للصادرات خ م في الجزائر: ان الجزائر بحكم انها من الدول المصدرة للنفط تتاثر بتقلبات الاسعار، وهذا ما انعكس سلبا على مداخيل البلد، وبالتالي تعطل حركية الاقتصاد الوطني ككل، ولاجل معالجة ذلك قامت السلطات العمومية مع نهاية الثمانينات برسم استراتيجية شاملة لتنمية الصادرات خ.م تستهدف الوصول بالصادرات الوطنية خارج النفط في افاق

¹- ونام بغياي، تحفيز التصدير للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مجلة بحوث جامعة الجزائر 1، العدد 13، الجزء الاول، جوان 2019، ص 14.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

2010 الى 2 مليار دولار من خلال تدعيم المؤسسات ص وم خصوصا المؤسسات الوطنية ككل مما يجعلها قادرة على اقتحام الاسواق الدولية، حيث بدا طرح عدد من الاجراءات بمراحل تصب جلها في بناء اقتصاد خارج النفط.

-**سياسة سعر الصرف:** قامت السلطات الاقتصادية العمومية بتخفيض سعر صرف العملة في افريل 1994 مما يؤدي الى زيادة الطلب الخارجي على الانتاج الوطني من السلع والخدمات القابلة للتصدير بافتراض وجود مرونة طلب سعرية¹، ثم 40% سنة 2009، ثم في سنة 2013 نسبة 10% فيؤدي التخفيض الى ازدياد الطلب الخارجي على الانتاج الوطني من السلع والخدمات القابلة للتصدير وبالتالي تسوية المبادلات الخارجية عند مستوى يضمن توازن السوق، ان الهدف من التخفيض هو الرفع من الصادرات وانخفاض الواردات، اي تحقيق فائض في الميزان التجاري وزيادة القدرة التنافسية للاقتصاد الوطني من خلال السلع التصديرية².

-**تأمين وضممان الصادرات:** يعتبر تأمين الصادرات وضممانها من اهم الاجراءات التحفيزية لترقية الصادرات، فبعدها كانت تتم عن طريق شركات تأمين غير متخصصة³، تم انشاء نظام جديد لتأمين وضممان الصادرات مع بداية 1996 تديره الشركة الجزائرية لتأمين وضممان الصادرات، حيث يتم تأمين الشركات المصدرة من الاخطار التجارية وغير التجارية واخطار الكوارث، اضافة الى المشاركة في المعارض الدولية واكتشاف اسواق جديدة⁴.

-**الإطار العقاري:** في إطار تحسين استغلال العقار الصناعي قامت الدولة بتهيئة المناطق الصناعية مزودة بالوسائل اللازمة لتجسيد المشاريع وانشاء الوكالة الوطنية للوساطة والضبط العقاري.

-**الإطار القانوني:** صدر القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بتاريخ 12-12-2001 ويعتبر منحرج حاسم في تاريخ هذا القطاع الذي حدد فيه آليات وادوات ترقيتها ودعمها.

-**الإطار المعلوماتي:** حسب المرسوم التنفيذي رقم 09-05 المؤرخ في 04-01-2009 المؤسس لبنك معلومات المؤسسات ص وم لزيادة المصدقية وانسجام المعطيات وضممان التنسيق والنجاحة.

-**الإطار التأميني والتمويلي:** تم انشاء نظام جديد لضممان الصادرات مع بداية 1996 تديره الشركة الجزائرية لضممان الصادرات CAGEX، حيث يتم بموجب هذا النظام تأمين الشركات المصدرة من الاخطار التجارية والمشاركة في المعارض الدولية واستكشاف اسواق جديدة، هذا مايجعل المؤسسات المعنية بالتصدير تشجع لاقتحام الاسواق الخارجية، وفي الجانب التمويلي بتقلص قروض للمؤسسات الراغبة في التصدير بواسطة الصندوق الخاص لترقية الصادرات FSPE الذي اسس بموجب قانون المالية لسنة 1996، حيث تخصص موارده لتقلص الدعم المالي للمصدرين في نشاطات ترقية وتسويق منتوجاتهم في الاسواق الخارجية والمشاركة

¹-قفال منير، مرجع سابق، ص7.

²-بلحارث ليندة، مرجع سابق، ص12.

³-محمد محروس اسماعيل، اقتصاديات الصناعة والتصنيع، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، ط2، 1997، ص228.

⁴-وصاف سعدي، مرجع سابق، ص11.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

في المعارض الدولية¹ وتبلغ الأرقام قيمة الدعم الذي قدمته الدولة من خلال صندوق دعم وتنمية الصادرات، حيث ارتفع إلى حدود 641 مليون دج ل 160 مصدر عام 2009، مقابل 419 مليون دج مصدر لسنة 2008، ومن أجل تفعيل أكثر لدور هذا الصندوق صدر قرار وزاري مشترك رقم 10 في 26 مارس 2000 يحدد شروط الاستفادة من مساعدة الدولة انطلاقاً من هذا الصندوق واعفاء عمليات التصدير من الرسوم على رقم الأعمال والضرائب المباشرة... الخ².

-الإطار التجاري واللوجستي:

يمكن للمؤسسات الص وم أن تجد طريقها للأسواق الخارجية بواسطة ثلاث قنوات من خلال وسطاء كمراكز التجارة ومراكز الصادرات والاندماج مع المؤسسات الكبيرة، حيث تقوم بعض الدول بتقديم المساعدة لهذه المؤسسات المصدرة في مجال نقل وتوزيع السلعة المراد تصديرها تتحمل الدولة نسبة من مصاريف النقل والتوزيع والمشاركة في المعارض الدولية قد تتعدى 50% من التكلفة الكلية للنقل والتوزيع مثل ما هو معمول به بالجزائر منذ 1997³.

-إجراءات التصدير الدولية: قامت الدولة الجزائرية باتخاذ عدة تدابير دولية من أجل تسهيل عملية التصدير نوجزها كما يلي:

-الاستفادة من النظام العام التفضيلي مع و.م.ا: انطلاقاً من سنة 2004 أصبح ثلاثة آلاف منتج جزائري من المنتجات الزراعية والصناعية والحرف اليدوية ذات المنشأ الوطني تتمتع بمعاملة تفضيلية من خلال الاعفاء من الرسوم الجمركية للدخول إلى الأسواق الأمريكية⁴.

-إبرام اتفاقية الشراكة مع الاتحاد الأوربي: لقد استفادت السع الصناعية ذات المنشأ الجزائري من رخص دخول للسوق الأوروبية، ومنحت السلع الزراعية تخفيضات جمركية تتراوح من 20% إلى 100% حسب كل سلعة وذلك بموجب اتفاق التعاون الموقع مع السوق الأوروبية المشتركة في 1 جويلية 1976 الذي كان يهدف إلى تحسين شروط دخول السلع الجزائرية للسوق الأوروبية، ولقد أدى هذا الاتفاق المبدئي إلى بدء المفاوضات في جوان 1996 من أجل إبرام اتفاقية الشراكة مع الاتحاد الأوربي التي دخلت

¹- حسين نواره، استراتيجية التصدير واجراءات تنميته في الجزائر، الملتقى الوطني حول ترقية الصادرات خ.م في الجزائر، مارس 2014، جامعة تيزي وزو، ص7.

²-وصاف سعيدي، مرجع سابق، ص12.

³-حسين نواره، مرجع سابق، ص9.

⁴-ministre du commerce, les exportations hors-hydrocarbures algeriennes, convention France maghreb, paris, le 5et6 fevrier, 2008, p8.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

حيز التنفيذ في 1 سبتمبر 2005 مما سمح للمنتجات الصناعية والزراعية ومنتجات الصيد البحري والمنتجات الزراعية المحولة من الاستفادة من مزايا تفضيلية للدخول للأسواق المجموعة الأوروبية¹.

-المفاوضات الثنائية خصوصا مع دول الاتحاد الاقتصادي والنقدي uemoa: تسعى الجزائر لابرام اتفاقية تجارية مع دول الاتحاد الاقتصادي والنقدي لتوفير فرص تصديرية جديدة للمنتجات الصناعية الجزائرية في اسواق غرب افريقيا وهذه الدول الثمانية هي (النيجر ومالي وبوركينا فاسو، ساحل العاج، غينيا، السينغال، بنين).²

-استكمال خطوات الانضمام الى المنظمة العالمية للتجارة: بغية ادماج الاقتصاد الوطني في الاقتصاد العالمي تقدمت الجزائر بطلب الانضمام الى المنظمة العالمية للتجارة في جوان 1996، حيث يشهد مسار المفاوضات التجارية مرحلته النهائية خاصة بعد الاجتماع التاسع لفوج العمل المكلف بمسار الانضمام³.

-صادقت الجزائر على اتفاقية تسهيل وتنمية المبادلات التجارية بين الدول العربية الموقعة بتونس في 27 فيفري 1981 بموجب المرسوم الرئاسي الصادر في 03 اوت 2004، الا انها لم تدخل حيز التطبيق الا في سنة 2009، وبهذا تعتبر الجزائر من اخر الدول انضماما الى منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى، حيث ينظر الى هذه المنطقة كاحد البدائل التكامل الاقتصادي الاقليمي المتاحة امام الجزائر الامر الذي يحتم عليها تنمية المبادلات مع دول الاعضاء فيها⁴، بالاضافة الى انضمامها الى منطقة التجارة الحرة الافريقية سنة 2019 وذلك من اجل تسهيل التبادلات التجارية وتسهيل نفاذ المنتجات الجزائرية الى داخل الاسواق الافريقية خاصة خارج المحروقات.

وعموما فان ايجابيات هذه الشراكات الدولية على الصادرات خارج المحروقات تتمثل فيما يلي⁵:

-التخصيص الامثل للموارد: بالاستغلال الامثل للموارد الطبيعية، الموارد البشرية والمالية التي تستغل من طرف المؤسسات ص وم بشكل فعال وبالتالي بلوغها الانتاجية الدولية.

-التخصيص القطاعي للصادرات: وذلك من خلال تدعيم كل القطاعات لاستغلال كل القدرات والامكانيات المتوفرة والخبرات من اجل بلوغ الاهداف على غرار المؤسسات الالكترونية (برج بوعرييج، سيدي بلعباس، والميكانيكية SNVI).

¹-ministre du commerce, reglementation-cooperation, comment exporter dans le cadre de l'accord d'association.

²-les exportations hors hydrocarbures algeriennes, l'occasion de la tenue de la convention France-magreb, paris, les 5 et6 fevrier, 2008, p10.

³-وزارة التجارة، مسار انضمام الجزائر الى منظمة التجارة العالمية، ص7.

⁴1-د-عبد المجيد قدي، التجربة الجزائرية في دعم القدرات التنافسية، المجلة الجزائرية للعلوم والسياسات الاقتصادية، العدد 1-2010، جامعة الجزائر 03، ص20.

⁵-DJAMEL EDDINE GUECHI, les exportations hors hydrocarbures dans le cadre de l'accord d'association algerie unio europienne, cas des exportations agricoles, p16.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

- جلب الاستثمارات المباشرة الأوربية: كل المشاريع التي ستقام بالشراكة مع الطرف الأوربي والمؤسسات المحلية باستغلال القدرات الانتاجية سوف تسمح بخلق مناصب شغل والثروة وتمويل اضافي وامكانية تطوير التنافسية الدولية التي لم تصل كلها الى النسب المرجوة.

ثانيا: شروط ومتطلبات نجاح المؤسسة الجزائرية في الاسواق الدولية:

ان المؤسسة التي تنوي القيام بعملية اقتحام الاسواق الدولية، عليها القيام بعملية التشخيص والذي من خلاله تقوم المؤسسة بتحليل قدراتها وكفاءتها، وبالتالي استنباط نقاط ضعفها ونقاط قوتها في مختلف ميادين نشاطها ومن ثم تحكم على واقعها مايجب فعله من خلال الاستراتيجية.

تستطيع المؤسسة الدخول الى اسواق التصدير والتغلب على المنافسة الشرسة السابقة الذكر من خلال اتباع وتبني الطرق التالية¹:

- تطبيق المواصفات الدولية ISO-تطبيق اساليب ادارة الجودة الشاملة IQM.
- التجديد والابتكار-التميز السلعي والتخصص في سلع المزايا التنافسية
- دراسة الثقافات الدولية وربط خصائص السلعة بمحاجات المستهلك الدولي.

لذلك نجد ان معظم المؤسسات تتجه نحو اسواق دولية اقل مزاحمة ومنافسة وأكثر ربحية مقيدة من استغلال الطاقات الانتاجية الزائدة في خدمة اسواقها الدولية المستهدفة والاستفادة من اقتصاديات الحجم واكتساب خبرات دولية جديدة من خلال احتكاكها مع مختلف المنتجات المنافسة لها في الاسواق الدولية.

كما تتيح استراتيجية التصدير للمؤسسة سهولة الانتقال من سوق دولي اقل ربحا الى اخر لكون فيه الربحية أكثر نتيجة لانخفاض التكاليف والمخاطرة مقارنة بقيمة الاستثمارات والاموال مع اشكال الدخول للاسواق الدولية الاخرى وعليه سهولة اغتنام الفرص التسويقية وتجنب المخاطر.

1-عوامل نجاح التصدير: عديدة اهمها:

-الموارد المتاحة والجاهزة لنجاح عملية التصدير: وهذه الموارد متنوعة منها ماهو متعلق بموارد الشركة او المؤسسة التصديرية ومنها مايتعلق بالموارد الوطنية، واهم مايمكن ادراجه من انواع هذه الموارد هما اولا المقدرة في القيام بدراسات وابحاث السوق والوصول الى المعلومات المناسبة، وثانيا اقتناء الموارد البشرية الماهرة والمتعلمة والمدربة والمرخصة.

¹-فريد النجار، التصدير المعاصر والتحالفات الاستراتيجية، الدار الجامعية، مصر، 2008، ص112.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

- طرق ومنهجية التسويق: تتعلق بدراسات السوق والمقدرة على الوصول الى المعلومات والاستنتاجات والتحليلات الصحيحة، والثاني يتعلق بوجود قنوات التوزيع في الاسواق الخارجية وقنوات التوزيع من أكثر العوامل حساسية ولكونها تؤثر مباشرة في عملية التصدير.

- التزام الادارة: التزام الادارة المشرفة على التصدير هو هام جدا ولكنه اهم وأكثر حساسية لكونه يتصل بمقدرة الشركة على التخطيط ووضع الاستراتيجيات والخطط، واهم عامل في هذا البند هو مقدرة الادارة في وضع الاهداف والغايات المترابطة والمتصلة بعملية التصدير وبحيث تعكس خصائص كل سوق تصديري على حدى.

- متطلبات جودة السلعة: هناك اسس تتحكم في جودة السلعة او الخدمة هي جودة السلعة من حيث النوع والسعر من حيث الكم والخدمة التي يقدمها المصدر قبل ومع وما بعد البيع، والعامل الرابع هذا يختلف عن العوامل الثلاثة السابقة في انه يتعلق بمقدرة الشركة او المؤسسة في التعامل مع الاسواق الخارجية والقدرة على المنافسة¹.

2- اعتماد الاجراءات التقنية الخاصة بالتصدير: وتشمل مايلي²:

- التقييس: تتكفل الحكومات باعداد تنظيمات تقنية ملزمة لبعض المنتجات لاسباب امنية، صحية، او بيئية، او تنظيمات غير ملزمة لتسهيل عملية الانتاج وتوحيدها وكذا تخفيض تكاليفها ورفع جودتها لتتماشى مع المعايير الدولية، حيث اصدرت الجزائر مع نهاية سنة 1989 القانون رقم 89-23 المؤرخ في 19-12-1989 والمتعلق بالتقييس، ليتبع بالمرسوم التنفيذي رقم 90-123 المؤرخ في 15 ماي 1999 والمتعلق بتنظيم وتسيير عملية التقييس، كما اوكلت هذه المهمة الى المعهد الجزائري للتقييس والملكية الصناعية.

- مراقبة النوعية: ان النوعية الجيدة تعتبر احدى العوامل الهامة في امكانية قبول المنتج المحلي في الاسواق الدولية، ونظرا لقصور جودة المنتجات المحلية على المستوى الدولي، لا بد من الضروري تعبئة كل الامكانيات المختلفة المتاحة في محاولة لاكتساب التكنولوجيات والتقنيات الحديثة المتعلقة بالانتاج لامكانية دخول الاسواق الدولية.

- الترويج والاشهار: ان شرط الجودة لا يكفي وحده لترقية الصادرات ما لم تتبعها اجراءات ترويجية واشهارية، كما ان اجراءات البحث عن الاسواق الخارجية والتمثيل والاعلام الاقتصادي والتجاري من خلال فتح مكاتب في الخارج وتعيين ممثلين تجاريين، وكذا

¹-د- محمد بن دليم القحطاني، مدى مساهمة نظام تقييم جاهزية التصدير للدخول الى الاسواق العالمية، الملتقى العربي الثاني حول التسويق في الوطن العربي، الفرص والتحديات، قطر، 2003، ص76-77.

²- شريفي محمد، الجزائر ورهانات الانضمام الى المنظمة العالمية للتجارة-الاثار والاستراتيجية-، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية غير منشورة، جامعة الجزائر، 2004، ص137-138.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

المشاركة في المعارض الجهوية والدولية المختلفة تعتبر كلها مجهودات تعمل على تعريف المستهلكين الاجانب بالمنتج المحلي، وبالتالي امكانية زيادة الصادرات خ م وتنويعها.

3-قواعد التصدير: من واقع اسهامات الخبراء والممارسين في هذا المجال يمكن عرض العناصر الآتية¹:

-الاستعداد للتصدير: يشمل الحرص على:

- اهمية الجودة النوعية للصادرات (ضبط الجودة وسياستها واساليب تنفيذها وخطوات الحصول على شهادة الجودة).
- التعبئة والتغليف (التصميم).
- خطة تسويق الصادرات (قواعدها وخطوات اعدادها).
- تحديد اسعار التصدير (خطوات التسعير، ومتطلبات اتفاقية الجات).
- التمويل المصرفي للصادرات ومعرفة المؤسسات الاقليمية التي تحول الصادرات.

-اساليب الترويج: جلب المعلومات، الاعلانات، زيارة الاسواق الخارجية والمعارض التجارية، وطرق اختيار المعارض واتخاذ

القرار بالمشاركة، وتقدير التكاليف، اختيار الوكيل وانواع الوكالات التجارية وطرق عقد اتفاقية والضمانات الاساسية.

-الاجراءات التنفيذية للتصدير: مثل الانفاق على التصدير الذي يشمل اعداد العرض والانفاق وتوقيع العقد، بالاضافة

الى التامين على الصادرات، ومعرفة اركان عقد التامين وانواع الوثائق، اجراءات اصدارها والمطالبة بالتعويض بالنسبة للمعاينة والتفتيش، المستندات فهي تنطوي على الفاتورة التجارية، شهادة المنشأ وسند الشحن، مع الاخذ في الاعتبار قواعد استخدام الاعتماد المستندي.

4-متطلبات نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاسواق الدولية:

ان ضعف القدرة على النفاذ للاسواق الدولية لاسباب تتعلق بالمنتج واحيانا بالتكلفة المرتفعة والسعر العالي وفي بعض الاحيان بسبب ضعف امكانية الترويج في السوق العالمي، لذلك يوجد استراتيجيات للتصدير تتطلب جهود كبيرة مشتركة من قبل الحكومة وشركات القطاعات العامة والخاصة والمشاركة والمؤسسات المالية والتأمينية المتنوعة.

ان ابعاد الاستراتيجية الدولية: وهي مجموعة من الابعاد والتي تتضمن في مجملها اتخاذ مجموعة من القرارات ذات التأثير الكبير على مستقبل المؤسسة وعلى طريقة ممارستها لانشطتها في الاسواق الدولية وهي²:

¹ -بوشمول السعيد، نذير غانية، سعاد جرمون، تدويل المؤسسات ص وم من خلال البية التصدير، دراسة حالة الجزائر، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، جامعة الوادي، المجلد 11، العدد 2، 2018، ص195.

² -محمد بن حوحو، حكيم بن جردة، مرجع سابق، ص223.

الفصل الثالث: الاليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

- تحديد نمط دخول المؤسسة للاسواق الدولية.
- اختيار مراكز نشاط المؤسسة في الاسواق الدولية.
- تصميم منتجات عالمية ذات جودة مع تطوير برامج تسويقية دولية.
- القيام بحركات تنافسية على نطاق دولي.

ومن اجل ضمان نجاح الاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على المستوى الدولي يجب اعتماد الاليات التالية:

1-تدويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: يرى بعض الباحثين امثال روزير Ruzzier بان التدويل هو عملية التوسع الجغرافي للانشطة الاقتصادية خارج الحدود الوطنية، ويرى البعض الاخر بان التدويل هو عملية او مراحل متابعة تقوم على مزيج من المهارات المختلفة التي تمتلكها المؤسسة او التي تسيطر عليها والتي تسمح للمؤسسة باكتساب الخبرة تدريجيا في الاسواق الدولية، وبالتالي يتبين بان المؤسسات لاتقتحم الاسواق الدولية عشوائيا ، بل تدريجيا عبر مراحل التدويل تتمثل في اتخاذ القرار بالتدويل، اختيار السوق المستهدفة، اختيار طريقة للدخول الى السوق الاجنبي، انجاز مخطط تسويق دولي، اختيار طريقة التنظيم.¹

هناك بعض الاساليب التي حاولت شرح عملية تدويل الهياكل الصغيرة والمتوسطة مثل نظرية اويسالا والابتكار 2004 الذي اقترح نموذجا خاصا بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لدراسة العوامل المؤثرة على قرار التصدير، يعتمد هذا النموذج الذي يطلق عليه عادة بالنموذج التكاملي بشكل اساسي على ثلاثة مفاهيم: القوى التي تدفع (عوامل الدفع)، والقوى التي تسحب (عوامل الجذب) والقوى الوسيطة (قوى الوسيط)، وبالتالي ان الهدف هو شرح عملية تدويل الشركات الجزائرية من خلال تحليل العوامل الداخلة (عوامل الدفع) مثل الحجم وعمر الشركة وانتاجية العمالة وخصائص مدير الشركة والعوامل الخارجية (عوامل الجذب) مثل بيئة الاعمال والقطاع والقوى الوسيطة وهي محفزات التصدير، وتناولت العديد من الدراسات حول العلاقة بين حجم الشركة وقرارها بالتصدير كJONGWANICH2008.DUENAS-CAPARAS 2006 ، كما اكد بعض الباحثين كDKHISSI1995.WAGNER1992 العلاقة الايجابية بين المتغيرين، حيث وجد ان الحجم معبرا عنه من حيث حجم الاعمال له تأثير كبير وايجابي على قرار تصدير الشركات، مما يشير الى وجود فجوة في القدرات.²

فرص نجاح تدويل المؤسسات الجزائرية: حيث نعتقد ان الاسواق العربية والافريقية تشكل فرصة هامة لتدويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وفي هذا الصدد تعتبر دول المغرب العربي من الدول المفتوحة على العالم الخارجي، خاصة مع موقعها الجغرافي المناسب للنفوذ الى السوق الاوروبية الواسعة ، مما يزيد من تنافسية السلع المصدرة، هذا فضلا عن التقارب الثقافي الذي يسمح بنميط

¹-شوقي جباري، حمزة العوادي، تدويل المؤسسات ص وم الجزائرية بين فرص النجاح ومخاطر الفشل، مجلة اداء المؤسسات الجزائرية، العدد 4، 2013، ص107-108.

²-MOHAMED KADI.RATIBA HARIZI, le processus d'internationalisation des pme algériennes, les determinants de la décision d'exportation, les cahiers du cread, n1 17, p8.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

منتجاتها ، كما ان السوق الافريقية تعد سوقا واعدة لصادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية لتوافر على ميزات تفضيلية والتي تتبناها الكثير من تكتلات الدول الافريقية.¹

تتواجد حاليا في السوق الخارجي بصفة فعلية حوالي 700 مؤسسة تنشط في قطاع الصادرات وهي ضعيفة في القدرة التصديرية لانها اغلب المؤسسات لا تطبق اقتصاديات الحجم وتنوع المنتجات، وكذلك اغلب المؤسسات تنشط في القطاعات ضعيفة القيمة المضافة ، ومن جهة اخرى عملية التدويل للمؤسسات الجزائرية غير كافية وضعيفة بسبب ضعف ثقافة المقاولاتية وانعدام الخبرة لدى مسيري الشركات في مساعدة الشركات في دخول الاسواق الاجنبية، وهنا نقوم بمقارنة عدد المؤسسات الجزائرية مقارنة مع الدول الاخرى المتوسطة التي تقوم بعملية التدويل والتصدير كما يلي:

الجزائر	كندا	ايطاليا	فرنسا	المانيا
700	43530	210000	131809	310000

هذا الضعف يتواجد بالمؤسسات الجزائرية في السوق الدولية وغزوها ليس نتيجة انتاج الصادرات خارج المحروقات حسب المعايير او بسبب تواجد العراقيل تعيق الاداء الوظيفي للمؤسسات الجزائرية، التي تستمر تعاني سلبيا من عدم المبادرة من استغلال قدرات النمو على الاقل حسب السلم الدولي.²

2- استراتيجيات التسويق الدولي:

ان الكثير من الدول النامية ومنها الجزائر باتت تهتم كثيرا بموضوع التسويق الصناعي، وذلك بعد ان بدأت تنتقل من مرحلة الاعتماد على الاسواق الخارجية في سد حاجياتها من السلع الى مرحلة انتاج تلك السلع من خلال تشجيع وتنمية الصناعات الصغيرة والمتوسطة المحلية او من خلال تشجيع الاستثمار الاجنبي في القطاع الصناعي، كل ذلك ولد طلبا متزايدا على السع الصناعية ودفع بدوره الى الاهتمام بوظيفة تسويق الاعمال.³

¹- جمعي عماري، استراتيجية التصدير في المؤسسات ص وم الجزائرية، اطروحة دكتوراه علوم غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة باتنة، 2010-2011، ص216.

²-mahdi amzal fouzia, boukharzar nasira, analyse de la promotion des pme exportatrices en algerie, bilan et perspectives, al-baschar, economie journal, volume 3 n4 decembre, 2017, p272.

³-عماري جمعي، قندوز طارق، التسويق الصناعي كمدخل استراتيجي وتنافسي لترقية الصادرات الصناعية الجزائرية مع التطبيق على المؤسسات ص وم، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خ م في الدول العربية، 2014، جامعة تيزيوزو، ص14.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

ان الاستفادة من التصدير ياخذ الطرف الرئيسي لتمويل الواردات بالطريقة التي لا تؤثر سلبا على ميزان المدفوعات الخارجية، فالتصدير لا يعمل فقط على توفير مورد مستورد للاستثمارات بل يعمل على تنمية الصناعات المحلية وتخفيض تكاليف الانتاج.¹

ومن خلال ربط الاستراتيجية بالتسويق يمكن القول بان استراتيجية التسويق تعبر عن الاسواق المستهدفة والاتجاه الذي يجب اتباعه وهي تعبر عن كيفية استخدام الموارد وتوزيعها واستخدامها لتحليل سلوك المستهلك بالمنافسين وبالتالي الاستراتيجية تعتمد على نقاط اساسية وهي: تحديد اهداف المؤسسة-تقسيم السوق-تحديد الفئة المستهدفة-تحديد مكانة ووضع المنتج، بالإضافة الى دراسة وتحديد المنافسة.²

***التسويق الدولي والتجارة الدولية:** يتيح التسويق الدولي فرصة اكتشاف اسواق جديدة للمنتجات والخدمات الوطنية والاستفادة من مزايا الانتاج الكبير، الذي يحقق وفورات مناسبة في التكلفة، وخاصة في حالة صغر السوق المحلي مما يساهم في تطوير اعمالها وزيادة ربحيتها.

الى ذلك فان التواجد المستمر في السوق المحلي يتيح للشركة الصغيرة والمتوسطة خاصة فرصة للاطلاع على التطورات التكنولوجية والمالية والانتاجية والتسويقية والثقافية والبيئية وغيرها، مما لا شك فيه ان هذه التطورات تمثل فرصا وتحديات للشركة.³

كما تكمن كما جاء عن 1969 Lvitt.1 في كونه طريقة شاملة لتطور وادارة المؤسسة ولتوجيهها نحو الربح، كما ان R.Laufer.D.LIndon. Lendrevie.J يعرفون التسويق بمثابة مجموعة الوسائل التي في حوزة المؤسسات والتي توظفها بهدف خلق ومحافظة وتنمية اسواقها.

-التنبؤ بطلب الحاجات والخدمات، ادماج الوظائف، الربح والبحث عن تلبية حاجات المستهلكين وأصبح بذلك التسويق هو القوة الدافعة الاساسية لجميع الانشطة.⁴

-معايير اختيار الاسواق وهي⁵:

1-امكانية دخول السوق: ويقصد بها إزالة المعوقات التي تجعل عملية التصدير او الاستثمار في السوق الدولي ممكنة .

¹ صديق محمد عفيفي، التسويق الدولي، الطبعة 10، مكتبة عين شمس، مصر، 2003، ص54.

² محمد بن حوحو، حكيم بن جردة، اهمية التسويق الدولي في تحديد البدائل الاستراتيجية لاقتحام الاسواق الدولية، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، جامعة الوادي، العدد 10، الجزء 3، 2017، ص221-222.

³ عبد السلام ابو قحف، التسويق وجهة نظر معاصرة، مطبعة الاشعاع الفنية، الاسكندرية، مصر، ص706.

⁴ بودي عبد القادر، ساهل سيدي محمد، متطلبات التسويق في الدول النامية مع الاشارة الى المؤسسة الاقتصادية بالجزائر، مجلة العلوم الانسانية، جامعة بسكرة، العدد 9، مارس 2006، ص14.

⁵ محمد سرور الحريزي، ادارة التسويق الدولي والعالمي والمعاصر، ط1، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص120.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

ب- طاقة السوق: يتم قياس او تقييم حجم السوق بواسطة مؤشرات اقتصادية عامة ومعطيات متعلقة بمنتجات المؤسسة مثل الناتج الوطني الخام، مستوى النمو، مؤشرات حول مستوى تطور الدين الخارجي، الميزان التجاري، التوجهات السياسية والاقتصادية.

ج- سعة السوق: تقييم السوق الحالي عن طريق حساب قيمة الاستهلاك وتقييم السوق المحتمل

$$\text{الاستهلاك} = \text{المنتجات المحلية} + \text{الواردات} - \text{الصادرات}$$

د- استقرار السوق: وذلك من خلال مراعاة ومحاولة تقدير الاخطار التجارية المتعلقة بالوضع الاقتصادية والاجتماعية للسوق المستهدفة.

3-توظيف قنوات التوزيع الدولي: ان طبيعة الاسواق الخارجية وكفاءتها وامكانياتها المادية والبشرية كلها تساهم بشكل او باخر في كيفية قيام عملية التدفق السلعي في تلك الاسواق، ولذلك ادارة التسويق لتحقيق الطرق للوصول الى الزبائن في الاسواق الخارجية وعليه فان لوظيفة التوزيع الدولي اهمية بالغة وذلك للسببين التاليين:

- صعوبة اختيار منافذ التوزيع في الاسواق الخارجية.

- النتائج المترتبة على اختيار منافذ التوزيع في الاسواق الخارجية.

ويمكن اعتبار قنوات التوزيع انها مجموعة من المتدخلين الذين يتحملون انشطة التوزيع بمعنى الانشطة التي تقوم بتعزيز المنتج من مرحلته الانتاجية الى مرحلته الاستهلاكية، وكذلك في الطريق الذي يسلكه المنتج او الخدمة للانتقال من المصنع الى المستهلك، ويتكون هذا المسار من مجموعة الناس والشركات او وسطاء.

وهناك الكثير من الوسطاء الذين يهتمون بنقل البضائع الى المستهلك النهائي او المستخدم سواء وسطاء محليين او اجانب وهو الموزعون، تاجر الجملة والتجزئة، الوكلاء والسماصرة، وكيل المنتج، وكيل البيع.

-استراتيجيات التوزيع الدولي:

ان توصيل السلعة الى المستهلك الدولي يكون اما بالطريق المباشر او الغير المباشر، لذا فان المؤسسة عليها اختيار احدى استراتيجيات التوزيع التي تتوافق واهدافها المرغوب في تحقيقها واهمها¹:

- استراتيجية التوزيع المباشر: في هذه الحالة تقوم المؤسسة بتوزيع منتجاتها بصفة مباشرة دون اللجوء الى وسيط ونجد هناك فرعين لها:

¹-مصطفى هاشر، أثر استراتيجية التوزيع الدولي على ترقية الصادرات خارج المحروقات، مجلة الميادين الاقتصادية، المجلد 2، العدد 1، 2019، ص45-46.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

- استراتيجية التكامل الراسي: تقوم المؤسسة بتوزيع منتجاتها والسيطرة عليها حتى تصل الى المستهلك الدولي.
- استراتيجية التكامل الافقي: تشترك المؤسسة مع مؤسسة اخرى في التوزيع بحيث يتفقدان على اختيار القناة التي تناسبها وذلك لعدم تمكن المؤسسة من ايصال المنتج بمفردها.
- استراتيجية التوزيع الغير المباشر: ان المؤسسة في هذه الاستراتيجية تعتمد على الوسطاء في توزيع منتجاتها في الاسواق الدولية، وهناك ثلاث خيارات عليها اختيار احدها:

-التوزيع الشامل المكثف- التوزيع الانتقائي-التوزيع الوحيد:

4-تفعيل الدبلوماسية الاقتصادية:

نظرا لتشابك العلاقات والمعاملات الاقتصادية اصبحت الدبلوماسية تمارس في الجانب الاقتصادي والتي اصطلح عليها بالدبلوماسية الاقتصادية التي نعرفها باستخدام الدولة لعواملها السياسية ومواردها الاقتصادية لتحقيق منافع اقتصادية ضمن نشاط دولي ثنائي او متعدد الاطراف عن طريق المؤسسات المالية او التكتلات الاقتصادية واتفاقيات ثنائية او متعددة الاطراف او بالمشاركة في المنتديات والمعارض الاقتصادية.

اهدافها: الترويج للمنتجات في الخارج وجذب الاستثمارات الاجنبية، بالاضافة الى اعداد اتفاقيات التجارة والاستثمار، تعزيز الترابط بين دول العالم اقتصاديا، كما تسعى لتحرير التجارة وتدويل القوى المنتجة وتعزيز التنمية لصالح جميع الدول.

حيث في هذا الإطار عقدت الجزائر عدة اتفاقيات مع امريكا سنة 1990، مع الارجنتين 2001 ومع كندا سنة 2000 تتضمن تجنب الازدواج الضريبي، ثم اتفاقية مع اسيا حيث وقعت مع كوريا، اندونيسيا، ماليزيا، تتضمن ترقية وحماية الاستثمارات ما بين 1994 و 2017.

كما عملت على تطوير العلاقات الاقتصادية والتجارية مع الصين وتركيا، مع افريقيا كجنوب افريقيا، اثيوبيا، الموزمبيق، مالي، نيجيريا، النيجر على اتفاقيات الازدواج الضريبي وحماية الاستثمارات المتبادلة، اضافة الى اتفاقيات مع الدول العربية ما بين 1990 و 2015 تضمنت تجنب الازدواج الضريبي وتشجيع وحماية الاستثمارات المتبادلة.

-اتفاقيات الجزائر مع دول الاتحاد الاوربي سنوات 2004، 2005، 2013 على الازدواج الضريبي وترقية وحماية الاستثمارات والحصول على تفضيلات جمركية.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

* انعكاس الديبلوماسية الاقتصادية على حجم التجارة الخارجية للجزائر:

يستحوذ الاتحاد الاوربي على نسب تتراوح ما بين 50.8% و 66.3% من اجمالي الصادرات ما بين 2011 و 2016 ثم تليها امريكا الشمالية باعلى نسب 26.7% سنة 2011 و 17.2% سنة 2016 ودول الاتحاد المغرب العربي ب 4.9% والقارة الافريقية ب 0.2%. والتي تسعى الجزائر من خلال ديبلوماسيتها الاقتصادية تنويع الشركاء.

وعند تتبعنا لتوزيع الصادرات والواردات اتضح لنا ان الجزائر ترتبط ارتباطا قويا مع السوق الاوربية، حيث بلغت صادراتنا اتجاه الاتحاد الاوربي نسبة تفوق 65%، والواردات 50%، مما يؤكد لنا ضعف الديبلوماسية الاقتصادية للجزائر في تنويع شركائها التجاريين، وخير دليل على ذلك نسبة توزيع صادراتنا ووارداتنا مع الدول النامية بصفة عامة والدول العربية بصفة خاصة والتي لم تتجاوز نسبة 1.6% للصادرات و 4.4% للواردات، وعليه فان الديبلوماسية الاقتصادية الجزائرية تتأثر ولا تؤثر¹.

ان وعي السلطات الجزائرية باهمية الديبلوماسية الاقتصادية لضمان الامن الاقتصادي وحماية المصالح الجزائرية في تكوين العلاقات وتطويرها مع الجماعة الدولية، لاسيما نحو دعم الصادرات من المنتجات غير النفط الخام ومشتقاته، ويلاحظ قصور الديبلوماسية في التفاوض مع الخارج في نواحي الاندماج والانفتاح على الخارج راجع الى قصور الخيارات المعمول بها في ابرام الاتفاقيات الدولية والتي يغلب عليها الطابع الاجتماعي والسياسي غير المعيار الاقتصادي، ان المنطق الحقيقي لنجاح الديبلوماسية الاقتصادية في حماية المصالح الجزائرية قبي العالم وتمهيد الطريق للمنتجات الوطنية لدخول معترك السوق العالمية هو تمكين الاقتصاد الوطني وتطويره وتعزيز تنافسيته وان يكون المجتمع متماسكا وله طموحات للنمو والتقدم.²

-**الروابط الخلفية:** وتتمثل الروابط الخلفية في العلاقة بين المشروع والموردين للمواد الخام من جهة وبين المشروع والمقاولين من الباطن من جهة اخرى، وقد شهد العنقود تحسنا ملحوظا في مستوى التعاون بين المشروعات والموردين، حيث يلاحظ زيادة درجة تبادل المعلومات والخبرة بين الموردين والمشروعات، ويدل ذلك على زيادة التعاون الراسي بين الموردين والمنتجين فتوفر الجودة المطلوبة عن طريق جودة في مدخلات الانتاج.

-**الروابط الامامية:** تكون بين المنتجين والمشتريين سواء اجانب او محليين، ويعتبر المشترون الاجانب مصدر مهما ورئيسيا للتكنولوجيا، كما انهم قد لعبوا ايضا دورا هاما بعد الازمات في مساعدة المشروعات العنقود لتحقيق مستوى الجودة المطلوبة للحصول

¹ -نورة شرع، احمد لعمى واخرون، دور الديبلوماسية الاقتصادية في قطاع التجارة الخارجية للجزائر، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، 2020-01-07، ص353-357.

² -حمزة طيبي، الديبلوماسية الاقتصادية مفتاح الدخول الى مضمار الاقتصاد العالمي، تقييم الحالة الجزائر-فرنسا، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، المجلد 6، العدد 1، جوان 2019، ص47.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

على شهادة فعلاقتهم جد قوية مع المنتجين المحليين، كما ان الاستشارات الامريكية التي حصت عليها المشروعات داخل العنقود ساهمت بشكل جوهري في تحسين مستوى الجودة من خلال تدفق المعلومات والخبرات وتنظيم الانتاج.¹

5- الاهتمام بادارة الجودة الشاملة في صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: يعد القرن الحادي والعشرين قرن الجودة وهذا ماكده رائدها الامريكي جوزيف جوران، اذ تشير الدراسات الاحصائية الى ان المستهلك أصبح أكثر وعيا باهتمامه بالجودة ويقصد بها حسب LOVELACE HIXON بانها "عملية استراتيجية ادارة تركز على مجموعة من القيم وتستمد طاقة حركتها من المعلومات التي تتمكن في اطارها من توظيف مواهب العاملين واستثمار قدراتهم الفكرية في مختلف مستويات التنظيم على نحو ابداعي لتحقيق التحسن المستمر للمؤسسة".

ان ضرورة اهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجودة الشاملة تتبع من حاجتها الماسة الى اكتساب مزايا تنافسية مستدامة في منتجاتها بما يضمن سهولة نفاذها الى الاسواق الدولية وتشير الكثير من الدراسات الاكاديمية التي انجزت في هذا المجال على ان مؤسسات الدول النامية تجد صعوبة كبيرة في الدخول للاسواق الاجنبية، نظرا للعديد من الاسباب اهمها ضعف الجودة في المنتجات المصدرة، بمعنى انها لاتستجيب الى ادنى المواصفات الدولية وعليه اصبح من اللازم على المؤسسات الراغبة في التصدير خاصة الصغيرة والمتوسطة منها التكيف والابتكار بشكل مستمر من تمكن من تصدير منتجاتها في الاسواق الدولية ولن يتحقق ذلك دون الاعتماد على مبادئ ادارة الجودة الشاملة.²

6- القدرة التنافسية لدى المشروعات الصغيرة والمتوسطة الموجهة للتصدير: تعد القدرة التنافسية لدى المشروعات الصغيرة والمتوسطة من الامور الهامة لنجاح تلك المشروعات في اسواق التصدير ومن اجل تحسين القدرة التنافسية لبلادها ونمو اجمالي الناتج المحلي وشمولية النمو، واستنادا الى الركائز الثلاثة للقدرة التنافسية المتمثلة في القدرة على التواصل والقدرة على المنافسة والقدرة على التغيير، حيث تعمل شبكة القدرات التنافسية لدى المشروعات الصغيرة والمتوسطة على تسهيل تحديد نقاط القوة ونقاط الضعف لدى هذه المشروعات.

ان المشروعات القادرة على التنافس اليوم تحتاج الى الاتصال بشكل فعال بقنوات المعلومات والاسواق العالمية للحفاظ على قدرتها التنافسية مع الحفاظ على الوقت نفسه على التكيف مع ظروف السوق الجديدة.

ان القدرة التنافسية تشير الى التمرکز حول العمليات الحالية التي تقوم بها المشروعات وكفاءتها من حيث التكلفة، والوقت والجودة والكمية، وتشير القدرة على التغيير الى قدرة المؤسسات على التغيير السريع في إطار الاستجابة لقوى السوق الدينامية، كما

¹- امال بن ناصر، اساليب التعاون الحديثة بين المؤسسات ودورها في تنمية وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، دراسة تجارب بعض الدول الرائدة، مجلة دفاتر اقتصادية، جامعة الجلفة، العدد 16، ص 15-16.

²- جمال خنشور، حمزة عوادي، نحو صياغة استراتيجية متكاملة لتنمية صادرات المؤسسات ص وم الجزائرية، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد 7، العدد 2، 2014، ص 35.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

تشير القدرة على التواصل الى القدرة على جمع واستغلال المعلومات والمعارف المتعلقة بالتجارة، وبالتالي يمكن للمشروعات الصغيرة والمتوسطة في الدول النامية بفرص هائلة لتنمية قدراتها وتطويرها اذا استطاعت ان تزيد انتاجيتها ومن ثم قدرتها التنافسية.

ويتم تعزيز تنافسية المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الاسواق التصديرية عن طريق تشجيع التحول نحو الصادرات ذات القيمة المضافة والتوجه نحو الاسواق المستهدفة تتضمن فرص تصديرية واعدة والتحكم في التكاليف والاعباء التصديرية والجودة عن طريق تطوير عوامل الانتاج والعمالة الماهرة والتطوير التكنولوجي والتسويق، وثانيا على مستوى الاسواق سيتم تفعيل الاتفاقيات التفضيلية الحالية وفتح اسواق جديدة خاصة الافريقية والعربية.¹

المبحث الثاني: وضع استراتيجية لترقية المؤسسات ص وم في الصادرات خ م في الجزائر

بعد الازمة البترولية لسنة 2014 التي اثرت على الاقتصاد الوطني، مما استدعى الدولة الجزائرية تقديم جملة من الاقتراحات لتبني برنامج شامل للتنويع الاقتصادي عبر ثلاث قطاعات هي الصناعة والزراعة والسياحة، وبالتالي في هذا المبحث نحاول تقديم الإطار العام لاستراتيجية الحكومة لتطوير الصادرات خارج المحروقات، وكذا المحاور الاستراتيجية الفرعية لكل قطاع بين المفاعل منها والمقترح من جهة.

المطلب الاول: الإطار العام لاستراتيجية الحكومة لترقية المؤسسات ص وم في الصادرات خ م:

تعتمد الاستراتيجية المستقبلية لترقية الصادرات خارج المحروقات على المساهمة في تطوير وتنمية الاقتصاد الوطني ليكون مزدهرا ومتفتحا على الاسواق الاقليمية والعالمية من خلال سياسة تجارية تحقق المنافع للاقتصاد الوطني، ويتم هذا من خلال اختيار الوسائل والاساليب الحديثة لترقية الصادرات. خ.م مع التأكيد على اهمية الربط بين تدفق السلع نحو الخارج وبين الجوانب التسويقية وقدرتها على تحيئة المناخ امام المصدرين الجزائريين لدخول الاسواق العالمية والصمود في وجه المنافسة الخارجية للوصول الى اهداف محددة لترقية الصادرات غير النفطية على المستوى القصير والمتوسط.

تعتمد الاستراتيجية على مجموعة من المحاور يجب العمل بها لتنمية الصادرات خ.م تتمثل في²:

- بناء ادارة وطنية للنشاط التصديري: على الرغم من التقدم الذي تم في انشاء البنيان المؤسساتي الخاص بترقية الصادرات، الا ان هذا الامر لا يكفي، بل يتطلب ادارة وطنية تشرف وتطور تسيير قطاع التصدير وقادرة على قيادة العمل الوطني لترقية

¹ -سلسلة قضايا التخطيط والتنمية وتفعيل منظومة جودة التصدير في المشروعات ص وم في مصر بالتطبيق على قطاع المنسوجات، معهد التخطيط القومي، رقم 300، ديسمبر 2018، مصر، ص51-54.

² - احمد مطر وعبد المجيد رضوان، سياسة تنمية الصادرات، سلسلة تجارب دولية ناجحة في مجال التصدير، ادارة التحليل والمعلومات التجارية، العدد 1، الامارات العربية المتحدة، 2009، ص4.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

الصادرات، وتملك الآليات الفعالة لمتابعة وتنفيذ النشاط التصديري بصورة متكاملة هدفها إزاحة كل العراقيل لان التصدير توجه استراتيجي يدعم برامج النمو الاقتصادي.

-خلق مناخ استثماري محفز: تلعب السياسة الاستثمارية دورا مهما في توجيه الاستثمار نحو القطاعات التصديرية من خلال الاعتماد على منح العديد من المزايا التشجيعية للمستثمرين لضمان وتوفير بيئة ملائمة للاستثمار التصديري تكون حافزا لجلب الاستثمارات الاجنبية، .

-سياسات تحسين جودة الصادرات: يعتبر تحسين جودة الصادرات من اهم العوامل التي تعزز القدرة على اختراق الاسواق العالمية والانتشار بها وذلك من خلال:

- اقامة شبكات الانتاج للتصدير: بمعنى ربط مجموعة من المؤسسات المتميزة في القطاع الصناعي ودعمها وضمان تمولونها بمستلزمات الانتاج والطاقة وتكاليف النقل.
- وضع برامج تدريب تهدف الى رفع قدرات المصدرين الجزائريين وتوفير خدمة الاستشارة لمساعدة المصدرين للتعرف على الاسواق الخارجية بواسطة خبراء التصدير.
- انشاء المعاهد المتخصصة في تقديم الدعم التقني للمشاريع التي توجه منتجاتها للتصدير خاصة فيما يتعلق بتطبيق الاساليب التكنولوجية الحديثة.
- التشجيع المعنوي للمنتجين والمصدرين كتأسيس جائزة أفضل المنتجات المصدرة.
- اعداد وتوفير الدراسات والمعلومات الخاصة بالاسواق الخارجية.

* **التمويل والتأمين للصادرات:** ضرورة توفير الموارد المالية اللازمة للنشاط التصديري باسعار فائدة مسيرة خلال دعم وزيادة موارد المؤسسات المالية المتخصصة وتنويع نشاطها لضمان المخاطر التجارية وغير التجارية التي تتعرض لها الصادرات غير النفطية، حيث حسب قانون النقد والقرض والذي يعطي اهمية لتشجيع التصدير فان التحفيزات المالية لهذه العملية تتمثل في¹:

- تنفيذ المساعدات المالية من خلال الصندوق الخاص لترقية الصادرات.
- تمكين المصدرين من التحوط ضد مخاطر التصدير عن طريق الوكالة الوطنية للتأمين وضمان الصادرات، وتكمن المساعدات المالية في إطار ترقية الصادرات في ثلاث اشياء:
- عملية البحث عن الاسواق الخارجية-عملية التحضير للتصدير-عملية التصدير.

¹-محمد رملي ولخضر عدوكة، الصادرات الغير النفطية والنمو الاقتصادي في الجزائر، دراسة قياسية ومقارنة مع المغرب، مجلة رؤى اقتصادية، جامعة الوادي، العدد 9، ديسمبر 2015، ص56.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

* **التسويق والترويج:** يعد الاهتمام بالتسويق سر نجاح اي دولة في ترقية صادراتها لذلك يجب العمل على اعداد استراتيجيات تسويقية تعتمد بالاساس على نظم معلومات التصدير لتقييم الفرص المتاحة للمنتجات الوطنية والتنبيؤ بالطلب الخارجي عليها، وتشخيص الموقف التنافسي للصادرات غير النفطية للتعرف على المنتجات التي تتمتع بميزة نسبية أكبر لدعمها، والمنتجات التي تعاني من مشاكل فنية ونتاجية للسعي الى تطويرها، ومع الاستعانة ايضا بالشركات الدولية المتخصصة في التسويق¹.

وعلى هذا الاساس تراهن الحكومة الجزائرية في استراتيجية ترقية الصادرات خارج المحروقات بالاعتماد على محاور اساسية مهمة وهي:

* **تنمية الصناعات ص وم:** بالنظر لتزايد اهميتها على الصعيد العالمي يمثل برنامج ترقيتها اليوم من اهم واولى الاعمال الملحة في إطار إعادة بعث القطاع الصناعي، حيث يتطلب تنفيذه خطة فعالة ومسؤولة واضحة، وتنبع اهمية المؤسسات ص وم في الاستراتيجية المقترحة للاعتبارات التالية²:

- تمثل ركيزة عمل القطاع الخاص واي جهود لاشراكه في التنمية الاقتصادية تتطلب ترقيتها كمحرك للنمو الاقتصادي.
- القدرة على إدراك التكلفة والتحكم في تخفيضها وكذا كفاءة تسيير العملية الانتاجية، مع تميزها بالابتكار والتجدد.
- الرفع من مرونة الجهاز الانتاجي لمواكبتها المستجدات الخارجية والتغيرات في الاسواق المحلية وحتى الدولية.
- تسهيل في إيجاد قاعدة صناعية لانتشارها الواسع من حيث العدد والمناطق، اذ بلغ عددها في بداية 2012 حوالي 700 ألف مؤسسة بمعدل 15 مؤسسة ل 1000 نسمة.

وفي هذا الإطار فقد اطلقت الجزائر وفرنسا برنامجا مشتركا لدعم الصادرات خ.م اصطلح عليه **اويتيم ايكسبورت**، يركز على تعزيز قدرات التصدير لدى عموم المجموعات التجارية الجزائرية مع التركيز بشكل خاص على فئة المؤسسة ص وم، ويندرج هذا البرنامج الذي تبلغ تكلفته 2.1 مليون دولار في إطار الجهاز الذي تم انشاؤه مؤخرا بين الدولتين من اجل ترقية الصادرات خ.م، وما رافقه من انشاء صندوق خاص من اجل ترقية الصادرات واخر من اجل ضمان المخاطر، ويسعى هذا البرنامج بمساعدة خبراء من الوكالة الفرنسية لدعم المؤسسات المتواجدة في الخارج او بيفرانس الى منح الصادرات الجزائرية خ.م مكانة لائقة عبر الاسواق العالمية، ويرتقب ان يتمكن البرنامج من تاهيل نحو 40 مؤسسة جزائرية من خلال تمكينها من تطبيق الاطر والتقنيات الجديدة في مجال التصدير والتعاطي مع التجارة الخارجية بشكل فعال³.

¹-محمود حامد عبد الرزاق، مرجع سابق، ص177.

²-د-حليمي حكيم، استراتيجيات تنمية القطاعات المنتجة في الجزائر بين الواقع ورهان التنوع الاقتصادي، مجلة دراسات، جامعة الاغواط، العدد 47، اكتوبر 2016، ص213.

³-د-علاوي عبد الفتاح، مرجع سابق، ص6-7.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

* قيادة القطاع الخاص للنشاط الاقتصادي: لابد من الرفع بالاهتمام بالقطاع الخاص ليصبح المعول عليه في قيادة المرحلة المقبلة وبناء الاقتصاد الانتاجي وجعله شريكا في عملية التنمية الاقتصادية وفقا للاعتبارات التالية¹:

- ان الخصوصية اصبحت ضرورة امام الانفتاح الاقتصادي وجملة الاتفاقيات والالتزامات الدولية في إطار مختلف مؤسسات العولمة، المنظمة العالمية للتجارة والهيئات المالية.
- حالة الركود التي سادت القطاع العام وعدم قدرته على مواجهة التحديات التنموية منفردا.
- ان القطاع الخاص لديه قدرات أفضل وهو أكثر اهتماما بعامل الربحية ما يؤدي الى تحسين اداء المؤسسات الاقتصادية والمساهمة في التقليل من العبء المالي الذي تتحمله الدولة في دعم القطاع العام وكذا عمليات التطهير المالي.

وايضا للاسباب التالية²:

- تحول القطاع الخاص الجزائري الى راسمال خاص، وهيمنة راسمالية خاصة وطنية وتبني الجزائر سياسة الباب المفتوح امام راسمال الدولي، وجلب المصالح الاجنبية لتطوير مفهوم الشراكة في إطار عولمة الاقتصاد.
- ازمة نظام الانتاج الصناعي الجزائري الذي يعتبر في الواقع ازمة تسيير الراسمال من قبل الدولة.

حيث ان التوجه الجديد بعد سنة 1990 لبناء اقتصاد يعتمد على آليات السوق والانسحاب التدريجي لدور الدولة من الانتاج المباشر للمواد والخدمات، بالاضافة الى الإطار التشريعي الجديد وما تضمنه من ضمانات وتشجيعات للقطاع الخاص اعطى حركية لهذا الاخير.

وعليه قامت الدولة ابتداء من سنة 1996 باستهداف خصوصية 200 مؤسسة عمومية تعمل معظمها في قطاع الخدمات، وتم انشاء في نهاية 1996 الشركات القابضة لاعطاء دفعا قويا للخصوصية بتكليفها بتسيير رؤوس الاموال التجارية للدولة وتنفيذ عمليات نقل الشركات الى القطاع الخاص، وبحلول افريل 1998 كان قد تم خصخصة أكثر من 800 شركة محلية، بالاضافة الى اعتماد برنامج ثاني في اواخر 1997 يشمل الشركات الكبرى يهدف الى بيع 250 مؤسسة بين 1998-1999 باستثناء ما عرف بالمؤسسات الاستراتيجية، ولكن لم تنجح السلطات العمومية في تسوية اهم الملفات، وجاءت فكرة الخصخصة بعد الفشل الذريع المسجل على الصعيد الاقتصادي وتفاقم الازمة الاجتماعية والسياسية التي لم يوجد لها حل وسبب ذلك هدر للموارد المالية نتيجة الوضعية المتدهورة لمؤسسات القطاع العام³.

¹د-حليمي حكيم، مرجع سابق، ص213.

²د-عدمان مريزق، بوصافي كمال، اهمية القطاع الخاص في ترقية القطاع الصناعي في الجزائر، اشارة الى مجمع سيفيتال، ملتقى وطني حول الاستراتيجية الصناعية الجديدة في الجزائر يومي 23 و24 افريل 2012، جامعة مستغانم، ص106-111.

³حميد حميدي، خصوصية المؤسسات العمومية في القانون الجزائري، ندوة بعنوان الاصلاحات الاقتصادية وسياسة الخصخصة في البلدان العربية، الجزائر، 2001، ص112.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

وعليه من اجل تدعيم القطاع الخاص للقيام بدوره في تنمية الصادرات خ.م يجب توفير مايلي¹:

- ضرورة بقاء المؤسسات الاقتصادية الجزائرية الخاصة على اطلاع شامل حول الاسواق الخارجية لمواكبة التطورات المستحدثة فيها ومحاولة الاستقرار في تلك الاسواق حتى لاتتعرض منتجاتها للمنافسة الحادة والتخلف التكنولوجي وهذا ما يجرها الى الكساد.
- ايجاد برنامج تصدير فعال يخدم المؤسسة الاقتصادية الخاصة من خلال تنمية صادراتها على المدى الطويل.
- يستحسن للمؤسسات الاقتصادية الاعتماد على الكفاءات والمهارات المحلية مع انشاء هيئة تقوم بمهام اعادة النظر في الجودة والتسعير.
- ايجاد قانون موحد يعلو جميع القوانين والتشريعات الوطنية وينظم جميع المعاملات التجارية والاستثمارية الدولية، بما يساهم في استقطاب الاستثمار الاجنبي ويشجع الاستثمار الخاص.
- تسهيل اليات العمل بين البنوك والمؤسسات المصدرة، مع اقامة نظام مشجع للتصدير، واجراء دراسات وبحوث متعلقة بالاسواق الخارجية والعمل على تسريع الاجراءات الجمركية وتخفيضها قدر المستطاع لدى استيراد المواد الاولية المعدة للانتاج او تصدير السلع الى الخارج، خاصة لمسييري القطاعات النشطة في مجال الخصوصية.

ان القطاع الخاص يعمل من اجل الحصول على المكانة الممتازة لذا يجب عليه الدراية بحسن التصرف ونوعية المنتجات، نقص الاسواق، البحث عن استراتيجية الشراكة يتمكن من جذب التكنولوجيا ورؤوس الاموال الجديدة، وتوسيع حصص السوق وكذا ادماج طرق جديدة في التسيير.²

حسب احصائيات الديوان الوطني للاحصائيات فان القطاع الخاص الجزائري عرف نموا معتبرا منذ بداية موجة الاصلاحات الاقتصادية التي اتخذها الجزائر في بداية التسعينات واستمر الامر على نفس الوتيرة في العشرية الاخيرة، حيث يستحوذ القطاع الخاص على 98% من مجموع النسيج الاقتصادي يليه القطاع العام 1.8%، ثم الشركات المختلطة والاجنبية بمشاركة 0.2% من اجمالي القطاع الاقتصادي.³

¹- سفيان بن عبد العزيز، دعم وتطوير القطاع الخاص كالية لترقية التجارة الخارجية الجزائرية خ.م، بحوث اقتصادية عربية، العددان 61، 62، 2013، ص183-190.

²- عبد الوهاب عبدات، واقع الصناعات الغذائية وافاق تطورها في الجزائر خلال الفترة(1997-2007)، اطروحة الدكتوراه، جامعة الجزائر 03، 2010-2011، ص135.

³- حسين فريدة، فعالية القطاع الخاص في تطوير الصادرات خ.م بين الواقع وحقيقة الواقع، الملتقى الوطني حول ترقية الصادرات خ.م، مارس 2014، جامعة تيزي وزو.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

* جذب الاستثمار الاجنبي المباشر:

ان اي اجراء للنهوض بالاستثمار الصناعي المحلي لابد وان تدعمه اجراءات موازية لدعم الاستثمارات الاجنبية المباشرة للاستفادة بمزايا الايجابية المتعددة، اذ يعتبر بمثابة قوة ودفع للاقتصاد المحلي من اجل تحسين قدرته على النمو، كما يدعم حركة واستدامة الاندماج والتكامل والتبادل التجاري بين دول العالم فيعزز خيار الاندماج المغاربي الاقليمي والعالمي، كما يمكن الاستثمارات الاجنبية في حال الشراكة مع المؤسسات العامة والخاصة من اكتساب المعارف والخبرات والتكنولوجيا والجودة، وتقديم معها حلولاً لاشكالية البطالة وتغطية احتياجات الاسواق المحلية ما يدفع نحو تقليص الواردات والرفع من حجم وقيمة الصادرات، وجمالاً فالعناصر السابقة تعتبر بمثابة خيارات متاحة امام الجزائر لتنويع اقتصادها والرفع من الانتاجية، الا ان ذلك يرتبط بجملة من الاجراءات والآليات لتفعيلها وفقاً للتحفيزات¹.

كما يجب ادخال هذا الاستثمار في مختلف القطاعات في مجالات الزراعة والتجارة والبناء والانشاءات والنقل والاتصالات وغيرها من الخدمات كالسياحة والتعليم، وتلك المرتبطة بالانتاج الفكري (حقوق الملكية الفكرية).

ان الدخول في هذه المجالات الاقتصادية سيخلق حركة ديناميكية في الاقتصاد الجزائري، ويعود بتشابكات خلفية وامامية تتسم بامكانات وقدرات واسعة وكبيرة للتوسع في المستقبل وخلق مزيد من فرص العمل والتبادل والتفاعل بشكل انتشاري².

ولضمان مستقبل أفضل للاستثمار الاجنبي بالجزائر: يجب القيام ب³:

- تعزيز سياسات الانفتاح الاقتصادي والاندماج الاقليمي سواء في إطار الشراكة مع الاتحاد الاوربي او في إطار اتفاقيات مناطق للتجارة الحرة الثنائية والمتعددة الاطراف.
- تقسيم الحوافز الاضافية للمشروعات الاستثمارية، اضافة الى الضمانات القانونية والقضائية (حماية الاستثمار ضد المخاطر غير التجارية)، والعمل على تطوير قاعدة بيانات محلية تشمل فرص الاستثمار المتاحة وكذلك توزيع الاستثمار الاجنبي المباشر الوارد بين القطاعات.
- تهيئة البيئة التشريعية والقانونية والمؤسسية، وذلك بالعمل على تعزيز كفاءة الإطار التشريعي من خلال الحد من تعددية التشريعات المنظمة للاستثمار، مع تبسيط الاجراءات والرسوم وسرعة اصدار وتفعيل قوانين المنافسة ومنع الاحتكار وحماية

¹-د-حليمي حكيمة، مرجع سابق، ص219.

²-د-صبري حسن نوفل، ا حلام زاوية، الاستراتيجيات والسياسات الاقتصادية لجذب الاستثمارات الاجنبية خارج قطاع النفط، التجربة المصرية كنموذج للجزائر.

³-مفتاح صالح، وبن سمينة دلال، واقع وتحديات الاستثمارات الاجنبية المباشرة في الدول النامية، دراسة حالة الجزائر، مجلة بحوث اقتصادية عربية، العددان، 43.44، 2008، ص126.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

الملكية الفكرية وبراءات الاختراع، مع العمل على ادخال تعديلات مستمرة على التشريعات والقوانين السائدة بالشكل الذي ينسجم مع تشجيع النشاط الاستثماري.

المطلب الثاني: الاستراتيجية القطاعية لترقية صادرات المؤسسات ص وم في الجزائر:

تعتمد اساسا على تحريك القطاعات البديلة والراكدة والتي لها ميزة تنافسية على نمو النشاط الاقتصادي وتحسين اداء المؤسسات المنتجة في مساهمتها في الاقتصاد الوطني وخاصة القطاع الزراعي والصناعي ونبير ذلك كمايلي:

اولا: تطوير قطاع التصنيع:

انتشر في ستينات القرن الماضي استعمال هذه الاستراتيجية بسبب النتائج المحدودة لاستراتيجية احلال الواردات التي لم تتخطى المرحلة الاولى الا في عدد قليل من البلدان الصناعية الناشئة الحديثة كدول جنوب شرق آسيا والصين، حيث تعتمد هذه الاستراتيجية على البحث عن الاسواق الخارجية وما توفره من فرص لغزوها، ويكون البلد متمتعا بميزة نسبية تُحوّله منافسة المنتج المحلي لتلك الدولة، وبالتالي يكون السوق الخارجي للبلد أكثر اهمية من سوقه المحلي مع ضرورة تقليبه لتصدير المنتجات الخام وتحويل لتصدير مختلف السلع الاخرى الاستهلاكية والوسيطية والثقيلة.

وتتمثل دوافع البلد في تبنيه هذه الاستراتيجية في الآتي:

- الاستفادة من المزايا النسبية المحلية التي تمنحها وفرة المواد الأولية، فمثلا تتحول البلدان المصدرة للقطن الخام الى تصدير المنسوجات والملابس، كما تتحول البلدان المصدرة للنفط الخام الى تصدير مشتقاته.
- الاستفادة من حصيلة الصادرات من النقد الاجنبي لتمويل عمليات التنمية المختلفة وتقليل اعتمادها على الاستدانة الاجنبية.
- التغلب على مشكل ضيق السوق المحلي، وتشجيع الصناعات المحلية على التجديد والابتكار والتحديث بسبب تأثير المنافسة العالمية على المنتجات المحلية الموجهة للتصدير¹.

وعلى هذا الاساس قامت وزارة المؤسسات ص وم وترقية الاستثمار إطلاق برنامج وطني يعتمد اساسا على²:

- الاعتماد على ترقية الاستثمار الانتاجي الوطني والخارجي عن طريق تحسين مناخ الاستثمار وترقية الشراكة مع الاجانب.
- تدعيم الشراكة مع القطاع العام والنمو الاقتصادي الوطني عن طريق الاعتماد على المؤسسات التي لها انتاجية جيدة وتنافسية مع تدعيم ذلك بالشراكة لجلب رؤوس الاموال.

¹-الملتقى الوطني حول الاستراتيجية الصناعية الجديدة في الجزائر يومي 23.24 افريل 2012، جامعة مستغانم.

²-www.mipmepi.gov.dz.

مجلة دورية لوزارة المؤسسات ص وم والصناعة حول الصناعة الجزائرية، تاريخ الاطلاع 1-1-2011، ص20.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

– تدعيم القدرات الصناعية الوطنية بواسطة اشراك المؤسسات الوطنية خاصة القطاع الخاص من اجل تنمية البلاد وذلك باشراك كل المتعاملين والهيئات التي لها علاقة بالقطاع الصناعي.

الاستراتيجية الصناعية الجديدة: انتهجت السلطات العمومية استراتيجية تصنيعية جديدة تركز على قواعد السوق وذلك انطلاقا من مبدئين اساسيين: الاول يعتمد على فكرة ان حجم المؤسسة الصناعية العمومية يجب ان يتوسع الى مستوى الاقطاب الصناعية الكبرى في ميادين تم اختيارها مسبقا، بحيث يصل الى قدرة تغطية احسن للطلب الداخلي عن طريق الانتاج الوطني، بما يعني العمل بمستوى انتاجي وتكنولوجي اعلى، هذه الاقطاب بامكانها ان تدفع الى تكوين شبكى من المؤسسات ص وم التي تعمل في اندماج معها، المبدأ الثاني: يرتبط بتوسيع الشراكة مع الخارج وذلك لجلب التكنولوجيا من جهة والاستفادة من اسواق منتجات الشركات الاجنبية من اجل الرفع من قدرات التصدير نحو الخارج من جهة اخرى*¹.

الامثلة بدات تجسد في الواقع فقطب الميكانيك الجديد بوهان المقام بشراكة مع شركة رونو الفرنسية انطلق بمستوى اندماج وطني 12% ليصل الى 20% مع نهاية سنة 2015، ثم ان تطوير الاندماج الوطني سيدفع الى استثمارات جديدة، وطنية وبالشراكة في نفس هذا المنطق تم إطلاق انشاء عدد من الاقطاب الصناعية الاخرى على غرار الاسمدة والامونياك والنسيج والغاز المسال².

اصبحت الاستراتيجية الصناعية الجديدة الرامية لاعادة إنعاش القطاع الصناعي امرا حتميا في ظل مستجدات النظام الاقتصادي العالمي، لياخذ هذا القطاع بدوره مكانته التي يجب ان يشغلها، بالاضافة الى القطاعات الاخرى في قيادة مسيرة التنمية الاقتصادية في جزائر اليوم والغد، ومن فحوى الجلسات الوطنية التي عقدت ايام 26، 28-02-2007 حول سياسات واستراتيجيات إنعاش الصناعة في الجزائر يمكن تحديد الإطار العام للاستراتيجية الصناعية الجديدة في النقاط الاتية³:

- تبني إطار مرجعي ونظرة جديدة للتنمية الصناعية.
- تحديد مبادئ الاستراتيجية وتشكيل السياسات الصناعية.
- ضرورة وضع سياسة لتحفيز الاستثمارات الاجنبية المباشرة.

¹-abdarrahmane Mabtoul, in le développement economique de l'algerie, casbah édition, alger, 2011, p53.

*عمدت السلطات العمومية على استرجاع بعض الوحدات الصناعية المخصصة على غرار مصنع الحجار للحديد والصلب في اطار تطبيق قاعدة 51-49% في صالح الطرف الجزائري وهو مايعني تاميم الشركات الهامة التي بامكانها المساهمة في تخفيض الاستيراد المفرط لمدخلات قطاعات استراتيجية مثل البناء.

مقال حول الاقطاب الصناعية الجديدة <http://www.ccf.fr.renault>, compte-porter-le taux-d-142415. تاريخ الاطلاع 2017-05-12

³الملتقى الوطني حول الاستراتيجية الصناعية الجديدة في الجزائر يومي 23.24 افريل 2012، جامعة مستغانم، ص150-152.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

- ضرورة تغيير النظام الاقتصادي ومواصلة تطبيق سياسات الإصلاح الهيكلي التي تم الشروع فيها منذ بداية التسعينات وبالخصوص الإصلاح البنكي، بروز سوق رؤوس الأموال وإنشاء سوق للعقار الاقتصادي، تعزيز وتقوية الشفافية على مستوى سوق السلع والخدمات وقواعد المنافسة لصالح المستهلك.

تندرج الاستراتيجية الصناعية الجديدة ضمن الاستراتيجية الاقتصادية الشاملة التي تقوم على تصور جديد ونظرة جديدة للاقتصاد، كما تركز على حرية المبادرة وعلى ترشيد الاقتصاد وتعزيز منظومة التكافل والتضامن الاجتماعي، وتهدف هذه الاستراتيجية إلى التطوير المكثف للنشاطات الصناعية التي تدخل في إطار السياسة الداعمة للسلم والازدهار.

وترتكز هذه الاستراتيجية على المحاور الكبرى التالية:

- **اختيار القطاعات الجارية ترقيتها وتشجيعها:** حيث يتم الاعتماد على الخطوات في تحديد القطاعات ذات الأولوية في التشجيع والدعم، التعريف بالفروع التي تعرف بالاحتمال القوي للتطور وهي في متناول الأسواق الدولية، تحليل مستوى تنافسية القطاعات المعرفة وتقييم نقاط القوة ونقاط الضعف للقطاعات المستهدفة وكذلك الاخطار والفرص المتوفرة في السوق الدولي ومن ثم عرض استراتيجية الصناعة الملائمة من خلال هذه الخيارات المتتابعة والمحيطة بعوامل تطبيقها.

- **الانتشار القطاعي للصناعة:** وسيتم الانتشار حسب الخيارات التي تم تحديدها في المحور الأول من قبل استراتيجية الصناعة، ويقوم النشاط في هذا المحور من خلال ثلاث برامج مكتملة وهي تمييز الموارد الطبيعية-تكثيف النسيج الصناعي-وترقية الصناعات الجديدة¹.

- **انتشار وتوسع حيز الصناعة:** وذلك عن طريق مناطق التطور الصناعي المدرجة وكذا مناطق التحكم الاقتصادي أو المناطق المتخصصة، هذه المناطق متمركزة ووضعتها في مكانها يتم تدريجياً فتطورها يسمح بخلق تعاون باستغلال التركيز الفضائي، وهذه المناطق متمركزة ووضعتها في مكانها يتم تدريجياً فتطورها يسمح بخلق تعاون باستغلال التركيز الفضائي للنشاطات الاقتصادية وذلك بوضع الشركات والمؤسسات العمومية للضبط وايضا هيئات البحث، التكوين والخبرة داخل الشبكة بفضل التعاون الذي سيكون بين المناطق الجديدة ماسيكون له مفعول لاحداث مناخ جزئي للاعمال بشكل فعلي وتعميق الاستثمارات.

- **سياسات التطور الصناعي:** وتشمل الاعتماد على وضع المؤسسات في مستواها الحقيقي-الابداع والصناعة تعتبر اليوم الافكار المحركة للتطور-تطوير الموارد البشرية والمؤهلات-ترقية الاستثمار الاجنبي المباشر.

¹د-احمد نصير، زين يونس، اهمية الصادرات الصناعية في تنمية الاقتصاد الجزائري وفق نموذج الاوز الطائر لدول جنوب شرق اسيا، ملتقى وطني حول المؤسسات الاقتصادية الجزائرية واستراتيجيات تنويع الاقتصادي، افريل 2017، جامعة قلمة، ص18.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

-تكتيف النسيج الصناعي وترقية الصناعات الجديدة: من خلال اعطاء اهمية للصناعات الجديدة الغير الموجودة، او التي تشهد تقصيرا ويتعلق الامر على وجه الخصوص بالصناعات المتعلقة بتكنولوجيا الاعلام والاتصال وبصناعة السيارات¹.

-تطوير الفروع الصناعية الكبيرة: تظهر اهمية هذه الفروع فيما تقدمه من قيمة مضافة عالية يمكنها المساهمة بنسب مرتفعة في الناتج المحلي الاجمالي والتقليص من حجم الواردات التحكم في المضاربات حول منتوجات مثلما يحدث عادة في فرع الاسمنت، الحديد والصلب وغيرها، فيمكنها الحفاظ على المستوى المطلوب منها في السوق، بالاضافة لكونها أحد الحلول الناجعة لمشكلة البطالة نظرا لفرص العمل الهائلة التي توفرها المصانع الكبرى سواء المؤهلة او غير المؤهلة².

-الابداع والصناعة: تعتبر اليوم الافكار المحركة للتطور، فنظام ابداع داخلي المنشا عليه تغذية تطور قطاع الصناعة الجزائري، الا ان هذا التطور التدريجي الذي لا يستطيع ان يكون مؤمنا بحركية السوق وحدها، بل يحتاج لتدخل السلطات العمومية لارساء النظام الوطني للابداع سيتم اعداده ووضع له لدعم سياسة الترقية والتطوير من اجل التقدم التقني³.

-البحث-التكوين والمؤسسة: التقييم الحالي للمناطق الصناعية غير فعال تم اقتراح انشاء اقطاب النمو للتدريب، لذا من الممكن انشاء مناطق صناعية مندمجة تستغل تركز النشاطات الاقتصادية وتنظم المؤسسات وهيكل البحث على ثلاث مراحل:

م-1: وتخص برامج تطوير التنمية الصناعية المندمجة المقررة في افق 2009، ويشمل انشاء:

- مناطق التنمية الصناعية المندمجة: في كل من الولايات التالية: الجزائر، البليدة، وهران، مستغانم، سطيف، غرداية، حاسي الرمل، عنابة، بومرداس.
- اقطاب تكنولوجيا: الجزائر (سيدي عبد الله)، بجاية، سيدي بلعباس.
- مناطق متخصصة: ارزو، وهران، حاسي مسعود، سكيكدة.

م-2: تشمل انشاء مناطق نشاط متعددة الميادين وذلك بالولايات التالية: قسنطينة، سكيكدة، تلمسان، عين تموشنت.

م-3: فيما سيتم انشاء اقطاب تكنولوجية اخرى بكل من باتنة، شلف، قسنطينة، تلمسان.

¹د-طبايبي سليمة، شبلي دنيا، دور البرنامج الوطني لتاهيل المؤسسات الصناعية في تطوير المناطق الصناعية بالجزائر، الملتقى الوطني حول تاهيل المناطق الصناعية في الجزائر كمدخل لتعزيز تنافسية المؤسسات ص وم وترقية الصادرات خ.م، الواقع والافاق والتجارب الناجحة، اكتوبر 2015، جامعة قلمة، ص137.

²د-حليمي حكيم، مرجع سابق، ص212.

³د-عروب رتيبة، اهمية تاهيل وتنمين الموارد المتاحة في تفعيل الاستراتيجيات الصناعية ودفع عجلة التنمية الاقتصادية في الجزائر، حقائق وافاق، ملتقى وطني تحت عنوان 'الاستراتيجية الصناعية الجديدة في الجزائر، استمرارية ام قطيعة، 2012، ص7.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

اذن واجب الدولة في إطار الاستراتيجية الصناعية الجديدة القيام بعملية التخطيط والتسهيل من خلال تحديد الفروع الواجب تميمتها وكذا تمويل المشاريع وتوفير المناخ المناسب للاستثمار ودفع عمليات البحث والتكوين¹.

-تشجيع وتحديث الصناعة: تعتبر الجزائر أحد الدول النامية التي يجب عليها ان تحذو الى الاقتصاد الرقمي والاقتصاد المعرفي الصناعي الجديد ولاحداث هذا التحديث يجب توفير مايلي²:

- البنية الاساسية التكنولوجية وتشجيع التكامل الصناعي.
- توفير الاستثمارات اللازمة لاستمرارية تسهيلات ووسائل التحديث الصناعي.
- اجراء التعديلات المستمرة للتكنولوجيا لاجراء عمليات التحديث والتطور لاختيار التكنولوجيا المناسبة.
- سياسة تعمل على تسهيل ارساء الاستثمارات الخارجية المباشرة في النسيج الصناعي وادماج مفعولها الداخلي لفائدة المؤسسات الوطنية³.

-التنوع الاقتصادي: يعني مدى التبادل في مكونات البلد في صادرات المنتجات وتطور المنتجات لعدة قطاعات، ومن اجل تنمية هذا التنوع لا بد من استعمال الاختراعات التكنولوجية والطاقت العلمية والمهارات مع تشجيع واعطاء تسهيلات للقطاعات التي يمكن ان تقدم اضافة لقطاع التصدير على غرار تنمية الاسواق ودعم المستهلك وضمان استقرار الاسعار⁴، ولفك تبعيته لقطاع المحروقات يجب التركيز على ثلاث محاور رئيسية هي⁵:

-اصلاح الإطار العام لادارة الاقتصاد الكلي لتعزيز الاستقرار الاقتصادي في المدينين القريب والمتوسط ودعم التنافسية وتنوع الاقتصاد في المدى المتوسط والبعيد.

-تحسين مناخ الاعمال: يساهم راس المال الاجنبي بشكل فعال في تنوع الصادرات خ.م ونقل التكنولوجيا، غير انه يلاحظ في الجزائر هو تركيز الاستثمار الاجنبي في قطاع المحروقات، لذا يتعين على السلطات اتخاذ تدابير تحفيزية لجذب الاستثمار الى

¹د-احمد نصير، زين يونس، مرجع سابق، ص19.

²محمد ابراهيم عبد الرحيم، الاقتصاد الصناعي والتجارة الالكترونية، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، 2008، ص134.

³عروب رتيبة، مرجع سابق، ص7.

⁴-Salomon samen, a primer on export diversification, key concepts, theoretical underpinings and empirical evidence, growth and crisis unit, world bank, may 2010, p04.

⁵د-فوقة فاطمة، مرقوم كلثوم، تقلبات اسعار النفط، أي بدائل متاحة للاقتصاد الجزائري، مجلة الاقتصاد والمالية، العدد رقم 03، 2016، جامعة الشلف، ص26.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

القطاعات الأخرى خ.م وانشاء شركات بين الشركات المحلية والاجنبية للاستفادة من نقل التكنولوجيا ورفع تنافسية المؤسسات المحلية، كما في ماليزيا والمكسيك¹.

-خلق النموذج الجديد للاقتصاد في سنة 2016، ومع تهاوي اسعار النفط منذ حلول سنة 2014 أصبح الوضع الاقتصادي يفرض نفسه بقوة على الجزائر من خلال محاولة رسم خطة اقتصادية تعتمد في مجملها على علاقة تكاملية بين شتى القطاعات الاساسية وهي الصناعة والفلاحة والسياحة، ومحاولة زحزحة اعتماد الاقتصاد الكلي على اموال الربيع بغية تحقيق الاكتفاء الذاتي من جهة والتوازنات المالية والاقتصادية لميزانية الدولة من جهة اخرى².

ثانيا: النهوض بالقطاع الفلاحي وتنميته: وذلك باعتماد عدة آليات اهمها³:

-سياسة التجديد الفلاحي والريفي: نُهج جديد للاستراتيجية الزراعية بعد فشل المخطط الوطني للتنمية الفلاحية الذي أطلق سنة 2000، من اجل تحقيق اهدافه سعت الجزائر لاستدراك التاخر في القطاع عبر برامج التنمية الخماسي الاول والثاني منذ 2004 الذي كان من بين اهدافه إنعاش النشاطات الانتاجية وخاصة في القطاع الفلاحي، كما اعتمدت برنامجا خاصة لتحسين الانتاج وخاصة منه الفلاحي في قانون المالية لسنة 2014 من خلال مخطط التحسين الانتاجي.

الا ان البرامج المكثفة لم تقدم النتائج المنتظرة في القطاع الفلاحي، بل اصبحت هذا الاخير عبء على الاقتصاد ولايساهم في تكوين ثروته الا بنسب ضعيفة جدا، فتم تبني استراتيجية جديدة تسمى بسياسة التجديد الفلاحي والريفي لتعالج نقائص المخطط الوطني للتنمية الفلاحية، فتمثلت سياسة التجديد الفلاحي اداة لتحقيق السيادة الغذائية عبر الرفع من معدلات الاكتفاء الذاتي، وخيارا استراتيجيا للنهوض بالقطاع في ظل ضرورة الاعداد لمرحلة مابعد النفط بتنمية القطاعات المنتجة ومنها الزراعة التي مثلت برنامجا وطنيا يشمل كافة الفاعلين في القطاع والمعنيين به لتعزيز دور الريف في تحقيق الامن الغذائي المستدام وترتكز على:

-الركيزة الاولى: التجديد الزراعي: وتمثل منطلقا هاما للسياسة المطروحة من خلال توجيه كافة الجهود حول تعزيز الانتاج

النباتي والحيواني، حيث تقدم اجراءات هامة على ثلاث مستويات:

¹ -1- نوي نبيلة، تقسيم نتائج النموذج التنموي القائم على عوائد النفط في الجزائر والحاجة لنموذج تنموي جديد قائم على التنوع الاقتصادي، مجلة العلوم الاقتصادية، العدد 15-2016، جامعة سطيف، ص272.

² -1- احمد عمان، حتمية تنوع الاقتصاد الجزائري في ظل تهاوي اسعار النفط في الاسواق العالمية، الملتقى العلمي حول بدائل النمو والتنوع الاقتصادي في الدول المغاربية بين الخيارات والبدائل المتاحة، جامعة الوادي، يومي 2، 3 -11-2016، ص12-13.

³ - بتصرف بالاعتماد على:

-presentation de la politique de renouveau agricole et rural en algerie et de programme quinquenal, 2010-2014 (MADR).

-امال حفناوي، حكيمة بوغديري، دور سياسة التجديد الفلاحي والريفي في تحقيق امن غذائي مستدام، الملتقى الوطني حول السياسات الاقتصادية في الجزائر، الواقع والتحديات، يومي 12 و13 نوفمبر 2013، جامعة سوق اهراس، ص9-11.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

-إطلاق برامج تهدف لتكثيف وتحديث الانتاج الزراعي وطرقه، والعمل على تحقيق اكتفاء ذاتي في منتوجات نباتية وحيوانية لها طلب عالي في السوق المحلي بالرفع من قدرات الانتاج وكميته وتحقيق التكامل بين فروع هذه المنتجات كالحبوب، الحليب، البقول، البطاطا، الزيتون، الطماطم الصناعية، النخيل واللحوم البيضاء والحمراء.

-تقديم جملة من التسهيلات المالية والمادية للعاملين في المجال الفلاحي كاستحداث قروض بدون فوائد من المبلغ المدفوع للحبوب الذي يتجاوز 17 مليار دج، تخصيص قروض ميسرة تصل الى مئة مليون دينار للمنتجين اصحاب الامتياز المستغلين ل 10 هكتارات وكذلك المستفيدين من قروض التحدي.

-**الركيزة الثانية: التجديد الريفي:** استنادا الى نهج مبتكر للتنمية الريفية، ثم إطلاق مشاريع التوعية على نطاق واسع للتنمية الريفية المتكاملة، واعادة الاعتبار والادماج للمناطق المهمشة، فتهدف الى تحديث واعادة تاهيل القرى وتنويع الانشطة الاقتصادية في المناطق الريفية، وحماية وتعزيز الثروات الريفية، مع العمل على تحسين الظروف المعيشية لسكان الريف.

-**الركيزة الثالثة: تعزيز القدرات البشرية والدعم التقني:** بالنظر لاهمية المورد البشري في تطبيق مختلف برامج سياسة التجديد الفلاحي والريفي، فقد افرزت اجراءات هذه السياسة الى تعزيز القدرة الادارية للاطارات عبر برنامج تعزيز القدرات البشرية والدعم التقني يستهدف الإطارات العاملة في القطاع وكذا الفلاحين على حد سواء.

استراتيجية الدولة لدعم وتطوير قطاع الصناعات الغذائية والزراعية:

اولت الدولة في برامجها التنموية اهتماما كبيرا بقطاع الزراعة وتحديد فرع الصناعات الغذائية من اجل النهوض بالقطاع لانه الأكثر حيوية للاقتصاد الوطني، حيث تتدخل الدولة لتأطير هذا القطاع من اجل ضمان ادائه الجيد وذلك عن طريق¹:

- الإطار القانوني والتنظيمي: من اجل حماية المستهلك وحماية الاقتصاد الوطني وضعت الدولة معايير قانونية وتنظيمية لتوفير الرقابة لضمان كل من مرحلة الانتاج، النظافة، النوعية والجودة)، فلذلك وضعت قيد التنفيذ التسهيلات التالية للمؤسسات الصناعية الغذائية:
- تضع الدولة تسهيلات كبيرة للاستثمار والمستثمرين في هذا المجال، حيث تقوم بتحويل المشروعات بنسبة تصل الى 60% الى 70%.
- تقوم الدولة بوساطة بنوكها بتحويل المشروعات ص وم والمصغرة الخاصة بالصناعات الغذائية وذلك بمنح قروض باسعار فائدة معقولة وصلت سنة 2003 الى 6.5%، اما فترة السداد للديون فتمتد الى 07 سنوات.

¹-المحامي ثريا، استراتيجية المنافسة والابداع في مؤسسات الصناعات الغذائية في الجزائر بين الواقع والمأمول، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع م في الدول العربية، جامعة الشلف، 2010.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

- الإطار المؤسسي: تضع الدولة مؤسساتها لتنظيم وسير هذا القطاع، حيث في القمة يشرف عليه 8 وزارات، الفلاحة، وزارة الصيد والموارد المائية، وزارة المالية، وزارة العمل، وزارة الصناعة، وزارة مصوم والصناعات التقليدية، الوزارة الوصية عن ترقية الاستثمارات، ثم يأتي العديد من المؤسسات والمخابر والمعاهد البحثية المتخصصة في الصناعات الغذائية والزراعية.
- كما وضعت تسهيلات كبيرة لفتح الابواب امام العمل المشترك والتعاوني مع شركاء اجنبية لها الخبرة والاسبقية في هذه الميادين التي بإمكانها اعطاء بصمة جديدة معمولة لمؤسساتنا الوطنية ، ويمكن الاهتمام بتعزيز القدرة التنافسية عن طريق¹:
- التنسيق العمودي بين المنتجين والمسوقين المحليين والمستوردين والمصدرين ويعتبر التطور التكنولوجي أحد العوامل الاساسية لتحقيق النمو وزيادة الانتاج بهدف تحقيق استراتيجية التكلفة الدنيا لوحدة الانتاج.
- اتباع تنمية صناعية بمعناه الشامل بما في ذلك التصنيع الزراعي والقيام بهذا النوع من التنمية في ظل اتفاقية الشراكة تساهم في احداث التطور والتركيز على الصناعات عالية التقنية مثل الالكترونيات والصناعات الهندسية الوراثية.
- ان سد العجز في الفجوة الغذائية يتطلب تعديل الاستراتيجية الزراعية الراهنة وزيادة اداء وفعالية القطاع الزراعي واقامة مشاريع زراعية ورفع الانتاج الزراعي عن طريق الاستغلال الامثل للموارد الطبيعية الزراعية.
- زيادة نسبة تصدير هذه المنتجات الزراعية ولو بنسب قليلة بعد ان كانت تستورد من خارج الوطن وبذلك يتم توسيع حجم التبادل التجاري لهذه المنتجات بين البلدان².

-**افاق القطاع الفلاحي:** حظي واقع ومستقبل الزراعة بالجزائر في السنوات الاخيرة باهتمام الكثير من الخبراء والباحثين الذين اعدوا اوساهموا في دراسات وافية وقيمة وجدية تمكن في حالة اعتمادها من اعادة بعث الحياة في القطاع الفلاحي بالجزائر ومنحه الصدارة عالميا، لاسيما ان الجزائر تتوفر على شريطا ساحلي خصب يتجاوز 90% ما تتوفر عليه دول البحر المتوسط.

الجزائر تحظى بكل المميزات والخصائص التي تجعلها رائدة وقوية في مجال زراعة الزيتون وانتاج أفضل الانواع واجودها من زيت الزيتون الذي نال شهرة كبيرة بالاسواق العالمية، بالاضافة الى الهضاب العليا والواحات والسهوب التي تمتد على أكثر من 60 مليون هكتار، مؤهلة لانتاج زراعات ممتازة كالحبوب وتربية الانعام وغيرها من المنتجات الزراعية.

وعليه ان البديل الاول لعائدات المحروقات في الاقتصاد الجزائري هو الفلاحة، والرهان الحقيقي للنهوض بقطاع الفلاحة هو دعم الشباب ماديا ومعنويا خاصة في ظل توجه شريحة كبيرة منهم نحو هذا المجال بالاضافة الى مكنة الفلاحة، اذ يعد السبيل الوحيد

¹- عبد الوهاب عبادات، مرجع سابق، ص305-308.

²- عماد محمد العاني، محمد معتوق عبود، الية رسم السياسات الاقتصادية للحكومات المحلية، دار الاعصار العلمي، مكتبة المجتمع العربي، ط1، 2015، عمان، ص119.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

لربح الوقت وتطوير القطاع، وكذا تسهيل الاستثمار الوطني والاجنبي وتسهيل الحصول على الاراضي الفلاحية والقروض خاصة في الجنوب، وكذا انشاء جمعيات وتعاونيات لتنظيم الفلاحين ونشاطهم¹.

ثالثا: استراتيجية التنمية السياحية في الجزائر: تم في هذا الإطار الانطلاق في تجسيد مشاريع سياحية ضخمة من شأنها الاستجابة للتدفق الهائل المرتقب للسياح، وإنعاش السياحة المحلية والوطنية، ويخص الامر انجاز سبعة اقطاب سياحية بامتياز، و50 قرية سياحية ذات مواصفات عالمية بمختلف ولايات الوطن.²

حيث قامت الدولة الجزائرية بمجهودات من اجل تنمية القطاع السياحي لابرز اهم المقومات الاساسية للجزائر لاعطاء قوة كبرى للسياحة في المحيط الاورو متوسطي، وعليه تم مراجعة المخطط الوطني لتهيئة الاقليم الذي ضم برامج ومخططات فرعية عدة ابرزها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية³ SDAT 2025 الذي جاء نتاج كبير بين مختلف الفاعلين في المجال السياحي من خلال الندوات الجهوية والجلسات الوطنية والدولية للسياحة بداية من سنة 2008، ويمثل SDAT 2025 الإطار الاستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية في الجزائر والوثيقة التي اعلنت الدولة من خلالها بجميع الفاعلين والقطاعات والمناطق عن مشروعها السياحي لافاق 2025، كما تقدم نظرتها للتنمية السياحية الوطنية للمدى القصير 2009، والمتوسط 2015، والمدى الطويل 2025، ويعتبر ايضا اداة تترجم ارادة الدولة في تامين القدرات والمؤهلات الطبيعية، الثقافية والتاريخية للجزائر وتسخيرها لخدمة السياحة، حيث يجب النظر الى السياحة في اطار مقارنة شاملة لبرنامج التنوع الاقتصادي والتوفيق بين ترقية السياحة والبيئة، وهو مايفسر ميلاد المخطط الوطني للتهيئة السياحية من مخطط شامل اوسع(التهيئة الاقليمية) وتامين التراث الثقافي التاريخي والديني باعتبار ان هذا التراث يمثل عصب حياة القطاع السياحي وضمان جاذبية الجزائر كوجهة سياحية*.

اهدافه⁴:

- ترقية اقتصاد بديل للمحروقات-تتمين صورة الجزائر وجعلها مقصدا سياحيا بامتياز.
- تنشيط التوازنات الكبرى وانعكاسها على القطاعات الكبرى.
- تتمين التراث التاريخي، الثقافي مع مراعاة خصوصية كل التراب الوطني.

¹-د-جدي عبد الحليم، د شرباق رفيق، استراتيجية ترقية الصادرات الجزائرية اعتمادا على تنمية القطاع الفلاحي، الملتقى الوطني حول المؤسسات الاقتصادية الجزائرية واستراتيجيات التنوع الاقتصادي في ظل انحيار اسعار البترول، 25.26 افريل 2017، جامعة قلمة، ص8-9.

²-إيمان خلفلاوي، امال بن ناصر، الاستثمار السياحي كاستراتيجية تنمية بديلة لجزائر مابعد المحروقات، واقع وافاق، ملتقى دولي حول تقييم استراتيجيات وسياسات الجزائر الاقتصادية لاستقطاب الاستثمارات البديلة للمحروقات في افاق الالفية الثالثة بالجزائر، يومي 28.29 اكتوبر 2014، جامعة المسيلة، ص19.

³-sarah makhlouf, opportunités et défis de la résuisté alternatifs de developpement de l'économie algérienne hors hydrocarbures.seminaire national, vers une diversification de l'économie algérienne, le tourisme serait-il un bon choix, université de jizel, 2014, p6.

⁴-إيمان خلفلاوي، امال بن ناصر، مرجع السابق، ص19.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

— التوثيق الدائم بين ترقية السياحة والبيئة.

* آليات إنعاش السياحة في الجزائر (الحركات الخمس للتفعيل السياحي) وهي¹:

- **مخطط وجهة الجزائر**: اعتبرت الاستراتيجية الجديدة ان ترقية هذه الصورة يمثل مسالة اساسية لتصبح وجهة سياحية كاملة وتنافسية تكون أبرز ملامحها الاصاله والابتكار والنوعية، وهي محاور مخطط الوجهة الذي يهدف الى بناء صورة جديدة بالاعتماد على التسويق السياحي للمنتوجات الموجودة والمتوجهة نحو الابتكار والابداع، وتكمن اهمية تقويم وجهة الجزائر بالاضافة الى زيادة التدفق السياحي.

- **الاقطاب السياحية POT**: القطب السياحي هو تركيبة من العرض السياحي للامتياز في رقعة جغرافيا معينة مزودة بتجهيزات الاقامة، التسلية، الانشطة السياحية والدورات السياحية بالتعاون مع مشاريع التنمية المحلية²، حيث حدد المخطط التوجيهي سبعة اقطاب سياحية تسعى لانشائها وتطويرها موزعة على مختلف مناطق الوطن (اقطاب الامتياز في الشمال، شرق، غرب، وسط)، وفي الجنوب شرق غرب، والجنوب الكبير، طاسيلي والاهقار)، ويهدف هذا المخطط عبر هذه الاقطاب الى زيادة التنوع السياحي والتعريف بالجزائر كوجهة سياحية تنافسية.

- **مخطط النوعية السياحية PQT**: يمكن مخطط الجودة من الرفع من التنافسية السياحية داخليا وخارجيا خاصة اعتماد فكرة منح العلامة الوطنية "جودة السياحة الجزائرية".

- **مخطط اشراك القطاع الخاص**: لايمكن تصور تنمية دائمة لسياحة دون تعاون بين القطاع العمومي والخاص، ويمكن الحديث عن الشراكة العمومية — الخاصة عندما يتحرك المتعاملون العموميين والخواص سوية للاستجابة للطلب الجماعي للمنتجات السياحية، فاذا كانت الدولة تمارس دورا ضروريا في المجال السياحي، خاصة في تهيئة الاقليم وحماية المناظر العامة، ووضع المنشآت القاعدية، فان القطاع الخاص يضمن اساسيات الاستثمار والاستغلال السياحي، يضمن الاملاك والخدمات التي تضعها الدولة تحت

¹ - بتصرف بالاعتماد على:

-Ahmed sid, element de la stratégie de developpement du tourisme en algerie, réunion d'experts sur la contribution du tourisme à un développement durable (onuced), Genève, 14-15-2013, p15.

-المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لافاق 2025، كتاب رقم 02، وزارة التهيئة والاقليم والبيئة والسياحة، الجزائر، ص19-60.
-لحسين عبد القادر، استراتيجية تنمية مستدامة للقطاع السياحي في الجزائر على ضوء ماجاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لافاق 2025 الآليات والبرامج، مجلة اداء المؤسسات الجزائرية، العدد 02، 2012، ص181-183.

-نورالدين شارف، نصر الدين بوعمامة، ترقية القطاع السياحي كبديل لاستغلال الثروة النفطية الناضبة من اجل تحقيق تنمية مستدامة في الجزائر الملتقى الدولي حول التنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة، ايام 07 و08 افريل 2008، جامعة سطيف، ص13-14.

² -د-سالمي رشيد، اسماء قاسمية، دور القطاعين الزراعي والسياحي كخيارات استراتيجية بديلة لقطاع المحروقات، حالة الجزائر، مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية، العدد 12، ديسمبر 2015، جامعة البلدة 02، ص243.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

تصرفه، وعلى هذا الاساس يسعى مخطط الشراكة العمومية - الخاصة الى خلق روابط بين مختلف الفاعلين في العملية السياحية، وذلك من اجل مواجهة المنافسة الاجنبية وتحقيق منتج سياحي نوعي وجعل الواجهة الجزائرية أكثر جاذبية وتنافسية لبلوغ مستوى نضج سياحي يرقى بالجزائر الى مصاف البلدان السياحية الأكثر تفضيلاً¹، اذن يعتبر مخطط الشراكة بين القطاعين العام والخاص احد اهم الآليات التي يمكن اعتمادها لانعاش السياحة ورفع مساهمتها في الناتج المحلي الاجمالي استعدادا لمرحلة ما بعد النفط.

-مخطط تمويل السياحةPFT: بناء على اهمية التمويل في اي صناعة تبرز اهمية مخطط تمويل السياحة الذي يعني بحماية ومرافقة المؤسسة السياحية الصغيرة والمتوسطة ومساعدتها في اتخاذ القرارات الاستثمارية وتقدير المخاطر التمويلية لضمان استمرارية المشاريع السياحية، وكذا تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي باعتماد الحوافز المالية والجبائية وتسهيل وتكثيف التمويل البنكي للنشاطات السياحية.

وتهدف هذه الاستراتيجية الى²:

- بلوغ تدفق 3 ملايين سائح وعائدات تفوق 1.5 مليار دولار.
- تطوير المنشآت الفندقية بخلق 20000 سرير و3500 منصب شغل جديد.
- تكييف النشاط السياحي وفق المعايير الدولية.
- تطوير تكوين الموارد البشرية للرفع بمستوى الخدمات الفندقية.
- وضع استراتيجية الاتصال والاشهار واضحة ومدرسة للتعريف بالجزائر باشتراك كل الفاعلين.

¹-سالمي رشيد، المرجع السابق، ص244.

²-sarah makhlouf, ibid, p7.

المبحث الثالث: التجارب الدولية الرائدة في مجال ترقية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

نبرز اهم التجارب الدولية التي نراها قريبة للنموذج الجزائري والواقع الاقتصادي والتي يمكن الاستفادة من تجاربها في الرفع من اداء الصادرات (ان معايير اختيار التجارب خاضعة الى القرب الجغرافي، الارتباط التاريخي والاقتصادي، تشابه وضعية الاقتصاد) والتي نوجزها كما يلي:

المطلب الاول: اهم التجارب الاوربية: تتمثل في:

1- تجربة تركيا:

ارتكز البرنامج على استراتيجية التجارة المفتوحة على الخارج، وتم الى درجة كبيرة تحرير التجارة الخارجية واسواق المنتجات ثم في مرحلة لاحقة اسواق راس المال، وكان للسياسات المتبعة كجزء من برنامج الاستقرار الاقتصادي والتعديل الهيكلي، فقد كان نقطة تحول كبرى بعيدا عن نظام التصنيع على اساس استبدال الواردات وبداية لترسيخ نظام جديد يعتمد على استراتيجية النمو المتفتح على الخارج والمركّز على التصدير، وشهد الاقتصاد ارتفاعا كبيرا في الصادرات كنتيجة فورية للحوافز التصديرية السخية المقدمة واستمرار الانخفاض في القيمة الحقيقية للعملة، وحل المشاكل المتعلقة بميزان المدفوعات من خلال زيادة صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وكذلك على تغيير هيكل الاسعار النسبية لصالح القطاعات الموجهة نحو التصدير، والقطاعات كثيفة العمالة (من خلال خفض الاجور الحقيقية والسماح برفع اسعار الفائدة) وقطاعي الصناعات التحويلية والطاقة (من خلال احلال زيادة اسعار الدعم الزراعي باقل من معدل التضخم) مما زاد من معدل نمو الكثافة التصديرية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التركية¹.

كما تعتمد تركيا في ترقية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على عد هيئات اهمها:

-مركز ترويج الصادرات التركية IGEME: تم تاسيس مركز ترويج الصادرات التركية عام 1960، حيث قررت تركيا انشاء مؤسسة للمصدرين تساعدهم في تسويق منتجاتهم وتزويدهم بالمعلومات حول المنتجات والاسواق ومساعدتهم في ايجاد روابط مع المستوردين الاجانب، ويعمل المركز في خمسة مجالات اساسية للبحث والتطوير، التدريب، الاعلان والترويج والعلاقات الدولية. حيث يقوم المركز بتنمية علاقاته مع مؤسسات دولية لترويج التجارة في العالم كاحد الطرق الأكثر فعالية، حيث تم احداث مكتب لمركز التجارة العالمية في تركيا، هدفه مشاريع تنمية الصادرات، ادارة تسويق الصادرات، الدخول في تحالفات دولية.

¹-ايول طابماز (استاذ الاقتصاد)، المشروعات ص وم في الصناعات التحويلية التركية، مجلة التعاون الاقتصادي بين الدول الاسلامية، انقره، 2002، ص86-87.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

-اتحاد المصدرين الاتراك Turkish exporters assembly :TIM تم تنظيم المصدرين الاتراك في قواعد بيانية تبعا للمنتج ومنطقة المنتج، وتتواجد في كل المناطق التركية، يضم حوالي 145000 عضوا في جمعيات المصدرين في كافة المناطق وعن كل المنتجات المعدة للتصدير، يقوم بايجاد حلول المشكلات المصدرين وبناء السياسات والتعريف بالمصدرين الاتراك في الاسواق الدولية.

-هيئة ضمان الصادرات التركية (بنك الصادرات والواردات التركي EXIM BANK):

بدا عمله عام 1988 وذلك بهدف زيادة الفوائد الضرورية لنمو الصادرات كترجمة فعلية لاتجاه الدولة التركية الى سياسة تشجيع الصادرات export led growth في تحقيق التنمية الاقتصادية ويقوم بتامين القروض للمصدرين الاتراك، كما انها تقوم بتامين الضمان للمصدرين الاتراك ضد المخاطر التجارية لزيادة تنافسية المصدرين في الخارج.

ان الية عمل هذه الهيئات يمكن وصفها بالدقيقة والمنظمة من خلال توزيع المهام التي تمت تغطية كل الاسواق المستهدفة مما يسهل من عملية الترويج ودراسة حاجة المستهلكين، وكذا اداء اتحاد المصدرين التركيز القائم على التقسيم والتخصص ايضا يؤمن تغطية كل المناطق بمنتجاتها المتنوعة المصدرة منها والقابل للتصدير مما يسهل حل المشكلات التصديرية.

وكذا عمل الايجابي الذي يقوم بتقديم القروض والتمويل وبالتالي تشجيع المشاريع الصغيرة والمتوسطة على النمو والتوسع وتفعيل دورها في تنامي الصادرات التركية.¹

كما تبنت الحكومة التركية سياسة اقتصادية تهدف الى تنمية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة واعتمدت على:

- الحوافز الجمركية حيث قامت باعفاء جمركي لكل المستلزمات الخاصة بانتاج السلع المخصصة للتصدير، واستبدال ثمانية انواع من الرسوم الجمركية بتعريفه واحدة ورسم اضافي واحد بحلول سنة 1998.
- اعفاء ضريبي كامل للانشطة والصفقات المتعلقة بالتصدير، وضريبة الارباح على السلع التي يتم تصديرها وتلك التي تدخل في انتاج سلعة يتم تصديرها، كما ان المشاريع الصغيرة والمتوسطة التي يتم انجازها بالمناطق الحرة تخضع الى اعفاء من ضريبة الشركات، الدخل والاعفاء من القيود والتعريفات الجمركية.²
- توسيع مجالات التعاون بين القطاع الصناعي والجامعات من نطاق مايسمى بالتكنوبارك (مركز الابحاث).
- زيادة موارد الصادرات والواردات وتشجيع استخدام تبادل المعلومات التجارية بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.³

¹- سامر قاسم، صفاء هاشم عبود، دراسة تحليلية لتجربة مؤسسات دعم الصادرات التركية وامكانية الاستفادة منها في التجربة السورية، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 33، العدد 4، 2011، ص182.

²- براهيم بقله، البات تنوع وتنمية الصادرات خ م وأثرها على النمو الاقتصادي، دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الشلف، 2008-2009، 127-128.

³- محمد زاهد جلول، التجربة النهضوية التركية، مركز نماء للبحوث والدراسات، ط1، بيروت، 2013، ص127.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

- منح الحوافز التقليدية الخاصة بنسبة الاستيراد الضريبي عند التصدير وهي عبارة عن مكافآت التصدير التي يتم منحها للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بنسبة من الصادرات 5-30%.
- تشجيع اندماج المصدرين الصغار في شركات كبرى للتجارة الخارجية، وكل مصدر يحصل على مكافأة إضافية قدرها 10% من قيم الصادرات شرط تجاوز صادراته 30 مليون دولار سنويا.
- السماح للمصدرين باستخدام 50% من النقد الاجنبي لتوفير المواد الخام والسلع الوسيطة في انتاج سلع التصدير.
- السماح لصغار المصدرين من الحصول على قروض لتمويل صادراتهم بحدود 75% من اجمالي الصادرات.
- تخفيض المستمر لسعر الصرف الليرة التركية لتشجيع التصدير.
- عقد اتفاقيات تجارية ثنائية ودخول في تكتلات اقليمية واقامة مناطق التبادل الحر من اجل تنشيط التجارة الخارجية.¹

*بالاضافة الى اجراءات اخرى في هذا المجال تتمثل في²:

- تقدم الحكومة التركية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة المصدرة اعانات مالية مهمة من اجل انتاج منتجات ذات جودة عالية والعديد من المنتجات التركية تمتاز بالجودة لان جل المؤسسات المصدرة لديها مقاييس الجودة UE-ISO للتكيف مع المستحقات والمتطلبات الدولية، مما يساعدها على تطوير انتاجيتها وتنافسيتها في الاسواق الاجنبية وتعمل على تلبية طلبات الشركات الكبيرة والمهمة عن طريق تجمعات للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- تم انشاء بنك Eximbank لتقديم الاعانات للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة المصدرة لتكون لها الجاهزية المالية في الخارج والقيام بالاعمال على أحسن مايرام.
- تقوم الحكومة التركية على تشجيع استعمال تكنولوجيات الحديثة من طرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المصدرة مما يزيد من الاندماج الافقي للصناعة التركية، حيث المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تقوم باختيار النشاطات التي تتميز فيها وهذا يحسن من تنافسيتها والرفع من الصادرات، وبالتالي نشر التنافسية والمنافسة في العديد من القطاعات والمجالات في الاقتصاد وذلك عن طريق انتاج منتجات منمطة وفق مواصفات الدول الاوربية.
- كما تم انشاء غرف التجارة والصناعة من اجل مساعدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المصدرة في مجال التصنيع والتوزيع على المستوى الدولي للعمل بفعالية، وتطبيق التنظيمات المعمول بها في مجال التجارة الخارجية.

¹ - نيبيل كنوش، ومحمد كنوش، الاصلاحات والحوافز المعتمدة في تحقيق التنوع الاقتصادي في الاقتصاد التركي، مجلة المشكاة، العدد رقم 4-2017، ص16.

² - les petites et moyennes entreprises en turquie, problematique et politiques, OCDE, 2004, P68-70.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

– كما تقوم الحكومة بتوفير المعلومات الضرورية في مجال التجارة الخارجية وعن اوضاع الاسواق الخارجية لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المصدر، حيث تم في هذا الصدد اعتماد نظام خاص لتسهيل ومساعدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة العاملة في القطاعات والمنتجات الواعدة في النجاح على غزو الاسواق الاجنبية بسلع ذات جودة.

ان نتائج هذه الاجراءات والسياسات المتخذة من طرف السلطات التركية اتت بشمارها وهو ماشهده تطور مستمر لصادراتها خلال العشر سنوات الاخيرة وهذا ما تبينه احصائيات الجدول رقم 20:

السنوا ت	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
القيمة	10214	11388	13490	15246	15180	15761	14383	15699	16796
	3	3	7	2	3	0	9	3	7

المصدر: احصائيات WWW.wto.org.

من خلال الجدول السابق نلاحظ تزايد في قيمة الصادرات من 102143 مليون دولار سنة 2010 الى 157610 مليون دولار سنة 2014 بالرغم من انخفاض سنة 2015 بسبب تاثيرها بسياسة الرئيس الامريكى الجديد وتطلعه للهيمنة على الاقتصاد العالمي من جديد وهو ما يدل على مدى ارتباط الاقتصاد التركي بالاقتصاد العالمي، ومع السياسة المنتهجة من طرف الرئيس التركي اردوغان استطاع هذا الاخير اعادت بعث قيمة الصادرات في الثلاث سنوات الاخيرة الى ان تصل اعلى مستوى لها في العشر سنوات الاخيرة لتبلغ 167967 مليون دولار سنة 2018.

*التركيبية السلعية للصادرات التركية لسنة 2015:

مواد غذائية 14.3%	الاجهزة والمعدات ووسائل النقل 39.25%
مواد كيميائية 9.14%	مواد صناعية اخرى 27.29%
سلع مصنعة 35.45%	

المصدر: معهد الاقتصاد التركي

من خلال البيانات نجد ان الصادرات التركية يغلب عليها الطابع الصناعي بانشطته المختلفة تقترب من 85% بعد استبعاد الصادرات الزراعية والمواد الخام، كما ان الصادرات الصناعية لتركيما متنوعة فهي تشمل الاجهزة والمعدات ووسائل النقل، ومنتجات صناعية اخرى والملابس اما الصادرات ذات التكنولوجيا العالية لاتزيد نسبتها عن 2% من اجمالي الصادرات الصناعية، وتركزها على الصناعات التقليدية وذات التكنولوجيا المتوسطة او الضعيفة، ومن المزايا التي تتمتع بها تركيا في تجارتها الخارجية ان الميزان التجاري

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

للمواد الخام يشير الى توجه الاقتصاد التركي نحو التصنيع، فكلما كانت المواد الخام مستقلة في التصنيع كلما كان ذلك افضل من حيث خلق القيمة المضافة.

-التوزيع الجغرافي للصادرات: حسب البيانات عام 2015 تأتي ألمانيا على راس قائمة الدول المستقبلية للصادرات التركية ومن خلال الاطلاع على قائمة أكبر 20 وجهة للصادرات التركية تبين ان من بينها أربع دول عربية هي العراق، الامارات العربية، السعودية، مصر وكان ترتيبهم ب 3، 9، 12، 14 على التوالي وجاء هذا الترتيب لاعتبارات القرب الجغرافي.¹

-مقارنة بين التجربة الجزائرية والتركية:

تهدف من خلال اجراء دراسة حول الفروقات بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تركيا والجزائر من خلال تطورها العددي ونسب مساهمتها في الصادرات وصولا الى استنتاج بعض الدروس من التجربة التركية في هذا المجال تساهم وتساعد على ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.

جدول رقم 21 - الدراسة من حيث تطور تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

السنة	الجزائر	تركيا
2015	896811	2431916
2016	1014075	2471276
2017	1074503	2672458

Source: European commission enterprise and industry, SBA, fact sheet Turkey 2011-2017

Http : www.mdipi.gov.dz bulltin de veille statistique n20.p32.

يبين من خلال الجدول ان عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تركيا أكبر من الجزائر حيث في سنة 2017 تركيا 2672458 الجزائر 1074503 مؤسسة وهو العدد الذي لم يصل الى نصف عدد المؤسسات في تركيا، وعموما من خلال هذه الاحصائيات يظهر التفوق الواضح لتركيا في عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مقارنة مع عددها في الجزائر الذي لم يصل الى نصف العدد.

الجدول رقم 22- الدراسة من حيث نسب الصادرات للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة 2011-2017:

السنة	الجزائر	تركيا
2011	2.93	59.6

¹- عبد الحافظ الصاوي، خرائط القوى الداخلية في الجمهورية التركية، الجزء 2، المعهد المصري للدراسات السياسية والاستراتيجية، 2016، ص 9-10.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

62.6	2.96	2012
59.2	3.28	2013
56.5	4.46	2014
55.1	5.46	2015
44.6	6.16	2016

Source : www.mdipi.gov.dz.bulltin d'information n20.p32.

Http://: www.turk.gov.trlhb print do=15881.

Http://: www.turk.gov.trlhb print do=18587

من خلال الجدول يتضح التفوق الواضح اذ بلغت نسبة المساهمة في تركيا 62% والجزائر 5.46% سنة 2017، من اجمالي الصادرات التركية وبالتالي يمكن القول ان المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لها تأثير كبير على حجم الصادرات التركية، وعموما يظهر التفوق الواضح على مدى مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الرفع من حجم الصادرات التركية عن الجزائر التي وجب عليها اعادة النظر في الاستراتيجية تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الصادرات وتحقيق التنوع.

2- التجربة الفرنسية: اتخذت الدولة الفرنسية عدة اجراءات في مجال استراتيجية ترقية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تتمثل فيما يلي:

- ترابط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في شكل عناقيد صناعية: ونظرا للاهمية الاقتصادية والاجتماعية للعناقيد الصناعية فقد عملت الحكومات الفرنسية المتعاقبة على انشاء ودعم العناقيد الصناعية بقوة، حيث كانت البداية ببناء انظمة الانتاج المحلية سابل التي تعتبر النواة الاساسية لبزوغ العديد من اقطاب التنافسية التي كانت القوة الدافعة الى تدعيم وتطوير تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وزيادة انتاجيتها وتخفيض تكاليفها، بل الأكثر من ذلك فهي تسمح بتوفير امكانيات حقيقية لغزو الاسواق الدولية وبالتالي تشجيع وتيسير عملية توجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الفرنسية نحو التدويل.

ان عدد انظمة الانتاج المحلية بفرنسا وصل الى 103 نظام سنة 2004 يضم أكثر من 30 ألف مؤسسة توظف أكثر من 650 ألف عامل، وتتخصص في نشاطات متنوعة الميكانيك والمعادن والنسيج والغذائية والالكترونية، اذ تمثل هذه الانظمة مايقرب 90% من مجموع الانظمة و98% من اجمالي المؤسسات.

وبداية من 2004 تم انشاء اقطاب تنافسية بدلا من انظمة الانتاج وصل عددها سنة 2016 الى 71 قطب تنافسي وهي وسيلة لتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والابتكارات في القطاعات الواعدة، وتم انشاء اقطاب فرنسية عديدة تمكنت من تحطى الحدود والتموقع عالميا:

- القطب التنافسي techtera يختص في صناعة النسيج. يتكون من 120 مؤسسة.
- قطب ترديس tenerdis المختص في مجال الطاقة.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

– قطب minalogic المختص في التقنيات الرقمية.

وساعدت هذه العناقيد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الفرنسية على تنمية مكانتها على المستوى الدولي مع اعداد شبكة دولية لدخول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة اسواق التصدير واقامة التحالفات الاستراتيجية¹.

--الابتكار مفتاح تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الفرنسية: اذ يساعد على اكتساب مزايا تنافسية مستدامة حيث قامت السلطات الفرنسية على تقديم اعفاء ضريبي ابتداء من 1983 الى غاية اليوم على قروض البحث والتطوير لتحفيز وتنمية القدرات التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة المبتكرة ليصل الى 30% من نفقات البحث والتطوير.

-الهيئات الداعمة لتدويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: يرجع نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الفرنسية في التصدير يرجع في الاساس الى الهيئات التي ساهمت بشكل رئيسي في هذه العملية، كغرف التجارة والصناعة CCI تقدم معلومات مفيدة ومهمة فيما يخص متطلبات التدويل، تليها المنظمة الفرنسية للتجارة الخارجية coface بنسبة 24%، ثم البنوك والشركاء الماليين 20%، ففروع غرف التجارة والصناعة الفرنسية بالخارج بنسبة 11.1%².

ان خطة تطوير صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الفرنسية تتضمن مايلي³:

1-مرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على المستوى الدولي عن طريق:

- تدعيم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بتفعيل دور Caa.
- تنمية وضعية نادي الكبار.
- تعميم المعلومات الخاصة بالاسواق الخارجية على كل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المصدرة.

2-فتح اسواق جديدة والتكيف مع الاسواق الحالية عن طريق:

- تدعيم قدرات تحليل الاسواق الخارجية.
- الدفاع عن مزايا بعض الشعب بواسطة المفاوضات التجارية.
- دعم تطوير المؤشرات الجغرافية.

¹–سعاد قوفي، التجمعات العنقودية كعامل تنافسي في قطاعات المؤسسات ص وم، دراسة لبعض تجارب البلدان النامية، اطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة بسكرة، 2016-2017، ص128-130.

²–شوقي جباري، حمزة العوادي، مرجع سابق، ص111-113.

³-Xavier pacholek (chef bureau des exportations et partenariats internationaux), plan strategique 2017-2021, pour le developpment des exportations et l'internationalisation des filieres agricoles, 4 avril 2017, France, c s viande rouge, ministre de l'agriculture, p6-9.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

- حذف العوائق الغير الجمركية.
- تكييف عرض المنتجات الفرنسية مع الطلب العالمي.
- وضع رؤية خاصة تتضمن وضع التعليمات المتعلقة بالتمويل وقروض التصدير، والانتاجية والاختراع لتسهيل عمل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

3- ترقية المنتجات والتكنولوجيا والمعرفة عن طريق:

- الاستفادة من كل النماذج التصديرية الموجودة في اوريا واستعمالها في فرنسا.
- استعمال تقنيات الاتصال الرقمي.
- تعظيم التبادل التجاري والاعمال.
- استغلال الشراكة الدولية كعامل لترقية الصادرات.

اما خطة العمل فتعتمد على:

- توسيع الاستشارة حول الخطة قبل تنفيذها.
- مشاركتها مع مختلف المتدخلين والفاعلين والشركاء.
- القيام بعدة ايام دراسية لشرح الاستراتيجية بحضور كل الفاعلين والشركاء.
- القيام بحوصلة كل عام والتقييم وبناء الاعمال المستقبلية.

ان هذه الاستراتيجية تعتمد على ثلاث مستويات¹:

1- المستوى الاقتصادي الجزئي لتكييف سياسة الانتاجية عن طريق تخفيض برنامج استثماري ضخمة ونموذج اقتصادي من اجل تنمية اقتصاد المعرفة والنمو الاقتصادي.

- اختيار الشعب الصناعية الناجحة كاولوية في التصدير مع استراتيجية الشعب للمجلس الوطني للصناعة بالتفاوض وعقد اتفاقيات مع كندا واليابان.

2- على مستوى الهيئات العمومية المرافقة عن طريق نشر ثقافة التصدير بواسطة الهيئات العمومية عن طريق نموذج تمويل فعال، والحكومة الفرنسية عملت على المضي قدما بشكل اساسي للتشجيع عن طريق:

3- نشر ثقافة التصدير والتدويل عن طريق تدعيم التكوين في اللغة الاجنبية والتجارة الدولية.

¹-strategie du gouvernement en matiere de commerce exterieur.premier minister, roubaix, 23 fevrier, 2018, dossier de presse, France, p3-4.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

- تاهيل الهيئات المصدرة عن طريق تدعيم الشراكة بين فرنسا وباقي الدول بشكل مخصص ودقيق.

- تاهيل تمويل التصدير عن طريق رؤية للمؤسسات التي لها أكبر إنتاجية وتنافسية دولية عن طريق انشاء شبك موحد لتمويل التصدير، وبالتالي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الفرنسية مرافقة بكل جدية على المستوى الدولي من طرف الحكومة وكذا الديبلوماسية من اجل الفعالية.

-بالاضافة الى اجراءات اخرى اهمها¹:

- تطوير المبيعات الخارجية في الصادرات عن طريق تقديم الطلبات والعرض بواسطة مؤسسة تسيير التصدير SGE، وكذا استعمال الخبرة والقدرة والشبكات وتحليل مزايا وعوائق المتدخلين في القطاع وإيجاد الحلول.
- استغلال مؤسسة التجارة الدولية SCI في الصادرات لكون المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ليس لديها خبرة على المستوى الدولي مع ضعف امكانيات الاسواق وتواجد المخاطر.
- مساعدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المصدرة على النجاح عن طريق ازالة عوائق الدخول والرفع من العرض وتشجيع المؤسسات على القيام بالاعمال الدولية.
- تمويل الدولة للمؤسسات الفرنسية المصدرة خاصة الصغيرة والمتوسطة عن طريق انشاء صندوق الضمان.
- ترقية العمل التصديري عن طريق تطوير مصادر المعلومات عن الاسواق الخارجية وتوفير العوامل التجارية وتنظيم الشراكات والاستثمار مع العميل الاجنبي.
- حوكمة التجارة الخارجية بواسطة المصدرين عن طريق ادماج المصدرين في مشروع الحوكمة وانشاء معهد لتسيير التجارة وتكوين الموارد البشرية حول سياسة التجارة الخارجية.
- المشاركة مع المستوردين من اجل تحسين اداء التصدير: عن طريق التقارب الافقي والعمودي بين الطرفين في مجال معرفة الاسواق والتعاون والتوزيع، الاسعار، الاتصالات والعلاقات في الخارج والمنتجات المطلوبة في الاسواق، القيام بالشراكة وتقاسم المنافع وذلك عن طريق تحسين نوعية عرض المنتجات للمستورد والاداء الاقتصادي للمصدر وهي أحسن طريقة للرفع من رقم اعمال التصدير.

بعد اعتماد هذه الاستراتيجية ارتفعت قيمة الصادرات سنة 2017 وحققت المؤسسات المصدرة 473 مليار دولار من الصادرات السلعية بعدد المؤسسات المصدرة قدر ب 125000 مؤسسة، حيث 14% من قيمة التصدير للمؤسسات صغيرة، 32% متوسطة، 54% كبيرة، كما ان 5000 مؤسسة مصدرة لها 90% من رقم اعمال التصدير، 1% من المصدرين يفوق رقم الاعمال 100 مليون دولار، انجزت 2 على 3 من رقم اعمال التصدير، 18% من المؤسسات انجزت أكبر من 1 مليون دولار من

¹-Eteine vauchej, magali le maistre et claude obadia, fondateurs de la fabrique de l'exportation, La fabrique de l'exportation, 50 idees pour améliorer l'exportation française, 03 fevrier 2015, p36-37.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

رقم الاعمال و95% منها مصدرين نظاميون، و62% من المؤسسات انجزت 0.3% من الصادرات بقيمة 20 مليون دولار، كما ارتفع عدد المصدرين خلال الفترة 2007-2016.¹

حسب احصائيات سنة 2005 تشير الى انه من بين 100.000 مؤسسة مصدرة بفرنسا 45000 منها مؤسسات صغيرة ومتوسطة، كما يوجد 3297000 مؤسسة اقتصادية حسب الاحصائيات المقدمة في 2009، تمثل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة النسبة الاكبر من مجموع المؤسسات الفرنسية، فهي تمثل 99.6% من اجمالي المؤسسات، وحيث تنشط في قطاع البناء، الصناعة، الخدمات، التجارة والعقارات²، ومجموع العمال الذين يعملون في فرنسا في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تشغل من 250 عامل اي نسبة 81.37% والباقي يعمل في المؤسسات الكبيرة، وتساهم في القيمة المضافة ب 57.7% وبلغ عدد المؤسسات المصدرة في فرنسا سنة 2011: 117170 مؤسسة منها 95% مؤسسة صغيرة ومتوسطة تستخدم 250 عامل، بينما كان عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المصدرة سنة 2010 في المانيا يبلغ 364000 مؤسسة وايطاليا 184000 مؤسسة مصدرة.³

3- التجربة الايطالية:

تشير الاحصائيات من تقارير اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي اسيا ان المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ايطاليا تشكل مانسبته 97.7% من مجموع المؤسسات العاملة، وتوظف مايقارب 59% من حجم القوى العاملة بمساهمة تقدر 49.5% من الناتج المحلي الاجمالي وصادرات تقارب 47% من مجموع الصادرات الايطالية واهم الاجراءات المتخذة لتطوير صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الايطالية هي⁴:

- انشاء التجمعات الصناعية ويوجد بايطاليا نحو 200 منطقة صناعية وتمثل كافة الانشطة الاقتصادية حيث يتم فيها تصنيع كافة مكونات السلعة الواحدة، كما تشترك هذه المؤسسات في تجميع ونشر المعلومات حول طرق الانتاج الجديدة واقامة علاقات افقية بينها.
- تعمل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مع بعضها البعض وتقدم في النهاية منتج ذو جودة عالية باسم المجموعة كلها وتمخض عنها كفاءة جماعية وفوائد متبادلة، حيث تجتمع المؤسسات التي تعمل في المجال نفسه في مواقع محددة وممكنها من اقتحام الاسواق العالمية وعملت في قطاع الاحذية والملابس والسيراميك، الاغذية، الجلدية، الصناعات الكهربائية والميكانيكية.
- منحت الحكومة الايطالية المساعدات الموجهة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الموجودة في المناطق الصناعية 30% في شكل منح استثمار، 10% لدعم البحث والتطوير، في حين 11% تخص لدعم التصدير.

¹-strategie du gouvernement en matiere de commerce exterieur, op cit, p22.

²-olivier pastre, conomie d'entreprise, edition economica, paris, france, 2012, p31.

³-Jacky litignate, jean francois rouboud, panorama de l'evolution des pme de puis 10 ans, cahier preparation, France, 28 juin, 2012, p14.

⁴-اللجنة الاقتصادية لغربي اسيا، 2004، البرامج المالية للمنشآت ص وم في بلدان الاعضاء في الاسكوا، الامم المتحدة، نيويورك، ص25-29.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

- تطبيق السياسات التنظيمية من خلال مراكز للخدمات في المناطق الصناعية وتقوم بتقديم مجموعة من الخدمات: ضمان الائتمان، تأمين الصادرات، منح شهادات الجودة.
 - تيسير الحصول على المعلومات الخاصة بالأسواق الجديدة مع المشاركة في المعارض.
 - تضم إيطاليا على 156 تجمعا وهي تمثل 42% من العمالة الصناعية، تضم 90 ألف مؤسسة تساهم بـ 80 مليار دولار، 45% منها ناتجة عن صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، هذا بالإضافة إلى أنها تسيطر على حصص سوقية هامة دولية بسلسلة منتجات متنوعة اكتسبت على أثرها شهرة عالمية لدى الدول المصنعة.¹
- كما تم سن قوانين تعمل كحواجز لهذه المؤسسات في التجارة الخارجية:
- القانون 81/394 وهو قانون خاص يعمل على وضع السياسات والمقاييس التي تشجع صادرات الشركات الصغيرة والمتوسطة في الأسواق الأوروبية من ناحية والأسواق الخارجية من ناحية أخرى، بالإضافة إلى فتح أسواق جديدة.
 - القانون 87/49 يعمل على تشجيع خلق شركات في الدول النامية سواء بمشاركة الحكومة أو القطاع الخاص.
 - القانون 89/83 والذي يدعم الشركات الصغيرة والمتوسطة ذات الأنشطة التصديرية.
 - القانون 90/304 والذي يقدم تسهيلات مالية من أجل المشاركة في الأسواق العالمية.
 - القانون 90/100 الذي يعمل على تسهيل القروض التي تحصل عليها الشركات الصغيرة والمتوسطة من أجل تمويل مخاطر التصدير.
- إن التاثير القانوني الذي اعتمده إيطاليا لنشاط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التصدير يشجع على نمو هذا القطاع ليصبح رائدا في التنمية الاقتصادية والتصدير في إيطاليا.²، أما الهيئات الداعمة للاستراتيجية:
- وزارة الصناعة مهمتها وضع المعايير الحكومية من أجل تطوير الاستراتيجيات الاقتصادية المختصة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
 - وزارة الجامعات والبحث العلمي: تسعى إلى دعم الأبحاث العلمية والتطبيقية إضافة إلى وزارة التجارة الخارجية تهدف إلى تعزيز المعلومات عن جميع شركات التصدير وتمويله.
 - مؤسسة مديوكريديديه mediocredit هدفها لتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتعزيز قدرتها التصديرية.
 - المؤسسة المالية للتنمية: تهدف إلى دعم أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال الصادرات والاستثمارات الخارجية.
 - معهد التطوير الصناعي-المعهد الوطني للتجارة الخارجية-غرفة التجارة الإيطالية.

¹- سعاد قوبي، مرجع سابق، ص 132-136.

²- محمد راتول، بعض التجارب الدولية في دعم وتنمية المؤسسات ص وم، الدروس المستفادة، الملتقى الدولي حول متطلبات تاهيل المؤسسات ص وم في الدول العربية يومي 17 و 18 افريل 2006، جامعة الشلف، ص 175.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

إضافة إلى منشآت الدعم الأوربي المتمثلة في:

- الصندوق الأوربي للاستثمار: يقدم الدعم لإنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ونموها وتطويرها.
 - مركز المعلومات الأوربية: تقدم المساعدة من أجل تطوير فرص الأعمال للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- أما وسائل تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تقوم بها وكالة ساس وهي وكالة حكومية تزو المؤسسات ص وم بضمانات وتأمينات التصدير أما بشكل مباشر أو غير مباشر وتمثل هذه المنشآت حوالي 47% من إجمالي الصادرات الإجمالية: تتضمن:
- القروض الميسرة: تقدم هذه التسهيلات بموجب قوانين.
 - ضمانات سلف التصدير: تقوم بها مؤسسة خدمات ضمان التجارة الخارجية.
 - راسمال المخاطر: يوفر هذا النوع جميع الاحتياجات التمويلية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الإيطالية خلال مراحل تطورها، إضافة إلى الضمانات من أجل إزالة الحاجة إلى الرهن الذي تطلبه البنوك.
 - الحوافز الضريبية: تشمل الإعفاءات الضريبية، الخصم الضريبي، تخفيض الضمان الاجتماعي ودعم الأجور تستخدم على نطاق واسع لتسهيل العمالة والتنمية الاقتصادية والنمو.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

المطلب الثاني: اهم التجارب العربية والاسيوية: تتمثل في:

1- تجربة ماليزيا:

تبنت ماليزيا استراتيجية تنويع الصادرات بدافع المنافسة الدولية التي دعمها نقل المعرفة والتكنولوجيا مع التركيز على تنمية الشركات الوطنية للوصول الى مصاف الشركات العالمية، فتغير بذلك هيكل الصادرات الماليزية تحفيزا كبيرا، حيث كانت معظم الصادرات في شكل موارد خام وقود معدني، كما ان ماليزيا اعتمدت على استراتيجية احلال الواردات في قطاع الصناعات الثقيلة كان هناك تركيز على تنشيط الصادرات من السلع المصنعة في ظل المنافسة العالمية القوية، وان صادرات ماليزيا يسيطر عليها المنتجات المصنعة التي تشكل ثلاثة ارباع اجمالي الصادرات، حيث يعتمد اقتصاد ماليزيا مؤخرا على الصناعات الالكترونية والكهربائية وتقدمت كثيرا وتقنيات التكنولوجيا الحديثة، كما تتميز ماليزيا من ثروات طبيعية بترول وغاز وكذلك الثروات المعدنية كالحديد والذهب والقصدير وتتميز كذلك بزراعة المطاط الطبيعي والنخيل والكاكاو والارز والاششاب وجوز الهند والتوابل.¹

ان المتتبع برنامج التنمية بالنسبة لماليزيا نجدها في اولى خطواتها اعتمدت على سياسة الانفتاح التجاري، لان لا بد عليها من استيراد سلع انتاجية اي عوامل الانتاج الضرورية والتي هي بحاجة اليها من الات ومعدات ومواد وسيطية، لكن مايميز هذه التجربة الماليزية من حيث المبدأ والمنهج لم تختلف كثيرا عن تجارب بعض الدول مثل الصين في مجال السياسة النقدية وتثبيت سعر الصرف عملتها المحلية، وبالتالي تجربة ماليزيا يمكن ان تفيد كثيرا الدول النامية خاصة وان اهم ميزة لها هي تصدير المواد الاولية او نصف المصنعة مقابل استيراد ماتحتاجه فقط وفق سعر صرف استيرادي.²

وفي هذا الإطار ساهمت الكثير من الهيئات في النجاح عملية التصدير للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ماليزيا هي:

– الهيئة الماليزية للتنمية الصناعية: تقوم بتوفير كل المعلومات المهمة عن المزايا الاستثمارية.

– الهيئة الانتاجية القومية: national productivity corporative

وهي هيئة اتحادية تحتم بزيادة الانتاجية الكلية في الاقتصاد الماليزي.

¹ - حساني رقية، موسي سهام، الانتقال من استراتيجية تركيز الصادرات الى استراتيجية تنويع الصادرات لبعض التجارب الناجحة إيران، ماليزيا، اندونيسيا، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 4، العدد 02، ص196-197.

² - عامري رضوان، وآخرون، التجربة الماليزية في بناء نموذجها الاقتصادي، تحليل نظري وقياسي لنقاط النجاح والفشل، مجلة المؤشر للدراسات الاقتصادية، المجلد 2، العدد 2، ماي 2018، ص24-26.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

– هيئة تنمية التجارة الخارجية الماليزية: malaysia external trade development corporative مهمتها ترويج وتشجيع التجارة الخارجية الماليزية والقيام بتقديم معلومات للمصدرين وتشجيع الصادرات خاصة الصناعية واجراء الدراسات عن الاسواق الخارجية لتحسين الاداء التنافسي وحماية الاستثمارات الماليزية في الخارج.

وفي رؤية ماليزيا 2020 تعد المشروعات الصغيرة والمتوسطة هي احدى القواعد والاسس الاساسية للمستقبل الصناعي والحكومة ملتزمة التزاما كاملا بتطويرها، كما ان تنوع الصادرات يتطلب ايضا تنوع اسواق التصدير ويجب ان يبحث المصدرون الماليزيون عن اسواق غير تقليدية لان الاعتماد على الصادرات هو أفضل سبيل لدعم النمو.

تبعاً لهذه السياسة تم منع تصدير المنتجات الخام وفتح الابواب امام الاستثمارات الاجنبية وفق شروط ومعايير محددة مما ساعد على التوسع الكبير لقطاع التصنيع.¹

ان من اهم الصادرات الصناعية الماليزية نجد الالات الكهربائية، حيث بلغت مساهمتها حوالي 60% في الصادرات الماليزية الصناعية، يليها من حيث الاهمية كل من المنسوجات والكيماويات والبتترول والمعادن، وقد نجحت ماليزيا في تنوع اسواق صادراتها على مستوى العالم، حيث تصدر الى اليابان 17% من صادراتها الاجمالية، كما تصدر للاتحاد الاوربي حوالي 16% من صادراتها وتلقى و.م.ا منها مايقارب 15%.

جدول رقم 23: يوضح تطور الصادرات الماليزية 2010-2018

الوحدة: مليون دولار

السنو ت	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
القيمة	19861	22808	22753	22833	23392	19915	18965	21772	24736
	2	6	8	2	7	8	9	2	5

المصدر: OMC.WWW.wto.org

المصدر:

من خلال الجدول نلاحظ تزايد مستمر للصادرات السلعية الماليزية من سنة لآخرى فقد وصلت الى 247365 مليون دولار سنة 2018 وذلك راجع الى اعتمادها الى سياسة تصديرية ناجحة واعتمادها على المنتجات عالية التقنية، وهذا يتضح على

¹ - احمد محي الدين محمد التلاني، التجربة الاقتصادية الماليزية، التقويم والدروس المستفادة، كلية الدراسات الاقتصادية والعلوم السياسية، جامعة الاسكندرية، 2019، ص 59.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

اهمية دور بعض العوامل كمحرك اساسي لنجاح عملية التصدير كتخفيض قيمة العملة وترقية المؤسسات وتمويل ائتمان الصادرات وتشجيع الاستثمار المحلي والاجنبي.¹

2- التجربة المصرية: ان الصادرات المصرية تشكل واحدة من اهم القضايا الاقتصادية في جدول اولويات الدولة والمجتمع في مصر منذ سنوات طويلة، بل ان الدولة ممثلة في اعلى سلطة فيها رئيس الجمهورية اعتبرت التصدير قضية حياة او موت نظرا لخطورة جمود الصادرات المصرية باعتبارها المسؤول بشكل اساسي عن العجز التجاري الهائل في الاقتصاد المصري، واذا لم يتم اصلاحه بتنمية وتنشيط الصادرات فانه يشكل لاحالة وبالفعل بوابة الازمات الاقتصادية المصري²، لتحقيق ذلك سنعرض خطة عمل واستراتيجيات مضاعفة الصادرات التي وضعتها وزارة التجارة والصناعة المصرية لتنمية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة اخذين في الاعتبار عدة معايير لتحديد الاولوية للاسواق والمنتجات، فعلى مستوى الاسواق تراعى معدلات الطلب على المنتج ونمو السوق الخارجي والاتفاقيات التجارية، والامكانيات اللوجستية، وخطوط الشحن، مع التركيز على افريقيا من خلال تفعيل الاتفاقيات التجارية والدعم اللوجستي والضمانات المالية وتيسير الاجراءات الحكومية، في حين يتم التركيز في مستوى المنتجات على مدى جاهزية المنتجات للتصدير، والتوافق مع متطلبات الاسواق الخارجية في ضوء القدرات الانتاجية الحالية عن طريق متابعة اداء جميع الجهات التابعة والمعنية بالتصدير، والترويج للمنتجات المصرية في الاسواق الخارجية، وتنفيذ مبادرات التسويق كالمعارض، والبعثات التجارية، مع اجراء دراسات السوق، بالاضافة الى توفير المعلومات اللازمة في الاسواق الخارجية، وانشاء مكتب ذي فاعلية لتلقى كل شكاوي المصدرين مع مراجعة وتبسيط الاجراءات الخاصة بالتصدير، كما تم تطوير منظومة الجودة والفحص الخاصة بالتصدير³، اضافة تقوم الوزارة بالعمل على تنفيذ عدد من التدابير المشجعة لزيادة الصادرات المصرية والتي تتمثل في تشريعات واجراءات مؤسسية تدعم مناخ الاعمال بشكل عام مثل مراجعة التشريعات المنظمة لقانون ولائحة الاستيراد والتصدير، وتبسيط اجراءات التصدير والاستيراد من خلال مراجعتها واعادة هندستها، وفصل التشابكات في الاختصاصات والتحول بما نحو التكامل لضمان الكفاءة والفعالية في اداء هذه المؤسسات من خلال مؤشرات اداء محددة قابلة للمتابعة والتقييم، وكذا العمل على عدد من التدابير الموجهة لعدد من القطاعات التصديرية المستهدفة لزيادة الصادرات الحالية وتلك اللازمة لتشجيع التحول نحو الصادرات ذات القيمة المرتفعة، وتوسيع قاعدة التصدير لتشمل صادرات المشروعات الصغيرة والمتوسطة وكذا توجه نحو الاسواق المستهدفة التي تتضمن فرص تصديرية واعادة وتشمل⁴:

¹ -زهرة مصطفى، واقع وافاق الصادرات خ م في الجزائرالفترة من 2010-2021، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، المجلد 5، العدد 2، 2021، ص139.

² -سيد البواب (استاذ الاقتصاد بجامعة عين شمس)، بحوث اقتصادية معاصرة في الاصلاح الاقتصادي والسياسات الاقتصادية في مصر، مكتبة طريق العلم، 2001، ص12-13.

³ -اسماء علي، التصدير في مصر، السياسات والعوائق والفرص، مركز اركان للدراسات والابحاث والنشر، 2018، ص18-19.

⁴ -استراتيجية وزارة التجارة والصناعة لتعزيز التنمية الصناعية والتجارة الخارجية 2016-2020، وزارة التجارة والصناعة، ص62-63.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

- صادرات ذات جاهزية والتي تصدرها مصر حاليا: سوف يتم العمل على زيادة هذه الصادرات وخاصة للمشروعات الصغيرة والمتوسطة من خلال تعزيز تنافسيتها والتي تمثلت في قطاعات الحاصلات الزراعية والصناعات الغذائية ومواد البناء والصناعات الهندسية والصناعات الكيماوية والحديد والصلب وصناعة الملابس والمنسوجات، وذلك على مستوى الاسواق الافريقية عن طريق تفعيل الاتفاقيات التفضيلية وتطوير اللوجيستيات اللازمة وتعزيز أنشطة الترويج والتسويق في الاسواق المستهدفة.
 - الصادرات المطلوبة للتحويل الهيكلي في الصادرات: والتي من شأنها ان تسهم في الاسراع بمعدلات نمو الصادرات المصرية، اما فيما يخص تغيير هيكل التصدير يتضمن الصادرات ذات القيمة المضافة فان القطاعات التصديرية لهذه المنتجات تصدر في الغالب مواد خام كالحديد والرخام والقطن والشريحة الاخرى المستهدفة للصناعات الالكترونية، الهندسية والبرمجيات والكيماوية، وسوف يتم التعامل مع هذه القطاعات بحزمة متكاملة من التدابير الداعمة مع توفير الاستراتيجية القطاعية المستهدفة لنمو الصناعات الصغيرة والمتوسطة تتضمن:
 - مشروع تطوير الاجراءات والتشريعات المنظمة للتصدير والاستيراد عن طريق تشريع عصري مبسط يدعم تسهيل حركة التجارة الخارجية.
 - مشروع تعزيز تنافسية الصادرات: من خلال تطوير اساليب الانتاج والجودة واساليب تمويل وضمان الصادرات والمخاطر لتشجيع الصادرات.
 - مشروع تحسين المواصفات والجودة والفحص والرقابة الخاصة بالتصدير عن طريق الرقابة على المواصفات الانتاج والتعبئة والتغليف وفق المواصفات العالمية.
 - مشروع تطوير اللوجيستيات: خاصة في الاسواق ذات الاولوية تتمثل في المخازن ومعارض وبنية تحتية ونقل.
 - مشروع تفعيل الاتفاقيات الدولية وتذليل عوائق النفاذ للاسواق: عن طريق تفعيل الاتفاقيات التجارية والتفضيلية في الاسواق الجديدة ومفاوضات التكتلات الاقتصادية.
 - مشروع الترويج والتسويق للصادرات: القيام بمنظومة منظمة للترويج والمشاركة في المعارض الدولية والتجارة الالكترونية وحملة وهيكلية للاسواق الواعدة.¹
- كما عززت مصر الاداء التصديري للمشروعات الصغيرة والمتوسطة عن طريق اعتماد استراتيجية تتمثل في²:
- على مستوى السياسات الحكومية: يتطلب الامر العمل على تنسيق ادوار مشتركة ومتكاملة بين وزارة الصناعة والتجارة الخارجية والجامعات لتحديد المنتجات التي تتمتع بمزايا تنافسية.

¹- استراتيجية وزارة التجارة والصناعة لتعزيز التنمية الصناعية والتجارة الخارجية 2016-2020، مرجع سابق، ص 67-70.

²- حسين عبد المطلب الاسرج، سياسات تعزيز القدرة التنافسية لصادرات المشروعات الصغيرة والمتوسطة المصرية، وزارة الصناعة والتجارة، مارس 2013، ص 14-18.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

- تعزيز اداء هيئة الرقابة على الصادرات وزيادة الحوافز الاستثمارية للمشروعات التي تعمل على توجيه انتاجها للتصدير، كما تم انشاء الية لتخطيط وتنفيذ جهود مشتركة لتنمية صادرات المشروعات الصغيرة والمتوسطة بين وزارة الصناعة والتجارة الخارجية والمنظمات المصرية غير الحكومية.
 - اعادة النظر في السياسات المالية بهدف المساعدة على خفض التكلفة الاستثمارية للمشروعات الصناعية الصغيرة والمتوسطة لاسيما تلك الموجهة للتصدير، وكذا نسب اعفاء اعلى لها.
 - بعث سبل تعزيز مركز تنمية الصادرات المصرية في اكتشاف الفرص التصديرية وتعريف المصدرين عن اوضاع السوق واعداد خطة عن المعارض الدولية في الدول التي تمثل اسواقا واعدة مع تكليف الديبلوماسية الاقتصادية باعداد دراسات ميدانية عن الاسواق المستهدفة.
 - تهيئة دعم سياسي رسمي للمصدرين المصريين من خلال التنسيق بين وزارتي الصناعة والتجارة الخارجية والاطراف الحكومية بالدول التي تمثل اسواقا مستهدفة للتصدير، مع ضمان تمويل وتأمين الصادرات من طرف البنوك ضد المخاطر التجارية.
 - تفعيل دور اصحاب المشروعات الصغيرة والمتوسطة وغرف التجارة والصناعة على تنمية الصادرات في السوق الخارجية عن طريق تصميم المنتجات وتسعيرها وسبل الترويج واختيار قنوات التوزيع مع اعتماد التخطيط الاستراتيجي التسويقي لابرار الفرص والتحديات السوقية، اضافة الى تخطيط وتنفيذ وانشاء لجان وزيارات لاتحادات رجال الاعمال في الدول المستهدفة اسواقها.
- يوجد خمس مشاركات استراتيجية رئيسية في اطار هذه الركيزة وتشمل تلك الامور تقديم الدعم من اجل تيسير تدوير المشروعات الصغيرة والمتوسطة والمتناهية الصغر(الجاهزة للتصدير) في القطاعات المستهدفة وتعزيز روابط اقوى بين المشروعات الصغيرة والمتوسطة والمتناهية الصغر والشركات الرائدة في القطاعات المستهدفة، ويمنح ايضا اهتمام خاص لتعزيز المجمعات والمناطق الصناعية من اجل تحسين الابتكار وتميز المنتجات، وفي النهاية سوف تعمل هذه الركيزة الاستراتيجية على تيسير تحسين الابتكار وانظمة ادارة الجودة داخل قطاع المشروعات الصغيرة والمتوسطة، بالاضافة الى منح الاهتمام للوصول الى الخدمات المالية للتصدير، كما تم تاسيس جهاز تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة الذي تم انشاؤه حديثا من اجل دعم التصميم والتنفيذ لاستراتيجيات تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة وريادة الاعمال وبرامجها وخدماتها¹.
- * ان الملاحظ في الصادرات المصرية هو تركيزها على الصادرات البترولية والمواد الاولية بحيث تشكل 70-75% من اجمالي الصادرات وعليه أصبح تنوع الصادرات ذو اولوية لدى صناع القرار، حيث كان هناك اتجاه واضح نحو استراتيجية النمو الذي تحفزها الصادرات التي وصلت من 1980-2014 الى 30% من اجمالي الصادرات وارتفعت قيمتها من 3.46 مليار دولار سنة 1980 الى 26.8 مليار دولار سنة 2014.

¹-الاستراتيجية الوطنية والخطة التنفيذية للمشروعات ص وم والمتناهية الصغر وريادة الاعمال(2018-2023)، وزارة الصناعة والتجارة المصرية، ديسمبر 2017، ص31-32.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

ان نسب تكوين الصادرات المصرية والتي تتميز بانها تتركز على السلع الاولية والمنتجات كثيفة العمالة يؤدي ذلك الى الحد من مساهمة الصادرات الصناعية في النمو الاقتصادي في الاجل القصير، كما ان لديها قيمة مضافة ضعيفة وعدد قليل من الروابط الخلفية مما يعني ضعف المساهمة في الصادرات (خاصة قطاع المنسوجات)، كما ان استمرار الانتعاش في بعض القطاعات (التعدين) بواسطة استخدام التكنولوجيا يتحسن مستوى الانتاج تزيد صادرات المنتجات المعدنية وبالتالي تحفيز النمو الاقتصادي وتكبير حجم السوق وبالتالي خلق فرص تصديرية جديدة للصناعات الصغيرة والمتوسطة خاصة من خلال الوصول الى الاسواق الدولية الواسعة وتحقيق وفورات الحجم.¹

3-التجربة الكورية: ان أكثر السياسات والاجراءات التي تبنتها كوريا في مجال ترقية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هي²:

- برامج تشجيع التصدير: Export promotion schemes حيث وضعت الحكومة السياسات واتخذت الاجراءات من اجل تشجيع صادرات هذه المشاريع وكذلك شركات التصدير، فقد اقيمت مراكز دعم التصدير Export support centers من اجل تسهيل صادرات المشاريع الصغيرة والمتوسطة، كما تم انشاء الوكالة الكورية لتشجيع التجارة والاستثمار KOTRA، وقد ساهمت هذه الوكالة في تشجيع الانشطة التجارية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة في الاسواق الخارجية.
- تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة لتطوير التكنولوجيا الجديدة وفق برنامج للمساعدة مهمته تقدير قيمة هذه التكنولوجيا، حيث تقوم المؤسسات المالية بمنح القروض لهذه المشاريع اعتمادا على نتائج التقييم التكنولوجي Tecknology .assessment
- انشاء الصندوق الكوري لضمان القروض لمساعدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على الحصول على راس المال المطلوب للقيام بالمشروع التصديري
- اعفاء او تخفيض ضريبي للمشاريع الصغيرة والمتوسطة الجديدة التي تقام خارج مناطق المدن قد تصل الى 50% ولمدة 5 سنوات، وقد بلغت مساهمة المشاريع الصغيرة والمتوسطة في الصادرات 40% في الاجمالي.

*بالاضافة الى اجراءات اخرى أبرزها³:

¹- فيفيان بشرى، خير سعد، دور الصادرات الصناعية كمحرك للنمو الاقتصادي في مصر (دراسة قياسية)، مجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، 2017، ص750-751.

²- سمير زهير الصوص، السياسات والتحليل والاحصاء، بعض التجارب الدولية الناجحة في مجال تنمية وتطوير المشاريع ص وم ونماذج يمكن الاحتذاء بها في فلسطين، مكتب محافظة قلقيلية 2010، وزارة الاقتصاد، فلسطين. ص37-39.

³- Etude de comparative sur les politiques d'exportation de l'egypte, Du maroc de la tunisie et de la corée du sud, banque africaine de developpment africain, 2011, p 220-221.231.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

الاجراءات الجبائية:

- تخفيض الضرائب 50% على عائدات الصادرات.
- اعفاء الضرائب على الارباح المعاد استثمارها في انتاج المواد المصدرة من المناجم، الاسماك، التصنيع.
- تخصيص صندوق احتياطي للتكفل بخسائر ومخاطر الاستثمار والتصدير الى الخارج.
- تخفيض الضرائب على التجهيزات والمواد المستوردة والمواد الاولية المستعملة في انتاج المنتجات المصدرة.

الاجراءات المالية:

- تمويل عمليات نقل البضائع والتجهيزات المصدرة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- تخصيص صندوق خاص لترقية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومنح القروض.
- تخصيص صندوق خاص لتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المصدرة وتغطية خسائرها التجارية.
- صندوق خاص بتحفيز صادرات الزراعة والصيد البحري.
- التمويل بالعملة الصعبة فوري.

اليات اخرى:

- منح قروض الاستغلال التجاري مربوط بنتائج عملية التصدير.
- منح منحة الصادرات واعانات الصادرات للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة المصدرة.
- خلق تجمعات المصدرين في مختلف المنتجات.
- انشاء بنك خاص بالاستيراد والتصدير وكذا التامين للصادرات.
- معاملة خاصة لبعض المتعاملين مربوط بنتائجه في التصدير.

كما أطلقت الحكومة نظام انشاء مؤسسة التجارة العامة GTC تساهم على المساعدة التجارية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تصدير المنتجات عن طريق توفير التمويل، اعلان عن الاستشارات للممولين للمواد الاولية.

اعداد نظام تمويل خاص لفائدة المؤسسات المصدرة بواسطة تدعيم الرقابة على البنوك التجارية بتوجيه الموارد الى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المصدرة الصناعية، وكما يقوم البنك KCGF.KOEIB بتمويل وتامين القروض لفائدة هاته المؤسسات ضد المخاطر السياسية والتجارية في الاسواق الخارجية.

كما صاغت كوريا مبادرة الاقتصاد الخلاق وخطة العمل من الاقتصاد الخلاق بالاستناد الى الاستراتيجيات المتمثلة في تقديم المكافآت المناسبة للابداع وتميئة بيئة تكنولوجية اقتصادية داعمة لقيام المؤسسات الناشئة وتقوية الدور الذي تلعبه مشاريع راسمال

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

المجازفة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم في الاقتصاد الخلاق وزيادة قدرتها على الولوج الى الاسواق العالمية، خلق محركات النمو للمبادرة بارتياح اسواق جديدة وصناعات جديدة، تدعيم المهارات الابداعية العالمية المشبعة بروح الصمود.¹

وكنتيجة لهذه الاستراتيجية بلغت نسبة مساهمة المشاريع الصغيرة والمتوسطة في اجمالي الصادرات الكورية للاعوام 1988-2004 نحو 39.7% سنويا كمتوسط، وبلغت قيمة الصادرات نحو 90 مليار دولار سنة 2004، ومن حيث التوزيع النسبي للصادرات الكورية الصغيرة والمتوسطة في عام 2004 فقد استحوذت الالكترونيات والمنتجات الكهربائية على نسبة 32.5%، الماكينات ومعدات الموصلات 15.8%، الصناعات النسيجية 14.7%، المنتجات الكيميائية 12.5%، الحديد والفولاذ والمنتجات المعدنية 9.7%، المطاط والجلود 4%، اخرى 10.8%.²

4- مقارنة تجربة دول الخليج النفطية مع الجزائر: هناك العديد من الدلائل التي يمكن الاعتماد عليها لتبيان واقع تنافسية

الاقتصاد الخليجي وتنوع القاعدة الانتاجية خارج النفط تتمثل في المؤشرات التالية:

- مساهمة القطاعات الاقتصادية خارج المحروقات: تمثل مساهمة القطاعات الاقتصادية خارج قطاع المحروقات احدى ادلة التنوع الاقتصادي وأكثرها شيوعا، حيث اقتصادات الخليج خلال 15 سنة الماضية أثبتت نجاح السياسات المباشرة التي تبنتها الدول الخليجية في إطار البحث عن مصادر خ م حيث انخفض المعدل في سنة 2014 الى 50% من الناتج المحلي الاجمالي الخليجي وذلك نتيجة تطور مساهمة القطاعات الاقتصادية البديلة للنفط خاصة في دولتي السعودية والامارات.
- التجارة غير النفطية والسياحة: ارتفعت مساهمة عوائدها في اجمالي الناتج من 9.4% الى 13% في الامارات وانخفضت في السعودية من 7.8 الى 7.2% في الفترة نفسها.
- قطاع الصناعات التحويلية: ارتفعت مساهمتها في الناتج المحلي من 8-9% سنة 2009 وارتفع الى 19% سنة 2020.
- مساهمة السلع المصنعة في الناتج: انتقلت المساهمة من 3.9 الى 11.6% في الامارات، والسعودية من 1.6 الى 2.5%.

جدول رقم 24: -مؤشر التنوع والترکز في الصادرات (مقارنة بين الجزائر، السعودية، الامارات):

البيان	2007		2010		2014		2015	
	1	2	1	2	1	2	1	2
الامارات	0.599	0.486	0.585	0.435	0.484	0.323	0.485	0.243
السعودية	0.777	0.713	0.768	0.736	0.766	0.722	0.757	0.529
الجزائر	0.802	0.598	0.788	0.523	0.745	0.490	0.783	0.485

¹- مؤتمر الامم المتحدة للتجارة والتنمية، الاونكتاد، تقرير اقل البلدان نموا 2018، زيادة الاعمال لاحداث التحول الهيكلي بعيدا عن واقع سير الاعمال كالمعتاد، ص 134.

²- طراد حوجة هشام، سولم صلاح الدين، تعظيم دور المؤسسات ص وم من خلال التكامل مع المشاريع الكبيرة باتباع استراتيجية العناقيد الصناعية، قراءة في تجربة اليابان وكوريا الجنوبية، ملتقى دورالعناقيد الصناعية في، جامعة عنابة، ص 16-17.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

المصدر: لتقرير العربي الموحد للسنوات 2012، ص171، 2017، ص78 رقم 01: مؤشر التنوع، رقم 02: مؤشر التركيز.

حققت الامارات أفضل قيمة في مؤشر التنوع نتيجة لسياساتها التي تعتمد على توفير بيئة الاعمال تنافسية ترتب عنها جذب استثمارات اجنبية في قطاعات معينة مما انخفض نسبة صادرات المحروقات، وكذا في مؤشر التركيز الامارات هي الاحسن ثم السعودية، اما بالنسبة للجزائر فادنى قيمة تحققت سنة 2015 وهو يثبت اجتهاد الدولة في التخلي عن التركيز على المحروقات لكن بالمقابل صادرات المحروقات انخفضت سنة 2014¹.

مؤشر جودة الصادرات: يتبين من خلال مؤشر جودة الصادرات ان الدول الثلاث التي اشارت اليها المؤشرات انها تعرف بعض التنوع الاقتصادي على غرار الامارات والسعودية التي تشهد تحسنا على مستوى مساهمة الصناعة التحويلية في الصادرات، اما الجزائر فتشهد ضعف حصة الصناعات التحويلية التصديرية مقارنة بالدول النفطية السابقة باستثناء صادرات المواد الأولية.

فمؤشر التنوع الاقتصادي يتم اضافة مؤشرات من خلالها يقاس مدى قدرة الدولة على ادخال المنتجات جديدة او دخول اسواق دولية جديدة فيعتبر التقييم شاملا وبالتالي يحكم على الاقتصاد على انه متنوع بالنسبة لدولتي الامارات والسعودية لها تطور في الصادرات في اغلب دول العينة راجع الى التصدير المكثف سواء فيما يخص الاسواق التقليدية او المنتجات، بالمقابل ضعف التصدير الموسع والذي يشمل غالبا زيادة في تسويق المنتجات الجديدة في الاسواق القائمة كما هو الحال للامارات والسعودية، اما الجزائر فيظهر مدى تركيزها على نفس المنتجات التقليدية ونفس الاسواق مع نسبة ضعيفة جدا فيما يخص ادخال منتجات جديدة لاسواق جديدة، وهذا يدل على نقص الجهود المبذولة من طرف سواء المؤسسات المصدرة او الهيئات التي اوكلتها الدولة في التنقيب عن الاسواق الدولية، وكذا نقص الجودة والابتكار في المنتجات القائمة والتي بطبيعة الحال صعب ان تجد لها اسواق جديدة لتسويقها دوليا نتيجة المنافسة الشرسة،² والجدول التالي يبين الفرق في هذا المؤشر بين الدول الثلاث.

جدول رقم 25: يبين تطور وتنوع الصادرات من خلال المؤشر المكثف والموسع الفترة من 2002-2015:

البيان	المؤشرات	السعودية	الامارات	الجزائر
هامش مكثف	زيادة المنتجات الموجودة في الاسواق القائمة	95	81.2	99.6
	انخفاض المنتجات الموجودة في الاسواق	1.5-	8.1-	1.2-
	انقراض صادرات المنتجات في الاسواق القائمة	1-	0.6-	1.4-
هامش موسع	ادخال منتجات جديدة في اسواق جديدة	0	0	0
	ادخال منتجات جديدة في اسواق قائمة	7.5	27.4	3

¹- جاسم حسين، تقارير، التنوع الاقتصادي لدول مجلس التعاون الخليجي، مركز الجزيرة للدراسات، 14 اوت 2014، ص2-9.

²- محمد امين زعر، الدول العربية وتنوع الصادرات، المعهد العربي للتخطيط، العدد 135، 2017، ص17.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

0	0	0	ادخال منتجات موجودة في الاسواق الجديدة
0	0	0	تنويع المنتجات في الاسواق القائمة

المصدر: معطيات البنك الدولي

المطلب الثالث: الدروس المستفادة من التجارب الدولية:

1- الدروس المستفادة من التجربة الماليزية والتركية:

- امتلاك ماليزيا لرؤية مستقبلية للتنمية والنشاط الاقتصادي من خلال خطط متكاملة ومتابعة والعمل على تحقيقها في الميدان.
- وجود درجة عالية من التنوع في البنية الصناعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتغطيتها لمعظم فروع النشاط الصناعي (الاستهلاكية، الوسيطة، الرأسمالية)، وهذا كان محصلة لنجاح سياسات التنمية في ماليزيا.
- ان من اهم الدروس المستفادة من التجربة الماليزية هي سياسات التحول من الصناعات التي تستهدف احوال الواردات الى الصناعات التي تستهدف تنمية الصادرات الصناعية التي تتوفر فيها مزايا تنافسية لزيادة المساهمة في الصادرات الاجمالية.
- الاستفادة من التخصص وتقسيم العمل التصديري في كل مرحلة الانتاج والتسويق والتمويل وصولا الى العملية التصديرية.
- تاسيس اقسام خاصة بكل سوق دولية على حدى مع توزيع مكاتب للمصدرين وفقا لتنوع المنتجات المصدرة في كل ولاية مما يسهل عملية التواصل، مع التسريع في بدء عمل وكالة ضمان الصادرات لفائدة المصدرين تبعا لمجالاتهم التصديرية وتبعا للاسواق الدولية المستهدفة.
- الاهتمام الكبير بالناحية الترويجية للمنتج المحلي في الاسواق الخارجية للتعريف بمزايا المنتجات الجزائرية المصدرة.
- اجراء التحليلات والدراسات الاحصائية الدورية لكل الهيئات للتقييم واجراء التحسينات الضرورية بشكل مستمر بما يضمن تحقيق اهدافها من تنمية وترويج الصادرات السلعية.

2- الدروس المستفادة من التجربة الكورية والمصرية:

- ايلاء المشاريع الصغيرة والمتوسطة الاهتمام الجدي الفعال من خلال صياغة السياسات والقوانين الملائمة لاقامة هذه المشاريع باعتبارها الركيزة الاقتصادية.
- تقديم اعفاءات ضريبية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتحفيزها وتعزيز قدرتها التنافسية.
- إلزام الجهات التمويلية بالتوسع في تقديم القروض للمشاريع الصغيرة والمتوسطة نظرا لمساهمتها في استيعاب البطالة وزيادة الانتاج وتقليل الواردات وتوفير العملات الصعبة.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

- انشاء صندوق لضمان القروض بحيث يساهم في تدليل المعوقات المتعلقة بارتفاع وتعدد الضمانات المطلوبة من طرف البنوك عملا بتجربة كوريا التي قامت بانشاء صندوق حكومي لضمان القروض للمشاريع الصغيرة والمتوسطة.
- يمكن الاخذ بتجربة مصر في تشجيع واقامة الجمعيات التعاونية التي تهتم بالمشاريع الصغيرة والمتوسطة مما يعمل على ايجاد قوة تفاوضية كبيرة.
- تطوير قاعدة معلومات تتضمن مصادر المواد الخام، احتياجات السوق والاسواق المحتملة للتصدير ومصادر التمويل وفرص المشاركة في المعارض الدولية، ومن تجربة كوريا بهذا الصدد انها قامت بانشاء الوكالة الكورية لتشجيع التجارة والاستثمار، وقد ساهمت هذه الوكالة في تشجيع الانشطة التجارية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة في الاسواق الخارجية.
- اخضاع المنتجات الوطنية لمتطلبات الجودة حتى تكون قادرة على منافسة السلع المستوردة على اساس السعر والجودة.
- مساعدة المشاريع الصغيرة والمتوسطة في تسويقها منتجاتها في الخارج من خلال المشاركة في المعارض وتقديم الفرص التسويقية من خلال تفعيل دور الممثلات التجارية والقنصليات الدبلوماسية في العملية.
- تشجيع التعاقد من الباطن مع المشاريع الصغيرة والمتوسطة والكبيرة حسب تجربة كوريا فان الشركات الكبيرة مجبرة ومطلبة ان تحصل على احتياجاتها من هذه الصناعات وتوريدها من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وعدم انتاجها في الشركات الكبيرة.

*كذلك من الدروس المستفادة من التجربة المصرية هي وجوب انتهاز سياسات اقتصادية ومالية تهدف في المقام الاول الى تقوية وزيادة تنافسية الصناعة والاهتمام بتمويل ودعم مشروعات البنية الاساسية في افريقيا والعمل على تطويرها، وتشجيع توجه الاستثمار المشروعات الصغيرة والمتوسطة للاستثمار في الدول الافريقية لحل المشكلات التنموية في الصناعات كثيفة العمالة والقطاعات الصناعية الواعدة، مع العمل على تفعيل الاتفاقيات الخاصة بتحرير التجارة وانشاء المناطق الحرة بين الجزائر والدول الافريقية لزيادة التبادل التجاري وجذب الاستثمارات الاجنبية، مع التركيز على عدد من القطاعات والمنتجات التي يجب التركيز عليها لزيادة الصادرات.¹

الدروس المستفادة من التجربة الايطالية والفرنسية:

- الاعتماد على انشاء الاقطاب الصناعية لتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والابتكارات في القطاعات الواعدة ويساعد هذا المؤسسات الجزائرية على تنمية مكانتها في الاسواق الدولية.
- تدعيم مرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاسواق الخارجية وتوفير لها المعلومات الضرورية عن الاسواق الخارجية وجعلها متاحة لكل المؤسسات.
- فتح اسواق جديدة والتكيف مع الاسواق الحالية.

¹-هيئة تنمية الصادرات EDA، خطة عمل لتنمية الصادرات المصرية للدول الافريقية، وزارة التجارة والصناعة، ص8-9.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

- ترقية المنتجات والتكنولوجيا عن طريق اعتماد الابتكار والرقمنة في المؤسسات المصدرة.
- استغلال الشراكة الدولية والاتفاقيات الدولية كعامل أساسي لترقية الصادرات.
- نشر ثقافة التصدير والتدويل عن طريق تكوين المصدرين واستغلال كل الهيئات لتقديم الدعم والمساندة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة المصدرة لضمان نجاحها في الأسواق الخارجية.
- التعاون والمشاركة بين المصدرين والمستوردين من أجل تحسين أداء التصدير عن طريق التقارب الأفقي والعمومي والخلفي والامامي.

وبعد دراسة هذه التجارب خرجنا بمجموعة من النقاط والركائز يمكن الاستفادة منها من هذه التجارب الدولية من أجل ترقية قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في الصادرات وهي:

- تقديم كل الدعم التقني والتكنولوجي والاستشاري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة المصدرة.
- العمل على توفير أسواق خارجية من طرف الهيئات المختصة لدخولها وغزوها لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- التركيز على الدعاية والترويج والبحث والتطوير مع دمج الجامعات مع المحيط الاقتصادي.
- من خلال عرض الوضع الراهن لتنمية الصادرات الصناعية لبعض الدول ظهر لنا ان هناك اهتمام كبير من طرف هذه الدول من أجل النهوض وترقية وتنويع الصادرات من خلال تطبيق معايير التنافسية، لذا فان رفع تنافسية الصادرات يتطلب إعادة هيكلة الصناعة التحويلية في مختلف الدول النامية خاصة الجزائر.
- وضع رؤية استراتيجية واليات محددة لتنمية الصادرات الصناعية تتضمن وجوب النظر الى منظومة التصدير بوصفها منظومة متكاملة في صورة سياسة تصديرية تاخذ في اعتبارها علاج وحل كل المعوقات والقيود ذات الانعكاسات السلبية على الصادرات، وتقويم الجهات والبرامج ذات الصلة بعملية التصدير، باعتبار ان القدرة التصديرية للمنتجات ذات المزايا التنافسية لا بد ان تدعمها منظومة صناعية ذات منتجات تخضع لاحتياجات الأسواق المحلية والعالمية.
- تحويل الصناعات ذات الميزة النسبية الى صناعات ذات ميزة تنافسية من خلال اجراء تكامل وتشابك سواء داخل هذه الصناعات او بينها.
- رسم سياسة خاصة بالصناعات الصغيرة والمتوسطة وربطها بالصناعات الكبيرة، وتفيد هذه السياسة ليس فقط في حل مشكلة البطالة وزيادة الانتاج الصناعي وربما الصادرات، ولكن ايضا في نشر الوعي الصناعي على المستوى الوطني وايضا بهدف التخصص الذي يحقق الجودة والتطوير وخفض التكلفة.
- تحليل اسواق التصدير من حيث المواصفات المطلوبة والاسعار التنافسية ومراجعة الامكانيات التصنيعية المتاحة والمطلوبة لفتح اسواق تصديرية جديدة، وذلك باستغلال العلاقة التكاملية بين منظومة الصناعة والتصدير.
- وضع اولويات تقديم الدعم للصناعات الصغيرة والمتوسطة الواعدة طبقا لقيمة الصادرات والتكنولوجيا المستخدمة والامكانيات التصنيعية المتاحة ومواصفات الجودة الممكنة وفرص التشغيل.

الفصل الثالث: الاليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

وبعد دراسة مجهودات الدولة في بناء استراتيجية ترقية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية على ضوء بعض التجارب الدولية الرائدة في هذا المجال، سنقوم بمعرفة نتائج هذه الاستراتيجية بالنظر الى مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الصادرات خارج المحروقات خلال فترة الدراسة، وسيكون هذا العنصر موضوع الفصل التطبيقي.

الفصل الثالث: الآليات والاستراتيجيات الدولية لترقية صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الجزائر من خلال التجارب الدولية

خلاصة الفصل:

تكاتفت جهود الدولة للعمل على تنويع هيكل الصادرات وذلك من خلال اتباع سياسة تهدف الى ترقية الصادرات خ.م والخروج من دائرة احادية التصدير، ومن اجل تجسيد هذه الاهداف اقرت السلطات العمومية مجموعة من الاجراءات كانت بمثابة الإطار التحفيزي للصادرات خارج المحروقات، تبعثها بانشاء عدد من هيئات دعم الصادرات منذ سنة 1996، وتبني استراتيجية تعتمد على قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وكذا تدعيم القطاع الخاص وتقديم تحفيزات للاستثمار الاجنبي المباشر كلها من اجل اعطاء دفع وحركية قوية للقطاعات الحساسة التي لها ميزة خلق الثروة على غرار الصناعة، الفلاحة، السياحة، ولكن رغم كل ماتخذته الدولة من التدابير السابقة ونحن في مطلع القرن الواحد والعشرون، الا ان صادراتنا الرئيسية تكمن بدون منازع في المحروقات، بينما خارج هذا القطاع لا نجد شيئا يذكر ماعدا قليل جدا من المنتجات الغذائية والفلاحية ومشتقات البترول، ويرجع هذا الوضع اساسا الى غياب استراتيجية وطنية واضحة لتنمية الصادرات خارج المحروقات.

وبغية اسراع الدولة الجزائرية الاندماج في الاقتصاد الدولي لاعطاء أكثر جدية وموضوعية في قضية تطوير الصادرات خارج المحروقات تم ابرام العديد من الاتفاقيات الثنائية ومتعددة الاطراف ابرزها توقيع اتفاق الشراكة مع الاتحاد الاوربي والاتفاقية الخاصة بدول المنطقة العربية للتبادل الحر ومنطقة التجارة الحرة الافريقية، وهي امور تستدعي من الجزائر اعتماد استراتيجية تصديرية واضحة، مع الحث على تطبيقها وجعلها تحتل مكانة كبيرة في حيز الاهتمام الرسمي واعتبارها قضية وطنية يتطلب من الجميع وعلى كافة المستويات تسخير كل الجهود لرفع العوائق التي تحول دون تنميتها واعطاء مكانة اولية للمؤسسة الاقتصادية العامة والخاصة، وتوفير كل الظروف التي تمكنها من التاقلم مع الظروف الاقتصادية الدولية الراهنة من خلال الاستفادة من التجارب الدولية الرائدة في مجال ترقية المؤسسات ص وم في الصادرات من اجل فتح افاق واعدة للمؤسسات الجزائرية المصدرة لاختراق الاسواق الاجنبية بهدف ترقية الصادرات خارج المحروقات في المستقبل القريب.

الفصل الرابع:

دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة

والمتوسطة في ترقية الصادرات خارج

المحروقات في الجزائر خلال الفترة من

1990-2019

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

تمهيد:

نتناول في هذا الفصل دراسة تحليلية لوضعية مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019 من خلال تقسيم هذا الفصل الى ثلاث مباحث وهي:

المبحث الاول: التحليل الكلي لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في الصادرات خ م خلال فترة 2019-1990:

وسيتيم استعراض فيه مراحل تطور الصادرات خارج المحروقات خلال الفترة من 1990-2019، من حيث الحجم وتم التركيز ايضا على هيكل والتركيب السلعي للصادرات خارج المحروقات واهم الدول المستوردة للمنتجات الجزائرية خلال نفس الفترة، للمؤسسات ص وم، اضافة الى تحليل تطور الميزان التجاري الجزائري لمعرفة مدى تطوره خلال فترة الدراسة.

المبحث الثاني : التحليل القطاعي لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الصادرات خارج المحروقات:

والذي استعرضنا فيه وضعية مساهمة القطاع الصناعي والفلاحي بمختلف شعبها وفروعها في الصادرات خارج المحروقات واهم المنتجات المصدرة وتنافسيتها، وفي الاخير تحليل علاقة تطور المؤسسات ص وم الفلاحية بتطور الصادرات خ م.

المبحث الثالث: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المصدرة وفرص تصديرها:

والذي نتناول فيه تطور نشاط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال التصدير واهم المؤسسات المصدرة، وتنافسية قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عن طريق عرض بعض المؤشرات واهم فرص التصدير في الاسواق الجديدة والافاق المستقبلية لقطاع المؤسسات ص وم في ترقية الصادرات خ م في الجزائر في ظل الظروف الدولية الراهنة.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

مقدمة الفصل:

للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة قدرة كبيرة على غزو الاسواق الخارجية والمساهمة في زيادة الصادرات وتوفير النقد الاجنبي وتحقيق العجز في ميزان المدفوعات للكثير من الدول، كما انها تحاول تغطية الجزء الاكبر من السوق المحلي بالمنتجات الاستهلاكية النهائية خاصة الغذائية منها وهذا ما يؤدي تدريجيا الى الاكتفاء الذاتي وبالتالي تحسين مستوى ميزان المدفوعات من خلال تقليل الواردات.

ولكن الجزائر تعاني من الاحادية في التصدير بالنظر لكون ان مايقوم 95% من صادراتها عبارة عن نفط، وعملت جاهدة بغرض تنمية صادراتها وذلك من خلال تسطير استراتيجية تنمية الصادرات لتحفيز المؤسسات الوطنية على التصدير واختراق الاسواق الدولية بالنظر للدور الفاعل الذي تلعبه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنمية الصادرات الغير النفطية وتنويعها، حيث في هذا الاطار الجزائر تراهن على الاسواق الاقليمية كمنطقة التجارة الحرة العربية والافريقية، من اجل ولوج المؤسسات صوم الجزائرية الى الاسواق الدولية وتحسين ادائها التصديري وبالتالي الرفع من حصيلة الصادرات خارج المحروقات في المستقبل، ولمعرفة اثر هذه الاستراتيجية على تحسين مساهمة المؤسسات صوم في ترقية هاته الصادرات نبرز مدى تطور المؤشرات المتعلقة بعلاقة المؤسسات صوم والصادرات خارج م من خلال تحليل تطور البيانات واهم المؤشرات من الجانب الكلي والنوعي والقطاعي حسب الدراسة التطبيقية التي سنتناولها في هذا الفصل.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

المبحث الاول: التحليل الكلي لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في الصادرات خارج المحروقات 1990-2019:

كما ذكر سابقا حول الدور الرئيسي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تلعب دور في دفع عجلة التنمية الاقتصادية من خلال المساهمة في التشغيل، القيمة المضافة، الناتج الداخلي خارج المحروقات، الا ان هذا الدور لاينحصر فقط في هذه المجالات بل هذه المؤسسات تقوم باسهام كبير في مجال التجارة الخارجية عامة والتصدير خاصة، حيث تمكنت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من دخول الاسواق الخارجية من خلال اقتحام مجال التصدير الذي يعد نشاطا مهما في تطورها.

ان دراسة واقع مساهمة المؤسسات ص وم في الصادرات خ م يدعونا اولا لدراسة مجهودات الدولة في تطوير الاستراتيجية التصديرية والتي تطرقنا اليها في الفصل السابق، ثم معرفة النتيجة منها وان بناء هذه الاستراتيجية الوطنية تتطلب الالتفاف نحو القطاعات التي يمكن للبلاد ان تجد فيهم ميزة تنافسية، كما لا بد من تحديد الاسواق الخارجية المستهدفة التي لديها افاق واعدة.

وعليه سنحاول في هذا المبحث استعراض كل النقاط السابقة بالتطرق الى تطور الصادرات غير النفطية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وحصلتها من اجمالي الصادرات للفترة من 1990-2019 ومحاولة تحليل وضعية التركيب السلعي للصادرات، وكذا معرفة الاسواق التي تستهدفها هذه الصادرات.

المطلب الاول: الاداء التصديري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلال الفترة من 1990-2019:

ان دراسة وضعية التجارة الخارجية للجزائر تتطلب منا الوقوف على مجموعة من المؤشرات تتعلق بتحليل تطور كل من الناتج المحلي الاجمالي، الصادرات، الواردات، الميزان التجاري، تنوع المبادلات الخارجية سواء من الجانب السلعي او الجغرافي بالنسبة للصادرات خ م، وكذا مساهمة المؤسسات ص وم في الصادرات خ م، وسنعرض كل هذه المحاور بالتطرق الى مسار تطور الصادرات خارج المحروقات للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب الفترات وذلك من اجل المقارنة ومعرفة التغيرات التي حدثت في العملية، كما نتطرق الى التركيب السلعي لهذه الصادرات، والتوزيع الجغرافي بابرز اهم الاسواق المستهدفة من طرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المصدرة، وذلك كما يلي:

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

اولا: تحليل وضعية تطور صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: وتكون حسب الفترات كما يلي:

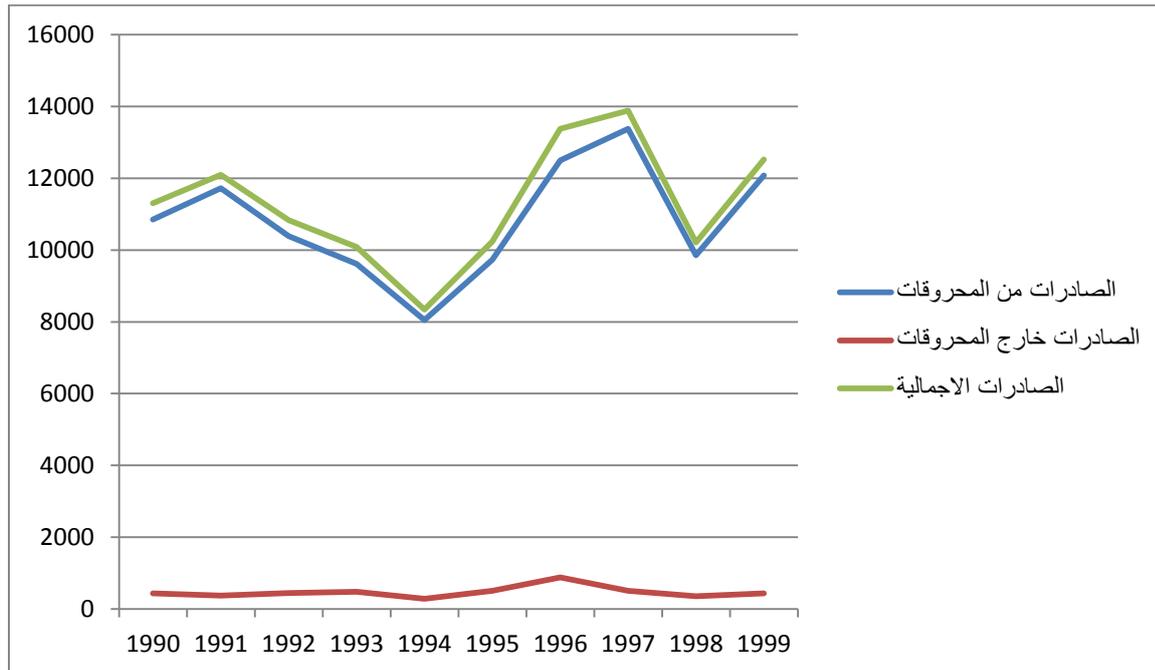
1- فترة الاصلاح الهيكلي والاقتصادي 1990-1999: حسب الجدول رقم 26:

الوحدة: مليار دولار او مليون دولار

الصادرات الاجمالية		الصادرات خارج المحروقات		الصادرات من المحروقات		البيان	السنوات
% النسبة	القيمة	% النسبة	القيمة	% النسبة	القيمة		
100	11.304	3.88	439	96.11	10.856		1990
100	12.101	3.10	375	96.90	11.726		1991
100	10.837	4.14	449	95.85	10.388		1992
100	10.091	4.74	479	95.25	9612		1993
100	8340	3.44	287	96.55	8053		1994
100	10.240	4.97	509	95.02	9731		1995
100	13.375	6.58	881	93.41	12.494		1996
100	13.889	3.67	511	96.32	13.378		1997
100	10.213	3.50	358	96.49	9855		1998
100	12.522	3.49	438	96.50	12.084		1999

المصدر: المركز الوطني للاعلام والاحصائيات CNIS والجمارك الجزائرية

الشكل رقم 01: يمثل منحنى تطور الصادرات خلال الفترة من 1990-1999:



الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

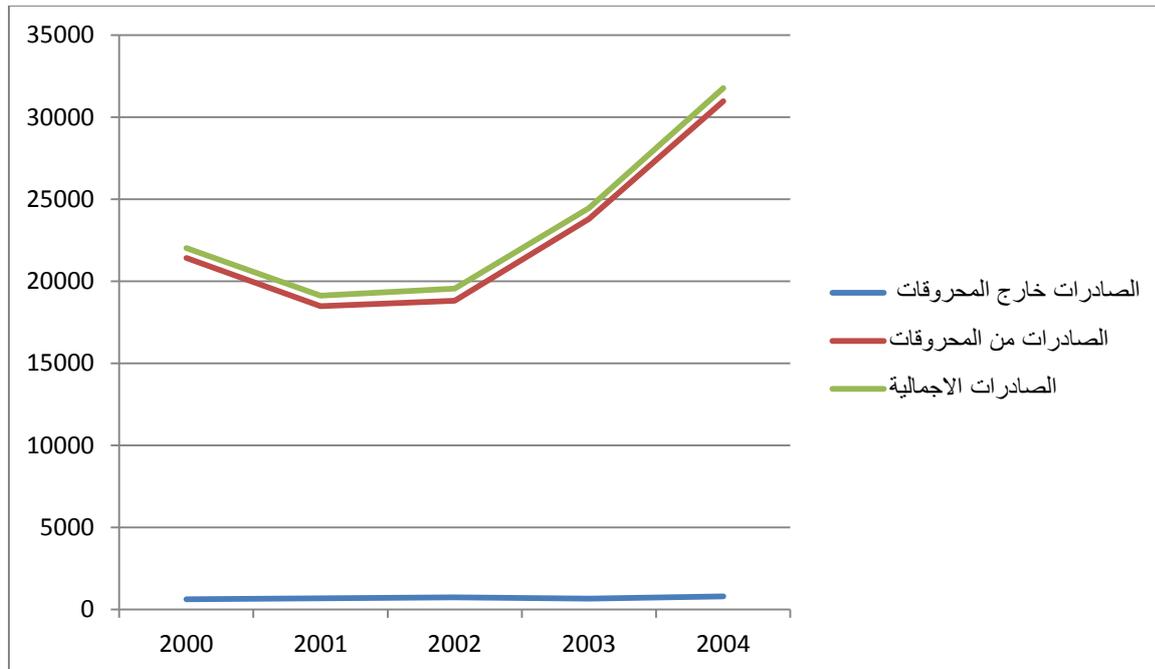
من خلال الجدول والشكل السابق نلاحظ في هذه الفترة ارتفاع صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خارج المحروقات من 375 مليون دولار سنة 1991 الى 511 مليون دولار سنة 1997 ، بينما بعدها انخفضت الى 358 مليون دولار سنة 1998، واحسن سنة للصادرات خارج المحروقات هي سنة 1996 بسبب تصدير المواد الغذائية الى دولة روسيا من اجل تسديد لجزء من الديون بنسبة مساهمة في الصادرات خ م¹ 6.58%، وبالتالي ضعف الصادرات خارج المحروقات خلال التسعينات راجع الى ضعف النسيج الصناعي وانخفاض اداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لكون تم حوصصة العديد من المؤسسات اضافة الى افلاسها بسبب اعادة الهيكلة والاصلاحات في تلك الفترة.

2- فترة مخطط الانعاش الاقتصادي 2000-2004: حسب الجدول رقم 27:

البيان	الصادرات من المحروقات		الصادرات خارج المحروقات م ص وم		الصادرات الاجمالية	
	النسبة	القيمة	النسبة	القيمة	النسبة	القيمة
2000	97.20	21.419	2.80	612	100	22.031
2001	96.60	18.484	3.40	684	100	19.132
2002	96.20	18.820	3.80	734	100	19.554
2003	97.20	23.800	2.80	664	100	24.464
2004	97.5	30.980	2.50	788	100	31.775

المصدر: www.douane.gov.dz

الشكل رقم 02: يمثل منحنى تطور الصادرات خلال الفترة 2004-2000:



¹ - شرقي محمد الامين، مرجع سابق، ص 197.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

من خلال الجدول والشكل السابق تم تسجيل ارتفاع صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من 612 مليون دولار سنة 2000 الى 788 مليون دولار سنة 2004 ، كما يلاحظ ان قيمة هذه الصادرات شهدت تطورا محسوسا منذ سنة 2000 الى غاية 2004 ، ماعدا التراجع الذي عرفته عام (0.8-) 2003 والذي يعود اساسا الى التوتر الذي عرفته منطقة الشرق الاوسط مع غزو العراق اجبر العديد من المؤسسات الجزائرية المصدرة مثل سوناكوم¹ الى وقف صادراتها هناك، وذلك لكون تم تنشيط الجهاز الوطني للانتاج واحداث الكثير من الانشطة والقيام باستثمارات متنوعة بهدف ترقية التنافسية الصناعية في هذه الفترة من خلال البرنامج الذي خصص له 525 مليار دج، وبالتالي تم تحقيق نتائج بارترفاع الناتج الداخلي الخام خارج المحروقات بنسبة %49.5 الامر الذي ساهم بشكل مباشر في ارتفاع طفيف في قيمة الصادرات خارج المحروقات.

3- فترة مخطط دعم النمو الاقتصادي 2005-2009: حسب الجدول رقم 28:

الوحدة: مليار دولار

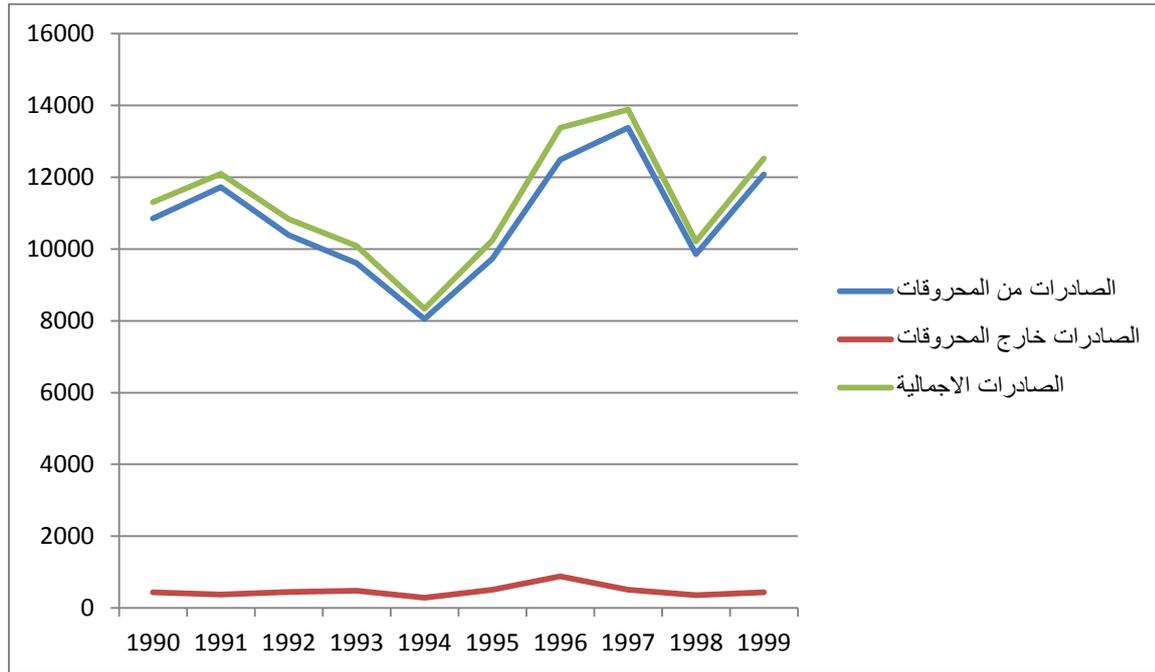
الصادرات الاجمالية		الصادرات خارج المحروقات م ص وم		الصادرات من المحروقات		البيان السنوات
النسبة %	القيمة	النسبة %	القيمة	النسبة %	القيمة	
100	46.001	2.20	1.012	97.80	44.989	2005
100	54.613	2.20	1.180	97.80	53.433	2006
100	59.518	2.20	1.312	97.80	58.206	2007
100	81.238	2.50	1.940	97.50	79.298	2008
100	45.194	2.40	1070	97.60	44.124	2009

Source : statistique du commerce exterieur, direction general des douanes, periode entre 2000-2010

الشكل رقم 03: يمثل منحنى تطور الصادرات خلال الفترة من 2005-2009:

¹ براق محمد وعبيلة محمد، مرجع سابق، ص128-

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019



من خلال الجدول والشكل السابق تم تسجيل ارتفاع في قيمة صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من 1012 مليون دولار سنة 2005 الى 1940 مليون دولار سنة 2008، وفي الاطار ذاته فان انخفاض صادرات الجزائر خارج المحروقات سنة 2009، ناجم عن عدة عوامل بينها قرار منع تصدير النفايات غير الحديدية، فضلا عن حظر تصدير المواد الغذائية المستخرجة من المواد المدعمة ناهيك عن انعكاسات الازمة المالية العالمية¹، وبالتالي هذه النتائج الايجابية للصادرات خارج المحروقات راجع لكون تم انشاء العديد من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والسعي في تحسين تنافسيتها، اضافة الى تخصيص 265 مليار دولار لهذا البرنامج الشيء الذي ساهم في تنشيط النشاطات القطاعية خارج المحروقات كالصناعة والفلاحة والصناعات الغذائية وتم تحقيق نمو خارج المحروقات تقارب 6%، هذا مايفسر هذا التحسن الملموس في قيمة الصادرات خارج المحروقات رغم استقرار نسبة مساهمة هذه الصادرات في الصادرات الاجمالية خلال هذه الفترة التي لم تتعدى 2.5%.

4-فترة مخطط دعم النمو الاقتصادي 02: 2010-2014: حسب الجدول رقم 29:

الوحدة: مليون دولار

السنوات	الصادرات من المحروقات		الصادرات خارج المحروقات مصوم		الصادرات الاجمالية	
	النسبة	القيمة	النسبة	القيمة	النسبة	القيمة
2010	96.48	55046	2.85	1619	100	57053
2011	97.19	71427	2.80	2062	100	73489

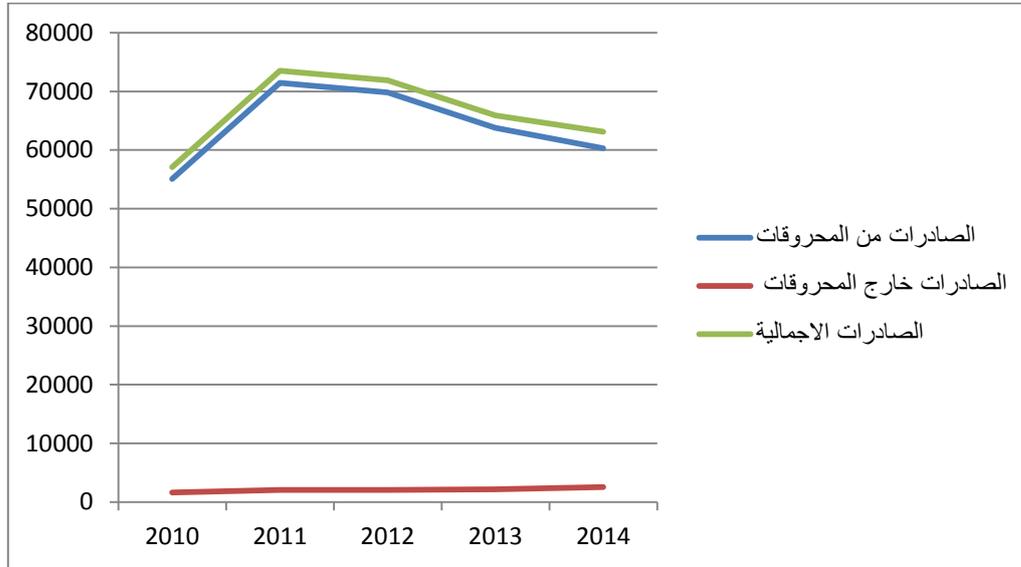
قروود علي، الصادرات خارج المحروقات واثرها على النمو الاقتصادي في الجزائر (دراسة قياسية للفترة من 1990-2015)، الملتقى الدولي حول -

¹ بدائل النمو والتنويع الاقتصادي في الدول المغاربية بين الخيارات والبدايل المتاحة، جامعة البويرة، 2016، ص4

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

100	71866	2.86	2062	97.13	69804	2012
100	65917	3.32	2165	96.67	63752	2013
100	63114	4.45	2549	95.55	60304	2014

الشكل رقم 04: يمثل منحني تطور الصادرات خلال الفترة من 2010-2014:



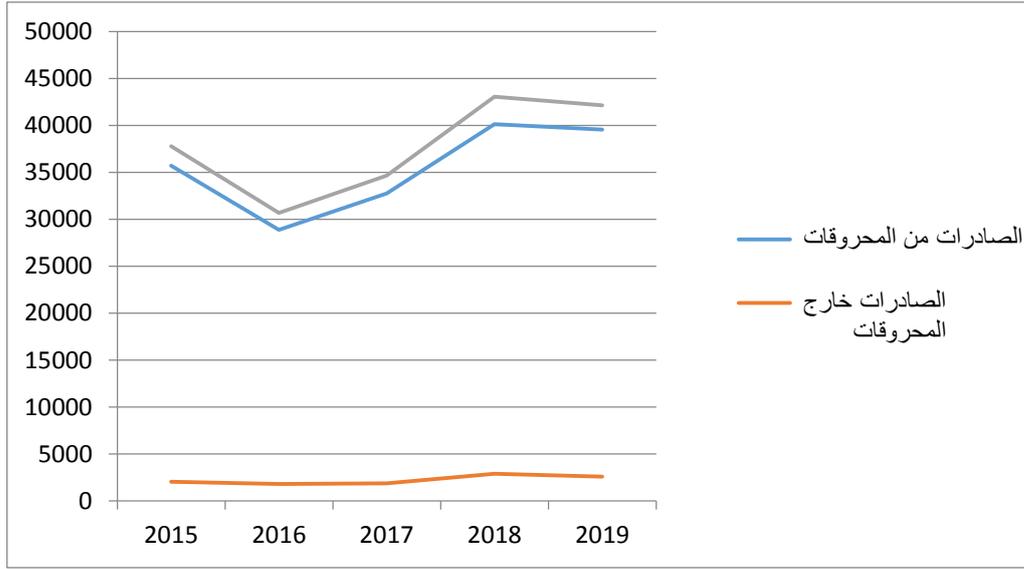
5-فترة البرنامج الخماسي 2015-2019: حسب الجدول رقم 30:

السنوات	الصادرات من المحروقات		الصادرات خارج المحروقات		الصادرات الاجمالية	
	النسبة	القيمة	النسبة	القيمة	النسبة	القيمة
2015	94.54	35724	5.46	2063	100	37787
2016	94.11	28880	5.89	1805	100	30685
2017	94.52	32760	5.48	1899	100	34659
2018	93.22	40160	6.78	2920	100	43080
2019	93.87	39580	6.13	2580.37	100	42160.37

المصدر: المركز الوطني للاعلام والاحصائيات cnis الجمارك الجزائرية. www.douane.gov.dz

الشكل رقم 05: يمثل تطور الصادرات خلال الفترة من 2015-2019:

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019



من خلال الجدول والشكل السابق نلاحظ كذلك ارتفاع في قيمة صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من 1619 مليون دولار سنة 2010 الى 2810 مليون دولار سنة 2014 ، وتم انخفاضها الى 2063 مليون دولار سنة 2015 ، ولكن الملاحظ ان الصادرات خارج المحروقات تحسنت من حيث القيمة، ولكن من حيث نسبة مساهمتها في الصادرات الاجمالية لم تتعدى خلال الفترة نسبة 4%، وهذا ما يطرح التساؤل في امكانية ايجاد الخلل في الاستراتيجية المعتمدة من طرف الدولة رغم تخصيصها في هذه الفترة برنامج يقدر بـ 286 مليار دولار وكذا انشاء 200 الف مؤسسة الصغيرة والمتوسطة، كما تم العمل على انشاء مناطق صناعية وتشجيع قطاع خارج المحروقات مما جعله يحقق نسبة نمو 6. %.

كما ارتفعت الصادرات خارج المحروقات لهذه المؤسسات من سنة 2015 من 2063 مليون دولار الى 2920 مليون دولار سنة 2018 أي بنسبة زيادة تقدر بـ 30% ، اما سبب الانتعاش فيرجع الى جهود الدولة في تنمية وتنويع الصادرات، اضافة الى سياسة برامج الانعاش الاقتصادي وبرامج دعم النمو والبرنامج الخماسي الممتد من 2000-2019، وبالتالي نجدها خلال فترة الدراسة ان نسبة مساهمتها في الصادرات الجزائرية لاتتعدى 5% ، وهذا ما يؤكد عجز السلطات في بلوغ الهدف المرسوم مع نهاية 2020 والمتمثل في الوصول الى تصدير ما قيمته 5 مليار دولار خارج المحروقات، وذلك رغم سلسلة الاجراءات والتحفيزات المقدمة من طرف الدولة خلال فترة الدراسة.

ولهذا وجب التركيز أكثر على القطاعات أكثر تنافسية وتلبية تحقيق تغطية للصادرات اولا نحو السوق الداخلي لتقليل العجز في الميزان التجاري تم التوجه ثانيا الى الاسواق الخارجية التي تشكل مقعدا صعبا خاصة مع الاجراءات الصارمة المتعلقة بالمقاييس العالمية المتعددة المتعلقة بالتسويق والجودة والسلامة وغيرها.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

ثانيا: الاهمية النسبية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصادرات خارج المحروقات 1990-2019:

نظرا للتضارب في احصاء هذه المؤسسات سابقا بسبب اعتماد معايير مختلفة من طرف الهيئات الوصية،¹ الا ان القطاع شهد نموا متزايدا في عدد المؤسسات، ولكن الهدف الاسمي من خلال انشاء هاته المؤسسات هو الزيادة في المساهمة في الصادرات خ م، وبالتالي في هذا العنصر سنتعرف على الدور الذي يمكن ان تلعبه المؤسسات ص وم في ان تكون المحرك والبديل للتصدير في القطاع خارج المحروقات، بدراسة وتحليل بعض المؤشرات التي تقدم لنا تفسير حول اهمية هذا الدور بالتطرق الى العلاقة بين تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصادرات خ م، ثم حصة صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الصادرات الاجمالية وفي الاخير الى توجهات قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصادرات خارج المحروقات خلال الفترة المدروسة وذلك كما يلي:

1-العلاقة بين الصادرات خارج المحروقات والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

جدول رقم31: تطور عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصادرات خ م في الجزائر خلال الفترة 1990-2019:

السنوات	عدد المؤسسات	نسبة التطور %	تطور ص خ م (مليون دولار)	نسبة التطور %
1990	20000	-	369	-
1991	22382	9.09	250	-47.6
1992	20207	-11.07	321	22.11
1993	23207	11.48	718	55.29
1994	26612	11.46	196	-266
1995	29000	10.89	355	44.78
1996	177365	61.16	881	59.70
1997	182354	10.28	511	-72.40
1998	137864	-7.56	373	-36.99
1999	159507	11.56	438	14.84
2000	179893	11.27	612	28.43
2001	245348	13.63	673	9.06
2002	261853	10.67	734	8.31
2003	288577	11.02	664	-10.54
2004	312959	10.84	781	14.98
2005	342788	10.95	930	13.89
2006	376767	10.99	1185	14.91
2007	410959	10.90	1309	17.53

منى مسغوني، نحو اداء تنافسي متميز للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، مجلة الباحث، كلية العلوم الاقتصادية، مخبر اداء المؤسسات
¹ والاقتصاديات في ظل العولمة، جامعة ورقلة، العدد 10-2012، ص126

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية
في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

53.17	1893	12.64	519526	2008
-35	1232	11.30	587494	2009
31.38	1619	10.53	619072	2010
25.99	2163	10.64	659303	2011
-5.71	2062	10.79	711832	2012
1.43	2165	10.92	777816	2013
23.27	2810	10.95	852053	2014
36.20-	2063	8.82	934569	2015
14.29-	1805	8.61	1022621	2016
4.94	1899	4.82	1074503	2017
53.76	2920	1.73	1093170	2018
-11.63	2580.37	7.20	1171945	2019

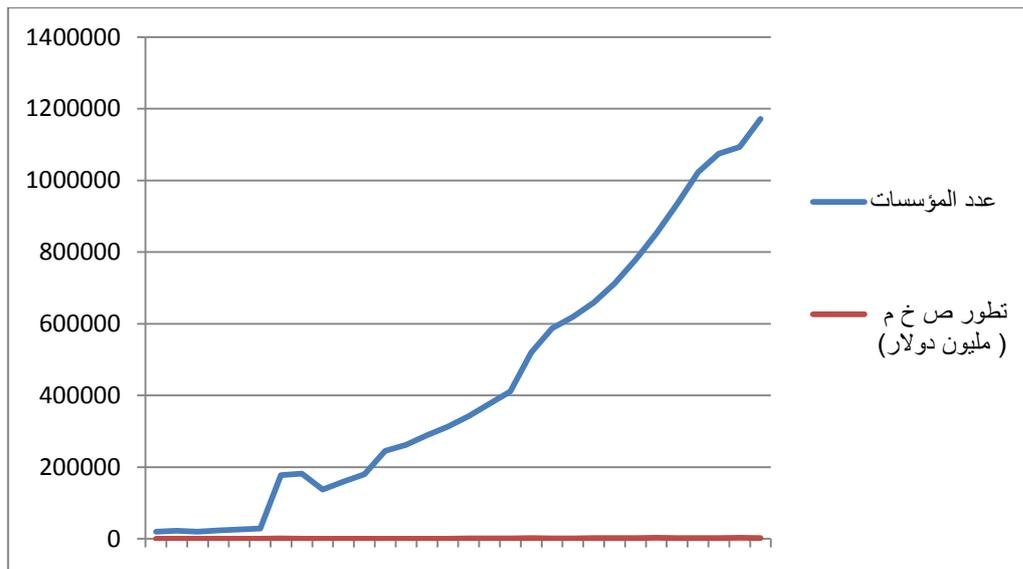
المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على: وزارة الصناعة، وزارة م ص وم وترقية الاستثمار 2001-2008

Source : ministre de pme et i'artisanat.bulttin d'information economique pour l'année 2002, 2003, 2007, 2009.

Source : ministre de l'industrie et des mines.bulletin d'information statistique des pme, n22-25: 05-08-2016.

-وزارة الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار، نشرية المعلومة الاحصائية، الاعداد، 29، 32، 33، 34، لسنوات، 2016، 2017، 2018، 2019.

الشكل رقم 06: يمثل تطور مؤشر المؤسسات ص وم وتطور الصادرات خ م خلال الفترة من 1990-2019:



الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

-من خلال الجدول السابق نلاحظ ان القطاع شهد تطور من 20 ألف مؤسسة سنة 1990 الى 179893 سنة 2000 اي بزيادة قدرها 7 اضعاف وأكبر نسبة لنمو هذه المؤسسات سجل سنة 1996 قدرها 177365 مؤسسة بنسبة 61%، كما ارتفع العدد من سنة 2001 من 245348 الى 1171945 سنة 2019، بفعل تسهيل الاجراءات امام نشأتها من جهة وتطوير ثقافة المناولة لدى الشباب، وكذا بفعل البرامج التي أطلقتها الدولة من اجل تطوير وتنمية وتاهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من جهة اخرى.

كما نلاحظ زيادة وتيرة تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلال الفترة بنسبة 8-11%، في حين عرفت الصادرات خارج المحروقات ارتفاعا وانخفاضا، حيث لم تتجاوز نسبة 6% الى انما سجلت نسب ارتفاع معتبرة مثلا سنوات 1996، 2000، 2008، 2014، 2018 بنسب 54.70، 28.43، 53.17، 65% على التوالي والانخفاض احيانا تجاوز 50%، وهو ما يؤكد تراجع عدم استمرار فعالية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال الصادرات خ م، وكذا فشل مخططات الحكومة في الدفع بهذه المشروعات نحو التجارة الخارجية بشكل فعال ومستدام.

كما لوحظ تطور عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في القطاع الخاص الذي عرف تطور بنسب سنوية متقاربة تجاوزت في اغلبها 8% بين 2011 و2018، حيث وصل عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في السنة الاخيرة 1092908 مؤسسة وهذا نتيجة اهتمام الدولة بدعم هذه المؤسسات الخاصة من خلال صناديق دعم واجراءات قوانين جبائية وهي تعد الاغلبية بنسبة 75%.

اما المؤسسات العامة فعكس سابقتها فقد شهدت انخفاضا قرابة 3% بين 2011 و2012، حتى وصلت الى حدود 262 مؤسسة فقط سنة 2018، ويمكن ارجاع هذا الانخفاض الى السياسة المنتهجة من طرف الدولة والمتعلقة بالخصوصية والدمج والغلق للمؤسسات الفاشلة.

2- حصة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الصادرات:

*جدول رقم 32: يبين تطور حصة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الصادرات في الجزائر خلال الفترة 1990-2019:

الوحدة: مليون دولار

السنوات	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
قيمة صادرات م ص وم	369	250	321	718	196	355	881	511	373
نسبة المساهمة في الصادرات الكلية	3.88	3.10	4.14	4.74	3.44	4.97	6.58	3.67	3.50
معدل النمو	-	-47.6	22.11	55.29	266-	44.78	59.70	72.40-	36.99-
السنوات	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

907	1066	907	781	664	734	673	612	438	قيمة الصادرات خ م
2.18	1.95	1.97	2.48	2.71	3.75	3.57	2.80	3.49	نسبة المساهمة
17.53-	14.91	13.89	14.98	- 10.54	8.31	9.06	28.43	14.84	معدل النمو
2018	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	السنوات
2925.56	2063	2810	2156	2187	2062	1526	1047	1937	قيمة صادرات م ص وم خ م
6.16	5.95	4.47	3.33	3.04	2.92	2.84	2.32	2.44	نسبة المساهمة
20.34	36.20-	23.27	1.43-	5.71	25.99	31.38	85-	53.17	معدل النمو

المصدر*: من اعداد الطالب بالاعتماد على: عبد القادر بربش، دراسة قياسية لتقييم دور المؤسسات ص وم خارج قطاع المحروقات في دعم النمو الاقتصادي- دراسة حالة الجزائر- الملتي الدولي حول تقييم استراتيجيات وسياسات الجزائر الاقتصادية لاستقطاب الاستثمارات البديلة للمحروقات في افاق الالفية الثالثة بالجزائر يومي 28 و 29 اكتوبر. 2014. ص.11

CNIS-، معطيات مقدمة من طرف الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية.

-احصائيات الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI.

حسب الجدول السابق نلاحظ ان نسبة مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الصادرات خارج المحروقات ضعيفة جدا ولا تتجاوز في أحسن الحالات سنة 1990 نسبة 3.88%، ثم سنة 2000 نسبة 2.80%، ثم سنة 2010 نسبة 2.84% وبعدها ارتفعت الى 6.16% سنة 2019 من اجمالي الصادرات لذلك نجد الجزائر اليوم تعمل جاهدة في فك الارتباط مع الصادرات البترولية خاصة في ظل الازمات الناجمة عنه في حالة الانخفاض والاستفادة من فوائض اليرادات الناجمة عنه في حالة الارتفاع في تنوع وتطوير الصادرات خارج المحروقات.

*وعليه مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الصادرات خ م تشكل نسبة ضعيفة لاتتعدى 3% باستثناء سنتي 1996 و2018 التي تجاوزت نسبة 6% وهي نسبة متواضعة إذا ماقرناها بدولة ماليزيا وسنغافورة 16 سنة 2015، وتركيا 44 سنة 2016.

وبالتالي الملاحظ ان نسبة مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الصادرات الاجمالية نسبة 6% رغم وجود 1197545 مؤسسة صغيرة ومتوسطة سنة 2019، ولم تستطع منتجاتها اقتحام الاسواق الاجنبية ومنه يمكن القول انه رغم تواضع الحصيلة فان السلطات تراهن عليها للرفع من الصادرات خ م امام توفر مقومات النجاح، حيث تعتبر الصادرات بمثابة اساس لتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي ينتهي مسارها بتصدير منتجها المستوفي للمقاييس الدولية الى الاسواق العربية والاوربية، ويعود ضعف مساهمة مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في حجم النشاط التصديري خارج المحروقات عموما والصادرات الصناعية تحديدا الى عدة اسباب هي¹:

¹-عماري جمعي، قندوز طارق، مرجع سابق، ص.13.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

- ضعف تنافسيتها سواء في الاسواق الداخلية او الخارجية.
- صعوبة الحصول على المعلومة الاقتصادية المضبوطة والحماية عن اسواق التصدير.
- عدم ادراج التصدير ضمن اهداف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وعدم توفر الخبرة في هذا المجال.
- مشكل التمويل بالمواد الاولية وعدم المشاركة في المعارض الدولية.
- عدم توفر الخبرة الكافية لدى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لممارسة نشاط تصديري مما يؤثر سلبا على استمرارية هذه المؤسسات في تصدير منتجاتها.
- يتجه الكثير من المتعاملين الاقتصاديين الى ممارسة نشاط الاستيراد لما يدره من ارباح، على عكس نشاط التصدير الذي يتطلب الكثير من الحنكة وتوفر الكثير من الشروط ومطابقة المنتج للمقاييس اضافة الى ارتفاع فاتورة استيراد من سنة الى اخرى¹.

3- توجّهات قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصادرات خارج المحروقات:

رغم ما أثبتته الدراسات حول العلاقة الموجبة بين نمو عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة ونمو الصادرات خارج المحروقات، إلا أن مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الواقع لاتزال ضعيفة جدا في إجمالي الصادرات خارج المحروقات، رغم التحسن الذي شهدته سنة 2014 و2019.

وهو ما يدفعنا للقول بأن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لم تدخل حقيقة في تنمية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر، وقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عموما لم ينمو بالشكل الذي يسمح بالمساهمة في الصادرات خارج المحروقات والتأثير عليها، ويمكن تدعيم هذا التحليل من خلال التعرف على المجالات التي تنشط بها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر ومقارنتها بالمجالات التصدير خارج المحروقات وهذا من خلال الجداول التالية رقم (33، 34، 35، 36):

سنقوم بدراسة هذا المعطى خلال فترات مختارة للمقارنة: سنوات 1999-2009-2016-2019:

سنة 1999

قطاع النشاط	بناء واشغال عمومية	فلاحة	طاقة	صناعة	خدمات
نسبة هيمنة كل نشاط %	26.76	3.01	0.34	24.37	45.15
توزيع الصادرات خ م	منتجات نصف مصنعة	منتجات التجهيز الصناعي	سلع غذائية	سلع فلاحية	منتجات خام
نسبة كل انتاج في إجمالي % الصادرات خ م	48.06	17.31	11.38	0.68	7.28

سنة 2009

¹- مكانة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الجزائري، منتدى التمويل الاسلامي، على الموقع الالكتروني slamfin.yoo7.com.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية
في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

قطاع النشاط	بناء واشغال عمومية	فلاحة	طاقة	صناعة	خدمات
نسبة هيمنة كل نشاطه%	35.25	1.07	0.27	17.48	45.93
توزيع الصادرات خ م	منتجات نصف مصنعة	منتجات التجهيز الصناعي	سلع غذائية	سلع فلاحية	منتجات خام
نسبة كل انتاج في إجماليه%	75.98	7.67	5.23	1.79	7.19
الصادرات خ م					

سنة 2016

قطاع النشاط	بناء واشغال عمومية	فلاحة	طاقة	صناعة	خدمات
نسبة هيمنة كل نشاطه%	30	1.2	0.55	17.20	51.52
توزيع الصادرات خ م	منتجات نصف مصنعة	منتجات التجهيز الصناعي	سلع غذائية	سلع فلاحية	منتجات خام
نسبة كل انتاج في إجماليه%	71	3	12	1	13
الصادرات خ م					

سنة 2019

قطاع النشاط	بناء واشغال عمومية	فلاحة	طاقة	صناعة	خدمات
نسبة هيمنة كل نشاطه%	26.07	1.62	0.26	18.71	51.44
توزيع الصادرات خ م	منتجات نصف مصنعة	منتجات التجهيز الصناعي	سلع غذائية	سلع فلاحية	منتجات خام
نسبة كل انتاج في إجماليه%	75.84	3.4	15.80	0.005	3.71
الصادرات خ م					

المصدر: الجداول من اعداد الطالب بالاعتماد على بيانات سابقة.

المصدر: بناء على احصائيات مقدمة من cnis

Source : minister d'industrie et des mines, direction general de la veille stratégique des etudes économiques et des statistiques.bulltin d'information statistique de la pme. اعداد مختلفة .

بناء على معطيات الجداول السابقة، قد اقترحنا ادراج هذا العنصر لتوضيح مدى المساهمة التي تلعبها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التصدير خارج المحروقات، حيث من خلال الجدول يوضح القطاعات والانشطة التي تهيمن عليها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتوزيع السلعي لاهم الصادرات خارج المحروقات.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

- المنتجات نصف مصنعة تمثل 71%-75 تخص مشتقات البترول كالزيوت والمواد الاتية من تقطير النفط.
 - منتجات التجهيز الصناعي تمثل 3% وتخص منتجات تحويل الحديد والرصاص والنحاس.
 - السع الغذائية تمثل 12%-15 وتشمل في سلع زراعية كسكر القصب والتمور والعجائن والعصائر والمشروبات الغازية.
 - مواد الخام بنسبة 13% انخفضت الى 3.71 تمثل في الفوسفات والجلود
- وبشكل عام توجهات نشاط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، فهي متوجهة بشكل كبير نحو قطاع الخدمات أي بنسبة 45-51.52%، يليها قطاع البناء والاشغال العمومية بنسبة 26-35%، وهي القطاعات البعيدة كل البعد عن التصدير وهو مايفسر هامشية التصدير خارج المحروقات في الجزائر بسبب تركر هذه المشروعات في قطاعات معينة محلية النشاط فقط، وهو ما لايسمح بالتوجه نحو النشاط التصديري وبلوغ مراحل متقدمة منه على مستوى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر¹، ما يجعلها بعيدة عن التجارة الخارجية ، وإذا ما قورنت مثلا بالمغرب تقدر مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التصدير أكثر من 30%، في تونس 80% من الصادرات تحققها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة².

-وبالنظر الى التنوع السلعي للصادرات خارج المحروقات للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومع الاخذ في الحسبان توزيع عددها والتي يتركز جلها في قطاع الخدمات والاشغال العمومية مع ضعف كبير في قطاع الصناعة التحويلية والزراعة اللذان يشكلان تكلفة كبيرة في الواردات الجزائرية، تتولد قناعة بضالة توجه هذا النوع من المؤسسات نحو التصدير نتيجة تركيزها في قطاعات لا تتيح لها تقديم انتاج قابل للتصدير في الاسواق الدولية، لذلك لا بد على السلطات الوصية على ترقية تنافسية المنتج الوطني لاختراق الاسواق الاجنبية الا ان ذلك مرهون بشرط استيفاء متطلبات التنافسية الدولية³.

4- تحليل تطور مساهمة صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الناتج المحلي الاجمالي خلال 1990-2019:

يستعمل الناتج المحلي الاجمالي لقياس الانتاج المحلي في دولة معينة خلال مدة معينة ومن خلال دراسة تطور الناتج المحلي الاجمالي الذي يمثل احد المؤشرات المهمة لقياس النمو الاقتصادي للدولة والجدول الموالي يستعرض ذلك.

¹-قشرو فتيحة، أثر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على الصادرات خارج المحروقات في الجزائر، دراسة قياسية للفترة من 2000-2014، مجلة الحقوق والعلوم الانسانية دراسات اقتصادية، جامعة الخلفة، ص 195-196.

²-بوقادير ربيعة، مطاي عبد القادر، تقييم اداء قطاع المؤسسات صوم في الجزائر، 2001-2016، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، المجلد 14، العدد 19-2018، ص 282.

³-لقرع فايزة، طيبة عبد العزيز، دور المؤسسات صوم في تنوع الصادرات خارج المحروقات في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، المجلد 15، العدد 20، 2019، ص 186.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

جدول رقم 37: يبين مساهمة صادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات في الناتج المحلي الاجمالي خلال الفترة من 1990-2019: الوحدة: مليون دولار

السنوات	1990	1991	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	
الناتج	12045.1	45715.37	48003.3	49946.46	42542.57	41764.05	46941.5	48177.86	4818.78	
ص خ م ل م صوم	439	375	449	479	287	881	511	558	438	
نسبة المساهمة	0.70	0.82	0.96	0.95	1.22	1.73	1.08	1.15	0.74	
السنوات	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	
الناتج	48640.61	547905	55180.99	67053.03	86018.6	85013.94	102339.1	117169.3	135803.6	
ص خ م	612	684	734	664	788	1012	1180	1312	1940	
نسبة المساهمة	1.15	0.12	1.33	0.99	0.91	1.19	1.15	1.11	1.42	
السنوات	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2019
الناتج	170989.3	138119.9	193688	214872	221917	229401	223989	175146	185758	172800
ص خ م	1070	1619	2062	2062	2165	2582	2063	1805	1899	2580
نسبة المساهمة	0.62	1.17	1.06	0.95	0.97	1.22	0.92	1.03	1.02	1.49

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على: نعيمة زيرمي: التجارة الخارجية الجزائرية من اقتصاد المخطط الى اقتصاد السوق، مذكرة ماجستير في التسيير الدولي

للمؤسسات، تلمسان، 2010-2011، ص.202

-التقارير السنوية لبنك الجزائر الفترة من 2000-2019، ONS

من خلال الجدول نلاحظ ان الناتج المحلي الاجمالي في الجزائر في تطور مستمر، فبعد ان كان يحقق نتائج متواضعة مستقرة في التسعينات، واصل ارتفاعه بعد سنة 2000 تدريجيا الى ان وصل الى 135.80 مليار دولار سنة 2008، ولكن في سنة 2009 انخفض الناتج المحلي الاجمالي الى 133.79 مليار دولار ليرتفع بعدها وصولا الى اقصى مستوى له سنة 2014 بقيمة قدرت ب 229.40 مليار دولار وانخفاضه سنة 2019 الى حدود 172 مليار دولار، وهذا راجع الى ارتفاع اسعار المحروقات، وتدخل الدولة في تحفيز النمو الاقتصادي عبر تبنيها برامج للانعاش الاقتصادي ومن خلال اطلاق الدولة لمجموعة من البرامج التي تدعم النمو الاقتصادي مثل: برامج الدعم الفلاحي، برامج دعم الصناعات التقليدية، برامج اعادة هيكلة بعض الشركات الكبرى، مسح ديون بعض الشركات والمؤسسات المالية، مشاريع بنى تحتية ضخمة كالطريق السيار شرق-غرب، برنامج مليون سكن، برامج تشغيل الشباب، مما اعطى دعم لحركة النشاط الاقتصادي وقد ساهمت قطاعات النشاط في خلق هذه النواتج حسب القطاعات بنسب متفاوتة، الا انه شهد انخفاض بعد سنة 2015 الى 2019 بسبب انخفاض اسعار البترول وقلة تمويل الاستثمارات العمومية مما اثر على الناتج المحلي الاجمالي.

اما بالنسبة لمساهمة صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في إجمالي الناتج الداخلي الخام لم تتعدى خلال فترة الدراسة من 1990-2019 نسبة 0.6-1.73%، واحسن سنة في نسبة المساهمة هي سنة 1996 بنسبة 1.73% وهذا راجع الى زيادة الصادرات خارج المحروقات الى دولة روسيا لتسديد الديون ومع استقرار الناتج الداخلي في تلك الفترة (التسعينات) ارتفعت نسبة

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

المساهمة نسبيا مقارنة بالسنوات الاخرى، اما سنة 2019 سجلت مساهمة بنسبة 1.49% وهي نسبة متواضعة وهذا راجع الى الظروف السابقة، ومنه يمكن القول ان الناتج المحلي الاجمالي الذي يمثل النمو الاقتصادي لا يعكس الوضعية الحقيقية للاقتصاد الوطني.

5- قياس العلاقة بين مؤشر تطور المؤسسات ص وم و تطور الصادرات خ م عن طريق معامل الارتباط بيرسون:

- يعرف معامل بيرسون والذي يرمز له بالرمز R بانه عبارة عن مقياس رقمي يقيس قوة الارتباط بين متغيرين، حيث تتراوح قيمته بين +1 و-1 وهو معامل للارتباط الخطي أكثر معاملات الارتباط استخداما خاصة في العلوم الانسانية والاجتماعية، ومستوى القياس المطلوب عند تطبيق معامل بيرسون للارتباط هو ان يكون كلا المتغيرين مقياس فترة او نسبي او بمعنى اخر ان تكون البيانات كلا المتغيرين بيانات كمية، وتشير اشارة المعامل الموجبة على العلاقة الطردية بينما تشير السالبة الى العلاقة العكسية:

سنحاول ابراز العلاقة بين المؤشرين تطور المؤسسات ص وم وهو المتغير المستقل وتطور الصادرات خ م وهو المتغير التابع خلال الفترة الزمنية الممتدة من 1990-2019 حيث تم الحصول على بيانات الدراسة من نشرات المعلومات الاحصائية للمؤسسات ص وم.

- تحليل قوة الارتباط بين المتغيرين لتحليل قوة الارتباط بين متغيرين ثم الاعتماد على معامل الارتباط بيرسون correlation de pearson وعادة ما يستخدم هذا العامل لقياس قوة الارتباط عندما تكون بيانات أحد المتغيرين او بيانات المتغيرين كليهما لا تتبع التوزيع الطبيعي، ومن خلال الاختبار الاحصائي المرافق لقيمة معامل الارتباط يمكن الاقرار بوجود او عدم وجود علاقة خطية ذات دلالة احصائية بين المتغيرين، ونستعمل برنامج اكسال وبرنامج SPSS لحساب معامل بيرسون وكانت النتائج كما يلي:

Corrélations

A

	تطور صمخم	عدد المؤسسات صوم
Corrélation de Pearson	1	.929**
تطور صمخم		
Sig. (bilatérale)		.000
N	30	30
Corrélation de Pearson	.929**	1
عدد المؤسسات صوم		
Sig. (bilatérale)	.000	
N	30	30

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية
في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

Corrélations B

	تطور صخم	السنوات
Corrélation de Pearson	1	.915**
Sig. (bilatérale)		.000
N	30	30
تطور صخم		
Corrélation de Pearson	.915**	1
Sig. (bilatérale)	.000	
N	30	30
السنوات		

** . La corrélacion est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations C

	السنوات	عدد المؤسسات صوم
Corrélacion de Pearson	1	.971**
Sig. (bilatérale)		.000
N	30	30
السنوات		
Corrélacion de Pearson	.971**	1
Sig. (bilatérale)	.000	
N	30	30
عدد المؤسسات صوم		

** . La corrélacion est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

- من خلال الجدول رقم A: وجود علاقة ارتباط معنوية قوية موجبة بين تعداد المؤسسات صوم pme والصادرات خ م expo ، حيث قدر معامل الارتباط ب $r=0.929$ عند مستوى معنوية 0.01 سيق = sig وهذا يدل على زيادة تعداد المؤسسات صوم و م ينعكس ايجابا على ارتفاع الصادرات خ م .

من خلال النتائج يتضح ان كلا بيانات المتغيرين موزعة توزيعا طبيعيا لان قيمة sig اقل من 0.05 والمشاهدات اقل من 30 وبالتالي لا يمكن استخدام الاختبارات الاحصائية المعلمية مثل الانحدار المتعدد بل نستخدم الارتباط الخطي .

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

*نتائج التحليل الاحصائي لاثر تطور المؤسسات ص وم على ترقية الصادرات خ م:

من خلال الجدول يتضح ان قيمة sig تساوي 0.01 اقل من 0.05 وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية التي تدعي انه لا توجد علاقة ذو دلالة احصائية بين pme و expo ونقبل الفرض البديل الذي يدعى وجود علاقة ذو دلالة احصائية بين pme و expo

وبالتالي وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين مؤشر المؤسسات ص وم pme والصادرات خ م expo في الجزائر وبالتالي مساهمتها في عملية التصدير والولوج الى الاسواق الدولية، وبهذا كلما زادت هذه المؤسسات من اكتساب مكانة جديدة في هذه الاسواق كلما زادت فعاليتها ونجاعتها في ترقية الصادرات.

من المنحنى السابق أيضا نستنتج ان هناك علاقة موجبة بين المؤسسات ص وم والصادرات خ م المحققة في فترة تطبيق استراتيجية تنمية الصادرات، تظهر هذه العلاقة من خلال الميل الموجب لخط الاتجاه العام وهو مامعنى انه إذا زادت تعداد المؤسسات ص وم بوحدة واحدة فان الصادرات خ م سيزيد، كما ان هناك علاقة طردية قوية جدا بين الظاهرتين، حيث معامل الارتباط يفسر بالتغيرات الحاصلة في المؤسسات ص وم على الصادرات خ م والباقي من التباين الكلي يعود لعوامل اخرى لم يتضمنها النموذج.

من خلال الجدول B و C نلاحظ ان العلاقة بين تطور الصادرات خ م والزمن وكذا بين تطور المؤسسات ص وم والفترة الزمنية علاقة طردية، حيث كلما مرت السنوات كلما تطور المؤشرين بالاجاب والسلب، عند معامل الارتباط بقيمة 0.915 بالنسبة لمؤشر تطور الصادرات خ م، وعند قيمة 0.971 بين السنوات ومؤشر تطور المؤسسات ص وم، عند معنوية 0.01 التي هي اقل من 0.05 وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تدل على وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المؤشرين. وعليه مما سبق يمكننا ان نستنتج ان:

- تطور معدل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ليس له الاثر الكبير على معدل نمو الصادرات خارج المحروقات.
- الصادرات الجزائرية خارج المحروقات تؤثر عليها عوامل خارجية تتعلق بالاسواق الخارجية والازمات الدولية.
- تتطلب ترقية الصادرات خارج المحروقات عن طريق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تهيئة البيئة الداخلية للمؤسسة وتطور المحيط الخارجي لها، ويعتبر هذا تحدي ينبغي رفعه لانجاح هذا القطاع وتطويره من ناحية ترقية الصادرات .

*اذن من خلال دراسة تطور وضعية الصادرات خارج المحروقات والاهمية النسبية بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصادرات خ م، نلاحظ ان مساهمة المؤسسات ص وم من حيث الكمية في الصادرات خارج المحروقات تتراوح نسبتها من 3-6 خلال الفترة المدروسة وهذا ما يثبت اهمية مساهمة هاته المؤسسات في زيادة حجم الصادرات وهذا ما اكده معامل الارتباط الذي يقر بوجود علاقة طردية بين مؤشر المؤسسات ص وم ومؤشر تطور الصادرات خارج المحروقات في الجزائر خلال الفترة المدروسة، كما ان

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

لها مساهمتها في ترقية الصادرات خ م من ناحية النوعية من حيث التنوع خاصة السلعي والجغرافي من خلال معرفة اهم المنتجات المصدرة والاسواق المستهدفة ، وهذا ماسنبرزه في العنصر الموالي.

المطلب الثاني: الدراسة النوعية لصادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

سنحاول في هذا المطلب استعراض هيكل الصادرات الجزائرية الغير النفطية حسب فروع الاستعمال وسيتم تبين حصة كل سلعة من اجمالي الصادرات الغير النفطية لنرى مدى تحسن حصة او قيمة كل منتج، ام بقيت كما كانت عليه في السنوات السابقة وكذا ابراز اهم الاسواق المستهدفة من طرف هذه المؤسسات المصدرة، وعليه سنحاول ابراز كل هذا من خلال ماييلي:

اولا: التركيب السلعي: نفصل فيه حسب الجداول التالية:

جدول رقم 38: يبين التركيب السلعي لصادرات المؤسسات ص وم خارج المحروقات خلال 1990-1999:

الوحدة مليون دولار

السنوات	مواد غذائية		المنتجات الخام		المنتجات نصف المصنعة		مواد التجهيز الزراعية		مواد التجهيز الصناعية		السلع الاستهلاكية غير الغذائية	
	%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة
1990	11.38	50	7.28	32	48.06	211	0.68	3	17.31	76	15.26	67
1991	14.66	55	11.46	43	45.06	169	1.33	5	16.26	61	11.2	42
1992	17.53	80.94	07.08	32.7	50.38	233	0.34	1.58	14.78	68.27	9.88	45.6
1994	12.52	22.15	0.86	1.52	74.11	131.1	0.97	1.72	3.29	5.82	8.24	14.57
1995	21.61	110	8.05	41	53.83	274	0.98	05	3.53	18	11.98	61
1996	15.43	136	4.99	44	56.29	496	0.34	03	5.22	46	17.70	156
1997	7.24	37	7.82	40	75.73	387	0.19	01	4.50	23	4.50	23
1998	7.54	27	12.56	45	70.94	254	1.95	07	2.51	09	4.46	16
1999	5.47	24	9.36	41	64.15	281	5.70	25	10.73	47	4.56	20

Source.office national des statistiques.evolution des échanges extérieurs de marchandises de 1992 a2001.collection statistiques.n110.alger.p65.

من خلال الجدول نلاحظ ان السلع التي تسجل اولى المراتب في صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تاتي المواد النصف المصنعة في المرتبة الاولى من حيث القيمة في الصادرات خارج المحروقات، حيث ارتفعت من 169 مليون دولار سنة 1991 الى 281 مليون دولار سنة 1999، ثم تاتي في المرتبة الثانية مواد التجهيز الصناعية التي ارتفعت من 61 مليون دولار سنة 1991 الى 47 مليون دولار سنة 1999، ثم تاتي في المرتبة الثالثة المواد الغذائية التي سجلت هي الاخرى ارتفاعا حتى سنة 1996 بسبب تسديد ديون روسيا بواسطة السلع، وبالتالي شهدت هذه السنة ارتفاعا ملحوظا للصادرات خارج م، ولكنها شهدت انخفاضاً سنة 1999

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

وسجلت قيمة 24 مليون دولار، وبعدها المنتجات الخام التي سجلت استقرار في القيمة خلال الفترة في حدود 41 و 43 مليون دولار، اما فيما يخص السلع الاستهلاكية التي سجلت انخفاضا ملحوظا من 67 مليون دولار سنة 1990 الى 20 مليون دولار سنة 1999.¹

وعلى ضوء ماسبق نلاحظ ان قيمة صادرات خارج المحروقات للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لا تتجاوز كلها في احسن الاحوال نسبة 4%، وكذا ان الصادرات تسيطر عليها المنتجات النصف المصنعة باكثر من ثلاث ارباع، وبالتالي نستخلص ان هذا راجع الى عدم توفر الامكانيات الضرورية وعدم قدرة الاقتصاد الوطني على تطوير هذه المنتجات مما يضيع فرص كبيرة على تطوير بلادنا للقيمة المضافة لهذه المنتجات، اضافة الى ان مجهودات تنمية القطاعات الاخرى خارج المحروقات من خلال منح بعض التسهيلات الجبائية² والجمركية لم تكن كافية، وعليه لا بد من اعادة النظر في السياسة المنتهجة في هذا القطاع.

جدول رقم 39: يبين التركيب السلي لصادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خ م خلال الفترة من 2000-2010:

السنوات	مواد غذائية		المنتجات الخام		المنتجات نصف المصنعة		مواد التجهيز الزراعية		مواد التجهيز الصناعية		السلع الاستهلاكية غير الغذائية	
	%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة
2000	5.23	32	7.19	44	75.98	465	1.79	11	7.67	47	2.12	13
2001	5.36	28	6.96	37	73.75	504	3.93	22	7.50	45	2.5	12
2002	5.92	35	9.48	51	68.19	551	3.38	20	8.46	50	4.57	27
2003	9.85	48	10.27	50	66.25	509	0.21	1	6.08	30	7.34	35
2004	7.55	59	11.52	90	73.11	571	-	0	6.02	47	1.79	14
2005	8.55	67	17.35	134	67.09	651	0	0	4.59	36	2.42	19
2006	6.51	73	17.38	195	68.18	828	0.09	1	3.92	46	3.92	35
2007	6.60	88	12.69	169	74.55	993	0.08	1	3.45	46	2.63	34
2008	8.58	119	24.08	334	60.13	1384	0.07	1	4.83	67	2.31	32
2009	10.60	113	15.95	170	64.91	692	-	-	3.94	42	4.60	49
2010	32.54	300	9.71	103	51.45	1060.25	0	-	3.10	20	2.9	17

جدول رقم 40: التركيب السلي لصادرات خ م 2011-2019:

2011	17.21	355	7.80	161	72.55	1496	0	-	2.85	35	1.30	15
2012	15.27	315	08.14	168	74.05	1527	0	1	2.78	32	1.65	19
2013	19.14	402	5.19	109	69.4	1458	0	-	2.76	28	1.52	17
2014	11.53	323	3.92	110	77.60	2173	0.06	1	0.98	16	0.67	11
2015	11.62	239	5.10	105	81.92	1685	0	0	0.83	17	0.53	11
2016	17.77	327	4.66	84	73.33	1321	-	-	3	54	1.05	19

¹-Source office national des statistiques, evolution des échanges extérieurs de marchandises de 1992 a 2001, collection statistiques, n110, alger, p65.

عقون شراف، قرين ربيع، استراتيجية ترقية الصادرات الجزائرية بين اتجاهات التفاوض وعوامل الحذر، مجلة البحوث بيلاف للبحوث والدراسات، العدد - 5²، 2017، المركز الجامعي ميلة، ص462.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

1.05	20	3.91	74	-	0	73	1384	3.86	73	18.41	348	2017
1.14	33.42	3.08	90.10	0.010	0.31	79.98	2335.58	3.16	92.39	12.80	373.77	2018
1.41	36.42	3.40	87.97	0.005	0.25	75.84	1956.92	3.71	95.95	15.80	407.86	2019

SOURCE : statistique du commerce exterieur general, direction général des douanes periode entre 2000-2019. www.douane.gov.dz. www.algex.dz.

-التقارير السنوية لبنك الجزائر، النشرات الاحصائية الثلاثية، مارس 2001، ديسمبر 2005، ديسمبر 2008، مارس 2014

وفقا لما جاء في الجدولين السابقين تاتي في ترتيب السلع المصدرة كما يلي:

-المرتبة الاولى: المنتجات النصف مصنعة من حيث القيمة، حيث قفزت من 465 مليون دولار سنة 2000 الى نحو 1956.92 مليون دولار سنة 2019، وتمثل هذه المنتجات اساسا في الزيوت ومشتقاتها الاخرى والسبب في ذلك ان نمو هذه المنتجات متعلق بنمو الصادرات النفطية.

-في المرتبة الثانية، المواد الغذائية حيث سجلت صادراتها في الفترة ما بين 2000 الى 2019 نمو ملحوظ وتمثل هذه المنتجات اساسا في: التمور، الخمر، والخضر، خاصة التمور ذات النوعية العالية، وقد سجلت اعلى مستوياتها سنتي 2011 و 2019 على التوالي ب 355 و 407 مليون دولار بفعل ارتفاع الانتاج الزراعي المحلي وجهود الدولة للارتقاء بالنشاط الفلاحي.

-في المرتبة الثالثة تاتي المنتجات الخام وتمثل في: الفوسفات، نفايات الحديد، الزنك، النحاس، ولقد عرفت هذه المنتجات تطورا ملحوظا حيث انتقلت من 44 مليون دولار سنة 2000 الى نحو 105 مليون دولار سنة 2015 وانخفضت الى 95 ميون دولار سنة 2019، وهذه الصادرات مردها الى الثروة المعدنية التي تزخر بها الجزائر والتي لم تستغل حتى الان استغلالا حقيقيا.

-وفي المرتبة الرابعة: تاتي مواد التجهيز الصناعية وتمثل في منتجات التجهيز والوسائل المستعملة في البناء والصحة والاشغال العمومية، وقد عرفت تفهقرا ملحوظا خاصة في السنوات الاخيرة، بحيث انخفضت من 44 مليون دولار سنة 2000 الى 17 مليون دولار سنة 2015، بسبب نقص الاستثمارات الخارجية المباشرة وحل بعض المؤسسات الوطنية كالمؤسسة الوطنية للفلين، ومؤسسات النسيج والجلود، وضعف تنافسية الصادرات الجزائرية، ثم عاودت الارتفاع الى 87.87 مليون دولار سنة 2019.

-وفي المرتبة الخامسة: نجد السلع الاستهلاكية بقيمة 36.42 مليون دولار سنة 2019 وتاتي مواد التجهيز الفلاحية في المرتبة الاخيرة بقيمة 20 مليون دولار سنة 2002، و 250 الف دولار سنة 2019، حيث تتكون منتجاتها من الجرارات والاجهزة الميكانيكية، وبعض اللوازم كقنوات الصرف والانابيب وظلت هذه المنتجات في تفهقرا حيث حققت ايرادات معدومة في السنوات الاخيرة¹.

وبالتالي تعتبر الجزائر من الدول التي تعاني من عدم تنوع صادراتها وتركزها على المحروقات وهذا بالرغم من انتهاجها برامج من الاصلاحات الاقتصادية وتحرير التجارة الخارجية التي كانت من اهم اهدافها تنويع الاقتصاد والبحث عن مصادر جديدة للعملة

¹-statistique du commerce exterieur general, direction général des douanes periode entre 2000-2019. www.douane.gov.dz. www.algex.dz.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

الصعبة وايضا تنافسية الصادرات ضعيفة من حيث قيمة حصتها السوقية لان الفارق بين قيمة صادراتها خارج المحروقات وصادرات بعض الدول غير المصدرة للنفط كبير لانها تعمل على تنويع هذه الصادرات.

2- اهم السلع المصدرة خارج المحروقات للجزائر سنة 2019:

تحقق المنتجات المصدرة (الخمسة الاوائل) خارج المحروقات في سنة 2019 نسبة 75% من اجمالي الصادرات خارج المحروقات، حيث تتمثل في اسمدة معدنية وكيميائية ازوتية سكر قصب او سكر شمندر، زيوت ومنتجات اخرى محصل عليها من تقطير قطران فحم حجري، نشادر لامائية او مخلوها المائي واسمنت مائي بكافة انواعه، وتتمثل اهم المنتجات المصدرة خارج المحروقات في التمور والزيوت اما باقي النسبة فموزعة على المنتجات النصف مصنعة والمواد الخام، بالاضافة الى سلع التجهيز الفلاحية و سلع التجهيز الصناعية والسلع الاستهلاكية والجدول الاتي يوضح اهم المنتجات التي تصدر الى الخارج لسنة 2019 من حيث القيمة¹.

جدول رقم 41: يبين اهم السلع المصدرة من طرف المؤسسات ص وم خارج المحروقات لسنة 2019:

الوحدة: مليون دولار

المنتجات	القيمة	النسبة
اسمدة معدنية وكيميائية ازوتية	801.26	31.05
سكر قصب او سكر شمندر وسكروز نقي كيميائيا	260.17	10.08
زيوت ومنتجات اخرى محصل عليها من تقطير فحم حجري	502.25	19.47
نشادر لامائية او مخلوها المائي(النشادري)	298.59	11.57
اسمنت مائي بكافة انواعه	60.68	2.35
تمر-تين-اناناس	63.78	2.47
فوسفات كالسيوم طبيعي	68.61	2.66
هيدروجين غازات نادرة وعناصر اخرى غير معدنية	55.52	2.14
عنفات نفائة وعنفات نافعة وغازية اخرى	9.62	0.37
مواد اخرى	460.06	17.83
المجموع	2580.36	100

المصدر: احصاءات التجارة الخارجية للجزائر لفترة سنة 2019، وزارة المالية، مديرية الدراسات والاستشراف، الجمارك، ص21.

براق محمد وعبيدة محمد، دفع الصادرات الجزائرية خ.م باستخدام مقارنة التسويق الدولي، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، جامعة الشلف، العدد الرابع، -
¹ جوان 2006، ص 127

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

ثانيا: التوزيع الجغرافي لصادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية خلال الفترة 1990-2019:

هناك العديد من الدول تتعامل معها في المجال غير النفطي، تمكننا دراستها من استشفاف ما إذا كانت هذه الصادرات غير النفطية الضئيلة من حيث المساهمة في اجمالي الصادرات، يتركز تصديرها في دولة واحدة او تكتل اقتصادي واحد، ان الفائدة الحقيقية من دراسة النمط الجغرافي للصادرات هو اجراء التصنيف المبدئي للدول التي تشكل فرصا تسويقية من حيث التقارب الجغرافي والثقافي حيث¹:

-التقارب الجغرافي: يتيح للمؤسسات الجزائرية فرص التصدير الى البلدان القريبة من حيث الموقع، وذلك لتحقيق وفورات في تكاليف المواد المصدرة مما يزيد من تنافسية السلع المصدرة.

-التقارب الثقافي: كالدين، اللغة، العادات الاستهلاكية، الاذواق والسلوك، حيث يسمح هذا النوع من التقارب للمؤسسات الجزائرية المصدرة بتنميط منتجاتها الى كل الاسواق المستهدفة بدل التعديل او التكييف المحلي الذي يثبط من قدرة المؤسسات الجزائرية لاسيما الصغيرة والمتوسطة في مواجهة الاحتياجات المختلفة لكل سوق، وفي مايلي استعراض اهم الدول المتعامل معها.

جدول رقم 42: يوضح التوزيع الجغرافي للصادرات الغير النفطية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلال الفترة

2012-1990:

الوحدة: مليون دولار

البيان	1992	البيان	1995	البيان	1996	البيان	1999	البيان	2001	2002
c.e.l	137	c.e.l	126	c.e.l	524	فرنسا	105.8	فرنسا	95	74
فرنسا	86	فرنسا	82	فرنسا	94	ايطاليا	81	ايطاليا	38	34
ايطاليا	63.6	اسبانيا	65	ايطاليا	79.5	اسبانيا	67	اسبانيا	113	153
اسبانيا	33	ايطاليا	64.5	اسبانيا	67.3	العراق	45	العراق	79.9	70
هولندا	27.2	البرتغال	25.6	البرتغال	48	الاردن	26.5	الاردن	22.7	34
المغرب	25.4	المغرب	20.5	هولندا	27.6	هولندا	24.5	هولندا	48	50
تايلند	19.13	تونس	17	المغرب	21.5	تونس	15	تونس	36	27
بولغاريا	17.72	هولندا	16.7	سويسرا	19	بريطانيا	15	تركيا	16	17
تونس	13.65	بولغاريا	14	تونس	17	برازيل	12	برازيل	28	21
و.م.ا	12	اليونان	9	بريطانيا	7.6	المغرب	12	المغرب	22.5	16

Source : ons, office national de statistiques, l'algerie en quelques chiffre 199-1992, n 787, p 78.

CACI, panorama des exportations algériennes, 1998-2002, algerie, p08.

¹- براق محمد، عبلة محمد، مرجع سابق، ص 130-131.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية
في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

البيان	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	النسبة
اسبانيا	135	190	125	222	156	300	468	500	24.24
هولندا	127	81	139	237	40	169	252	448	21.74
فرنسا	189	215	353	435	216	224	201	204	9.9
ايطاليا	63	115	150	240	93	118	164	149	7.23
ايران	0.03	0.08	0.04	-	0.07	4	15	78	3.8
البرتغال	39	26	26	22	16	29	100	54	2.63
المغرب	77	101	108	56	24	30	20	52	2.54
بلجيكا	10	41	94	51	70	110	215	44	2.14

SOURCE : partenaires de l'algerie hors hydrocarbures, www.algex.dz.

جدول رقم 43: يتضمن اول عشر زبائن للجزائر في الصادرات خ م (حسب القيمة) خلال الفترة 2013-2019:

البيان	2013	2014	البيان	2016	البيان	2017	البيان	2018	البيان	2019
هولندا	658	844	هولندا	204	اسبانيا	364	فرنسا	51.49	فرنسا	48.80
فرنسا	345	435	اسبانيا	281	هولندا	332	برازيل	41.33	برازيل	34.92
ايطاليا	163	515	فرنسا	254	فرنسا	293	اسبانيا	35.82	اسبانيا	26.62
اسبانيا	96	134	ايطاليا	76	البرازيل	109	هولندا	28.92	هولندا	26.14
البرتغال	70	85	مالطا	2	ايطاليا	103	ايطاليا	18.65	امريكا	22.45
تونس	47	0	تونس	28	تركيا	77	تركيا	18.27	تونس	14.88
البرازيل	42	71	المغرب	17	بلجيكا	74	امريكا	16.95	ايطاليا	13.37
المغرب	41	38	تركيا	62	موريطانيا	50	بلجيكا	14.15	بلجيكا	10.69
تركيا	39	31	البرازيل	56	تونس	45	تونس	12.00	تركيا	9.57
ايران	39	40	بلجيكا	118	البرتغال	41	الهند	11.22	لبنان	7.19

* (1990-2017) القيمة بالمليون دولار، (2018-2019) مليار دج.

Source : collection statistique n220-2021-serie e statistiques n.107.evolution des echanges
exterieur de marchandises de 2014-2019, alger, ons out 2021, p88.

يتضح من خلال التوزيع الجغرافي ان المتعامل الاساسي مع الجزائر في مجال الصادرات خارج المحروقات هم دول المجموعة الاوربية، ثم نجد المغرب والبرازيل وتستطيع الجزائر ان توسع دائرة شركائها باستهداف مناطق واسواق جديدة اضافة الى مجموعة المتعاملين التقليديين، مما اكسب الجزائر زبائن جدد وهي خطوة ايجابية على الاقل لتنويع الاسواق، اما ما يعرف بالتنوع الجغرافي لكن يتوجب عليها الحفاظ على حصصها السوقية.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

اما بخصوص التركيز الجغرافي للصادرات غير النفطية خلال الفترة من 1990-2019 فنلاحظ عليها التركيز الشديد بحوالي 50% منها توجه الى عشر دول، منها حوالي 55% في المتوسط يتحكم في مصيرها الاتحاد الاوربي، حيث نجد مثلا هولندا وفرنسا ويطاليا واسبانيا تسيطر على أكبر النسب في التعامل حوالي النصف من إجمالي الصادرات خ م، وهذا راجع الى توقيع اتفاق الشراكة مع دول الاتحاد الاوربي ودخوله حيز التطبيق سنة 2005، وربما يرجع السبب الى المصالح السياسية والاقتصادية للجزائر وكذا الى اسباب تاريخية واقتصادية والى الموقع الجغرافي، اما على صعيد التطور العام للفترة فيبدو ان هناك تحسنا طفيفا بين بداية الفترة ونهايتها اذا انتقلت النسبة التي تستحوذ عليها العشر دول الاولى من 88% الى 73% وهو مايعني ان الصادرات غير نفطية حسنت توزيع حصصها السوقية على باقي دول العالم.

كما نجد ان الاسواق التي تتعامل معها المؤسسات الجزائرية سواء في التصدير او الاستيراد دول المغرب العربي تستقبل نسبة 4.7% من صادرات الجزائر الكلية سنة 2016 وهي في تطور بعدما كانت سنة 2005 لا تتجاوز 1%، اما باقي الدول العربية وبالرغم من دخول الجزائر في اتفاقية منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى، الا ان حجم صادرات الجزائر نحو الدول العربية خارج دول المغرب العربي (ليبيا، تونس، المغرب، موريتانيا) لا تتعدى 1% سنة 2014، اي مايعادل 49749 مليون دج¹.

ثالثا-تحليل تطور رصيد الميزان التجاري الجزائري خارج المحروقات:

خلال الفترة من 1990-2019: BALANCE COMMERCIALE

هو عبارة عن معاملات التجارية التي قامت بها الجزائر مع العالم الخارجي ويعتبر التغير في رصيد ميزان التجاري محصلة التغيرات في كل من الصادرات والواردات، وبالتالي بالنسبة للميزان التجاري للصادرات غير النفطية خلال نفس الفترة سيتم استعراضه من خلال الجدول رقم 44 ادناه:²

الوحدة: مليار دولار

السنة	الصادرات الاجمالية	الواردات الاجمالية	الصادرات خ م للمؤ ص وم (مليون دولار)	رصيد الميزان التجاري	رصيد الميزان التجاري خ م	نسبة تغطية ص خ م للواردات
1990	11.30	9.7	439	3.1	7.76-	5.40
1992	10.83	8.55	449	0.69	11-	3.90
1993	10.09	11.23	479	-0.67	11.07-	4.10
1994	8.3	9.60	287	1.02-	8.61-	3.20

¹-GRINAT Mohammed, Khenfin Khaider, the international marketing problematic of Algeria, journal of Global Business and social Entrepreneurship, G B S E.vol4, no 12 septembre, 2018, p57.

²-Documents présentée par, l'agence national de promotion du commerce extérieur (algex), 2010

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية
في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

4.96	9.75-	-0.52	509	11.26	10.24	1995
6.54	12.58-	4.13	881	9.90	13.37	1996
3.72	13.20-	5.2	511	8.68	13.88	1997
3.56	9.69-	1.51	358	9.40	10.21	1998
3.50	12.06-	3.35	438	9.73	12.5	1999
6.54	8.76-	12.31	612	9.35	21.65	2000
6.83	8.92-	9.61	648	9.48	19.09	2001
6.31	11.41-	6.69	759	12.01	18.70	2002
5.05	12.85-	11.15	673	13.32	24.47	2003
4.22	17.28-	14.26	759	17.95	32.22	2004
4.56	19.12-	26.48	907	19.86	46.33	2005
5.59	19.55-	34.06	1158	20.68	54.74	2006
5.05	25.37-	34.24	1332	26.35	60.59	2007
5.09	36.67-	40.60	1937	37.99	78.59	2008
2.85	36.63-	7.78	1066	37.40	45.19	2009
3.85	37.92-	18.21	1500	38.89	57.09	2010
4.39	45.7-	25.96	2062	46.93	72.89	2011
3.99	50.42-	20.17	2062	51.57	71.74	2012
3.93	52.83-	9.73	2165	54.99	64.71	2013
4.70	56.86-	0.33	2580	59.67	59.99	2014
3.91	50.59-	-18.10	2063	52.65	34.57	2015
3.90	44.25-	17.84-	1805	46.05	28.88	2016
4.09	44.23-	14.41-	1899	46.12	32.76	2017
6.46	42.24-	4.98-	2.920	46.33	40.16	2018
6.79	39.08-	6.11-	2580	41.93	35.82	2019

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على: التقارير السنوية لبنك الجزائر [www.bank of algerie](http://www.bankofalgeria.dz)، وزارة التجارة، احصائيات الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، حصيلة التجارة الخارجية، ماي 2015، ص.02

-احصائيات الديوان الوطني للاحصاء CNIS، التقرير السنوي لتطور الاقتصادي والنقدي للجزائر، 2017، ص 55، بنك الجزائر، المديرية العامة للجمارك، ص 153، احصائيات ALGEX .

-donnees banque mondiale org, bank of algeria, Bulltin statistique, commerce exterieur, 2016-2019

حسب الجدول السابق:

-عرف الميزان التجاري عجزا في سنتي 1994 و 1995 وهو تاريخ تطبيق برنامج صندوق النقد الدولي للاستقرار الكلي والذي دام سنتين والذي كان الهدف منه استعادة التوازن لميزان المدفوعات، حيث بلغ العجز سنة 1994 قيمة 1002 مليون دولار، لينخفض هذا العجز في السنة الموالية 1995 ليبلغ قيمة 520 مليون دولار بمعدل تغطية %97.22.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

-ويرجع سبب العجز الى ارتفاع حصة الواردات من المواد الاولية و سلع التجهيز، نتيجة الانفتاح الاقتصادي وتخفيض الرسوم الجمركية، وهو مادفع بوجود مؤسسات الاستيراد والتصدير التابعة للخواص الى تكثيف العمليات في مجال الاستيراد بهدف تعظيم الارباح وبالمقابل لا يوجد نشاط للتصدير وهو ما أدى لتراجع الاستثمار مقارنة بالتجارة، اضافة الى عامل اخر يتمثل في تراجع اسعار النفط الخام في السوق الدولي، حيث قدرت نسب تراجع في عائدات النفط الجزائرية بنحو 17%، الا انه بعد سنة 1996 عرف الميزان التجاري تحسنا، حيث بلغ رصيده سنة 96 قيمة 4.277 مليار دولار، وفي سنة 2000 بلغ 10.374 مليار دولار، وفي سنة 2003 قيد الرصيد بلغت 10.828 مليار دولار.¹

-استمر الميزان التجاري في الارتفاع طيلة الفترة من 2003-2012، ويرجع السبب في ذلك الى ارتفاع اسعار النفط في السوق الدولي وبالدرجة الاولى، اضافة الى تنظيم التجارة الخارجية وتدعيمها بقوانين وتشريعات جديدة في مجال عمليات الاستيراد والتصدير، وكذا تطوير نظام الجمارك وتحديثه للتحكم اكثر في عمليات التجارة الخارجية، اذا ما استثنينا سنة 2009 التي عرفت تراجع كبير في رصيد الميزان التجاري والذي تراجع الى 5.9 مليار دولار، ذلك بسبب انعكاسات الازمة الاقتصادية العالمية على الاقتصاد الجزائري، ثم عاود التراجع باستمرار خلال السنوات الاخيرة، حيث تراجع فائض الميزان التجاري من 21.5 مليار دولار سنة 2012 الى 9.946 مليار دولار سنة 2013 بانخفاض قدره 48.51% ثم تراجع الى 4.626 مليار دولار سنة 2014 بانخفاض قدره 53.48 بمعدل تغطية 108%، وهذا يرجع الى التدهور الكبير في اسعار البترول على المستوى الدولي وتراجع حجم الصادرات وزيادة حجم الواردات.

ليحقق عجز قدره 18.10 مليار دولار سنة 2015 بسبب انخفاض اسعار المحروقات، يمكن القول بان الميزان التجاري الجزائري يعاني من اختلالات هيكلية فادحة، وانه شديد الحساسية لتغيرات اسعار النفط في الاسواق العالمية مما يستوجب ضرورة التفكير في تنويع الصادرات.²

كذلك نلاحظ من خلال حصيلة الميزان التجاري من 1990 الى غاية 2019 ارتفاع متزايد للواردات الجزائر بشكل كبير راجع الى زيادة الاستهلاك الداخلي لتدعيم برامج الدولة، حيث قاربت 56 مليار دولار سنة 2015 و 41 مليار دولار سنة 2019.

اما بالنسبة للصادرات خارج المحروقات فزادت قيمتها من 612 مليون دولار سنة 2000 الى 2580.37 مليون دولار سنة 2019، ولكن رغم ذلك الى ان حصيلة الميزان التجاري لصادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خارج المحروقات يسجل قيم سالبة خلال المدة 1990-2019، حيث سجل عجز بقيمة -8.76 مليار دولار سنة 2000 ليرتفع العجز سنة 2013 برصيد

¹-donnees banque mondiale org, bank of algeria, Bulltin statistique, commerce exterieur.

²-حنشول دنيا، واقع التنمية المستدامة في الجزائر، دراسة تحليلية خلال الفترة 1992-2015، مجلة ابحاث اقتصادية، المجلد 5، العدد 1، جوان 2018، ص 82.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

53.92-مليار دولار، الى 39 مليار دولار سنة 2019 ويرجع هذا نتيجة ارتفاع قيمة الواردات من جهة والى انخفاض قيمة الصادرات غير النفطية من جهة اخرى.

بعكس ما راينا في تطور معدل تغطية الواردات بالنسبة للصادرات الاجمالية، والتي لاحظنا فيها بان هذه الاخيرة قد قامت بتغطية الواردات بنسب فاقت في بعض الاحيان نسبة 100%، وفي بعض الاحيان نسبة 200%، فانه للاسف لم تحقق ولم تتجاوز الصادرات غير النفطية نسبة تغطية للواردات في احسن احوالها نسبة 06.70%، حيث كانت هذه النسبة في حدود 06% في السنوات من 2000 الى 2008، الا ان بعد هذه السنوات ظل معدل تغطية الواردات يشهد انخفاضات تقريبا متتالية من سنة الى اخرى، الى ان وصل هذا المعدل الى ادنى قيمة له تم تسجيلها خلال فترة الدراسة مثلا سنة 2009 حيث وصلت هذه النسبة الى 02.85%، الى ان عاود الارتفاع قليلا من 2017 الى 2019 حيث وصل 6.79%.

ان اسباب الانخفاض المتتالي لمعدل تغطية الواردات بالنسبة للصادرات غير النفطية من سنة لاجرى وخصوصا بعد سنة 2008، فيرجع الى سببين حيث السبب الاول يرجع الى انخفاض قيمة الصادرات غير النفطية وعدم تحسنها وزيادتها بشكل كبير من سنة الى اخرى، حيث ظلت هذه الزيادة ضعيفة وهامشية.

اما السبب الثاني فيرجع الى الارتفاع الهائل لفاتورة الواردات من سنة لاجرى، وهذا ما تم ذكره كذلك بالنسبة لتطور معدلات التغطية للواردات بالنسبة للصادرات الاجمالية¹.

وبالتالي رغم الجهود الكبيرة المتخذة في مجال ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من طرف الدولة الجزائرية لترقية الصادرات خارج المحروقات، الا انها لم تسجل نسب كبيرة بالمقارنة مع اجمالي الصادرات والنتائج الايجابية للميزان التجاري العام راجع الى الصادرات النفطية وليس الصادرات خارج المحروقات التي يرجع سبب عدم نموها بمعدلات عالية الى ضعف انتاج المؤسسات المصدرة وعدم قدرتها على التنافس في الاسواق الاجنبية.

¹-شري محمد الامين، مرجع سابق، ص212.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

المبحث الثاني: التحليل القطاعي لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الصادرات خارج المحروقات:

بعد استعراض مدى مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الصادرات خارج المحروقات من حيث القيمة والنسبة والتركيب السلعي للصادرات خ م واهم المنتجات المصدرة والاسواق المستهدفة من طرف المؤسسات الجزائرية، والاسواق الجديدة نقوم كذلك بدراسة اهم القطاعات الاقتصادية التي تساهم بفعالية في الصادرات خارج المحروقات ونخص بالذكر القطاع الفلاحي والصناعي، حيث نقوم بابرار مساهمتهم في مجال الصادرات خ م وفي الاخير نقوم باستعراض الافاق المستقبلية لقطاع المؤسسات ص وم في ترقية الصادرات.

المطلب الاول: مساهمة مؤسسات قطاع الزراعة في الصادرات خارج المحروقات:

ان البحث عن بدائل جديدة في الاقتصاد الجزائري يتطلب منا معرفة قيمة وقوة القطاعات الاقتصادية ومدى قدرتها على ان تكون بديلا مناسباً لقطاع المحروقات، اذ ان مساهمة الزراعة في ترقية الصادرات مؤشرا اخر من المؤشرات المهمة للدلالة على اهمية القطاع الزراعي في تنمية الاقتصاد الوطني.

حيث يلعب القطاع الزراعي دورا هاما واساسيا في تنمية القطاعات الاقتصادية الاخرى وخاصة القطاع الصناعي، وتمثل هذه الاهمية في تقديم المواد الاولية لقطاع الصناعة من جهة، وكذا حاجة القطاع الزراعي للعديد من المنتجات الصناعية، كالاسمدة، مستلزمات الانتاج الزراعي من جهة اخرى، وقد اثبت التجربة ان تاخر الزراعة يمكن ان يهدد مسيرة التصنيع والنمو الاقتصادي في كامل فروع الاقتصاد الوطني، وبالمقابل فان عجز الصناعة على تلبية متطلبات واحتياجات الزراعة يشكل عائقا امام تطور الانتاج والانتاجية في الزراعة¹، وعليه نستعرض تطور مساهمة القطاعين في الصادرات خ م كما يلي:

¹ -سالم رشيد وآخرون، دور القطاعين الزراعي والسياحي كخيارات استراتيجية بديلة لقطاع المحروقات، حالة الجزائر، مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية، جامعة البليدة 2، العدد 12، 2015، ص242.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية
في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

يبين الجدول رقم 45: تطور الصادرات الزراعية خلال فترة الدراسة 1990-2019:

الوحدة: مليون دولار

السنوات	الصادرات الزراعية	الواردات الزراعية	الصادرات م.خ	نسبة الصادرات الزراعية من الصادرات الكلية	النسبة من الصادرات م.خ	الميزان التجاري الزراعي	معدل التغطية
1990	80	2720	369	0.70	18.17	-2640	4
1991	90	2210	250	0.74	23.43	-2120	5
1992	100	2260	321	0.92	17.28	-2160	4.4
1993	100	2470	479	0.99	20.01	-2370	4.04
1994	110	2440	196	1.31	19.24	-2330	4.5
1995	120	3600	355	1.17	18.46	-3480	3.3
1996	160	2940	881	1.19	13.76	-2780	5.4
1997	60	3110	511	0.43	13.51	-3050	1.9
1998	70	3160	373	0.68	15.61	-3090	2.2
1999	110	2690	438	0.87	22.06	-2580	4
2000	111.21	2770	612	0.50	18.17	-2658.79	4
2001	152	3020	648	0.79	23.43	-2868	5
2002	127	3450	734	0.64	17.28	-3323	3.6
2003	135	3560	673	0.55	20.01	-3425	3.7
2004	150.32	4650	781	0.47	19.24	-4499.65	3.2
2005	167.47	4620	907	0.36	18.46	-4452.53	3.6
2006	163	4630	1184	0.29	13.76	-4467	3.5
2007	180.8	6070	1332	0.30	13.51	-5889.2	3
2008	302	9240	1937	0.37	15.61	-8938	3.2
2009	234.5	8150	1066	0.51	22.06	-7915.5	2.9
2010	451.61	7640	1268	0.56	35.61	-7188.39	5.9
2011	358.81	10837	2062	0.49	17.36	-10479	3.31
2012	320.01	10081	2062	0.45	15.51	-9761	3.17
2013	405.25	10557	2165	0.61	18.70	-10152	3.83
2014	325.95	11880	2810	0.54	11.59	-11555	2.74
2015	237.32	10085	2063	0.68	11.50	-9847	2.35
2016	331.06	9065	1805	1.10	18.33	-8733.94	3.65

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

3.74	9090-	18.55	1.00	1899	9416	352.28	2017
4.35	-8200	12.77	0.96	2920	8573	373	2018
5.05	-7664.14	15.80	1.1	2580	8072.14	408	2019

المصدر: من اعداد الطالب بناء على تقرير وزارة الفلاحة السنوي من سنة 2000-2011

-احصائيات المركز الوطني للاحصائيات الجمارك CNIS

-جامعة الدول العربية-صندوق النقد العربي-التقرير الاقتصادي العربي الموحد، اعداد مختلفة

-المنظمة العربية للتنمية الزراعية-الكتاب السنوي للاحصائيات الزراعية العربية الخرطوم، اعداد مختلفة.

-البنك الدولي-مؤشرات التنمية العالمية، فترات مختلفة.

-FAO.trade year book.rome.italy different volume. TRADE MAP-2010-2017

-minister de finances.direction general des douanes. Statistiques du commerce exterieur 2014-2019.

من خلال الجدول يتبين ان الصادرات الزراعية في الجزائر ارتفعت من سنة 1990 الى غاية سنة 2010 من مبلغ 80 مليون دولار الى 451.61 مليون دولار سنة 2010 ، ثم الى 352 مليون دولار سنة 2017، ثم عاودت الارتفاع سنة 2019 الى 408 مليون دولار، في حين قدرت الواردات الغذائية للسنة نفسها بنحو 7.64 مليار دولار، ثم ارتفعت الى 9.416 مليار دولار سنة 2017، مما يعكس حجم الفجوة الغذائية وقيمة العملة الصعبة التي يتم استخدامها سنويا لتغطية فاتورة الواردات للغذاء المرتفعة، أي نستنتج ان مساهمة الانتاج الزراعي في ترقية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وفي تقليص حجم الواردات من السلع الغذائية تبقى ضعيف، كما ان الميزان التجاري الزراعي خلال فترة الدراسة من 1990-2019 يسجل عجز حيث ارتفع من 2640 مليون دولار سنة 1990 الى 11555 مليون دولار سنة 2014 اي بزيادة 437.68% ثم انخفض بعد سنة 2015 الى 2019 الى 7664 مليون دولار بسبب اجراءات ضبط الاستيراد المعتمد من طرف الحكومة نتيجة انخفاض اسعار البترول، وتشمل المواد الغذائية 83% من نسبة الواردات وتشمل حبوب، حليب، سكر، زيوت، بعدما كانت تمثل في السنوات الاولى من الاستقلال والى غاية بداية السبعينات حوالي 30% من الصادرات الاجمالية¹.

وذلك لكون نسبة مساهمة الصادرات الزراعية في الصادرات الكلية لم تتجاوز نسبة 1% طيلة المدة وكذا ارتفاع قيمة الواردات الزراعية مع ملاحظة انخفاض قيمة العجز نتيجة انخفاض قيمة الواردات في إطار مساعي الحكومة للتحكم في الاستيراد وليس نتيجة

¹-بوكراطة سليم، مرجع سبق ذكره، ص175.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

ارتفاع قيمة الصادرات¹، وكل هذا راجع الى عوامل ادت الى تراجع قطاع الزراعة اهمها التباطؤ النسبي في استصلاح الاراضي الزراعية واستمرار تراجع الانتاج، الى جانب تدهور الاراضي الزراعية بفعل عوامل الانجراف واستنزاف التربة والتوسع العمراني وضعف البحوث في مجال الزراعة.

ان المتتبع لمداخيل القطاع الفلاحي يلاحظ ضعف مساهمته في معدلات النمو الاقتصادي، حيث لم تتعدى منذ سنة 1990 حدود 9% وذلك في سنة 2011، لكن حققت هذه النسبة استقرار حتى سنة 2015 وتم 2019 في حدود 11-12% رغم اعتماد سياسة التجديد الريفي والفلاحي، لكن عموما نسبة المساهمة لا تتعدى 9% اذ استثنينا السنوات الاخيرة وهي نسبة ضعيفة جدا.

ان متوسط مساهمة الفلاحة في النشاطات المنتجة للفترة من 1990-2019 قارب 11% المرتبة الثالثة بعد قطاعي المحروقات والخدمات، وذلك نتيجة الى النمو السريع للقطاعات الغير الزراعية رغم الجهود المبذولة لدعم القطاع في إطار البرامج التنموية خلال هذه الفترة².

جدول رقم 46: تطور الصادرات الزراعية مقارنة بتطور المؤسسات ص وم النشطة في القطاع خلال الفترة 1990-2019 (سنوات مختارة):

البيان	تطور تعداد المؤسسات النشطة في القطاع الفلاحي	نسبة تعدادها مقارنة مع إجمالي المؤسسات	تطور الصادرات الزراعية (مليون دولار)	نسبة الصادرات الزراعية مقارنة مع إجمالي الصادرات
1999	4809	3.01	110	0.87
2001	5258	2.9	152	0.79
2005	2947	1.19	167	0.36
2007	3401	1.15	180.8	0.30
2016	7094	0.7	331	1.10
2019	7368	1.12	408	1.1

المصدر: معطيات مختارة مأخوذة من احصائيات على موقع الديوان الوطني للاحصائيات، وزارة المؤسسات ص وم

من خلال الجدول نلاحظ ان كل المؤشرات المتعلقة بالقطاع الفلاحي ضعيفة انطلاقا من تعداد المؤسسات ص وم النشطة في القطاع لا تتعدى نسبة 2% من الاجمالي بتعداد 7368 مؤسسة ص وم فقط سنة 2019، وكذا تطور الصادرات الزراعية رغم

¹ -خامت سعيدة، خيثر الهواري، تصدير المنتجات الزراعية الجزائرية كشكل من اشكال التسويق الزراعي الدولي، الواقع والافاق، كتاب ملتقى علمي حول قطاع الفلاحة في الجزائر، الواقع والافاق المنعقد يوم 11 مارس 2021 بجامعة البويرة، ماي 2021، ص 194-197.

² -جدي عبد الحليم، تزيان رفيق، استراتيجية ترقية الصادرات الجزائرية اعتمادا على تنمية القطاع الفلاحي، الملتقى الوطني حول المؤسسات الاقتصادية الجزائرية واستراتيجيات التنويع الاقتصادي في ظل اخباء اسعار البترول، جامعة قلمة، يومي 25.26 افريل 2017، ص 5-6.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

ارتفاعها نوعا ما لكنها تبقى نسبتها ضعيفة مقارنة مع إجمالي الصادرات حيث لا تتعدى 1% بقيمة 408 مليون دولار سنة 2019.

اهم المنتجات الفلاحية المصدرة:

الجزائر سنة 2017: تصدر: السكر: 228 مليون دولار تمثل 65%، الفواكة خاصة التمور ب 52.6 مليون دولار تمثل 15% المشروبات: 13.8 مليون دولار ب 4%، الزيوت (الصوجا) ب 13 مليون دولار تمثل 4%، الاسماك 3%، كاكاو 2%، اخرى 7% بقيمة اجمالية 352 مليون دولار.

وقد صدرت الجزائر في هذه السنة الى الاتحاد الاوربي من المنتجات الفلاحية بقيمة 97 مليون دولار تتمثل في: السكر 41% الفواكة (التمور) 30%، المشروبات 4%، الزيوت 1%، الاسماك 9%، كاكاو 9%، اخرى 6%¹.

***التمور**: يؤكد العارفون بنشاط التصدير الخاص بمادة التمور ان صادرات الجزائر من التمور تطورت بعد التسعينات وبدات تسجل انخفاضا متتاليا بين 1996-2000.

وحسب الاحصائيات المستقاة من الجمعية الوطنية للمصدرين الجزائريين فقد بلغت الكمية المصدرة من التمور خلال سنة 2005 حدود 12328 طن بقيمة تفوق 18 مليون دولار الى 650 مليون دولار سنة 2008 من مادة دقلة نور ذات الجودة العالمية والتي تصدرها الجزائر الى بلدان اوربا وامريكا الشمالية وبلدان الخليج العربي وبلدان الساحل الافريقي.²

كما بلغت صادرات التمور الجزائرية سنة 2014 تمثل قيمة 26 الف طن ارتفع الى طن سنة 2017 بقيمة مليون دولار الاسواق: الاتحاد الاوربي 23 الف طن بقيمة 29 مليون دولار، موريطانيا بقيمة 49 مليون دولار، روسيا صدرت لها 5143 طن بقيمة 5.4 مليون دولار، المغرب 2676 طن بقيمة 4.3 مليون دولار، و.م.ا 2293 طن بقيمة 2.6 مليون دولار، كما ارتفعت الصادرات الى 29 الف طن سنة 2018 بقيمة 64.19 مليون دولار، السوق الذي تصدر اليه الجزائر التمور يتراوح بين 7 دول بنسبة 81% من حجم السوق، حيث تاتي فرنسا الزبون الاول للجزائر سنة 2018 بقيمة 21 مليون دولار تمثل 33% من هذه الصادرات، ثم و.م.ا 7.14 مليون دولار، ثم روسيا ب 6.09 مليون دولار.³

-الصادرات الجزائرية للتمور خلال الفترة 2001-2017 تسوق الى الاتحاد الاوربي 56%، روسيا 10%، المغرب 8%، و.م.ا 5%، موريطانيا 3%، الامارات العربية 3%، كندا 3%، اخرى 12% .

¹-RAPPORT DE SYNTHÈSE DE L' AGRICULTURE, enpard méditerranée, MAY 2019.

²-اهمية انتاج التمور في ترقية الصادرات والرفع من النمو الاقتصادي في الجزائر، دراسة قياسية للفترة (1990-2016)، العدد 3، مجلة الافاق للدراسات الاقتصادية، ص 251.

³-FORUM.ALGEX, 2019, TONIC INDUSTRIE, ZLECAF, P31

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

***الخضر والفواكه:** شهدت صادرات الجزائر من الفواكه تطورا، حيث انتقلت من 1.30 مليار دج سنة 2008 لتصل الى 1.36 مليار دج سنة 2010، ويعتبر منتج التمور من اهم المنتجات المصدرة ضمن هذا الصنف باعتبار ان الجزائر من اهم الدول المنتجة له.

اما بالنسبة لصادرات الجزائر من الخضر فقد شهدت تذبذبا حيث انتقل من 40.23 مليون دولار سنة 2008 الى 1.16 مليار دج سنة 2010، وتبقى الجزائر جاهدة لترقية صادراتها من الخضر والفواكه رغم ان قيمة هذه الصادرات لاتتعدى 50 مليون دولار، حيث تمكنت الجزائر في 2010 من تصدير 150 قنطار من البطاطا نحو اسواق الاتحاد الاوربي، علما ان وزارة الفلاحة سطرت برنامجا للوصول الى تصدير نحو 60 الف طن من التمور و 100 الف طن من الخضر والفواكه سنة 2014.

***الزيتون:** انتقلت صادرات الجزائر من الزيتون من 376 مليون دج سنة 2008 الى 485.3 مليون دج سنة 2009، وتمتلك الجزائر قدرات هامة لانتاج الزيتون الذي يعتبر مصدرا اساسيا للزيوت، ورغم جودة المنتج وكمية الانتاج والموقع الجغرافي الا ان تصدير هذا المنتج لايزال ضعيفا مقارنة ببعض الدول مما يستوجب دعم وتاهيل المؤسسات العاملة في مجال الصناعات الغذائية.¹ اما اهم المنتجات المستوردة خلال 2001-2017: السكر 1 مليار دولار 10%، الحبوب 2.5 مليار دولار 25% الزيوت 899 مليون دولار 10%، المواد الحيوانية 482 مليون دولار 5%، الخضر 450 مليون دولار، القهوة والشاي واخرى 424 مليون دولار، حيث قدرت الواردات سنة 2017 ب 9416 مليون دولار.

اما الدول الممونة للجزائر خلال الفترة هي:

روسيا، و.م.ا، كندا، نيوزيلندا، برازيل، الارجتين، الاتحاد الاوربي.²

ومازال قطاع تصدير المنتوجات الزراعية تعترضه كثير من الصعوبات وهي:

- سوء تنظيم السوق الداخلي وغياب الإطار المهني للمتعاملين في مجال تصدير المنتوجات الزراعية وعدم مساهمة البنوك في تمويل الصادرات الفلاحية.
- صعوبة دخول بعض الاسواق الدولية كالاسواق الاوربية التي تفرض شروطا صارمة على المنتوجات الزراعية الجزائرية والتي تفتقد الكثير من المعايير التي يجب ان تتوفر في المنتج المصدر.
- ضعف والافتقار الى وسائل التبريد والحفظ والنقل والتي تحافظ على سلامة هذه المنتوجات التي هي بطبيعتها سريعة التلف.

¹- سليمان دحو، التسويق الدولي للمنتوج الزراعي كاداة لتنمية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات، دراسة واقع تسويق التمور في الجزائر، اطروحة دكتوراه، جامعة بسكرة، 2015-2016، ص239-240.

²- O.BESSAOUD, J.P.Pellissin, J.P.Rolland, w.khechimi, rapport de synthese sur l'agriculture en algerie, hal archives, ciheam, ENPARD MEDITERRANEE, MAY 2019, P58-67.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

ويعود ضعف وتذبذب الصادرات الزراعية الى¹:

- يخضع القطاع الزراعي الى متغيرات موسمية لخصوصية القطاع التي تتمثل في امكانية حدوث الجفاف ونقص الامطار وسوء المناخ... الخ.
- التباين في الطلب العالمي على المنتجات الزراعية الجزائرية ويعود ذلك الى ضعف تنافسية المنتجات المحلية مقارنة بالمنتجات المعروضة دوليا وعدم تطابقها مع المعايير الدولية.
- عدم وجود استراتيجية تصديرية واضحة بالقطاع لعدم توفر دراسات واضحة له، وعدم توفير الامكانيات الضرورية بشكل كاف، اضافة الى عدم تنظيم الاسواق المحلية وعدم التوجه الى الاسواق الدولية الافريقية خاصة.

المطلب الثاني: مساهمة اهم فروع الصناعات الصغيرة والمتوسطة في الصادرات خ م:

تعد مساهمة الصناعة في ترقية الصادرات مؤشرا اخر من المؤشرات المهمة للدلالة على اهمية القطاع الصناعي في تنمية الاقتصاد الوطني، وفي الجزائر هناك العديد من الفروع الصناعية التي اصبحت تساهم في الرفع من قيمة الصادرات خ م على غرار الصناعة التحويلية والصناعة الغذائية، اللتان سنبرز مدى تطور صادراتهما، ولكن في البداية نتطرق الى تطور الصادرات الصناعية بشكل عام خلال فترة الدراسة كما يلي:

الجدول رقم 47: وضعية تطور الصادرات الصناعية خارج المحروقات خلال الفترة من 1990-2019:

الوحدة: مليون دولار

البيان	الصادرات من المحروقات		الصادرات خارج المحروقات		الصادرات الاجمالية		الصادرات الصناعية خ م
	النسبة	القيمة	النسبة	القيمة	النسبة	القيمة	النسبة
1990	96.11	10865	3.88	439	11304	376.15	3.32
1991	96.90	11726	3.10	375	12101	293.6	2.42
1992	95.85	10388	4.14	449	10837	280.48	2.58
1993	95.25	9612	4.74	479	10091	378.25	3.74
1994	96.55	8053	3.44	287	8340	223.82	2.68
1995	95.02	9731	4.97	509	10240	413.8	4.04
1996	93.41	12494	6.58	881	13375	756.66	5.65
1997	96.32	13378	3.67	511	13889	407.23	2.93

¹- بوعزيز ناصر، سياسة التجديد الفلاحي والريفي وانعكاسها على القطاع الفلاحي في ولاية قالة، مجلة العلوم الانسانية، العدد 43، جامعة قالة، 2016، ص 421.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية
في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

2.71	277.48	100	10213	3.50	358	96.49	9855	1998
2.29	287.54	100	12522	3.49	438	96.50	12084	1999
2.18	481.21	100	22031	2.72	612	97.22	21419	2000
2.73	522.65	100	19132	3.38	648	96.60	18484	2001
3.66	689.34	100	18825	3.90	734	96.10	18091	2002
2.10	518.20	100	24612	2.73	673	97.26	23939	2003
1.93	622.14	100	32083	2.43	781	97.56	31302	2004
1.62	745.55	100	46001	1.97	907	98.02	45094	2005
1.97	1079.12	100	54614	2.12	1158	97.87	53456	2006
1.62	979.58	100	60163	2.21	1332	97.78	58831	2007
1.87	1483.92	100	79289	2.40	1907	97.59	77391	2008
1.85	893.46	100	45194	2.35	1066	97.64	44128	2009
1.38	790.35	100	57053	2.85	1619	96.48	55046	2010
1.74	1495.46	100	73489	2.80	2062	97.19	71427	2011
2.03	1464.45	100	71866	2.86	2062	97.13	69804	2012
1.32	904.2	100	65917	3.32	2165	96.67	63752	2013
2.7	1634	100	63114	4.45	2810	95.55	60304	2014
4.05	1405.50	100	37787	5.46	2063	94.54	35724	2015
5.58	1623.30	100	29992.1	5.89	1805	94.11	28880	2016
4.14	1458	100	35191.12	5.48	1899	94.5	32760	2017
5.63	2425.68	100	43080	6.78	2920	93.22	40160	2018
4.84	2044.19	100	42160	6.13	2580	93.87	39580	2019

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على احصائيات المركز الوطني للاعلام والاحصائيات (1990-2014).

-تقارير الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية، 2016.

-بنك الجزائر، التقارير السنوية 2015: 2017، 2019..

من الجدول السابق يتضح لنا ان مساهمة الصادرات الصناعية خارج المحروقات في الصادرات الاجمالية جد ضئيلة نظرا لما يتميز به هذا القطاع بعد تكوين نسيج صناعي يتماشى مع متطلبات السوق الوطنية من جهة والسوق الخارجية من جهة اخرى وذلك في اطار نشاط التصدير، رغم الجهود المبذولة من طرف السلطات للرفع من فعالية هذا القطاع في المؤسسات الانتاجية في ظل الانفتاح على الاقتصاد العالمي، كما نجد ان التصدير خارج قطاع المحروقات خاصة الصناعي منه يبقى بحاجة اكثر للدفع والتحفيز لمواكبة الانفتاح الاقتصادي اذ تنحصر نسب المساهمة ما بين 1.38% كاقبل قيمة سنة 2010 و 5.63% كأكبر نسبة محققة خلال فترة الدراسة سنة 2018.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

كما نلاحظ من الجدول ان الصادرات الصناعية خارج المحروقات عرفت عدم استقرار في حصيلتها خلال الفترة المدروسة، اذ تراوحت بين الارتفاع تارة والانخفاض تارة اخرى وذلك بنسب متفاوتة، فقد حققت أكبر قيمة مصدرية في هذا القطاع سنة 2011 بقيمة تقدر ب 1495.46 مليون دولار اي زيادة بثلاثة اضعاف للقيمة المحققة سنة 2000 وتصل الى 2044.19 مليون دولار سنة 2019 مما يترجم تكاثف الجهود الساعية الى ترقية صادرات هذا القطاع من طرف الدولة.

اما بالنسبة لمساهمة فروع هذا القطاع في الصادرات نجد في الصدارة فرع الصناعات الكيماوية والبلاستيكية الذي حقق أكبر نسب مساهمة على مدار الفترة الممتدة ما بين 1990 و 2012، اذ وصلت أكبر نسبة الى 56.76 % سنة 2003 بقيمة تقدر ب 290.14 مليون دولار، لكن هذه النسبة تراجعت في الفترة اللاحقة لتصل الى 49.10 % سنة 2010 بقيمة 388.06 مليون دولار، اما الصناعات المعدنية والالكترونية اضافة الى الصناعات الكهربائية والميكانيكية فقد احتلت بدورها مكانة هامة في الصادرات الصناعية بتحقيق نسبة %34.61 سنة 2004 بقيمة تقدر 215.37 مليون دولار، وقد شهدت بدورها تراجع محسوس اذ سجلت نسبة مساهمة ضئيلة مقارنة مع الامكانيات التي يتوفر عليها هذا الفرع لتصل الى 15.54 % سنة 2010 بقيمة صادرات تقدر ب 122.83 مليون دولار، وهذا التراجع ناتج عن تزايد المنافسة في الاسواق الدولية، في حين نجد ان فرع المناجم والمحاجر عرف نوع من التحسن في حصيلة صادراته التي مثلت نسبة 24.10 % سنة 2010 بقيمة 190.27 مليون دولار، اما باقي الفروع فنجد ان النسبة المحققة ضئيلة جدا تترجم اوجه القصور في القطاع الصناعي خارج الصناعات الثقيلة بالرغم من محاولات الترقية التي توجه الى الفروع الاخرى في مجال التصدير¹.

يشكل اداء الصادرات المجهود الرئيسي للتنافسية في الاسواق الدولية ومن اهم المؤشرات الاساسية التي تقيم قطاع الصادرات مؤشر حصة الصادرات من السلع المصنعة، والجزائر في الوقت الذي باتت فيه السلع الصناعية تستحوذ على أكثر من نصف الصادرات الدولية في هيكل التجارة الدولية، فان ادائها يدل على انها بعيدة عن توظيف سياسة ترويج صادرات مبنية على السلع المصنعة، وان القطاع الاولي مازال مسيطر على اداء قطاع الصادرات وذلك نتيجة لطغيان النفط²، ورغم تعدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال الصناعة في تزايد مستمر ويسجل نسبة 50% من التعداد الاجمالي ثم تراجع في السنوات من 2015-2019 الى 15%، الى ان الصادرات الصناعية خ م في إجمالي الصادرات لاتتعدى نسبة 5 وهو معدل ضعيف مقارنة مع الدول الاخرى، وكذلك بالنظر الى الامكانيات التي وفرتها الدولة لهذا القطاع الا النتائج ضعيفة راجع الى التركيز أكثر على قطاع التجارة الخارجية والواردات الصناعية على حساب تشجيع التصدير، وبالتالي اعادة الاعتبار لهذا القطاع عن طريق تشجيع الاستثمار الخاص والاستثمار الاجنبي المباشر وكذا الشراكة بينهما، وهذا ما يشتهه الجدول الموالي.

¹ - من اعداد الباحث بالاعتماد على احصائيات المركز الوطني للاعلام والاحصائيات وكذا مؤسسة الجاكس.

² - الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة الشلف، 9، 10 نوفمبر 2010.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية
في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

جدول رقم 48: تطور الصادرات الصناعية مقارنة بتطور المؤسسات ص وم النشطة في القطاع (سنوات مختارة):

البيان	تطور تعداد المؤسسات النشطة في القطاع الصناعي	نسبة تعدادها مقارنة مع إجمالي المؤسسات %	تطور الصادرات الصناعية (مليون دولار)	نسبة الصادرات الصناعية مقارنة مع إجمالي الصادرات %
1999	38873	24.37	287	2.29
2001	93440	51.9	522.65	2.73
2005	130251	52.9	745.55	1.62
2007	151394	52.8	979.58	1.62
2016	99275	9.79	1623.30	5.58
2019	102128	15.48	2044.19	4.84

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على احصائيات الديوان الوطني للاحصائيات، ووزارة المؤسسات ص وم.

أولاً: مساهمة فرع الصناعة التحويلية للمؤسسات ص وم في الصادرات خ م:

يشكل اداء الصادرات المحور الرئيسي للتنافسية في الاسواق الدولية، ومن اهم المؤشرات الاساسية التي تقيم قطاع الصادرات ومساهمته في بناء قاعدة تنافسية مؤشر حصة الصادرات من السلع المصنعة هذا، وقد اشارت الدراسات الحديثة الى ضرورة التغير اي التحول من انشطة عالية الانتاجية من اجل تحقيق معدلات نمو اقتصادي سريع، لان زيادة نسبة الصناعة التحويلية في الصادرات السلعية وتزايدها تحقق نمو اقتصاديا مرتفعا.

-ان الصناعة التحويلية تمثل اهمية بالغة لاقتصادات الدول المغاربية وذلك من حيث امكانية مساهمتها في تنويع مصادر الدخل وتنويع الصادرات وتعظيم العائد الاقتصادي للشروات الزراعية فضلا عن دورها المهم في زيادة درجة التشابك بين القطاعات الاقتصادية.

-الصناعة التحويلية بالجزائر تتصف بمجموعة من الخصائص من التركيز الجغرافي وعدم التنوع في الهيكل الانتاجي والتوجه للتصدير عند بعض الدول.

-اضافة الى ضيق الاسواق المحلية وانخفاض اعمال البحث والتطوير وسياسات الدول الصناعية فضلا عن بعض المشاكل التسويقية.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية
في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

جدول رقم 49: يبين تطور صادرات الصناعة التحويلية ونسبتها الى اجمالي الصادرات:

الوحدة: مليون دولار

السنوات	قيمة الصادرات	النسبة	السنوات	قيمة الصادرات	النسبة
2005	626.1	2	2011	1141.1	2
2006	655.4	3.7	2012	1479.6	2
2007	1268.8	1.6	2013	1559.4	2.4
2008	903.9	2	2014	2140.5	3.4
2009			2015	1776	4.7

المصدر: المديرية العامة للجمارك على الموقع www.ONS.dz.

من الجدول نلاحظ المساهمة الضعيفة للصادرات الصناعة التحويلية في الصادرات الاجمالية فهي لاتتعدى في المتوسط 3% وهذا راجع اساسا الى عدم التكيف مع مستجدات الاسواق العالمية وعدم القدرة على منافسة السلع الاجنبية لعدم توفر منتجات عالية الجودة وبمقاييس عالمية، بالاضافة الى ضعف معدل استخدام القدرات الانتاجية المتاحة وبالتالي فالقطاع الانتاجي يواجه تحديا قويا في تنويع ص خ م.

اما بالنسبة للصناعات المصدرة فقد استحوذت الصناعات الكيماوية والبلاستيكية على الصدارة، حيث بلغت 164.1 مليار دج سنة 2014 بنسبة 80.7%، ثم الصناعات المعدنية والالكترونية والكهربائية والميكانيكية بقيمة 3.13 مليار دج الذي شهد تراجع نتيجة المنافسة الاجنبية التي تعيق تحسن صادراته.¹

كما ان فرع الكيمياء والمطاط والبلاستيك هو الفرع المسيطر على صادرات الجزائر من منتجات قطاع الصناعة التحويلية وهذا خلال الفترة 2012-2017، حيث تجاوزت عتبة 160 مليار دج خلال سنة 2014، ثم منتجات الصناعات الغذائية تجاوزت 30 مليار دج بقليل سنة 2017، ثم تاتي منتجات فرع الصناعات النسيجية بما يفوق 10 مليار دج سنة 2017 كاقصى قيمة لتاتي بعد ذلك بقية الفروع الاخرى وبقيم صغيرة جدا.

¹ -الديوان الوطني للاحصائيات على الموقع www.ONS.dz

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية
في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

جدول رقم 50: يبين نسبة صادرات الجزائر من قطاع الصناعة التحويلية الى إجمالي الصادرات البضائع (حسب الفروع %).

التعيين	2012	2013	2014	2015	2016	2017
مواد البناء والخزف والزجاج	0	0	0	0	0	0
كيمياء، مطاط، بلاستيك	1.9	2.06	3.33	4.3	4.3	3.78
الصناعات الغذائية	0.9	0	0	0	0	0
الصناعات النسيجية	0	0	0	0	0	0
صناعة الجلود والاحذية	0	0	0	0.1	0.1	0.1
صناعة الخشب، الفلين، الورق	0	0	0	0.1	0.1	0.1
صناعات مختلفة	0	0	0	0	0	0

Source : ons, evolution des echange exterieurs des marchandises de 2012-2017, op cit, p68.

من خلال الجدول اعلاه نجد ان نسبة مساهمة قطاع الصناعة التحويلية في الصادرات الاجمالية للجزائر ضعيفة جدا، حيث كانت اعلى نسبة مساهمة لها من نصيب فرع الكيمياء، مطاط وبلاستيك بنسبة لم تتجاوز 4.3% كاقصى حد والتي تم تسجيلها سنتي 2015 و2016 على التوالي، ياتي بعد ذلك فرع الصناعات الغذائية والتبغ والكبريت بنسبة لم تتجاوز 0.9% كاعلى نسبة في حين كانت نسبة مساهمة بقية الفروع الاخرى شبه منعدمة كصناعة الجلود والاحذية والخشب والورق بنسبة 0.1، وهذا يدل على ان نسبة مساهمة قطاع الصناعة التحويلية في الصادرات ضعيف جدا.

ومن اجل التفصيل أكثر في صادرات الجزائر من منتجات الصناعة التحويلية نفصل في الصادرات لكل فرع على حدى كما

يلي:

1-هيكل الصناعات التحويلية:

توجد بعض الفروع الصناعية التصديرية الواعدة يمكن الاعتماد عليها لزيادة مساهمة الصادرات الصناعية في اجمالي

الصادرات غير النفطية وتخص مايلي:

-الصناعة الغذائية: تحضى الصناعة الغذائية باهمية متزايدة نظرا لمساهمتها وقدرتها على توفير فرص عمل واسعة، اضافة الى

مساهمتها في تحقيق الامن الغذائي وتشمل الصناعة صناعة الزيوت والدهون النباتية والحيوانية والالبان ومنتجاتها، والمعلبات السمكية واللحوم وغيرها.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

وقد ارتفع نشاط الصناعات الغذائية في الثلاثي الرابع من سنة 2010، حيث كانت هذه التوتيرة ويوظف هذا الفرع الذي يعتبر اداة لبعث القطاع الصناعي ازيد من 140 ألف عامل، اي 40% من الاشخاص النشطين في المجال الصناعي باكثر من 17100 مؤسسة، ويزخر القطاع بقدرة تصدير تفوق 2 مليار دولار سنويا.

-صناعة مواد البناء: تعتبر صناعة الاسمنت من الصناعات الانشائية المهمة، وذلك لتوفيرها المادة الرئيسية اللازمة لعملية اقامة البنية الاساسية من مشاريع قطاع البناء والتشييد وجعلت الطاقة الانتاجية لمصانع الاسمنت في الجزائر سنة 2002 حوالي، وبالنسبة لقطاع الاسمنت العمومي سجل سنة 2003 من خلال 12 مصنعا على المستوى الوطني انتاجا قدر ب: 8.2 ملايين طن ليرتفع الى 10.4 ملايين طن سنة 2005 الى 10.8 ملايين سنة 2006 لتصل الى سنة 2007 الى 11.6 ملايين طن، ويضم هذا الفرع 10 مجتمعات عمومية، تضم 108 مؤسسة فرعية منها 18 مصنعا للاسمنت و 42 مصنعا للمواد الحمراء، و 8 مصانع للخزف الصحي، ويدخل ضمن الفرع 6 مؤسسات لصناعة الزجاج ويعتمد بشكل كبير على استيراد مواد البناء، ويشغل الفرع نحو 1595000 عامل ويمثل انتاجه 37% من مجمل انتاج القطاع الصناعي العمومي، ويتمثل نشاط هذه الصناعة في معالجة المواد المحلية الاولية وانتاج مواد البناء، وانتاج القرميد والاجور والاسمنت¹.

-الصناعات الكيماوية والصيدلانية والاسمدة: تعد صناعة الادوية من اهم الصناعات في الجزائر وبالتالي على الدولة طرح المزيد من الحوافز الاستثمارية لجلب الاستثمارات الاجنبية وتوجيهها لتنمية القدرات التصديرية في هذه الصناعة، حيث يشغل هذا الفرع نحو 15 ألف عامل وهو يمثل 2.5% من انتاج القطاع الصناعي العمومي، اذ ينتج القطاع منتجات الادوية والمنظفات ومواد الطلاء والغازات الصناعية، والصودا والبلاستيك والاسمدة المستعملة في الفلاحة ونجد اكبر هذه المؤسسات صيدال SAIDAL، مجمع صناعة الادوية، مؤسسة الغازات الصناعية ENGA، كما يتميز هذا القطاع بدخول القطاع الخاص منذ التسعينات².

-الصناعة الالكترونية: يغطي هذا الفرع مجمل النشاطات الصناعية الكهربائية والالكترونية والاتصالات، وكذا النشاطات المرتبطة بانتاج مواد التجهيز والخدمات في مجال الصناعات التحويلية بما فيها الصناعات ص وم والدراسات والانجازات الصناعية، وكذلك اعمال البحث التطبيقي ويشغل هذا الفرع نحو 16689 عاملا ويمثل 10% من مجمل انتاج القطاع الصناعي، وقد دعم هذا الفرع باقامة منظومة جديدة لتأطير نشاطات التركيب بموجب المرسوم التنفيذي رقم 74-2000 الصادر بتاريخ 4 افريل 2000

¹- حرنان نجوى، بوشارب خالد، مساهمة القطاع الخاص في ترقية التجارة الخارجية الجزائرية خارج قطاع المحروقات، الملتقى الدولي حول تقييم

استراتيجيات وسياسات الجزائر الاقتصادية لاستقطاب الاستثمارات البديلة للمحروقات في افاق الالفية الثالثة بالجزائر يومي 28-29 اكتوبر 2014، جامعة المسيلة، ص 11-13.

²- تقرير المجلس الاقتصادي والاجتماعي، 2003.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

والمقنن لنشاطات التركيب، ويولي الفرع مجمل احتياجات الاقتصاد الوطني من المنتجات الالكترونية واجهزة الهاتف والكوابل والعدادات¹.

* صناعة البلاستيك:

يشمل القطاع الفرعي لصناعة المطاط والبلاستيك المؤسسات التي يتمثل نشاطها الرئيسي في صناعة المنتجات المعالجة وفقا لتقنيات تكنولوجية نذكر منها الاكثر تداولاً في الجزائر فيما يخص البلاستيك القذف والقولبة عن طريق الحقن، ظهرت تقنيات جديدة ثم تطبيقها في الجزائر (كالنفخ والصقل والتمديد والارغاء والقولبة)، وتقدر عدد المشاريع المسجلة لدى الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار لفترة 2002-2012 في مجال صناعة البلاستيك والمطاط بـ 836 مشروع بمبلغ استثمار بحوالي 537 مليار دج التي ستوظف 32472 منصب شغل.

- * صناعة المنسوجات والملابس: متنوع وغير متجانس والذي يغطي مجموعة واسعة من الانشطة منها:

-انتاج تشكيلة واسعة تتمثل في (الخيوط الاصطناعية، الصوف، الحرير).

-التشطيب الصباغة، الطباعة، صناعة الملابس الجاهزة.

السوق الوطنية تبلغ حاليا 2 مليار دولار منها 10% عقدت من قبل الشركات المحلية، وان مخطط اعادة الهيكلة يحسب زيادة في رقم اعمال القطاع بـ 38.5 مليار دج الى غاية 2014، عكس 26.4 مليار دينار خلال 2009 بمعدل سنوي قدره 10% ويريد تعبئة خلال المرحلة الاولى استثمارات قدرها 8.2 مليار دج لتطوير مرافق الانتاج لبعض الشركات²، ونبرز تطور صادرات فروع الصناعة التحويلية كما يلي:

الجدول رقم 51: تطور صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية (حسب الفروع) 2017 و 2018:

الوحدة: مليار دج

البيان	صادرات 2017	صادرات 2018
مواد البناء	18.89	7.98
كيمياة وبلاستيك	141.14	253.39
صناعات غذائية	30.35	33.68
صناعة النسيج	0.12	1.09
صناعة الجلد	1.24	1.30

¹-حرنان نجوى، بوشارب خالد، مرجع سابق، ص13.

²-يدو محمد، بضياف صالح، الصناعة في الجزائر بين الواقع والامل وأثرها على الميزان التجاري خارج قطاع المحروقات، المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية، العدد 02-سبتمبر 2014، ص191-192.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

3.41	2.25	صناعة الخشب والورق
0.12	0.035	صناعات مختلفة
298	181	المجموع

Source : collection statistiques n 214/2019 serie e statistiques economiques n 201.p65.

يلاحظ من خلال الجدول ارتفاع صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية من 181 مليار دج سنة 2017 الى 298 مليار دج سنة 2018، وقد احتلت صناعة الكيمياء والبلاستيك المرتبة الاولى بما يقارب 80% من مجموع الصادرات الصناعية تليها الصناعات الغذائية بمعدل 15%، بينما لايتعدى مجموع صادرات باقي فرع النشاط الصناعي 5% رغم توفر المواد الاولية واليد العاملة خاصة في صناعة النسيج والجلود.¹

وتمثل صادرات الجزائر 0.2% من الصادرات العالمية وهي تحتل المرتبة 59 عالميا ويبلغ المتوسط متوسط 0.17%، وفي سنة 2019 سجلت الجزائر 45 سوقا للتصدير حيث تعد ايطاليا الشريك الاول لها بنسبة 13.3% من المنتجات الجزائرية، تليها فرنسا بنسبة 12.8%، ثم اسبانيا بنسبة 11.9%، تليها و م ا في المرتبة 4 ب 7.1%، وبريطانيا 5 ب 6.8%.

وهو مايعني ان الهدف المسطر من وراء الجهود المبذولة من قبل الدولة الجزائرية لترقية الصادرات خارج المحروقات لم يجد طريقه الى التحقيق، وهذا مايمكن ارجاعه الى غياب نسيج صناعي يتماشى مع متطلبات التسويق .

وعلى هذا الاساس فان الصادرات خارج المحروقات ليست متتابة من شريحة واسعة من المنتجات الصناعية، كما انها لا تحتوي على سلع ذات قيمة مضافة عالية، ورغم ذلك ثمة افاق واعدة للصادرات الصناعية الجزائرية خارج المحروقات شرط تطوير الامكانيات وبذل مجهودات أكبر لتحسين مردودية الفروع الصناعية واستغلال أفضل للموارد المتاحة لاعطاء دفعة قوية للصادرات الصناعية خارج قطاع المحروقات².

ثانيا-مكانة الصناعة الغذائية في الصادرات:

ان ارتفاع الفاتورة الغذائية بالجزائر ارتفاعا مستمرا ومتزايدا والتي اصبحت تشكل عبئا على الموازنة، ادى بالدولة الى الاهتمام بقطاع الصناعة الغذائية اهتماما كبيرا وذلك سعيا منها لتحقيق الامن الغذائي للمجتمع وترقية الصادرات خارج المحروقات، كما انها تحاول تغطية الجزء الاكبر من السوق المحلي بالمنتجات الاستهلاكية النهائية خاصة الغذائية وتحقيق الاكتفاء الذاتي وتقليل

¹علي عز الدين، محمد حشماوي، صادرات المؤسسات صوم الصناعية بين الواقع والافاق، مجلة ادارة الاعمال والدراسات الاقتصادية، مجلد 6، عدد 1، 2020، جامعة الجزائر، ص284.

²حمزة العوادي وجمال خنشور، اشكالية ترقية الصادرات الصناعية الجزائرية خارج المحروقات خلال الفترة 2010-2015، مجلة البحوث الاقتصادية وادارية، جامعة بسكرة، العدد 19، جوان 2016، ص159.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

الواردات¹، وان الاستثمار في قطاع الصناعات الغذائية يهدف الى تنويع الصادرات خ م ويعد استثمارا ناجحا ومجديا، ذلك لان الطلب العالمي على المواد الغذائية المصنعة في تزايد مستمر بفعل التزايد السكاني المتزايد، حيث تم التركيز في الجزائر على قطاع الصناعة الغذائية كمرحلة اولى لتكوين تجمعات التصدير في الجزائر لعدة عوامل اهمها²:

- استفادة القطاع من دراسة تحليلية سابقة ومن اعادة تنظيم بذلك فهو جاهز للانضمام الى المشروع.
- انشاء مركز تقني للصناعة الغذائية مما يسمح من تحليل ومراقبة السلع الموجهة نحو التصدير.
- يمثل القطاع أكثر من 50% من الانتاج الصناعي في البلاد.
- يساهم القطاع بحوالي 55% من الناتج الداخلي الخام.
- باعتباره قطاع حيوي يشمل أكثر من 20 ألف مؤسسة مع نهاية 2012 وأكثر من 150 ألف منصب شغل، اي حوالي 40% من اليد العاملة في القطاع الصناعي.

أثمر مشروع انشاء تجمعات التصدير على انشاء قانوني رسمي لاتحادين في الصناعة الغذائية مع بداية سنة 2013 في فرعي الحبوب والبروتينات الحيوانية، وهي تجمعات ذات منفعة اقتصادية تسمح بتحقيق الشراكة بين المؤسسات، اعطاء بعد دولي للمنتج الجزائري والاستفادة من الخبرات لتكوين قوة في السوق الدولية باحسن الطرق وتظافر الجهود، الشراكة في المشتريات والخبرات.

- اتحاد الحبوب تم انشاؤه بتجمع اثني عشر مؤسسة صناعية مختصة في صناعة العجائن والطحين.
- اتحاد البروتينات الحيوانية: يضم الاتحاد 18 مؤسسة متخصصة في تحويل اللحوم، الاسماك، والمنتجات اللبنية، كما تم انشاء تجمع للتصدير في فرع المشروبات وتجمعين اقليميين في كل من بجاية وتلمسان وهي تسعى الى تطوير الشعارات، المنشورات ومواقع الانترنت الخاصة بها.

- تجمع تصدير التمور تم انشاؤه في مارس 2015 يضم منتجي ومصدري التمور ل 12 ولاية من الجنوب، حيث بادرت عشر غرف للتجارة والصناعة بانشاء تعاونيات جهوية بهدف اعادة تنظيم الفرع حتى يصبح اول مصدر للتمور عالميا.
- يقدر متوسط حجم صادرات التمور السنوي 50 ألف طن، وتمثل عائدات الصادرات التمور 40% من المجموع الكلي للصادرات الفلاحية، فقد قدرت قيمة صادرات التمور ب 40 مليون دولار سنة 2014 وهي تمثل 4% من حصة السوق العالمي المقدر ب 700 مليون دولار، حيث تمثل الجزائر المرتبة السابعة عالميا لمصدري التمور.

فقد أثمر التجمع على انشاء مصنع تحويل التمور بالمنطقة الصناعية بسكرة بشراكة ايطالية يهدف المصنع انتاج مشتقات التمور، السكر، العصير، المربي، خل المائدة والطحين، وكذلك مشاركة جماعية اولى في الصالون الدولي للصناعة الغذائية بجاكارتا باندونيسيا والذي اعطى نتائج جيدة تتمثل في:³

¹- ربيعة بركات، سعيدة درباخ، مساهمة م صوم في تحقيق التنمية الاقتصادية، حالة الجزائر، ورقة بحثية من الملتقى الوطني الاول حول دور المؤسسات ص وم في تحقيق التنمية بالجزائر 2010-2011، يومي 18 و 19 ماي 2011، جامعة بومرداس.

²- ايت بن اعمر الهام، تجمعات التصدير الية لترقية ص خ م، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، العدد 32، 2015، جامعة الجزائر، ص 143.

³- ايت بن اعمر الهام، مرجع سابق، ص 144-145.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

- التعرف على مختلف التمور الجزائرية من المستهلكين الاندونيسيين والماليزيين والهنديين.
- ابرام صفقة مع اندونيسيا لتصدير التمور.
- انشاء مؤسسة ذات أسهم مكلفة بانجاز مصنع تحويل التمور باندونيسيا.
- عقد اتفاقية بين البعثة الجزائرية بقيادة الغرفة الوطنية للتجارة والصناعة والغرفة التجارية والصناعية بسكرة والسلطات الاندونيسية لترقية صادرات التمور الجزائرية نحو القارة الاسياوية.

لقد ارتفعت الصادرات الغذائية التي انتقلت من 28 مليون دولار سنة 2001 الى 315 مليون دولار سنة 2010 لتصل الى 373 مليون دولار سنة 2018، وهو ما يمثل نسبة نمو 346.45، وان نسبة الصادرات الغذائية الى الصادرات الزراعية تتراوح ما بين 29.44 و76.47%، هذا ما يعني ان اكبر من 50% من الصادرات الزراعية هي صادرات غذائية، وهذا يرجع للتوجهات الجديدة للاقتصاد الوطني، ودخول القطاع الخاص في مختلف النشاطات الانتاجية والتحويلية والتوزيعية التي تنتجها الصناعات الغذائية للمتعاملين الاقتصاديين. وتعكس الجهود المبذولة والارادة الواضحة لتطوير القطاع.

الجدول رقم 52: يبين الميزان التجاري للمنتجات الزراعية الغذائية في الجزائر

الوحدة: مليون دولار

السنة	1990	1992	1994	1996	1998	2000	2001	
الصادرات	11.25	43.57	28.97	154.33	33.37	41.91	28	
الواردات	422.67	1267.4	2337.87	2315.46	2423.55	2783.55	2390	
الميزان التجاري	411.42-	-1223.83	-2308.9	-2161.07	-2390.18	-2341.64	2368-	
صغ/صك	0.36	0.69	0.35	1.24	0.34	0.15	0.22	
السنة	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
الصادرات	35	49	59	67	73	88	119	113
الواردات	2740	2678	3597	3587	3800	4954	7813	5863
الميزان التجاري	2705-	2629-	3538-	3520-	3727-	4866-	7694-	5750-
صغ/صك	0.22	0.15	0.14	0.55	0.15	0.14	0.14	0.14
السنة	2010	2011	2012	2014	2015	2016	2017	2018
الصادرات	315	356	325.93	323	235	327	349	373
الواردات	6058	9750	9354.59	11005	9316	8223	8438	8573
الميزان التجاري	5743-	9394-	-9028.66	10682-	9081-	7897-	8089-	8200-
صغ/صك	0.55	0.43	0.51	0.68	1.09	0.99	0.91	0.91

المصدر: من اعداد الباحث اعتمادا على معطيات المديرية العامة للجمارك (2013-2018).

-الديوان الوطني للاحصائيات حوصلة احصائية، 2011-1962، بالنسبة لسنة 2012 النشرة الاحصائية لبنك الجزائر، جوان 2013، ص 28.

يشهد الميزان التجاري للمنتجات الزراعية الغذائية عجزا هيكليا وهو في تزايد مستمر من سنة الى اخرى، اذ انتقل من 2368 مليون دولار في سنة 2001 الى اكثر من 7 مليار دولار سنة 2008 مع تسجيل اكبر عجز في سنة 2011 قارب 9.4 مليار دولار، حيث وبعد سنوات الالفينات اين سجلنا نسب كبيرة للواردات الغذائية قيمة ونسبة اين بلغت 21.36،

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

16.12، 19.19%، سنوات 2002، 2006، 2012 على التوالي اين قارت 9 مليار دولار وهو رقم مخيف لبلد بحجم الجزائر والامكانيات المتوفرة والمالية والمادية لتطوير قطاع الفلاحة، ويرجع ذلك الى تأثير ازمة الغذاء العالمي والازمة المالية العالمية التي شهدها العالم، وتعد الجزائر من اكبر الدول المتوسطة التي تسجل عجزا في الميزان التجاري للسلع الزراعية الغذائية مقارنة بنظيراتها وهو ما يؤكد ضعف مساهمة الصناعات الزراعية الغذائية في تحقيق الامن الغذائي وتأمين الموارد الزراعية الوطنية، وكذا راجع الى التقلبات السعرية الحاصلة في الاسواق الدولية مما دفع الكثير من وحدات النشاط الى توقيف نشاطها والانسحاب من السوق بسبب ضعف معدلات الاستثمار وتراكم مشاكل الداخلية لهذه الوحدات وضعف مستويات التجديد والتسيير فيها وتزايد مديونيتها اضافة الى نمو حجم الواردات مما جعلها غير قادرة على الاستمرار في المنافسة الاجنبية بالرغم من تدخل الدولة لتدعيم وحماية الشعبة عن طريق السياسات المختلفة¹.

وفق ماتشير اليه الاحصائيات السابقة نستنتج ان إجمالي ما يتم تصديره من منتجات غذائية نحو الخارج ضئيل جدا من ناحية القيمة والكمية ايضا مقارنة بالقدرات الانتاجية لمؤسسات الصناعات الغذائية ولعل عراقيل التصدير أبرز ما يسبب ذلك².

كما أصبح الوقوف على هيمنة القطاع الخاص في قطاع الصناعة الغذائية واقع، حيث استحوذ على عدد كبير من الشبكات يتعلق الامر خاصة بمنتجات الحليب من طرف جرجرة الرائد في السوق في الياغورت، الجبن، وايضا شركات مثل تشين حليب TCHIN-LAIT، الصومام، ترافل، نفس الحال ايضا للمشروبات الغازية، المياه المعدنية والكحول من طرف مجمع مهري-ا ب س-بيبيسي-كولا ABC-PEPSI-COLA، مجمع حمود بوعلام ومجمع عثمانى فيتاجو، فلاش، اخرى.

ومؤسسة سيفتال CEVITAL تنجته للهيمنة على فرع المواد الدهنية، حتى في فرع مطاحن السميد والعجائن الغذائية، ومنتجات الرياض تواجه منافسة شديدة مع الصعود القوي لمجمع سيم، محبوبة. ومجمع عمر بن عمر، ويحتل مجمع سيفتال المرتبة الاولى في الجزائر وافريقيا في صناعة السكر والزيت النباتي³.

ان النشاطات والفروع التي تجذب المتعامل الاجنبي لعقد الشراكة في قطاع الصناعات الغذائية فalcهود اكثر شهرة فهي في فرع الحليب نجد ان نيسلي NESTLE اختارت لحد اليوم تفضيل وجودها من خلال تصدير تشكيلة من المنتجات في الجزائر، اما الفرنسيون فاختاروا الشراكة مع مؤسسات مختلطة (حالة دانون مع جرجرة) او عقد فرانشير كحالة كانديا مع تشين لي وسوديال مع مجمع يحياوي، اما على مستوى فرع المواد الدسمة فقام الشريك نيولوندي كبير في الصناعات الغذائية والمنظفات

¹- غراب رزيقة، مساهمة الصناعات الزراعية الغذائية في تحقيق الامن الغذائي المستدام في الجزائر، مجلة الاقتصاد الصناعي، العدد 09 ديسمبر 2015، جامعة، ص 433-434.

²- الحبيترى نبيلة، براينيس عبد القادر، دور مؤسسات الصناعات الغذائية في ترقية التجارة الخارجية للجزائر، مجلة دفاتر برادكس، العدد 06، سبتمبر 2016، ص 48-49.

³- سواكري مباركة، الاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الجزائرية بين منطقي المقاولاتية والابتكار - حالة مؤسسات الصناعة الغذائية، مجلة الباحث الاقتصادي، العدد الثاني 2015، ص 47، 50.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

اينلغار UNILEVER عقد شراكة مع مجمع سوفيتال الجزائري من اجل تاسيس في المواد الدسمة المارجرين، وكذا مصنع مواد التنظيف UNIVITALE.

ان كل مظاهر هذه الدينامكية المتعلقة بمؤسسات الصناعات الغذائية الخاصة، ترافقها بعض المشاكل والعوائق والتي تعرقل توسعها وبالتالي كبح دينامكية النمو لهذه الصناعة¹.

وهذا يؤكد ان مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التصدير محصورة في ثلاث قطاعات متمثلة في نسب شبه منعدمة في قطاع الصناعة الذي بدوره يتمثل في الصناعات الغذائية المتجسدة في العجائن والعصائر والمشروبات وقطاع الفلاحة التي تتمثل في الخضر والفواكه والجلود، اما القطاع الاهم فهو الطاقة حيث يتجسد دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في بعض الصناعات الاستخراجية بسبب هيمنة المؤسسات الكبرى.

المطلب الثالث-دراسة تنافسية صادرات المؤسسات ص وم في القطاع الزراعي والصناعي:

نتناول فيه تنافسية المنتجات المصدرة خاصة ثم تنافسية القطاعين اجمالا وذلك كما يلي:

1-تنافسية صادرات القطاع الزراعي:

ان البحث عن بدائل جديدة في الاقتصاد الجزائري يتطلب منا معرفة قيمة وقوة القطاعات الاقتصادية ومدى قدرتها على ان تكون بديلا مناسباً لقطاع المحروقات في السنوات القادمة وتحضى المنتجات الزراعية في العالم بمكانة هامة للدور الذي تلعبه في تطوير الاقتصاديات الوطنية، الا انه من شان المنتجات الزراعية ان تسهم في تحقيق الامن الغذائي، فان كلما كان القطاع الزراعي قادرا على تامين حاجته من القطاع الاجنبي اللازم لتامين مستورداته عن طريق التصدير لفائض المنتجات الزراعية كان ميزانه التجاري يعكس صورة ايجابية من تجارته الخارجية، الا اننا في الجزائر نعاني تاخر كبير وهو ما يظهريه الميزان التجاري للقطاع الزراعي.

ان الميزان التجاري يعبر على وضع صعب للامن الغذائي في الجزائر، فيلاحظ ذلك التدهور المتصاعد سنة بعد اخرى للواردات والعجز، كما اننا نلاحظ قيمة الواردات التي تصل الى 7.7 مليار دولار سنة 2008 وهو رقم ضخم، وهو ما يطرح الاشكال في حالة تدهور اسعار البترول ونقوم بدراسة مؤشر النسبية الظاهرة للقطاع الزراعي كما يلي:

¹-عبد الوهاب عبدات، مرجع سابق، ص182

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية
في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

الجدول رقم 53: قياس RCA للزراعة (بالاعتماد على احصائيات جدول رقم 71):

RCA	السنة	RCA	السنة
0.93-	2011	0.92-	1995
		0.9-	1996
0.94-	2014	0.97-	98
0.95-	2015	0.97-	2000
	2016	0.97-	2002
0.92-	2017	0.96-	2004
0.91-	2018	0.96-	2005
0.90-	2019	0.96-	2007
		0.96-	2009
		0.9-	2010

المصدر: بالاعتماد على احصائيات مديرية الجمارك الجزائرية

ان مؤشر المزايا النسبية المحققة لسنوات الدراسة كما هو واضح يشير الى انه قريب جدا من (-1) وهو ما يعني ان الصادرات الزراعية قريبة جدا من الصفر، اي عدم توفر اي مزايا للصادرات على الاطلاق، كما يوضح هذا المؤشر ضعف القطاع الزراعي في الجزائر، ونعتقد ان هذا الوضع راجع الى:

- السياسات الزراعية في الجزائر التي مرت على العديد من التجارب الفاشلة اثرت على القدرات الوطنية في تحقيق الامن الغذائي.
- سياسة الاستيراد الزراعي التي سمحت لكل مستورد بشراء كل الحاجيات الغذائية للبلاد، مما ادى الى وجود بارونات للاستيراد العالمي والتي لها دور في فشل السياسات الزراعية.
- يجب البدا في تنويع الصادرات الزراعية باضافة سلع زراعية غير تقليدية الى قائمة الصادرات وبالتالي التوسع في الاستفادة من فرص التسويق وذلك يقتضي ترتيب الاولويات بهدف تعظيم هامش الربح للصادرات والذي يعزز الاقتصاد الوطني، اي ان تنويع الصادرات سينتج عنه زيادة عوائد التصدير لان الاعتماد على عدد قليل من السلع المصدرة قد يؤدي الى انتاج فائض من تلك السلع لا يتوافق مع متطلبات السوق، وبالتالي تنويع الصادرات الزراعية لتجنب مخاطر السوق وتدعيم تنافسية الصادرات الوطنية في السوق الدولية.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

ب- تنافسية صادرات القطاع الصناعي:

تمثل الصادرات الصناعية في الجزائر المنتجات الحديدية والالكترونية وتجهيزات البناء والمنتجات البلاستيكية والمطاطية، وصناعة الجلد والورق، الغذائية، يعني في الغالب منتجات نصف مصنعة لان اغلب الوحدات الاقتصادية الجزائرية المنتجة بعيدة نوعا ما عن معايير الجودة العالمية، ولا تبني عوامل البحث والتطوير التي تمكنها عن مسايرة التطورات العالمية في الانتاج.

الجدول رقم 54: قياس RCA للصناعة (بالاعتماد على احصائيات الجدول رقم 74):

RCA	السنة	RCA	السنة
	2011	0.98-	1995
0.92-	2012	0.83-	1996
0.89-	2013	0.83-	1998
0.86-	2014	0.86-	2000
0.83-	2015	0.8-	2002
0.81-	2016	0.84-	2004
0.93-	2017	0.88-	2005
0.90-	2018	0.89-	2007
0.90-	2019	0.94-	2009
		0.91-	2010

المصدر: بالاعتماد على احصائيات مقدمة من بنك الجزائر

مؤشر المزايا النسبية المحققة يشير على مدى سنوات الدراسة الى قيم سلبية قريبة جدا من -1 مما يعني ان الصادرات الجزائرية لاتتمتع باي ميزة مقارنة بالواردات من نفس المنتجات، فنلاحظ ان المؤشر يتراوح بين (0.8-0.98-)، اي ان الصادرات الصناعية تقريبا شبه معدومة مقارنة بالواردات وهذا راجع الى:

- ان القاعدة الصناعية الجزائرية التي تم تشييدها كانت مشتتة على كل القطاعات وتنتج منتجات ضعيفة الجودة.
- اما إذا رجعنا الى البيانات فنجد الواردات الصناعية تمثل قطاعات ضخمة كالسيارات النفعية والسياحية، التجهيزات الالكترونية، اليات الحفر والبناء، الجرارات، التجهيزات المعلوماتية، الطبية، المضخات، وبالتالي فانه معظم التجهيزات الصناعية يتم استردادها مما اعطى مؤشر سلبيا للصادرات.
- ان العديد من المستوردات الضخمة يمكن للجزائر احلالها بتطوير الصناعات المحلية، وبالاعتماد على الاستثمار الاجنبي و تعبئة الاستثمارات المحلية والاجنبية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المحلية واحلال الواردات الصناعية.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

ان الخلاصة التي يمكن ان نستنتجها من دراسة مؤشر المزايا النسبية، ان الاقتصاد الجزائري يستفيد من ميزة مطلقة فقط والخاصة بانتاج النفط، اما باقي القطاعات فان الواردات تحقق ميزة مطلقة، حيث اظهرت مجموعة من المؤشرات الاحصائية المستخدمة في التحليل ان الجزائر تعاني من خلل واضح، فتتميز التجارة الخارجية بتركز سلعي في جانب الصادرات، مقابل مد واسع في الواردات الاستهلاكية والاستثمارية ماجعل الاقتصاد تابعا للمؤشرات والمتغيرات العالمية المتعلقة بالطلب والعرض.

ج-واقع تنافسية بعض المنتجات المصدرة الزراعية والصناعية في الاسواق الدولية:

تعتبر اهم المنتجات المصدرة التمور، الاسمنت، مواد البناء(الرخام+الخزف)، السكر، الصناعات التقليدية (الفخار، الحلي)، الكسكس، الملح، البصل، الجلود، العسل، المشروبات، زيت الزيتون، البطاطا منتجات ذات تنافسية دولية تتجه هذه المنتجات الى العديد من الاسواق خاصة الاسواق القريبة كالفرنسية والتونسية ودول الساحل، وهذا مانبرزه فيما يلي حسب الجداول رقم (55، 56، 57، 58، 59) على التوالي:

1-تطور الصادرات لشعبة صناعات الزيوت والدهون الحيوانية: الوحدة ألف دولار

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
القيمة	9458	11960	11382	3491	441	1171	12500	13500

Source : africa trade

-statistiques du commerce international african, african trade statistics, african union, 2020, annaie year book, p50.

لم تصل قيمة الصادرات قيمة 13 مليون دولار خلال فترة الدراسة رغم الامكانيات المتوفرة والميزة التي تملكها هذه الشعبة للمتعامل سيفتال، وأحسن منافس للجزائر في هذه الشعبة تونس ثم المغرب وجنوب افريقيا.

2-تطور الصادرات لشعبة الخضار والفواكه:

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
القيمة	542	2352	768	1064	1664	2523	4360	6010

Source: www.trademap.orglproduct-sel country-commerce world mondial, date consulter 10-05-2020.

تبقى الجزائر ضعيفة في تصدير هذه الشعبة لم تتجاوز 25 مليون دولار سنة 2015، 60 مليون دولار سنة 2016، رغم الجدوة التي تمتاز بها هذه المنتجات في الجزائر، وتتصدر جنوب افريقيا صادرة المنافسين للجزائر في هذه الشعبة ثم المغرب وتونس ومصر.، وواردات قارية تصل الى 6.6 مليار دولار وصادرات في حدود 9.2 مليار دولار تعتبر مؤهلات التبادل التجاري بين بلدان الاقليم كبيرة، تم تسجيل صادرات ب 8.2% وواردات ب 6% على مستوى التجارة البينية، مما يتطلب انشاء سلاسل القيمة في هذا القطاع الانتاجي فعلى الجزائر استغلال الفرص بتطوير صادرات هذه الشعبة.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

الوحدة: الف دولار

3-تطور صادرات شعبة السكر:

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2017
القيمة	233695	267777	212026	275679	230789	150808	228330

Source : africa trade

-statistiques du commerce international african.african trade statistics, african union, 2020, annaire year book, p52.

تبقى القفزة النوعية لصادرات السكر بعد سنة 2010 الى غاية 2014، وبحكم هيمنة مجمع سيفتال على هذه الصناعة والتدابير الحكومية لتشجيع المجمعات الصناعية من جهة والصناعات الغذائية من جهة اخرى، لتتخف سنة 2015 الى 150 مليون دولار، ثم ترتفع الى 228 مليون دولار سنة 2017 لتواجه منافسين اخرين في القارة كجنوب افريقيا ومصر، والمهم في هذا الصدد تعزيز التكامل الاقليمي على مستوى هذا المنتج لخلق سلسلة قيمة، وبالتالي توجيه انتاج الجزائر نحو العمق الافريقي للهروب من منافسة الدول المغاربية.¹

4-تطور صادرات شعبة صناعات المشروبات:

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
القيمة	28627	28085	32462	34443	16500	10201	7035	13740

Source : africa trade

أحسن سنة في تصدير هذه الشعبة هو 2013 بقيمة 34 مليون دولار، ثم انخفضت بعدها بسبب تلقيها منافسة كبيرة في هذه الشعبة خاصة من دولة جنوب افريقيا التي تصدر افريقيا في هذه الشعبة وبعض الدول المغاربية كتونس.

5-تطور صادرات شعبة التمور:

السنوات	2000	2010	2011	2013	2014	2015	2016	2017
الكمية (طن)	10863	10393	28143	20682	26001	28645	31109	46825
القيمة (الف دولار)	14563	22617	25374	29738	39004	34798	37502	52337

المصدر: رشيد محمدي، محددات القدرة التنافسية لمنتوج التمور الجزائرية في اهم الاسواق العالمية، مجلة اجات اقتصادية وادارية، المجلد 14، العدد 1، 2020، ص434-438.

¹ -مؤهلات سلاسل القيمة الاقليمية في شمال افريقيا، التشخيص القطاعي، الامم المتحدة، اللجنة الاقتصادية لافريقيا، ط1، ديسمبر 2018، ص61-62.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

وترجع هذه الزيادة في قيمة الصادرات الى الزيادة في الكمية في السنوات الاخيرة للفترة المدروسة، بالرغم من التذبذب الحاصل في سعر التمور المصدرة التي بلغ قيمته سنة 2010 هو 2176.2 دولار للطن.

ان التوزيع الجغرافي لصادرات التمور: تتركز صادرات التمور في الاسواق الاوربية خاصة فرنسا في الترتيب الاول بنسبة 62.09% من قيمة الصادرات التي بلغت 14347.5 الف دولار لمتوسط الفترة 2001-2016، وتاتي روسيا في المرتبة الثانية بقيمة صادرات 1573.62 الف دولار بنسبة 6.81% من قيمة صادرات التمور الجزائرية الى دول العالم وبعدها المغرب في المرتبة الثالثة، ثم نجد النيجر بمتوسط كمية 1555.4 طن بنسبة 9.42%، اما صادرات التمور الجزائرية الموجهة الى الدول العربية كالامارات، المغرب، الاردن لاتتعدى 9% من متوسط الكمية، الا انه يمكن التوسع في هذه الاسواق المهمة، وبالتالي نلاحظ ان مايقارب 83% من الصادرات موجهة الى الدول السابق الذكر.

وحسب الاحصائيات المستقاة من الجمعية الوطنية للمصدرين الجزائريين فقد بلغت الكمية المصدرة من التمور خلال سنة 2005 حدود 12328 طن بقيمة تفوق 18 مليون دولار الى 650 مليون دولار سنة 2008، ثم الى حوالي 46825 ألف طن سنة 2017 بقيمة 52 مليون دولار من مادة دقلة نور ذات الجودة العالمية والتي تصدرها الجزائر الى بلدان اوربا وامريكا الشمالية وبلدان الخليج العربي وبلدان الساحل الافريقي.¹

***الزيتون:** انتقلت صادرات الجزائر من الزيتون من 376 مليون دج سنة 2008 الى 485.3 مليون دج سنة 2009، وتمتلك الجزائر قدرات هامة لانتاج الزيتون الذي يعتبر مصدرا اساسيا للزيوت، ورغم جودة المنتج وكمية الانتاج والموقع الجغرافي الا ان تصدير هذا المنتج لايزال ضعيفا مقارنة ببعض الدول مما يستوجب دعم وتاهيل المؤسسات العاملة في مجال الصناعات الغذائية.²

-**الفوسفات والاسمدة:** تعتبر تونس والمغرب منافسين للجزائر في هذا المنتج، حيث تصدر الجزائر من المواد الكيماوية غير العضوية حوالي 506.95 مليون دولار، الاسمدة فتصدر حوالي 420 مليون دولار الى باقي العالم، اما افريقيا فتتمثل في الاسمدة المعدنية والازوتية بنسب ضعيفة، الا انه مازالت حصة المبادلات بين بلدان شمال افريقيا وافريقيا في قطاع الفوسفات ومشتقاته ضعيفة مقارنة بالمبادلات مع العالم الخارجي، حيث الواردات من الصين، بلجيكا، تركيا، وهذا يؤكد وجود فرص للجزائر لتصدير هذا المنتج بالدول الافريقية والمغربية، حيث تمكنت شركة مناجم الفوسفات صوميفوس التابعة لمجمع مناجم الجزائر من تحسين ادائها بتصدير مايقارب 1 مليون طن من الفوسفات خلال السداسي الاول من سنة 2021 وهذا بناء على تفعيل الاستراتيجية المعتمدة وتماشيا مع السياسة المسطرة من طرف وزارة الطاقة والمناجم لتحسين اداء ونجاعة شركات القطاع المنجمي في اطار تنويع الصادرات وبعث الاقتصاد الوطني الجديد.³

¹-اهمية انتاج التمور في ترقية الصادرات والرفع من النمو الاقتصادي في الجزائر، دراسة قياسية للفترة (1990-2016)، العدد 3، مجلة الافاق للدراسات الاقتصادية، ص251.

²-سليمان دحو، مرجع سابق، ص239-240.

³-minister de l'energie www.energy.gov.dz30-06-2021.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

-قطاع النسيج والملابس: يناهز سوق النسيج والالبسة في الجزائر حوالي 500 مليون متر خطي حيث لا يغطي القطاع سوى 6% من الحاجيات، تملك الجزائر امكانيات كبيرة في هذا القطاع ولكن غير مستغلة مع وجود منافسة من مصر والمغرب وتونس، حيث تصدر الجزائر ما قيمته 2 مليون دولار، اي ما يعادل 0.01% من مجموع الصادرات سنة 2015، وتستورد من تركيا والصين، مما يؤكد ان التبادل التجاري بين الدول المغاربية والافريقية ضعيف مما يوحي بوجود فرص في هذا السوق بالامكان الجزائر استغلالها عن طريق تنمية النسيج الصناعي والنهوض بالنشاط الاقتصادي في هذا القطاع.¹

-مواد البناء: استطاعت الجزائر من تصدير مادة الاسمنت وذلك بعد تسجيل فائض في المنتج الى العديد من الدول الافريقية: كوديفوار والسنغال وموريطانيا عن طريق المجمع الخاص لافارج والمجمع العمومي جيكا حيث بلغت قيمة الصادرات خلال الاشهر السبعة من سنة 2020 نحو 42 مليون دولار مقابل 20 مليون دولار سنة 2019 بينما تعول الحكومة لبلوغ قيمة 500 مليون دولار افاق 2022.²

*-رابعاً-مساهمة قطاع الصناعة التقليدية والحرف في الصادرات خ م: يمتلك قطاع الصناعة التقليدية والحرف امكانيات معتبرة في دعم صادرات الجزائر خ م وبالتالي جلب العملة الصعبة للاقتصاد الوطني، حيث نقدم وضعية تطور صادراتها حسب الجدول رقم 60:

الوحدة: مليون دولار

السنوات	2003	2004	2005	2006	2007
الكمية (م طن)	0.034	0.069	0.616	2.997	4.091
القيمة (مليون دولار)	0.027	0.024	0.069	0.528	1.168
السنوات	2008	2009	2010	2011	2013
قيمة الصادرات	2.56	2.55	2.59	2.60	26.04
السنوات	2014	2015	2016	2017	
قيمة الصادرات	28.01	17.10	11.35	14.26	

المصدر: شيبان اسيا، مرجع سابق، ص141، نشرية المعلومات الاحصائية، وزارة الصناعة والمؤسسات صوم وترقية الاستثمار.

-statistiques du commerce international african, african trade statistics, african union, 2020, annaire year book, p50.

من خلال الجدول تظهر ان كمية صادرات الصناعات التقليدية قد عرفت تطورا بارزا ابتداء من سنة 2013، اذ عرفت كمية الصادرات ارتفاعا بنسبة تقارب 7 اضعاف سنة 2014، رافقها ايضا ارتفاع في حجم المداحيل من العملة الصعبة من 2.56

¹-مؤهلات سلاسل القيمة الاقليمية في شمال افريقيا، التشخيص القطاعي، الامم المتحدة، اللجنة الاقتصادية لافريقيا، ط1، ديسمبر 2018، ص9-20.

²-مقال لحمزة كحال، اقتصاد عربي، فائض الاسمنت يربك المصانع واشكالية التصدير، alaraby.co.uk، 17-11-2019.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

مليون دولار سنة 2007 الى 28 مليون دولار سنة 2014، هذه الزيادة رغم قلتها تعكس بوضوح قدرات القطاع وامكانياته على التطور في حال ما إذا وجد الشروط المواتية لذلك.

وهكذا يتضح مما سبق ان النسيج المؤسساتي المكون من المؤسسات الحرفية يعد قطاعا اقتصاديا هاما كغيره من القطاعات الاقتصادية لكونه قطاع منشئ للعمل وجالب للعملة الصعبة ومفعل للصادرات خ م .

-افاق صادرات الصناعات التقليدية:

تعتمد المرحلة الجديدة على دراسة نتائج تسويق نتائج منتجات الصناعة التقليدية في الاسواق الدولية من خلال مشاركات القطاع في الصالونات والمعارض، وكذلك من خلال اعداد دراسات سوق لاهم الاسواق التي دلت عليها التجارب على وجود طلب محتمل على منتجاتنا والاستراتيجية الجديدة تعتمد على:

-تركيز العمل على بعض الاسواق الاوربية والاسيوية.

-تتمين ودعم حضور نوعي لفئة المنتجات التي حققت فيها الصناعة التقليدية ميزة تنافسية سعرية ونوعية.

رغم هذه النتائج المحفزة الا ان القطاع لم يتمكن من تحقيق كافة اهدافه المسطرة، كما انه يعاني من بعض النقائص زادتها حدة تقلبات وتطورات الاسواق الاقتصادية الراهنة، امام هذا الوضع وحتى يستطيع قطاع الصناعة التقليدية والحرف القيام بالاعمال الملقاة على عاتقه وتحقيق الاهداف المسطرة له ومواجهة التحديات الحالية والمستقبلية.¹

*افاق صناعة النسيج والجلود: عرف هذا القطاع تراجعا قدر ب13.3% سنة 2000 و2.7% سنة 2002 و6% خلال سنة 2005، ويعود هذا الانخفاض الى عدم تمكن مؤسسات هذا الفرع من مواجهة المنافسة مع المنتجات المستوردة، خصوصا من حيث الجودة، حيث يتحمل فرع النسيج مسؤولية التراجع في هذا القطاع كون هذا الفرع سجل تراجعا يقدر ب3.7% لسنة 2002 كما حقق فرع الجلود نمو قدره ب7% لنفس السنة.²

ان قطاع الصناعات النسيجية الذي سجل في 2001، 2004، 2007 ادنى المراتب عاد وقفز ليصنف كقطاع رائد في 2009، و2011، وقطاع الصناعات الجلدية حيث ظهر في 2004 كقطاع ذي اتجاه خلفي بعدما كان سنة 2001 قطاعا رائدا ليعود في السنوات 2009.2011.2007، قطاعا رائدا بامتياز، وهذا راجع الى سياسة الدولة في تدعيم وتشجيع المؤسسات

¹-بن زعرور شكري، تجربة الجزائر في تنمية قطاع الصناعة التقليدية، مقال في إطار برنامج تطوير نشاطات الصناعة التقليدية BIT، ص19.

²-بوهديل سليم، آثار برامج التمويل الاوربية على اعادة تاهيل القطاع الصناعي الجزائري، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة بسكرة، 2004، ص83.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

الصناعية الصغيرة والمتوسطة وسياسات تشغيل الشباب والقروض الممنوحة لهم، اما القطاعات ذات المؤشرات المنخفضة نجد في المرتبة الاخيرة كل من قطاع الخدمات المقدمة للعائلات وقطاع الخدمات المقدمة للمؤسسات¹.

المبحث الثالث: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية وفرص التصدير:

في هذا المبحث سنتطرق الى تعداد واهم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تقوم بعملية التصدير في الجزائر خلال فترة الدراسة وكذا ابراز تنافسية المؤسسات ص وم المصدرة والصادرات خارج المحروقات، اضافة الى فرص وافاق المؤسسات ص وم في التصدير الى الاسواق الدولية الجديدة وسنتطرق الى كل هذا فيما يلي:

المطلب الاول: تطور تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المصدرة في الجزائر:

تكتسي معرفة اهم المؤسسات التي تقوم بالتصدير وطبيعة نشاطها واسواقها ومدى تطور تعدادها نقاط مهمة لتقييم الاداء التصديري لهاته المؤسسات، وللوقوف على عدد المؤسسات الجزائرية التي تقوم بعملية التصدير خلال الفترة وتصنيفها حسب رقم اعمالها المحقق والتي تتكون في معظمها من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نقوم باعداد الجدول رقم 61 التالي:

الصف	رقم الاعمال الوحده 106 دينار	عدد المصدرين سنة 1997	عدد المصدرين سنة 1998
1	أكثر من 1000	06	05
2	من 100 الى 1000	20	18
3	من 10 الى 100	95	51
4	من 1 الى 10	160	141
5	اقل من 1	85	73
المجموع	-	366	288

المصدر: وثائق مقدمة لدى الشركة الجزائرية لضمان الصادرات CAGEX من تقريرها السنوي لسنة 1998

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان عدد المؤسسات الجزائرية المصدرة قد انخفض بين سنة 1997 و 1998 بنسبة 21%، وسجلت المؤسسات التي تحقق ما بين 10 مليون دينار و 100 مليون دينار اكبر انخفاض قدر بحوالي 47%، ويعود هذا الانخفاض اساسا الى حدة المنافسة التي اصبحت تعرفها مؤسساتنا في الاسواق الخارجية، وكذا قلة الخبرة والتجربة في ميدان التصدير وهذا في غياب اي اثر ايجابي من هيئات الدعم المنشأة منذ سنة 1996 بالنظر الى حداثة عهدها في الميدان، كما يتضح لنا ان هناك عدد

¹ - شتوح نورالدين، القطاعات الرائدة خارج قطاع المحروقات في الجزائر نموذج المدخلات-المخرجات، 2001-2011، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، المجلد 4، العدد 2، ديسمبر 2017، ص 248-249.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

قليل من المؤسسات التي تصدر ويفوق رقم اعمالها أكثر من مليار دينار، ويرجع ذلك اساسا الى قلة عدد المؤسسات خاصة بعد عمليات اعادة الهيكلة، وتبقى هذه المؤسسات بالرغم من ضآلتها هي التي تحقق اهم حصة من الصادرات خارج المحروقات.

وعلى هذا نبين مدى تطور تعداد المؤسسات ص وم المصدرة خلال الفترة ، ، حيث بلغ عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تصدر منتجاتها 302 مؤسسة سنة 2003 وقدرت انذاك مساهمتها في اجمالي الصادرات بحوالي 4% اي حوالي 600 مليون دولار وتوزع هذه النسبة كما يلي:

- 75% منتجات نصف مصنعة، 6.75% منتجات خام، 6.5% منتجات صناعية.
- 5.25% سلع غذائية، 3.5% سلع استهلاكية، 2.75% تجهيزات فلاحية.

وفي أحد تصريحاته لجريدة صوت الاحرار على هامش الصالون الدولي للتصدير في طبعته 42 الذي اقامته الجزائر سنة 2009، اشار السيد يعلاوي ادريس رئيس الجمعية الوطنية للمصدرين الجزائريين ان هناك حوالي 270 مؤسسة تقوم بالتصدير من أصل 800 مؤسسة تم احصاؤها من قبل مركز الاحصاء التابع للجمارك¹.

كما أكد تقرير صادر عن دليل المصدرين الجزائريين لسنة 2007، الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة، ان عدد المؤسسات المصدرة لم تتعدى 416 مؤسسة مصدرة بشكل فعلي يغلب عليها طابع القطاع الخاص، وتمثل في الصناعات الزراعية والغذائية بتعداد 52 و 73 مؤسسة مصدرة على التوالي والصناعات النصف المصنعة الخاصة بمشتقات البترول مثل الكيمياء، الحديد، المعادن، بتعداد 48 و 71 مؤسسة على التوالي، اما القطاعات الاخرى فان تعداد مؤسساتها المصدرة متواضعة².

- كما نشير الى ان عدد المؤسسات المصدرة في الجزائر سنة 2017 يبلغ 727 مؤسسة، في حين عدد المؤسسات المصدرة في فرنسا في 2016 قدر ب: 124100 مؤسسة 95% منها مؤسسات صغيرة ومتوسطة، المانيا 310000 مؤسسة منها 80% مؤسسات ص وم³.

اما فيما يخص مصدري المنتجات خارج المحروقات فان الخمسة الاوائل من أصل 1219 مصدر يحققون لوحدهم أكثر من 72.76% من القيمة الاجمالية للصادرات خارج المحروقات وهذا خلال سنة 2020، حيث يتمثلون اساسا في هؤلاء الذين يعملون في قطاع منتجات البوربا، المذيبات، النشادر، السكريات⁴، وبالتالي نوجز تطور تعداد المؤسسات المصدرة حسب الجدول رقم 62 كما يلي:

¹-ALLIOUCH KERBOUA KAMEL, les contraintes de la promotion des exportations hors hydrocarbures, séminaire nationale sur la promotion des exportations hors hydrocarbures en algerie 11 et 12 mars 2014, p4-5

²-دليل المصدرين الجزائريين 2007، الجاكس.

³-بوقادير ربيعة، مطاي عبد القادر، مرجع سابق، ص282.

⁴-احصاءات التجارة الخارجية للجزائر لسنة 2020، المديرية العامة للجمارك، وزارة المالية، جانفي 2021، ص19-21.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

السنة	التعداد	السنة	التعداد
1997	366	2009	416
1998	288	2015	700
2003	302	2017	727
2007	270	2019	1221

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على البيانات السابقة.

*اهم المؤسسات المصدرة خ م:

تاتي سوناطراك ونفطال على راس قائمة المصدرين خارج المحروقات بنسبة تفوق 30% تليها في ذلك جملة من الشركات مثل ميشلان، سيفتال، سيم، الديوان الوطني للخمور، هنكل، اضافة الى عدد من الشركات في مجال الصناعات الغذائية والعصائر مثل رويبة، جوتوب، وفيقاجو، كما ان شركة تونيك للورق كانت من بين العشر شركات الاولى في مجال التصدير، الا ان وضعها تراجع كثيرا¹.

فوجد مثلا سنة 2012: شركات تقوم بنسبة 83% من هذه الصادرات: سوناطراك 955 مليون دولار بنسبة 42.75% مقابل شركة فارتال 481 مليون دولار أي مايتجاوز 22% من قيمة الصادرات خارج المحروقات تليها المؤسسة الوطنية للحديد والفوسفات somiphost، وشركة سيفتال بصادرات قيمتها 399.21 مليون دولار، أي أكثر من 18.25% من القيمة الاجمالية للصادرات خارج المحروقات، اما المنتجات المصنعة لاتعتبر شيء في الصادرات، ولكن نجد ان الزراعة ومنتجات اخرى، وهذه اهم الصعوبات التي تعاني منها الصادرات الجزائرية خصوصا في منطقة التجارة الحرة العربية².

ان قائمة اسماء الشركات والمؤسسات الوطنية المصدرة خارج قطاع النفط والتي تشكل المشتقات غير النفطية نصف الصادرات، بالاضافة الى ان الصادرات النفطية تشكل 97% من مجموع الصادرات الاجمالية، حيث تشكل وحدها 49.5% من الصادرات غير النفطية، او ما يشكل نسبة 997 مليون دولار حيث تصدر النفط المذيبات والميثانول المشتق من النفط، ثاني اكبر مصدر خارج النفط هي شركة فيرتال للاسمدة، وتصدر 293.7 مليون دولار من الامونيا والاسمدة، وهو مايمثل 14.58% من الصادرات غير النفطية المرتبة الثالثة شركة سورفيرت الجزائر، وهي شركة من القطاع العام، العاملة في نفس القطاع، الاسمدة: المرتبة الرابعة لشركة

¹-مصطفى بن ساحة، مرجع سابق، ص195-196.

* انظر الى:

-نشرة المعلومات الاحصائية للمؤسسات ص وم، وزارة الصناعة وترقية الاستثمار، المديرية العامة، الدراسات الاقتصادية والاحصائية، العدد 22، 2012، ص48.

²-ALLIOUCH KERBOUA KAMEL, les contraintes de la promotion des exportaions hors hydrocarbures, séminaire nationle sur la promotion des exportations hors hydrocarbures en algerie 11 et 12 mars 2014, p4-5

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

سميفور الفوسفات، وكذا هيلوس تصدر 24.9 مليون دولار، وما يقارب 71% من الصادرات الغير النفطية هي منتجات من صناعة الببتروكيمياويات وهو يعزز الاعتماد الجزائر فيما يتعلق بقطاع النفط والغاز.

اضافة لاهم المؤسسات التي تقوم بالتصدير فمثلا سنة 2015 نجد مؤسسة سيفتال ليسعد ربراب المرتبة الاولى في الميدان بقيمة 278.35 مليون دولار قيمتها من السكر والدهون النباتية والزيوت بنسبة 13.82% من اجمالي الصادرات غير النفطية، بالاضافة الى مؤسسة البحر الابيض المتوسط للزجاج المصقول، وشركة الاطارات ميشلان، ثم مجموعة متيجه للصناعة الغذائية سيم ب 9.95 مليون دولار، ثم مؤسسة الحديد والصلب ارسول ميتال التي تصدر الحديد الخام بقيمة 21.7 مليون دولار، ايضا في قطاع المعادن المجمع الجزائري الزينك الذي يصدر مادة الزنك بقيمة 10.68 مليون دولار¹.

والجدير بالاشارة ان عدد المتعاملين في مجال التجارة الخارجية سنة 2015 يقدر ب 43500 متعامل منهم 41800 مستورد، مقابل نحو 1700 مصدر، منهم 380 كشخص مادي، واولى القطاعات هي الصناعة الغذائية بحوالي 50 مصدر².

تعتبر فرنسا اول المستثمرين بالجزائر في مشاريع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وحسب الجاكس لسنة 2008 المنتجات الشبة الصيدلانية تصدر من طرف فرتيال (66 أسهم شركة اسبانية، 34 اسميدال)، وهناك منتجات تصدر من طرف مؤسسات اخرى اجنبية متواجدة بالجزائر كامشلان فرنسا التي تصدر 25 مليون دولار العجلات المطاطية.

- كما نجد في سنة 2018 شركة اريس تدخل مجال التصدير بالمنتجات الكهرومنزلية بقوة بقيمة 2.4 مليون دولار بنسبة 0.1% من حجم الصادرات، وتاتي تونس كزبون اول للشركة بنسبة 95%، ثم البنين بنسبة 3%، السنغال 2%.

ايضا شركة جيكا للاسمنت التي صدرت بقيمة 5.5 مليون دولار بنسبة 0.22%، تعتبر موريطانيا الزبون الاول للشركة بنسبة 60%، السنغال 22%، غانا 18%، والملاحظ كل منتجات هاتين الشركتين تسوق في افريقيا³.

-هيكل المؤسسات الاقتصادية المصدرة: يعتبر مستوى التدويل الاقتصادي في قطاع المؤسسات المنتجة منخفضة جدا، حيث لايتعدى مرحلة التصدير لغياب استراتيجية واضحة من قبل هذه المؤسسات لتحويل نشاطها الانتاجي الى اسواق اجنبية، وبالتالي تكتفي هذه المؤسسات بتدويل النشاط التجاري من خلال عملية التصدير، وفي دراسة اعدتها الشركة الجزائرية للتجارة والصناعة سنة 2019 بلغ عدد المؤسسات الاقتصادية الجزائرية المصدرة 1221 مؤسسة توزع على مختلف ميادين النشاط الاقتصادي كما في الجدول التالي:

¹ تاريخ الاطلاع: 02 جانفي 2017 www.elhayatonline.net-article 14705.html

² حفيظ صوالي، جريدة الخبر الصادرة بتاريخ 30 افريل 2018-

³-FORUM, ALGEX, 2019, TONIC INDUSTRIE, ZLECAF, P 45-44.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

جدول رقم 63: يبين توزيع المؤسسات الاقتصادية المصدرة لسنة 2019:

ميدان النشاط	عدد المؤسسات	اهم السلع المصدرة
منتجات الثروة الحيوانية والمنتجات الزراعية	386	التمور الخضر البطاطا والفواكه الزيتون
منتجات الصناعة الغذائية	176	مشروبات غازية الزيوت النباتية والاجبان والحلويات
منتجات الصيد	43	الاسماك، فواكه البحر
منتجات منجمية	19	الرخام
منتجات طاقوية ومنتجات بيتروكيميائية	14	الغاز الطبيعي وغاز البوتان والاسمدة
منتجات كيميائية صيدلانية	71	زيوت نباتية، زيوت نباتية، عطور ومواد التنظيف
منتجات بلاستيكية مطاطية وزجاجية	87	صحون وملاعق بلاستيكية
منتجات الحديد والصلب	49	منتجات الزنك والنحاس والحديد ومضخات وصمامات
النفائيات المعدنية	28	نفائيات حديدية ونحاسية، الرصاص
تجهيزات وسائل ومنتجات الصناعة الميكانيكية	20	قطع الغيار، المعدات الميكانيكية الفلاحية
تجهيزات ومواد كهربائية والإلكترونية	58	اجهزة التلفاز، الثلاجات، المصابيح الكوابل
مواد البناء والخزف	40	الخزف الصحي، البلاط والجبس
فلين ومواد خشبية	47	الفلين ومشتقاته، تجهيزات ومكاتب
ورق وكرتون	53	نفائيات الورق والكرتون
انتاج وفنون الرسم	4	الكتب
منتجات جلدية	37	احذية وجلود الاغنام والابقار
منتجات النسيج	36	البسة منزلية وقماش واغطية
منتجات الحرف	5	مصنوعات حرفية، حلي وملابس
تجارة متنوعة تصدير واستيراد	48	توزيع منتجات متنوعة
المجموع	1221 مصدر	-

Source : chambre algerienne de commerce et l'industrie 2019, fichier des exportateurs algeriers.

يتضح من خلال الجدول ان المؤسسات الاقتصادية الجزائرية المصدرة تتوزع على مختلف القطاعات الانتاجية، بالاضافة الى ان منتجاتها المعروضة للتصدير متنوعة الى حد بعيد حيث تنشط النسبة الاكبر منها على مستوى قطاعي الفلاحة والصناعات الغذائية، كما فاق عدد المؤسسات المصدرة عتبة 50 مؤسسة في كل من قطاع المنتجات البلاستيكية المطاطية والزجاجية والكيميائية الصيدلانية وقطاع التجهيزات والمواد الكهربائية والإلكترونية، لكن وبالمقابل فان الواقع التجاري يثبت ان نسبة الصادرات خارج

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

الخروقات هي منخفضة جدا، وهذا راجع الى ان اغلب منتجات هذه المؤسسات المدونة النشطة تتسم بانخفاض مستوى الكثافة التكنولوجية مما جعلها منخفضة السعر دوليا ناهيك عن انخفاض حجم انتاجها الموجه للتصدير¹.

المطلب الثاني: تحليل تنافسية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

مع انضمام الجزائر الى الشراكة الاورومتوسطية والمنظمة العالمية للتجارة وفتح الاسواق وبالتالي فتح المجال للمنتجات الجزائرية سيفرض عليها بعض القيود من طرف هاته الدول مثل الرسوم الجمركية والضرائب او رسوم مكافحة الاغراق، او تحديد كمية الصادرات واخضاعها لنظام الحصص او وضع شروط وعراقيل امامها في تلك الدول، وبالتالي لتحقيق التنافسية يجب القيام ب:

- تحديد الصناعات التي يمكن المنافسة فيها عالميا، ولعل البداية الصحيحة هي التركيز على الصناعات التي تملك الجزائر فيها ميزة نسبية، لكن لا بد من تطوير هذه الصناعات عن طريق التوسع الاقصى والراسي لزيادة القيمة المضافة وتحويل تلك الميزة النسبية الى ميزة تنافسية.

- ينبغي على المنشآت الصناعية تحديد ميزات معينة، يمكن ان تنافس بها المنشآت الاجنبية والتركيز على النوعية الجيدة والكفاءة، وهذا مطلبا اساسيا لكل المنشآت التي تبحث عن النجاح في الاسواق والبقاء في الاسواق الاجنبية.²

*جاهزية التصدير لتعزيز تنافسية المشروعات ص وم: يعتبر نظام تقييم جاهزية التصدير من الانظمة الحديثة في العالم والتي تتبع اسلوب التقييم الذاتي لمقدرات المشروع والتعرف على نقاط القوة والضعف في عملية الاستعداد للدخول في عملية التصدير، ويهدف هذا النظام الى مساعدة المشروع لبناء الاسس الصحيحة التي تعي بمتطلبات التصدير والتي تسهم في انجاح جهوده للدخول الى اسواق التصدير.

ولتحقيق التنافسية في الاسواق العالمية او على الاقل في الاسواق المستهدفة هي من العوامل التي تدفع المشروعات لدراسة جاهزيتها للتصدير والتدقيق في اوضاعها ذات التأثير في درجة التنافسية في التصدير، حيث ان العالم قد تغير واصبح هناك مقاييس ومواصفات قياسية وادوات قياس ومعايير عالمية للتصدير.

والجاهزية في التصدير تعني التعامل مع الاسواق الخارجية وتنمية اساليب التعامل مع اسواق التصدير على اختلاف خصائصها وهو معيار النجاح.

كما يعتمد نظام الجاهزية في التصدير على جاهزية السلعة او الخدمة المصدرة نفسها، حيث توجد مقاييس ومعايير خاصة وعمامة يمكن اعتمادها لتقييم جاهزية السلعة او الخدمة المعدة للتصدير.

¹- محمد يعقوبي، تدويل المؤسسات الاقتصادية في الجزائر بين تحديات احتراق الاسواق العالمية ورهانات تنويع الصادرات، مجلة الجزائرية للاقتصاد والتسيير، المجلد رقم 14، العدد 2، 2020، ص692.

²- عبد العزيز عبدوس، تقييم تنافسية الصناعة التحويلية في الجزائر لدراسة مقارنة مع بعض دول المغرب العربي الكبير، مجلة الباحث، العدد 13-2013، جامعة ورقلة، ص90.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

ويجد بعض الكتاب ان هناك أربع اسباب رئيسية لنجاح جاهزية التصدير تتفاوت درجة معاييرها من بلد لآخر تتمثل في الموارد المتاحة والجاهزية لنجاح عملية التصدير وطرق ومنهجية التسويق والتزام الادارة المشرفة على التصدير، والعامل الرابع والمتمثل في متطلبات جودة السلعة.

وبالتالي على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المرتبطة بنشاط التصدير عليها الاسراع بتقييم جاهزيتها نحو التصدير للاسواق العالمية، حيث بعد هذا التقييم بداية الطريق نحو عالم تنتشر فيه التكنولوجيا وتتسابق فيه الدول نحو اىصال منتجاتها الى مختلف دول العالم بالجودة العالية وبالسعر المنافس وبالكمية المطلوبة وبالخدمة التي تصاحب المنتج¹.

بعد تحليل تطور الصادرات غير النفطية من على الاصعدة السابقة صار من الواجب دراسة هذه الصادرات من وجهة نظر بعض المؤشرات لان تحليل دراسة الصادرات يتطلب استعمال بعض المؤشرات التي تقدم لنا تفسير حول قيمتها واهميتها في الاقتصاد بصفة عامة، وكما نعلم فان هناك العديد من المؤشرات التي يعتمد عليها في القياس، الا اننا سنركز على اهم المؤشرات التي تعطي لنا تفسيرات واقعية نبي عليها وضعية القطاع مستقبلا وهي (مؤشر القدرة على التصدير خارج النفط، معدل التغطية خارج النفط، الانفتاح التجاري خارج النفط) واخرى وتحسب كما يلي:

1- مؤشر الميزة النسبية الظاهرة:

يعتبر هذا المؤشر أكثر المؤشرات استعمالا لقياس القدرة التنافسية للصادرات وبحسب هذا المؤشر بقسمة حاصل طرح قيمة الصادرات لسلعة معينة او مجموعة متجانسة من السلع من قيمة الواردات لنفس السلعة او مجموعة متجانسة من السلع على حاصل جمع قيمة الصادرات لسلعة معينة من السلع من قيمة الواردات لنفس السلعة ونكتب الصيغة لهذا المؤشر.

$$RCA=X-M/X+M$$

XI: قيمة الصادرات لسلعة معينة او مجموعة متجانسة من السلع.

MI: قيمة الواردات لنفس السلعة او مجموعة من السلع.

وكلما كان المؤشر أكبر او يساوي الواحد الصحيح، كلما كانت هناك ميزة نسبية ظاهرة وياخذ المؤشر القيمة (1+) حينما تكون قيمة الواردات صفرا وبالعكس ياخذ القيمة (1-) في حالة عدم وجود الصادرات² والجدول رقم 64 يوضح هذا المؤشر.

¹ محمد بن دليم القحطاني، مدى مساهمة نظام تقييم جاهزية التصدير للدخول الى الاسواق العالمية، الملتقى العربي الثاني حول التسويق في الوطن العربي، الفرص والتحديات، المنظمة العربية للتنمية الادارية، جامعة الدول العربية، عام 2003، ص71-77.

² زين العابدين بن عبد الله بري، التنوع المحقق في الاقتصاد السعودي، دورية الادارة العامة، الرياض، المجلد الثاني، العدد الثاني، فيفري 2002، ص361.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

السنوات	1995	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015
الصادرات خ م للمؤسسات صوم	509	612	1012	967	1227	1152	1050	1634	2062
الواردات خ م	1039	9350	19860	37732	44059	47058	51298	55362	50838
المؤشر	-	-	-0.90	-0.95	-0.94	-0.95	-0.96	-0.94	-0.92
	0.34	0.87							

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على التقارير السنوية السابقة.

السنوات	2017	2018	2019
الصادرات خ م	1899	2920	2580
الواردات خ م	46120	46330	41930
المؤشر	-0.92	-0.88	-0.88

من خلال الجدول يلاحظ ان قيمة مؤشر المزايا النسبية الظاهرة يشير على مدى سنوات الدراسة الى قيم سلبية قريبة من (-1) مما يعني ان صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لاتتمتع بادنى ميزة مقارنة بالواردات من نفس المنتجات بل تكاد تكون منعدمة، مما يعني ان طلب المنتجات الاجنبية على المستوى المحلي غلب على طلب المنتجات الوطنية، وهذا راجع الى ضعف القاعدة الصناعية وتنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بسبب اعتماد نقص جودة المنتجات وعدم استعمال التكنولوجيات المتطورة، كما ان الخصوصية واعادة الهيكلة خلال فترة التسعينات اثرت على اداء هذه المؤسسات، وبالتالي نلاحظ من خلال المؤشر عن وضع غير متكافئ بشدة بين الصادرات والواردات، أي هذا المؤشر عرف تدهورا لسبب ضئالة الصادرات غير النفطية من جهة وارتفاع الواردات من جهة ثانية، كنتيجة لتحسن المداخيل واستجابة لمتطلبات البرامج التنموية الضخمة التي شرع فيها في العشرية الاولى من الالفية الثالثة، وعليه يلزم على الدولة العمل على الزيادة والتسهيل المستمر لانشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خارج مجال النفط وخاصة في القطاعات الحيوية داخل الدولة في مجال الغذاء والادوية والمنتجات الفلاحية وغيرها وذلك للمساعدة على خفض من فاتورة الواردات الجزائرية.

2-مؤشر القدرة على التصدير خارج النفط: كما هو معلوم انه كلما خصصت الدولة جزءا كبيرا من انتاجها للتصدير كان ذلك دليلا على الاعتماد الكبير على الخارج، غير انه يجب الاحتياط ضد التفسيرات الميكانيكية لارتفاع نسبة الصادرات الى الناتج المحلي الاجمالي، فقد ترتفع هذه النسبة ايضا في تلك الظروف التي تريد فيها الدولة الحصول على النقد الاجنبي الضروري لاستيراد السلع الاستثمارية والتقنية اللازمة لاقامة قاعدة انتاجية لاستغلالها الاقتصادي على المدى البعيد، فالعبرة هنا هي بنمط استخدام حصيلة الصادرات، وثمة احتياط اخر يتعلق بنوعية الصادرات وخاصة ما اذا كانت هذه الصادرات مواد اولية او منتجات صناعية ويمثل هذا المؤشر نصيب الصادرات خارج النفط من الناتج المحلي الاجمالي، وبحسب بقسمة قيمة الصادرات على الناتج المحلي الاجمالي ويعبر عن مدى قدرة الدولة على التصدير خارج النفط.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

على العموم بالاسقاط على حالة الجزائر يمكن الاعتماد على بيانات الجدول التالي رقم 65 الذي يبين مساهمة صادرات خ

م للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الناتج الداخلي الخام للجزائر خلال الفترة من 1990-2019.

السنوات	1992	1995	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015
اجمالي الناتج الداخلي (مليار دج)	2880.1	2552	3404.8	11991.	14526.	16115.	16569.	17205.	16591.
ص خ م للمؤسسات صوم	439	509	612	967	1227	1152	1050	1634	2062
ص خ م على اجمالي الناتج	0.91	1.19	1.25	0.80	0.84	0.71	0.63	0.94	1.2
السنوات	2017		2018		2019				
اجمالي الناتج الداخلي (مليار دج)	18575.8		20259		20488.3				
ص خ م	1899		2920		2580				
ص خ م على اجمالي الناتج	1.03		1.02		1.49				

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على احصائيات وتقارير سابقة.

ومن خلال الجدول نلاحظ ضعف قدرة الجزائر على التصدير الصناعي خارج المحروقات والفلاحي، حيث لم تتجاوز نسبة مساهمة الصادرات خارج المحروقات في الناتج الداخلي الخام سقف 1% من الناتج المحلي الداخلي الخام طوال الفترة المدروسة، الا انه بعد سنة 2015 الى سنة 2019 تجاوز سقف 1% ووصل الى 1.49%، وهذا مايتجلى في تدني نسبة الصادرات خ م الى اجمالي الصادرات.

وقد عرفت الفترة تحسنا على صعيد هذا المؤشر اذ وصل الى 2.62% سنة 1996 ثم ينخفض ليستقر عند حوالي 1.82% سنة 2008 و 0.75% سنة 2009، ومع ذلك يبقى هذا المؤشر متدنيا للغاية بسبب ضئالة نسبة الصادرات غير النفطية الى اجمالي الصادرات وايضا لتاثر المؤشر بالارتفاع الكبير في الناتج الداخلي الخام المتاثر بالطفرة النفطية التي تعرفها البلاد، وعليه يلزم على الدولة الجزائرية زيادة تفعيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خارج مجال النفط، وذلك بزيادة الرفع من كفاءتها الانتاجية والعملية، ويعود الى الارتفاع الكبير في الناتج المحلي نتيجة ارتفاع اسعار البترول، وبالتالي يوضح ان صادرات الصغيرة والمتوسطة لم ترقى الى المستوى المطلوب، وبالتالي على الدولة زيادة تفعيل دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال الرفع من فعاليتها وكفاءتها.

3- مؤشر الانفتاح التجاري خارج النفط: يبرز اهمية هذا المؤشر في ابراز مدى مساهمة التجارة الخارجية في تكوين الناتج المحلي الاجمالي، اي مدى اعتماد النشاط الاقتصادي لاي دولة على الظروف السائدة في اسواق التصدير والاستيراد لهذه الدولة، وهذا مايشير الى ارتفاع المؤشر الى عمق اعتماد اقتصاد الدولة على الاسواق الخارجية لتصريف منتجاته والحصول على احتياجاته من سلع وخدمات، ومن ثم الى مدى حساسية الاقتصاد المحلي للمتغيرات الخارجية كالاسعار العالمية والسياسات المالية، الاقتصادية والتجارية

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

للشركاء التجاريين والاتفاقيات والتكتلات الاقتصادية والاحداث والازمات العالمية، ويمكن قياس هذا المؤشر بقسمة الصادرات غير النفطية مضافا اليها الواردات غير النفطية على الناتج المحلي الاجمالي، اي بالعلاقة:

$$T = x + m/y * 100$$

X: الصادرات M: الواردات Y: الناتج المحلي الاجمالي

ويقيس هذا المؤشر مدى انفتاح الدولة على العالم الخارجي في المجال غير النفطي¹، وفيما يلي جدول رقم 66 يدرج هذه المؤشر في الصادرات خارج المحروقات خلال الفترة من 1990-2019:

السنوات	1992	1995	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ص خ م للمؤسسات صوم	439	509	612	967	1227	1152	1050	1634	2062
واردات خ م	9650	10390	9350	37732	44059	47058	51298	55362	50838
اجمالي الناتج الداخلي (مليار دج)	2880.18	2552.4	3404.8	11991.6	14526.6	16115.4	16569.3	17205.1	16591.9
درجة الانكشاف الاقتصادي	21.01	25.61	20.48	32.27	31.17	29.91	31.59	33.12	31.88
السنوات	2017	2018	2019						
ص خ م	1899	2920	2580						
واردات خ م	46120	46330	41930						
اجمالي الناتج الداخلي (مليار دج)	18575.8	20259	20488.3						
درجة الانكشاف الاقتصادي	28.58	26.74	23.89						

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على المصادر التالية:

1992-2006: مصطفى بن ساحة: مذكرة ماجستير، مرجع سابق، ص 135

2019-2007 معطيات مقدمة من طرف وزارة التجارة والجمارك بالنسبة للصادرات والواردات الغير النفطية، والناتج المحلي الاجمالي، تقرير بنك الجزائر، اعداد مختلفة.

ومن خلال تتبع مسار المؤشر يلاحظ انه تزايد بشكل تدريجي في سنة 1990 حتى 2009 وهذا بسبب تزايد الواردات الجزائرية، وانحيار المؤشر سنتي 2014 حتى 2019 نتيجة انخفاض الكبير في الواردات، وعلى العموم يشير المؤشر ضعف نسبي لدرجة انفتاح الجزائر (المتمثلة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة) على العالم الخارجي في مجال التجارة الخارجية خارج المحروقات، وذلك راجع بالاساس الى ان الناتج المحلي مكون بصفة كبيرة من الصادرات النفطية، مما يعني انه في حالة حدوث اي خلل في اسعار

¹ - حمزة العوادي، سياسة تنمية الصادرات الصناعية الجزائرية خ م ومتطلبات نجاحها، دراسة تحليلية 2009-2013، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، جامعة غرداية، المجلد 9، العدد 1، جوان 2016، ص 117-118.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

المخروقات في الاقتصاد الجزائري يكون في حالة تاثر كبير جدا خاصة انه لا توجد بدائل يمكن الاعتماد عليها في الوقت الراهن لتغطية حاجيات الجزائر على المدى المتوسط خصوصا وان الكثير من الدول بدأت تاخذ احتياطاتها في مجال الطاقة الاحفورية، وبدأت فعليا في الاعتماد على طاقات بديلة، وهو ما يدعوا الجزائر الى التفكير بشكل جدي في رفع درجة الانفتاح الاقتصادي فيما يتعلق بالصادرات خارج المخروقات والاعتماد التدريجي على الطاقات المتجددة والقطاعات البديلة.

4- مؤشر التركيز الجغرافي لصادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلال الفترة 1990-2019:

ان الغرض من تحليل التركز الجغرافي لابرز مدى اعتماد الجزائر على دولة واحدة في الصادرات وبالتالي تبعيتها لتلك الدولة وتعرضها للضغوطات السياسية في بعض الاحيان بعدم الشراء او لغرض التأثير على الاسعار او لاغراض سياسية اخرى، وعليه هذا المؤشر يسمح بمعرفة مدى تنوع سلة العملات الاجنبية المحصلة من جراء الصادرات مما يتيح للدولة هامشا للمناورة في اختيار مورديها والاستفادة ايضا من تغيرات العملات او تجنب الخسائر التي قد تنجر عنها، ويمكن القاء نظرة على تركيز الصادرات خارج المخروقات حسب المناطق الجغرافيا خلال الفترة 1990-2019 من خلال الجدول السابق.

حيث نلاحظ ان الصادرات خارج المخروقات للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية تتجه بصفة رئيسية الى دول الاتحاد الاوربي كفرنسا، اسبانيا، ايطاليا بنسبة 60%، وبالمقابل نجد نسبة متواضعة في درجة التوجه نحو الاسواق العربية خاصة دول الجوار، رغم التشابه الكبير في العادات الاستهلاكية والثقافية وكذا تزايد فرص تفعيل السوق العربية المشتركة، وفي الجهة المقابلة يلاحظ ان الدول الافريقية تأتي في ذيل الدول المستقطبة للصادرات الجزائرية شأنها شان الدول الاوربية التي لا تنتمي الى الاتحاد، اذ لا تتعدى نسبة واردات افريقيا من الجزائر نصف نقطة مئوية من اجمالي الصادرات الجزائرية خارج المخروقات بالرغم من تقارب الجغرافي بينها وبين الجزائر من جهة وتدني مستوى الجودة المطلوبة بالنسبة للمنتجات في تلك الدول¹.

5- مؤشر التنوع: هو مؤشر يدرس انحراف حصة صادرات السلع الرئيسية لدولة معينة في إجمالي صادراتها عن حصة الصادرات الوطنية لتلك السلع الرئيسية في الصادرات العالمية، ويتراوح هذا المؤشر بين 0 و 1، بحيث كلما اقترب المؤشر من صفر كلما كانت درجة الصادرات اعلى وعندما يصل المؤشر الى صفر يتطابق هيكل الصادرات الوطنية مع هيكل الصادرات العالمية، وبحسب ب:

$$I_i = \frac{\sum_{j=1} |S_{ij}^1 - S_{ij}^0|}{2}$$

حيث ان:

I: قيمة مؤشر التنوع السلعي للمنتج i

S_{ij}: حصة المنتج i للبلد j بالنسبة لاجمالي التجارة من المنتج i للسنة الاولى

¹ حمزة العوادي وجمال خنشور، اشكالية ترقية الصادرات الصناعية الجزائرية خارج المخروقات خلال الفترة 2010-2015، مجلة البحوث الاقتصادية وادارية، جامعة بسكرة، العدد 19، جوان 2016، ص 160-161.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

S_{ij} : حصة المنتج i للبلد j بالنسبة لاجمالي التجارة من المنتج i للسنة الاخيرة

6- مؤشر التركيز: هو مؤشر يقيس درجة تركيز صادرات السلع الرئيسية في إجمالي الصادرات، وتتراوح قيمة مؤشر التركيز بين 0 و 1 وترمز 1 الى تركيز تام للصادرات الوطنية وبحسب:

$$H_i = \frac{\sqrt{\sum_{j=1}^n \left(\frac{x_{ij}}{x_i}\right)^2} - \sqrt{\frac{1}{n}}}{1 - \sqrt{\frac{1}{n}}}$$

حيث ان:

h_i : قيمة مؤشر التركيز السلبي للمنتج i

X_i : قيمة الصادرات او الواردات للبلد i للمنتج i

n : العدد الاقصى للاقتصاديات الفردية في الفترة ما.

جدول رقم 67: يبين تطور مؤشر التركيز والتنوع السلبي في الجزائر خلال 1990-2019:

السنوات	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
مؤشر التنوع	0.463	0.835	0.821	0.836	0.818	0.827	0.812	0.801	0.803	0.762
مؤشر التركيز	0.828	0.515	0.502	0.520	0.541	0.586	0.588	0.602	0.598	0.580
السنوات	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2019
مؤشر التنوع	0.792	0.783	0.720	0.726	0.733	0.745	0.781	0.814	0.789	0.753
مؤشر التركيز	0.554	0.523	0.583	0.540	0.541	0.485	0.485	0.489	0.480	0.474

Source: UNCTAD.handbook of statistics, 2006, 2008, 2009

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على بيانات مؤتمر الامم المتحدة للتنمية والتجارة، بنك الجزائر، الديوان الوطني للاحصائيات.

من خلال الجدول مؤشر التركيز يقع بين قيمتي (0.5-0.6)، ومؤشر التنوع بين قيمتي (0.7-0.8) وهذا يعني ان تنوع الصادرات خ م للمؤسسات ص وم الجزائرية عامة يعاني من الاختناقات الهيكلية الناجمة عن مجموعة متنوعة من العوامل الداخلية والخارجية، بما في ذلك قاعدة صناعية قديمة ونادرة السلع الراسمالية، وكذا ان الصادرات الجزائرية تتسم بمحدودية اسواقها وتوجهها الجغرافي، كما ان نموها لا يتماشى مع نمو التجارة الخارجية وتصدر الى الدول الصناعية أكثر مما تصدره الى الدول النامية، وبالتالي

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

لا بد من تنوع الصادرات وعدم الاعتماد على سلعة واحدة.¹، ولا ريب ان ظاهرة التركيز على تصدير سلعة واحدة او عدد ضئيل من السلع الاولية في الصادرات الجزائرية يعكس تخلف الهياكل الانتاجية ومحدودية قدرة البلد عن استغلال مواردها وثرواتها المتاحة، في الوقت الذي تشير فيه تلك الظاهرة الى تفاقم تلك التبعية في الاقتصاد الجزائري واستمرارها لصالح الاقتصاديات المتقدمة، ويجعلها تنطوي على مخاطر اشد وطأة مما لو كانت الصادرات الجزائرية أكثر تنوعا الوضع الذي يحتم على البلاد ضرورة تنوع صادراتها وعدم الاعتماد على سلعة اولية واحدة،² والجدول رقم 68 التالي يدعم ذلك:

السنوات	1995	1997	2000	2005	2007	2010	2014	2016	2018
عدد المنتجات المصدرة	99	81	101	108	127	108	99	93	113

المصدر: من اعداد الباحث اعتمادا على قاعدة بيانات مؤتمر الامم المتحدة للتجارة والتنمية.

- بن موسى بشير، نصير احمد، قرين يونس، الصناعة التحويلية كخيار استراتيجي للتنوع الاقتصادي في الدول العربية مع الاشارة الى حالة الجزائر، المغرب وتونس، الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، المجلد 12، العدد 02، 2020، ص39.

من خلال الجدول نلاحظ ان عدد المنتجات المصدرة من طرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بلغ ذروته سنة 2007 ب 127 منتج وادنى تنوع سنة 1997 ب 81 منتج، ونفس العدد سنتي 1995 و 2014 ب 99 منتج، سنة 2018 ب 113 منتج، وبالتالي نلاحظ عدم استقرار في عدد المنتجات المصدرة التي تعرف انخفاض في السنوات الاربع الاخيرة منذ سنة 2010، اما بالنسبة للمنتجات المستوردة بلغت سنة 2014: 238 منتج و 2007: 235 منتج بصفة عامة عدد المنتجات المستوردة هو أكبر من عدد السلع المصدرة فهذا يدل على ان التجارة الخارجية الجزائرية تركز على اعداد معينة من المنتجات المصدرة واستيراد متنوع للمنتجات³، مما يؤكد على ان عدد المنتجات المصدرة متواضعة مما يؤكد فرضية تركيز الصادرات الجزائرية خارج المحروقات.⁴

¹ - عبد النعيم دفور، الياس شاهد، الاقتصاد الجزائري وضرورة التنوع الاقتصادي في ظل تقلبات اسعار النفط، مجلة اداء المؤسسات الجزائرية، العدد 12_2017، ص361-362.

² - بنازة هناع، تنوع اقتصاد الجزائر خارج قطاع المحروقات كطريق التنمية المستدامة، المجلة الدولية للدراسات الاقتصادية، المركز العربي الديمقراطي، المجلد 2، العدد 7، 2019، ص138-139.

³ - احصائيات التجارة الدولية 1995-2014، الاونكتاد، ص13-14.

⁴ - اولاد زاوي عبد الرحمان، حريوش ناجي، سياسات تحرير التجارة الخارجية كمدخل لتنوع صادرات الدول المغاربية، دراسة مقارنة بين الجزائر وتونس، مجلة الباحث الاقتصادي، جامعة سكيكدة، العدد 7، جوان 2017، ص101.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

وكذا من خلال الدراسات الاحصائية وجدنا ان الجزائر تمتلك عدد قليل من المنتجات التي تتميز فيها بميزة تنافسية خلال الفترة 2005-2019: والجدول رقم 69 يبين ذلك:

السنوات	2005	2008	2010	2013	2015	2017	2018	2019
عدد المنتجات	2	1	3	2	6	5	6	9

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على نشرية احصائية تنافسية التجارة العربية، صندوق النقد العربي 2013-2020، ص 83-84.

ان الجزائر لا تمتلك منتجات ذات ميزة تنافسية فهي تقتصر كما في السنوات السابقة على المحروقات وهذا ما يؤكد تبعية للمحروقات والتي تتأثر بشكل كبير بتقلبات الاسعار، حيث انه اصبحت سنة 2019 تملك 9 منتجات تنافسية وهي البترول والمنتجات البترولية، الاسمدة، الجلود الخام، الملح والكبريت والاتربة والاحجار وحصى الكلس والاسمنت¹، وهذا ما يؤكد على ان مؤشر الميزة التنافسية في المنتجات الجزائرية في تحسن.

ان بناء استراتيجية ترقية صادرات الصغيرة والمتوسطة تتطلب الاعتماد على القطاعات الرائدة والمنتجات التنافسية، كما انه لا بد من اختيار وتحديد الاسواق الواعدة الخارجية، فكلما تطرقنا لذلك في السابق فان تركيز الجزائر على السوق الاوربية لم يعد يجدي خاصة مع بروز اسواق جديدة واعدة في الدول العربية والافريقية.

المطلب الثالث: فرص الاسواق الجديدة وافاق ترقية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

1-سمات الاسواق الدولية: تتميز الاسواق الدولية بمنافسة حادة ادت الى تكوين محيط ومناخ تجاري مبني على قواعد تجارية عالمية جديدة لتحل الكثير من المشاكل المتعلقة بتسيير حركية المنتجات والخدمات، ان المحيط الاقتصادي العالمي بات يبحث عن هدف استراتيجي موحد وهو تطوير التبادل الخارجي والذي يبدأ من البحث عن المعلومات في الحصول على دراسة دقيقة للاسواق الخارجية بتكوين شبكة اعمال وشراكة.

فالاستثمار الخارجي يضمن ويدعم تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في السوق العالمية، كما انه ضامن لرؤوس اموال وتكنولوجية وموارد بشرية، اضافة الى التطلع للاسواق الخارجية، فالعمل الجديد يتطلب جلب رؤوس الاموال الخارجية ومساعدة المؤسسات على المنافسة ووضع الهياكل والنظم والقواعد الادارية بمكانها مسايرة النظام الاقتصادي القائم على المنافسة والاندماج في الاسواق الاقليمية والعالمية²، واهم هذه الميزات المتعلقة بالاسواق الدولية بالنسبة للجزائر هي:

-القرب من الاسواق العربية والافريقية: حيث نعتقد ان الاسواق العربية والافريقية تشكل فرصة هامة لتدويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث تعتبر دول المغرب العربي من الدول المفتوحة على العالم الخارجي خاصة مع موقعها الجغرافي المناسب للنفوذ

¹ -صالحى سلمى، واقع الصادرات خ م والمؤسسات الداعمة لها في الجزائر خلال الفترة 2010-2020، المجلة الدولية للاداء الاقتصادي، المجلد 4، العدد 1، 2021، ص 6-7.

² -جمعي عماري، مرجع سابق، ص 163-164.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

الى السوق الاوروبية الواسعة والمفتوحة هذا من جهة ناهيك عن تقاربها الجغرافي والذي يمكن من تحقيق وفورات في تكاليف عملية التصدير مما يزيد من تنافسية السلع المصدرة، كما ان السوق الافريقية تعد سوقا واعدة لصادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية ويمكن دخولها بشكل ايسر من اية سوق اخرى اذ ان هذه الاسواق تتميز بالحجم الكبير من الزبائن المرتقبين، كما ان توجيه الصادرات نحو ملامته الاسواق تتيح لنا:

- فتح اسواق جديدة.
- تعويض سوق الاتحاد الاوربي.
- انشاء الفرص المواتية لقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لدخول الاسواق الخارجية وخاصة المنتجات الزراعية والصناعات الغذائية والجلدية.
- التوجه نحو الاسواق الواعدة: فكما هو معروف فان المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية اسواقا محدودة ولم تعرف اي نوع ملموس، لذ فان بناء الاستراتيجية يجب ان يحدد الاسواق التي يمكن لهذه المؤسسات النفاذ اليها، وفي ظل تغير موازين القوى في الاسواق الدولية لصالح اسواق الاقتصاديات الناشئة على حساب الشركات متعدد الجنسيات، اذ ان هذا الوضع يفتح افقا واعدة امام تنمية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية عن طريق جعل السوق الافريقي الهدف الاسمى بدراسة اسواقها والتواجد المستمر مع المشاركة في المعارض وتفعيل مشاركة الديبلوماسية ومكاتب التمثيل التجاري، وكذا انشاء بنوك وشركات تسويق في افريقيا لمساعدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على التصدير ونجاحها.
- استغلال المزايا النسبية للمنتجات: هذا من خلال استغلال المزايا النسبية التي تتمتع بها منتجات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية والتي قد تتحول الى مزايا تنافسية والمتمثلة في وجود وفرة في الموارد والمواد الاولية، حيث يمكن تصنيع وانتاج بعض المواد التي تملك ميزة دولية كالتمر، الفوسفات، المطاط، الاسمنت الابيض، الامونياك على سبيل المثال التي لم ترقى بعد الى المستوى المطلوب في التصدير، اضافة الى بعض المنتجات التي لازالت حبيسة السوق المحلي رغم امتلاكها حل مقومات النجاح في احتلال مكانة بالاسواق الدولية ومثال ذلك الفلين، الجلود المعالجة، الزيتون، العجائن، المنتجات البحرية والمنتجات الحرفية التقليدية.¹

من اجل انتاج وتصدير مجموعة أكبر من السلع والخدمات وسيكون من المفيد لمعظم البلدان ان تعزز قدرتها على النفاذ الى اسواق الصادرات من خلال المشاركة في اتفاقيات التجارة والاستفادة من فرص الاندماج الجديدة مثل مبادرة الحزام والطريق الصينية ومبادرة الميثاق مع افريقيا.

تتصدر بلدان منطقة القوقاز واسيا الوسطى وافريقيا ب 50% من الاسواق المحتملة مما يشير الى وجود امكانية لزيادة عدد اسواق التصدير، وتشير النتائج الى وجود مجال لزيادة مكون القيمة المضافة محليا في الصادرات وتحسين جودتها وهو ما يتوقع ان يؤدي

¹ -برجي شهرزاد، محفزات تدويل المؤسسات صوم دراسة حالة 30 مؤسسة لولاية مستغانم، اطروحة دكتوراه تخصص مالية دولية، جامعة تلمسان، 2015-2016، ص170، 177-180.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

الى ارتفاع قيمة الصادرات وزيادة فرص التجارة والمشاركة في سلاسل القيمة العالمية، كما ان المشاركة في اتفاقيات التجارة متعددة الاطراف (اقليمية، ثنائية) قد يكون لها دور مهم في دعم زيادة الانفتاح التجاري في منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقيا.¹

2- واقع التبادل التجاري للجزائر في منطقة التجارة الحرة (العربية والافريقية) واهم فرص التصدير فيها:

ان ترقية وزيادة معدلات الصادرات الجزائرية الغير النفطية لامحالة عبر البحث عن تواجد ونفاذ المنتج الوطني الى اسواق جديدة ومنها السوق المغربي والعربي والافريقي وهي تتمثل في²:

– **سوق المغرب العربي:** تشير بعض الدراسات ان حجم المبادلات نشطة للغاية بطرق غير رسمية خصوصا بين الجزائر، تونس، المغرب، لذا يجب البحث عن طرق لادماجها في إطار قنوات رسمية مما يؤدي الى تطور عملية التكامل، واقامة صناعات ذات قاعدة انتاجية متنوعة ومتكاملة بين دول المغرب العربي تستدعي تغييرات جوهرية في نمط التخصيص وتقسيم العمل من اجل انتاج منتجات عالية الجودة تمكنها من النفاذ الى الاسواق العالمية.

– **السوق العربية:** تسعى الجزائر الى تنمية صادراتها البينية في المنطقة العربية وتوسعها الى دول المشرق والخليج العربي، كذلك لا بد من تفعيل منطقة التجارة العربية المشتركة للاستفادة من اتساع السوق العربية في تحقيق الكفاءة الاقتصادية من خلال العمل على زيادة الانتاج وتحسين نوعيته ودعم هياكل البنية الاساسية وتنميتها، بالاضافة الى ازالة العقبات امام التجارة الخارجية وتنسيق السياسات التصدير والاستيراد وضمان حرية انتقال الايدي العاملة العربية وتوفير فرص استخدامها.³

بالاضافة الى خصخصة بعض المشاريع الانتاجية والخدمية واتباع سياسات سعرية لها أثرها المنظم لعملية التجارة الخارجية مع حماية المنتج المحلي والتركيز على الصناعات التصديرية والترحيب بالمستثمرين وفقا لما يضمن مصالح الدولة السيادية والاقتصادية ستؤدي الى توازن واستمرار في عملية النمو الاقتصادي.⁴

– **السوق الافريقية:** تعتبر من الاسواق الواعدة في العالم التي يمكن دخولها بشكل ايسر من اية اسواق اخرى، فهي تتميز بالمساحة الواسعة وبالحجم الضخم من العملاء المرتقبين ما لا يقل عن 800 مليون مستهلك متوقع، كما يوجد بها ميزة التخفيضات الجمركية الذي تبنته الكثير من التكتلات بين الدول الافريقية وهنا تملك الجزائر فرصا كبيرة بامكانها تجسيد تحالفات متعددة مع الكثير منها لتقوية علاقاتها في القارة الافريقية، من خلال تحركاتها الديبلوماسية والاقتصادية وذلك بالتركيز على ترتيب زيارات وبعثات تجارية وعقد اتفاقيات تجارية، تاجير مخازن هناك، وتطوير الشحن والنقل (اللوجستيك)

¹- ادارة الشرق الاوسط واسيا الوسطى، الاستفادة من التجارة في تعزيز النمو في منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقيا، افغانستان وباكستان ومنطقة القوقاز واسيا الوسطى، تقرير افاق الاقتصاد الاقليمي، اكتوبر 2017، ص2-5.

²- عماري جمعي، اطروحة الدكتوراه، مرجع سابق، ص212-214.

³- حسين عبد المطلب الاسرح، تفعيل دور المشروعات الاقتصادية المشتركة في تحقيق الامن الغذائي العربي، مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، مكتبة طريق العلم، الامارات، ط1، 2013، ص62-63.

⁴- محمود علي الشراوي، النمو الاقتصادي وتحديات الواقع، مكتبة طريق العلم، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2016، ص67-68.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

تفعيل دور البنوك واكتشاف الفرص التصديرية الموجودة بها، واعداد دراسات السوق عن حجم الطلب وخصائص المنتجات المطلوبة فيها¹.

ونظرا لاهمية الاسواق الافريقية للدول العربية يحرص مجلس الوحدة الاقتصادية في جامعة الدول العربية على بذل الجهود من اجل توطيد العلاقات التجارية بين العرب والافارقة، اي السوق الافريقية تعتبر من اهم الاسواق المستهدفة امام الصادرات العربية وخصوصا مصر والجزائر مستقبلا.

*اما فيما يخص حجم التجارة بين الدول العربية بعضها مع البعض (التجارة البينية) تشكل نسبة مئوية ضئيلة من حجم تجارة الدول العربية عالميا، ويمكن القول بان مجالات التبادل التجاري بين الدول العربية بعضها مع البعض بقيت محدودة رغم المحاولات العديدة في سبيل زيادة حجم التجارة العربية.

ويمثل احياء السوق العربية المشتركة مرحلة اخيرة لتحقيق التكامل الاقتصادي العربي في غمار التسابق بين الدول المتقدمة على الدخول في تكتلات اقتصادية اقليمية، ومن المأمول ان يتبلور التكتل العربي المنشود في سوق يشمل السلع والخدمات والعمالة بدون حواجز جمركية او غير جمركية وبدون تعقيدات ادارية او بيروقراطية وتدفع رؤوس الاموال والاستثمارات من اجل المشروعات الانمائية المشتركة².

03-فرص سوق جنوب الصحراء الكبرى والساحل الافريقي في التجارة مع الجزائر:

يكتسي السوق الافريقي اهمية كبرى في مجال الرفع من نسبة التبادل التجاري والتجارة البينية بين الجزائر والدول الافريقية في المستقبل، ومن اهم هذه المزايا هي:

- عرض المنتجات الحيوانية (الماشية، اللحوم، الجلود، والمنتجات الزراعية) (القطن، الفول السوداني، البصل، الصمغ، الاسماك)
- الطلب على المدخلات الزراعية (الاسمدة، المبيدات، معدات الري، المنتجات الغذائية، الادوية، مواد البناء والمعدات).
- تطور التعدين (النفط، الذهب واليورانيوم) والاثار الناجمة عن طلب المعدات والسلع الاستهلاكية.
- استغلال الدول غير الساحلية الثلاث لعدة ممرات عبر موانئ خليج غينيا، غرب افريقيا، بنما، لومي، لاغوس، ابيدجان، دوالا، وداكار.

¹-Export as a new Algerian strategy to move to words African markets in orden to get out of the wrrrent economic crisis.

²-محمد مدحت غرمي، الواردات والصادرات والتعريف الجمركية مع دراسة للسوق العربية المشتركة، ط1، 2012، الاشعاع الفنية، مصر، ص282-299.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

- إعادة العلاقات التجارية بين ليبيا وموريطانيا من خلال المنتدى الاقتصادي الذي عقد في الجزائر حضره أكثر من 310 من رجال الاعمال الليبيين، ثم الاتفاق فيه على إعادة فتح المعبر الحدودي الدبداب، غدامس المغلق سنة 2014 من خلال المباشرة بوضع الترتيبات اللوجستية والفنية.
- ما اتفق الجانبين لاعادة الخط البحري الرابط بين طرابلس والجزائر لاستغلاله في نقل السلع والبضائع وتوج المنتدى الاقتصادي بابرام اتفاقية تاسيس مجلس اعمال بين البلدين بهدف تعزيز التبادل التجاري بين البلدين تتمثل المواد المصدرة الى ليبيا في مواد البناء مثل الحديد والاسمنت، السكر، الطماطم.
- الاعتماد على نظام المقايضة بين الجزائر ودولتي مالي والنيجر، حيث سمحت الحكومة الجزائرية بتوسيع قائمة المواد والسلع التي يمكن تبادلها بموجب المقايضة كطابع استثنائي بين 4 ولايات حصرا وهي: ادرار، مالي، تلمسان، وتندوف، قائمة البضائع المسموح بها في تجارة المقايضة بين الحدود هي¹:

*الجزائرية:

- التمور الجافة وانواعها.
- الاشياء المنزلية المصنوعة من البلاستيك والالمنيوم
- البطانيات، المنتوجات الحرفية، مواد التجميل
- الصابون، زيت الزيتون، العسل

*المنتوجات القادمة من مالي والنيجر:

- الماشية الحية.
- الحناء والشاي.
- التوابل، الذرة البيضاء.
- المانجو، الخشب الاحمر.
- العسل، اغذية الانعام.
- كما تم تنظيم قوافل ينظمها المجمع العمومي للنقل البري واللوجستيك بالتعاون مع قصد تصدير مختلف المنتجات الجزائرية نحو موريطانيا، وجاء ذلك نتيجة ثمار الطبعة العاشرة لمعرض الجزائر الدولي لسنة 2021 والتي من خلاله تم ابرام عدة اتفاقيات تجارية وذلك تحت شعار الجزائر بوابة افريقيا².

¹-الجريدة الرسمية، العدد 44، 2020.

²-الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية، سبتمبر 2021، www.algex.dz

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

وحسب دراسة **cnuCED** 2019 التبادل التجاري بين الدول الافريقية البيني ضعيف والتبادل التجاري بين الجزائر والدول الافريقية خلال الفترة 2001-2017، الجزائر استوردت متوسط 1 مليار دولار وصدرت 1.7 مليار دولار، فائض في الميزان التجاري 700 مليون دولار والواردات كانت منتظمة مقارنة بالصادرات.

حيث افريقيا تمثل فقط 3% من واردات الجزائر و 4% من صادرات الجزائر والتبادل التجاري هذا يقتصر ويركز مع بعض الدول فقط 5 دول تمثل 94% من احتياجات الجزائر و 5 دول تمثل زبائن للجزائر، والجزائر لم تستورد من 7 دول افريقية ولم تصدر الى 15 اخرى.

اضافة للتبادل التجاري مع الجزائر تمثل 3 دول هي مصر، تونس، المغرب للصادرات 90% من الصادرات الجزائرية الى افريقيا، وتمثل 84% من واردات الجزائر نحو افريقيا، وتركيبية الصادرات هاته مع الشركاء الافارقة هي تقريبا المحروقات تمثل 94% تونس، مصر، المغرب، خاصة مصر 99%، اما الواردات هي متنوعة نوعا ما اذا اخذنا مصر مثلا تستورد منها ثلاث منتجات 40% من الواردات، مستحضرات الغذائية 15%، النحاس 14%، مواد بلاستيكية 10%، والمورد الثاني تونس قليل التنوع مقانة مع مصر، حيث 50% من الواردات الجزائر في 5 منتجات تونسية هي الحديد 12%، بلاستيك+ منتجات كيميائية 10%، اما المغرب فتستورد منها الملابس 19% والتبغ والحديد 15%، والجزائر لم تستطع ان تنوع زبائنها ومورديها نتيجة القرب الجغرافي¹.

4-فرص وافاق التصدير في اطار منطقة التجارة الحرة الافريقية: حيث تعد معظم صادرات الدول الافريقية من السلع والمواد الاولية التي تتقلب اسعارها، وانشاء هذه المنطقة سوف يضمن تنوع اكثر للتجارة بحيث يمكن استخدام الاسواق الاقليمية، وبالتالي سوف تزداد فرص التبادل التجاري وانخفاض تكاليف الانتاج، كما تفتح منطقة التجارة الحرة الافريقية فرصا هائلة للشركات الصغيرة والمتوسطة في التصنيع والقطاعات الاخرى على عكس عمليات الاسواق المجزأة، فمع التخفيض المتوقع للتعريفات الجمركية وتعزيز التجارة عبر الحدود يسهل عملية الوصول عبر الجمارك والموانئ للشركات الصغيرة والمتوسطة، كما يوفر فرص تحسين الكفاءة عن طريق عمليات نقل التكنولوجيا والابتكارات مما يعزز منافسة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وقيام التجارة البينية خاصة بالنسبة للجزائر.²

ومن المتوقع ان تتصدى اتفاقية التجارة الحرة الافريقية **FCFTA** لفتح الاسواق الافريقية وعدم خلق بيئة اعمال مواتية للتجارة البينية الافريقية، وتاتي هذه الاتفاقية لتقدم المزيد من العون للدول الافريقية نحو تحقيق مزيد من التكامل الاقتصادي وزيادة في حجم التجارة البينية بنسبة 15-25% بين 2025-2040، وقد جاءت هذه المنطقة لتقسيم فرص جديدة لتبادل المنتجات

¹-Boumghar mohamed yazid, potentiel du commerce exterieur de l'algerie en vers l'afrique un essai de mesure, les cahiers du mecas, v16.n1.juin 2020, p13-15.

²-جيهان عبد السلام عباس، منطقة التجارة الحرة القارية ومستقبل التكامل الاقليمي في افريقيا، متابعات افريقية، مركز فيصل للبحوث والدراسات الاسلامية، الرياض، العدد 13، ماي 2021، ص39-40.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

الصناعية من خلال التجارة البينية، حيث يتوقع نسبة تبادل في المنتجات الصناعية ما بين 25 او 36 مليار دولار و30 او 44 مليار دولار في عام 2040 وستكون كل من المنسوجات والملابس والجلود والخشب والورق والمركبات ومعدات النقل والالكترونيات والمعادن المستفيد الاكبر من غيرها من انشاء منطقة التجارة الحرة.

كما يتوقع ان توفر منطقة التجارة الحرة القارية امكانيات خاصة للمنتجات الزراعية حيث تتوقع دراسات النمذجة للجنة الاقتصادية لافريقيا ECA ان بحلول عام 2040 ستزيد الاتفاقية التجارة البينية في المنتجات الزراعية بنسب تتراوح بين 20-30% اي من 9.5-17 مليار دولار، مع تحقيق اعلى المكاسب في السكر والخضروات والفواكه والمكسرات والمشروبات ومنتجات الالبان.¹

ومن المتوقع كذلك ان تتيح اتفاقية التجارة الحرة مزيد من اقتحام اسواق افريقية جديدة مع خلق مجموعة أكبر من السلع المنتجة الامر الذي يساعد على تجنب مخاطر تقلبات اسعار السلع الاساسية وينبغي ان يسمح تنويع الصادرات لمزيد من المؤسسات ص وم بالمشاركة في التجارة الدولية وتخفيف الابتكار وتعزيز الانتاجية.

ولا ننسى ان هذه الاتفاقية سوف تسمح للقطاع الخاص بمزيد من التطوير والمشاركة في السوق الافريقي من خلال الغاء القيود بين دول القارة، لهذا ينبغي على الدول الافريقية ان تفسح مزيد من المجال لهذا القطاع من خلال بناء الشركات والصناعات ذات القدرة التنافسية، كما سوف تسمح بتحويل 55 اقتصادا افريقيا الى سوق كبيرة أكثر انسجاما وتماسكا وهذا يساعد على انشاء سوق تجارية موحدة لتجارة السلع والخدمات مع حرية تنقل رجال الاعمال والمستثمرين.²

في هذا الإطار قامت منطقة التجارة الحرة الافريقية باجراء مفاوضات ناجحة بشأن تخفيض التعريفات من اجل سلسلة للسلع عبر الحدود، وتبقى اليوم مسألة القضاء على الحوافز الجمركية حاسمة من اجل تعزيز نمو التجارة ما بين البلدان الافريقية والنمو الاقتصادي والتنمية الصناعية وانشاء سوق افريقية واعدة، وينص الاتفاق على اساس قانوني للقضاء على الحوافز غير الجمركية³ من اجل:

- تسهيل حركة السلع عبر الحدود
- تعزيز التجارة عبر الحدود والتبادل التجاري بين البلدان الافريقية.

¹-United nations economic commission for Africa ECA, 2019, P 2.3.

²-وليد حفاف، مستقبل منطقة التجارة الحرة القارية الافريقية، المزايا والتحديات، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد 13، العدد 3، 2020، ص 603-607.

³-منطقة التجارة الحرة القارية الافريقية، الحوافز غير الجمركية، دليل نظام المستخدمين العموميين، افريقي موحدا لانشاء سوق، سبتمبر 2019، ص 3.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

— تحسين مستوى المعيشة للمواطنين¹.

5- *القطاعات التي تشكل فرص للتصدير بالدول العربية:

يتوقف جانب من الامكانيات البينية الغير مستغلة في نطاق جامعة الدول العربية على نمو جانب العرض والطلب داخل المنطقة، بينما يتعرض جانب اخر من هذه الامكانيات لعراقيل ناجمة عن الاحتكاكات القائمة في الاسواق بما في ذلك تطبيق تدابير غير جمركية او تفاوت الاسعار، او تباين مستويات الجودة او الافتقار الى المعلومات المتعلقة بالاسواق، وسعيها الى الاستفادة من هذه الفرص المتاحة في سبيل تحقيق صادرات بينية اضافية عبر المنطقة، يقضي الوضع التوسع في نطاق القدرات الانتاجية على نحو يكفل تعزيز توقعات النمو الاقتصادي.

*تستأثر قطاعات البلاستيك والمطاط والفاكهة باعلى مستويات الامكانيات الدينامكية الغير مستغلة على نحو يفسح المجال امام تحقيق صادرات اضافية تتجاوز قيمتها 3.7 مليار دولار وذلك في حالة الالتزام ببناء القدرات على جانب العرض والتوريد بما يكفل الاستفادة من الامكانيات القائمة على افاق النمو، ويمكن تحقيق صادرات اضافية قيمتها 4 مليار دولار في حالة معالجة التدابير غير الجمركية والتغلب على الاحتكاكات السوقية ذات الصلة في إطار ثمانية قطاعات رئيسية، واهم منافسين للجزائر في هذا القطاع الامارات، مصر والسعودية.

وفي سياق القطاعات الزراعية تطرح القضايا المتعلقة بمطابقة المنتجات ومعايير الجودة وعمليات تقييم المطابقة فضلا عن توحيد المتطلبات الفنية، ويمكن ان يسهم هذا الاجراء بصورة ملحوظة في التخفيف من التجاوب مع الشواغل التي يطرحها المصدرون عبر القطاعات الزراعية الرئيسية والمساعدة في اطلاق الامكانيات المتبقية امام التبادل التجاري، حيث يمكن ان تعمل المنتجات الغذائية والخضروات والزيوت فرصة للجزائر لتنمية صادراتها الى الدول العربية لاستغلال الامكانيات الغير مستغلة رغم وجود منافسين في هذا القطاع كالسعودية وتونس ومصر والامارات.

في إطار قطاعات الصناعات التحويلية: ان الاستفادة من الامكانيات الراهنة الغير مستغلة في قطاعات الالات والبلاستيك والمطاط، والمعادن والملابس، ويمكن ان تسهم جهود التنوع بتعزيز العديد من الخيارات بما يكفل توسيع نطاق سلاسل الصادرات عبر البلدان العربية، رغم وجود منافسين اقوياء للجزائر في هذا القطاع على غرار السعودية، وتونس ومصر.²

¹—علي عزالدين، محمد حشماوي، صادرات المؤسسات ص وم الصناعية بين الواقع والافاق، مجلة ادارة الاعمال والدراسات الاقتصادية، مجلد 6، عدد 1، 2020، ص 286.

²—خلق فرص تصدير لتحقيق تكامل اقليمي أكبر بين الدول العربية، مركز التجارة الدولية، لدعم أثر التجارة، جنيف، 2018، ص 39-57.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

*افاق بعض القطاعات الرائدة في مجال ترقية الصادرات:

-الفلاحة والتنمية الريفية: يهدف المخطط لزيادة الانتاج من خلال تحديث وسائل الانتاج الفلاحي ومكنته، حيث ان القطاع يتدعم كل سنة ب 6000 جرار و500 حصادة، وحسب وزير القطاع فالجهود متواصلة من اجل زيادة الانتاج الزراعي والتوصل لسقي 2 مليون هكتار من المساحات المخصصة لانتاج الحبوب في 2019، وسيتم التركيز على خبرات الفلاحين من خلال التكوين الجيد والتمكين من الوسائل التقنية الضرورية، حيث سيكون من الممكن في افاق 2019، وقف استيراد الحليب واللحوم الحمراء فضلا عن زيادة تصدير التمور، وسيكون من الممكن ايضا الاستثمار في الاسواق الخارجية خاصة الافريقية من خلال تسويق الطماطم المصبرة والبطاطا وباقي الفواكه والخضر والمنتجات الفلاحية طول الموسم والتجارب التي خاضتها ولايات الوادي وبسكرة وورقلة وغرداية وادرار تثبت ذلك، تستطيع الجزائر على ان تكون رائدة في امداد العديد من دول افريقيا بالحمضيات والزيتون والتمور والبقوليات والخضر والفواكه... الخ، كما ان منتجاتها تتميز بالجودة بسبب جودة مناخها.¹

لقد قدم المخطط الممتد من 2015 الى 2019، الاولوية لتوسيع المساحات المسقية مضاعفة انتاج الحبوب والبقول الجافة، تربية الابقار لانتاج اللحوم الحمراء وزيادة انتاج الحليب واعداد برنامج للصناعة التحويلية الفلاحية التي ستمكن من اعطاء قيمة مضافة لهذه المواد، ان نجاح هذه السياسة سيفتح افقا لتحريك اوسع للقطاع الفلاحي وتثمين ماتخزنه الموارد الطبيعية والبشرية من طاقات، مع ادماج المستثمرات الصغيرة في سياسة التجديد الفلاحي والريفي ومحاوله تجاوز كل الصعوبات وسد كل الثغرات على الدخلاء على القطاع، ليبقى الحل الانجع هو الرقابة والمتابعة المستمرة.²

-قطاع المؤسسات الناشئة: في هذا الاطار تم الامضاء على اتفاقية ما بين الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب وكل من الوكالة الوطنية لترقية الحضائر التكنولوجية وتطويرها، والوكالة الوطنية لتقييم نتائج البحث العلمي والتطور التكنولوجي، تهدف الى انشاء 10.000 مؤسسة ناشئة خلال الفترة من 2019-2015 اي اكثر من عدد المؤسسات التي تم انشاؤها منذ اطلاق جهاز الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب الى غاية 2014 والتي بلغ عددها مايقارب 8250 مؤسسة، كما سيتم بذل المزيد من الجهود من اجل مرافقة الشباب اصحاب المشاريع ومساعدتهم في مسار النمو ليصبحوا بذلك نماذج فعليه للنجاح.³

¹ -محمد الطاهر عديلة، التعاون الاقتصادي والتجاري بين الجزائر ودول افريقيا في مجال المحروقات، الفرص والتحديات، مجلة الناقد للدراسات السياسية، المجلد 3، العدد 2، اكتوبر 2019، جامعة بسكرة، ص31-32.

² -منصور منال، مرجع سابق، ص580.

³ --يونس بوعصيدة رضا، تقييم سياسات التنمية المستدامة في الجزائر باستعمال مؤشرات احصائية، مجلة الباحث الاقتصادي، المجلد 6-العدد 1 جوان 2018، جامعة سكيكدة، ص264-265.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

الاهتمام باليات دعم الابتكار: لكي تتمكن الصناعة من مواجهة تحديات فلايد من تشجيع الابتكار وتعزيز الثقافة الابتكارية، حيث تؤدي الثقافة دورا اساسيا في تطوير قدرة اي مؤسسة على الابتكار وهي تؤثر على الطريقة التي تعمل بها المؤسسة ويتطلب ابتكار ذهنية تميز بروح المبادرة وحسن الابداع وقدرات تنظيمية وذهنية متفتحة على افكار جديدة وثقافات اخرى.

ان القطاعات التي يمكن اكتشاف واثبات مزاياها افاق 2021 ، اي القطاعات المتجددة وميزان الابتكار مثلا، ربما يكون مواتيا الان انشاء لجنة قطاعية تتكون من خمس وزارات (الصناعة، المالية، الخارجية، الداخلية، النقل) لاطلاق خطة طموحة في ظل استراتيجية ترقية الصادرات خ م تصميمها وزارة التجارة.

كما يمكن تفعيل السياسة النقدية والمالية والجبائية في اتجاه انتاج سياسة اقتصادية جديدة مبنية على نموذج النمو المتوازن، اي بتحريك القطاعات الراكدة وعددها 11 قطاعات يمكنها المساهمة في القيمة المضافة في الاقتصاد بنسبة تتراوح بين 15% السياحة، 25% الفلاحة، 15% الصناعة، والهدف من ذلك تحقيق نمو مستدام 7% كشرط للاقلاع افاق 2021، ونمو في مستوى 10% لتحقيق النمو افاق 2030 والطريق الى ذلك رفع مساهمة القطاعات الراكدة في الناتج الداخلي الخام من 20% حاليا الى 50% لتحقيق التوازن المطلوب في اسواق السلع والنقد الاجنبي والعمل وراس المال¹.

اذن لايزال بين ايدينا هامش تحرك للحاق بمعيار الاقلاع بالنظر الى القطاعات الراكدة والتي هي دون سقف النمو مثل الفلاحة (الصناعة الفلاحية)، الصناعة(صوم)، المحروقات(التحويل والبيبتوكيمياء)، المناجم (الاستخراج والتحويل)، الخدمات (البنوك) والسياحة بانواعها الدينية والثقافية والعلاجية، (المعلومات) الاتصال وتكنولوجيات المعلومات.

كما ان للجزائر منتجات صناعية تملك فيها ميزة تنافسية وامكانية غزو الاسواق الاجنبية بما على غرار الصناعات الميكانيكية (الجرارات، الحافلات، الشاحنات، السيارات النفعية والسياحية... الخ) المنتجات الالكترونية والكهرومنزلية (ثلاجات، اجهزة تلفزيونية ورقمية...)، مواد البناء (اسمنت، حديد، خزف صحي...)، الصناعات الغذائية، الصناعات النسيجية والجلود، صناعات الادوية².

لدينا فرصة للاقلاع في عام 2021 إذا بدأنا الان في خطة الطريق وفرصة الصعود اي النشوء في 2030 اذ استكملنا خطة الطريق، حيث خطة الطريق مبنية على 6 مفاتيح للنمو وهي³:

- نموذج قياسي للاستشراف. 2050
- تنويع الاقتصاد بادماج القطاعات الراكدة في النمو ومنها قطاع المصارف والمالية.
- تطبيقات المعرفة في الاداء الاقتصادي.
- الابتكار ونظم المعلومات وتكنولوجيات الاتصال.

¹-د- بشير مصيطفي، اقتصادنا الفرصة المتبقية، جسر للنشر، ط1، 2016، الجزائر، ص35، 50.

²-محمد الطاهر عديلة، مرجع سابق، ص31.

³-بشير مصيطفي، نهاية الربيع، مرجع سابق، ص200-201.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

- تجسيد العلاقة بين البحث العلمي والانتاج.

كما ضمن مخطط عمل الحكومة 4 فيفري 2020 فصل خاص بالاصلاح المالي والتجديد الاقتصادي اعطى اهمية بالغة لزيادة التنافسية والتحول الاقتصادي والمرتبط بالتكنولوجيا والاقتصاد الرقمي ومن بين التوجهات الاستراتيجية التي يقوم عليها اقامة اقتصاد جديد قائم على الابتكار والتنافسية والجودة والمعرفة، كما توعده بتشجيع القطاع المنتج خاصة بعض الصناعات كالصناعات الغذائية.¹

- التوجه نحو الاسواق الجديدة: ان ترقية وزيادة معدلات الصادرات خ م يمر لامحالة عبر البحث عن تواجد ونفاذ المنتج الوطني الى اسواق جديدة ومنها السوق المغاربية والعربية والافريقية.

- سوق المغرب العربي: تشير بعض الدراسات الى ان حجم المبادلات نشطة للغاية بطرق غير رسمية خصوصا بين الجزائر وتونس، المغرب، لذا يجب البحث عن طرق لادماجها في إطار قنوات رسمية مما يؤدي الى تطور التكامل واقامة صناعات ذات قاعدة انتاجية متنوعة ومتكاملة بين دول المغرب العربي يستدعي تغييرات جوهرية في نمط التخصيص وتقسيم العمل من اجل انتاج منتجات عالية الجودة تمكنها من النفاذ الى الاسواق العالمية.

- السوق العربية: تسعى الجزائر الى تنمية صادراتها البنينة في المنطقة العربية وتوسعها الى دول المشرق والخليج العربي، كذلك لابد من تفعيل منطقة التجارة الحرة العربية المشتركة التي لم تستطع بلوغ مرحلة التحرير كامل لحركة السلع بداية من 2009، كما كان مخطط لها.²

من خلال تصريحات رئيس الجمهورية وضع هدف 5 ملايين دولار كصادرات خ م لسنة 2021 وهذا ماصرح به في خطابه بمناسبة افتتاح الندوة الوطنية حول مخطط الانعاش الاقتصادي وقد أعلن رئيس الجمهورية عن خطة للانعاش الاقتصادي تهدف الى تقليص التبعية للمحروقات كمورد للعملة الصعبة الى 80% في نهاية 2021 في ظل انخفاض اسعار البترول.

*سياسات تعزيز وتفعيل صادرات المؤسسات ص وم في الاسواق الجديدة: يشمل القيام ب³:

- دعم الجهود القطاع الخاص التصديري من خلال مرافقة الحكومة للمؤسسات نحو الاسواق الافريقية.
- انشاء المراكز للتجارة الخارجية وتوفير بيانات عن الشركات والاسواق الافريقية والتعاقد مع شركات تسويقية دولية اقليمية والبعثات الترويجية والاشتراك في المعارض والاسواق الافريقية.

¹-علي عزالدين، محمد حشماوي، مرجع سابق، 2020، ص285.

²-عماري جمعي، ، اطروحة دكتوراه، مرجع سابق، ص212-214.

³-هدى معيوف، شامية بن عباس، التصدير كاستراتيجية جزائرية جديدة للتوجه نحو الاسواق الافريقية من اجل الخروج من الازمة الاقتصادية الراهنة، مجلة الدراسات الاقتصادية، جامعة الوادي، العدد 10، الجزء 2، 2017، ص243-244.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

- متطلبات ذات طابع لوجستي وتنظيمي: تتمثل في الطرق والمواصلات والبنى التحتية كالموانئ والمطارات واماكن التخزين، كما يجب تحسين التحكم في مجال التغليف والتعليب وكذا مجال تقنيات التسويق.
 - متطلبات ذات طابع اقتصادي وتجاري: تتمثل في الانخراط في التجمعات الاقتصادية والتكتلات الاقليمية في افريقيا مما يوفر العديد من المزايا وانشاء منطقة تجارة حرة جزائرية افريقية لدفع علاقات التبادل التجاري والاستثمار¹.
 - الترخيص للشركات الجزائرية بفتح نقاط توزيع وفروع لها في الخارج.
 - كذلك فتح فروع للبنوك الجزائرية في الخارج لتسهيل التحويل وقروض التصدير وتحويل العملة.
 - اعتماد طرق التسويق الحديثة مع تدعيم اللوجستيك.
 - تفعيل دور الدبلوماسية الاقتصادية على مستوى السفارات في الخارج.
 - معايير ادوات القياس المستخدمة في التقييم الى جانب شهادات نظام تحليل المخاطر ونقاط التحكم الحرجة اضافة الى شهادات اخرى مثل ايزو 22000، ايزو 9001².
- كما يمكن ان تلعب المؤسسات ص وم دورا حيويا في ترقية الصادرات وذلك نظرا لتوفر العديد من العوامل المساعدة على ذلك نذكر منها:

- يمكن ان تكون اسواق بعض البلدان العربية والافريقية وكذا الاوربية هدفا للمنتجات الجزائرية إذا اخذ المتعاملون الاقتصاديون الجزائريون المقاييس الدولية بعين الاعتبار.
- امتلاك الجزائر بميزة نسبية في قطاعات هامة كالزراعة والصناعات الاستخراجية، الصناعة التقليدية، السياحة ويمكن للمؤسسات ص وم ان تلعب دورا متميزا في هذه القطاعات ولذلك يجب على السلطات تقديم امتيازات اضافية لدفع هذه المؤسسات لمزاولة نشاطها في هذه القطاعات، وكذا وسائل كفيلة بتشجيع التصدير مثل القروض، التامينات، شهادات النوعية.
- تبقى قدرة المؤسسات ص وم متوقفة الى حد كبير على سعيها نحو اقامة تحالفات فيما بينها، كما انه من اجل تطوير المؤسسات ص وم في هذه العملية يجب:
- وضع نظام خاص لمراقبة نوعية المنتجات بغرض ملاءمتها للاسواق الاجنبية.
- ايجاد اليات لرصد الاسواق الخارجية والفرص التسويقية لصالح المؤسسات ص وم واقامة برامج شامل يمكن المؤسسات ص وم من التاهيل والوصول الى درجة المطابقة مع المعايير الدولية في تسيير ايزو 9000.

¹- محمد الطاهر عديلة، التعاون الاقتصادي والتجاري بين الجزائر ودول افريقيا في مجال المحروقات، الفرص والتحديات، مجلة الناقد للدراسات السياسية، المجلد 3، العدد 2، اكتوبر 2019، جامعة بسكرة، ص34-37.

²- أفضل المنتجات الجزائرية للتصدير لعام 2021 على الموقع <https://tजारatuna.com>، تاريخ التصفح 26-02-2022.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الغير النفطية في الجزائر خلال الفترة من 1990-2019

- تمكين المتعاملين الاقتصاديين من الحصول على المعلومات عن الاسواق الاجنبية وتشجيع المؤسسات ص وم على المشاركة في المعارض الدولية، ودعم المؤسسات ص وم في مجال اختيار التجهيزات والتكنولوجيات ونوعية ومعايير الانتاج وذلك بغرض التوصل الى تطوير نسيج من المؤسسات ص وم العصرية القادرة على مواجهة المنافسة الدولية في الاسواق الداخلية والخارجية على السواء، اضافة الى¹:
- تشجيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على التوغل في الاسواق الخارجية من خلال برنامج وطني يقوم على الترويج لهذه الصناعات الوطنية في الاسواق الخارجية، بالاضافة الى الدعم التقني والاداري.
- الاهتمام بتعزيز القدرة التنافسية: عن طريق اتباع تنمية صناعية بمعناها الشامل والتركيز على الصناعات عالية التقنية مثل الالكترونيات والصناعات الهندسية الوراثية، والاهتمام ببرامج التدريب والارشاد في مجالات الانتاج والتسويق حتى يمكن التعامل بكفاءة مع متطلبات التصدير الجديدة وتخفيض الضرائب المباشرة والغير المباشرة المفروضة على الزراعة وتشجيع الاستثمار في القطاع الزراعي والاستفادة من الاسواق الجديدة التي تعتبر القطاعات ذات الاولوية وذات المزايا النسبية والتنافسية في ان واحد.

¹- غالم عبد الله، سبع حنان، واقع المؤسسات صوم في الجزائر ودورها في تنمية الاقتصاد الوطني، الملتقى الوطني حول واقع وافاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات ص وم في الجزائر يومي 5-6 ماي 2013، جامعة الوادي، ص10.

الخاتمة العامة

ان انهيار اسعار المحروقات التي تشهده حاليا في الاسواق العالمية استدعى ضرورة العمل على فك الارتباط المطلق للاقتصاد بالمحروقات وتشجيع القطاعات المنتجة الاخرى، كالزراعة والصناعة في ظل الامكانيات الهائلة التي تتمتع بها الجزائر بصفتها اكبر بلد في افريقيا والعالم العربي وحوض البحر الابيض المتوسط، ويكون هذا التنوع من خلال تنمية قطاع الزراعة المسؤول عن تحقيق الاكتفاء الذاتي والامن الغذائي، بالإضافة الى تطوير الصناعة والتصنيع بعيدا عن الصناعات الاستخراجية لتقوية المزايا التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والاهتمام بقطاعي السياحة والخدمات نظرا لفوائد هذين القطاعين سواء من ناحية العوائد، فيمكن ان تعتبر هذه الصدمة الدافع الفعلي لتنوع الاقتصاد.

وفي هذا الاطار عملت الجزائر على تبني سياسات استثمارية عمومية في محاولة منها للخروج من التبعية للخارج في اطار مداخيل المحروقات التي تساهم في النصاب الاكبر من مداخيل البلد، وقد تمثلت في ثلاث برامج امتدت من سنة 2001 الى 2019، وقد تم رصد مبالغ هائلة اما لتنفيذ ما تم الانطلاق بهما تنفيذ مشاريع جديدة، وفي محاولة من الدولة لتنمية قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لما لها من اهمية استراتيجية في مجال التنمية الاقتصادية وزيادة مساهمتها في رفع مستويات التشغيل، وكذا مساهمتها في الناتج المحلي الاجمالي للبلد، وكذا القيمة المضافة خارج قطاع المحروقات.

لذا يجب اعطاء اهمية كبيرة لباقي القطاعات الاقتصادية الاخرى من خلال تسطير استراتيجية وطنية تأخذ بعين الاعتبار تطوير وتنمية كل المجالات، خاصة القطاع الزراعي يمكن ان يكون كبديل حقيقي لقطاع المحروقات، وخلصنا في ختام الدراسة بان الجزائر تملك في هذا الخيار الاستراتيجي كل المؤهلات والمقومات التي تسمح لها بتحقيق النمو الاقتصادي، فالقطاع الزراعي يمكن للجزائر من خلاله ان تحقق نموا حقيقيا ومستمر خاصة في ظل توفر البنية التحتية من اراضي صالحة للزراعة، واخرى قابلة للاستصلاح وتوفر مخزون هائل من الثروة المائية، كما ان الجزائر أدركت اهمية القطاع الصناعي في النمو الاقتصادي من خلال تخفيض نسب البطالة و زيادة الصادرات خاصة عبر الصناعات التحويلية والصناعة الغذائية اللتان تمتلكان ميزة نسبية لغزو الاسواق الاجنبية خاصة العربية والافريقية فيما يخص الجودة والتنافسية.

ولا يتأتى ذلك الا بتوفير كل الامكانيات خاصة اللوجستية والمعلومات والبيانات المتعلقة بالمنافسين وطبيعة الاسواق من اجل مرافقة المصدرين في الاسواق الاجنبية لضمان نجاح العملية التصديرية بتواجد أكبر عدد ممكن من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في هذه الاسواق وبالتالي زيادة الاداء التصديري من خلال استهداف الاسواق الجديدة بالمنتجات ذات جودة وفق المعايير الدولية.

وعليه من خلال هذه الدراسة توصلنا الى ان الصادرات خارج المحروقات للمؤسسات ص وم من حيث الحجم تبقى بعيدة عن كل الآمال المعلقة عليها وهي هامشية لم تتعدى نسبة 6 من إجمالي الصادرات ولم تتعدى 3 مليار دولار كاحسن قيمة طول مدة الدراسة، ولم تساهم في الرفع من القيمة المضافة والناتج الداخلي الخام وكذا النمو الاقتصادي الا بنسب ضعيفة وهذا من الناحية الكلية، اما من الناحية النوعية فسجلنا ثبات التركيبة السلعية للمنتجات المصدرة خلال فترة الدراسة وكذا الى عدم تغير في الاسواق المستهدفة من طرف المؤسسات المصدرة حيث تقتصر على الاسواق التقليدية خاصة الاوروبية منها، الا انه بعد سنة 2019 تغيرت

الخاتمة العامة

نوعا ما خريطة الاسواق المستهدفة بالتوجه خاصة نحو الاسواق الافريقية، وذلك راجع الى عدم قدرة منتجات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على اختراق الاسواق الدولية خاصة الاوروبية منها وكذا ضعف القاعدة الصناعية في الجزائر وعدم تنوعها فضلا عن غياب ثقافة التسويق الدولي لدى المؤسسات الجزائرية.

ويمثل ذلك تحديا للسلطات للبحث عن سبل دخول الاسواق الدولية عن طريق اختيار الاستراتيجيات المناسبة التي تساعد المؤسسات ص وم الجزائرية في النجاح في تسويق منتجاتها في الاسواق الخارجية خاصة الاوروبية والعربية والافريقية بالعمل على انتاج منتجات ذات جودة وتنافسية وذلك بمحاولة الاستفادة من التجارب الدولية الرائدة في هذا المجال لتقييم المسار وتصحيحه للمضي قدما نحو الهدف المنشود وهو التواجد في الاسواق الجديدة وبمحصة سوقية مقبولة، ولن يتأتى ذلك الا بمرافقة الدولة للمصدرين في هذه الاسواق وبتحديد كل الهيئات المكلفة بالعملية التصديرية وبمساعدة الدبلوماسية الاقتصادية لضمان نجاح غزو هذه الاسواق عن طريق تنمية العلاقات التجارية للرفع من التبادل التجاري خاصة بين دول العربية في اطار منطقة التجارة الحرة العربية، والدول الافريقية في اطار منطقة التجارة الحرة الافريقية والاداء التصديري كهدف اسمي، ولقد استطاعت الجزائر من خلال هذه الاستراتيجية من رفع الصادرات خ م الى حدود 3 مليار دولار سنة 2018 وهي احسن قيمة طول فترة الدراسة، وكذا تم زيادة تواجدها المؤسسات ص وم المصدرية في الاسواق الدولية بتسجيل مؤسسات مصدرة جديدة وتواجدها في اسواق جديدة غير تقليدية مما يوحي بافاق واعدة، وهذا ماسجلناه بعد فترة الدراسة هو مواصلة تسجيل نمو في هذه الصادرات اين بلغت حدود 5 مليار دولار سنة 2021 لأول مرة منذ الاستقلال وبدأت العديد من المؤسسات الجزائرية الخاصة بالتصدير نحو الاسواق الافريقية وهو دليل على الارادة السياسية لترقية الصادرات خ م عن طريق تنمية المؤسسات ص وم من بوابة افريقيا، وهي سياسة تفتح افاق واعدة لها في المستقبل شريطة توفر الاستمرارية ومراعاة تغيرات المحيط الداخلي والخارجي واصلاح كل ما من شأنه يعيق نشاط التصدير لهاته المؤسسات الواعدة في الاسواق الدولية.

نتائج الدراسة: من خلال الدراسة التي قمنا بها فقد توصلنا الى العديد من النتائج يمكن ان نذكر منها:

- يلقي مفهوم المؤسسات ص وم والصادرات اهمية كبيرة في الفكر الاقتصادي منذ بداية تطور النشاط الاقتصادي الى غاية اليوم لكونها لهما اهمية في دعم النمو الاقتصادي والميزان التجاري للدول، كما تشكل الصادرات المكون الرئيسي لحصيلة الدول من العملة الصعبة والسياسة الفعالة لوصول المؤسسات صوم الى الاسواق الدولية.

- يعتبر نشاط المؤسسات ص وم في مجال التجارة الخارجية والتصدير بشكل خاص يشكل اهمية في الاقتصادات الدولية لكونها تساهم في زيادة معدلات الناتج الاجمالي للدول النامية والمتقدمة وكذا في زيادة حجم وتنوع الصادرات على غرار العديد من التجارب الدولية بتبني استراتيجيات ترقية الصادرات سواء كانت احلال الواردات او التصدير لخلق جو تنافسي دولي يجعل المؤسسات ص وم تساهم في تحسين اداء التجارة الدولية بشكل كبير وتطوير النشاط الاقتصادي بشكل عام .

وهذا يثبت صحة الفرضية الاولى:

- أصبحت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لها اهمية كبيرة في التنمية الاقتصادية في مختلف بلدان العالم نظرا لمساهمتها في تحريك التجارة الخارجية وخلق القيمة المضافة وبناء قدرات نشاط مختلفة اضافة الى تنوع هيكل الناتج المحلي الاجمالي والصادرات عن طريق النفاذ الى الاسواق الدولية بتبني الاستراتيجيات الدولية المتعلقة بترقية الصادرات.

-تطور مستمر في عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر خلال فترة الدراسة وهو ما يفسر رغبة الدولة الجزائرية في تنمية القطاع الخاص ليحل محل القطاع العام، وزيادة مساهمته في الرفع من النمو الاقتصادي والقيمة المضافة والرفع من مستويات العمالة وجعله النموذج البديل مستقبلا للقطاع النفطي المسيطر على الاقتصاد الجزائري وذلك راجع الى البرامج التنموية التي أطلقتها الدولة منذ سنة 2001 .

- لم يتحقق التنوع الاقتصادي الكامل بل جزئي لكون نشاط المؤسسات ص وم يتركز في مجموعة محدودة من القطاعات الا انه في العموم استطاعت ان تحدث حركية في النشاط الاقتصادي الوطني خاصة القطاع الخاص الذي يمثل عامل محرك في التنمية المنتظرة للصادرات خارج المحروقات.

-ان برامج تنمية وتفعيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خارج مجال النفط المتبناة من طرف الدولة الجزائرية لم ترق الى المستوى المطلوب في جعل هذه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خارج مجال النفط ترفع من وتيرة النشاط الاقتصادي الوطني، حيث الارقام المتوصل اليها تبين بان هناك نمو في قطاع المؤسسات ص وم وتطور مساهمتها في النشاط الاقتصادي الوطني وتحسين المؤشرات الاقتصادية ولو بشكل محدود ومتواضع ولكنها تفتح افاق واعدة في هذا المجال، هذه النتائج تؤكد صحة الفرضية رقم 02:

المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطور مستمر وتساهم بشكل ايجابي في تحسين مؤشرات الاقتصاد الوطني كالقيمة المضافة والناتج الداخلي الخام، الا ان الاداء مازال ضعيف ومحدود رغم المجهودات المبذولة في تنمية القطاع..

-ان الجهود المبذولة من طرف السلطات العمومية من اجل ترقية القطاع ، قد بدأت في التجسيد من خلال تبني اليات والاستراتيجيات الدولية في دخول الاسواق الدولية على غرار المشاريع المشتركة والاستثمار المباشر والتحالفات ومحاولة تطبيقها من طرف المؤسسات الجزائرية والانضمام الى التكتلات الإقليمية كالمناطق الحرة للتجارة العربية والافريقية من اجل خلق بيئة تنافسية وخلق فرص وافاق تسويقية لهاته المؤسسات في هذه الاسواق الدولية.

-استطاعت السياسة والاستراتيجية المتبعة في ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الصادرات خ م ان تلقى الاهتمام من طرف السلطات الحكومية باعتمادها والعمل على دراسة الاسواق الدولية المستهدفة عن طريق تفعيل المتطلبات الدولية لدخول الاسواق الاجنبية والتحفيزات المتبناة من اجل مساعدة المؤسسات الوطنية باختراق هذه الاسواق عملا بالتجارب الدولية الرائدة، الا ان العمل يبقى محدود في بعض الاسواق فقط، رغم ذلك فان هذا يشكل افاق واعدة لهذا القطاع اذا اخذنا بعين الاعتبار بعض ايجابيات التجارب الدولية الرائدة في مجال ترقية المؤسسات ص وم في الصادرات والتي لها خصوصية مشتركة مع التجربة الجزائرية.

- ونعتقد تبني خيار المؤسسات ص وم كبديل للتنمية يجب ان يدرس على أكثر من مجال وتحدد له الاهداف والامكانيات التي يجب ان يصل لها لكي يبلغ الاستراتيجية التي يمكنه بها احلال الواردات ثم التصدير التي تبنته الجزائر بعد انهيار أسعار البترول سنة 2014 خاصة تلقى الفعالية وتصل الى تحقيق الأهداف بالتركيز على القطاع الفلاحي والصناعي وذلك عملا بالتجربة المصرية والتركية التي بدأت في المرحلة الأولى باستراتيجية إحلال الواردات ثم المرور الى التصدير بشكل اوسع.

وهذه النتائج تؤكد صحة الفرضية الثالثة:

• تعتمد الاستراتيجية الوطنية في ترقية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على تعزيز وتفعيل كل الاليات الفعالة ومتطلبات دخول الاسواق الدولية ومجموعة من البرامج التنموية والقطاعات الانتاجية البديلة عملا بالتجارب الدولية الرائدة.

- لقد لاحظنا من خلال الدراسة ان تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنامي مستمر وتوجه بشكل مباشر نحو قطاعات البناء والاشغال العمومية والخدمات، مع ضعف كبير في قطاع الصناعة التحويلية والزراعة، هذين القطاعين الذين يشكلان تكلفة كبيرة في الواردات الجزائرية، ويساهمان في العملية التصديرية مما يجعل الامر محدود في تحقيق المساهمة الفعالة في ترقية الصادرات وبالتالي نعتقد ان سياسة توجيه القطاع (م ص وم) حسب الاستراتيجية المعتمدة غير مدروسة.

- لقد وضحت لنا الاحصائيات التي قمنا بإبرازها في الفصل التطبيقي ان الصادرات خارج المحروقات للمؤسسات ص وم تمثل 3-6 من إجمالي الصادرات وهي هامشية وتشهد استقرار لفترة طويلة رغم تسجيل نموها من حيث الحجم والقيمة ، اما من حيث النوعية فسجلنا عدم التنوع في التركيب السلعي للصادرات خلال الفترة المدروسة حيث مازالت تصدر نفس المنتجات يغلب عليها الطابع الصناعي والفلاحي كالعادة، وكذا التوزيع الجغرافي والاسواق المستهدفة تشهد نفس الخريطة تقريبا أي سيطرة الاسواق الاوربية في التبادل التجاري، الا انه سجلنا تغير في السنوات الاخيرة بشكل ايجابي في نمو حجم وتنوع الصادرات .

- نلاحظ ان هذه المؤسسات لم توجه بشكل دقيق لإحلال الواردات لأجل اكتساب التنافسية لدخول الاسواق الدولية مما جعلها ضعيفة في غزو الاسواق الدولية على غرار الاسواق الجديدة العربية والافريقية لكون الدولة اعطت الاهمية للواردات على حساب توجيه وتشجيع المؤسسات المصدرة، رغم ذلك هناك نشاط تصديري من طرف بعض المؤسسات ص وم استطاعت نفاذ منتجاتها الاسواق الدولية خاصة الفلاحية والصناعية ووضعت لنفسها مكانة في هذه الاسواق.

-وهذه النتائج تؤكد صحة الفرضية الرابعة:

• تساهم المؤسسات ص وم في ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر من ناحية الحجم والنوعية ولكن بقيم متواضعة وهامشية من إجمالي الصادرات الاجمالية مع ضعف في هيكل وتنافسية الصادرات خارج المحروقات.

-ان المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية المصدرة اصبحت تصدر منتجات ذات جودة وتنافسية صناعية وفلاحية الى الاسواق القريبة كالأوربية والعربية، كما اصبحت تصدر الى اسواق اخرى غير تقليدية كالإفريقية والاسيوية وهذا راجع الى الاستراتيجية الجديدة بفتح اسواق جديدة خاصة بعد سنة 2019، حيث استطاعت الصادرات خارج المحروقات ان تحقق ارقام مشجعة في هذه الاسواق الواعدة تستحق الدعم والتشجيع وتعزيز الاداء التصديري في اطار منطقة التجارة الحرة العربية والافريقية.

-تمتلك المؤسسات صوم الجزائرية قدرة كبيرة على غزو الاسواق الخارجية والمساهمة في زيادة الصادرات وتقليص العجز في الميزان التجاري وتغطية السوق المحلي لاحتلال الواردات عن طريق التوجه الى الاسواق الجديدة العربية والافريقية وهذا ما اثبتته بعض التجارب الناجحة لبعض المؤسسات صوم المصدرة لهذه الاسواق مما يوحي على افاق واعده لهذه المؤسسات في المستقبل.

وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الخامسة:

للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة فرص وآفاق واعده في مجال ترقية الصادرات خارج المحروقات في ظل الاسواق الجديدة العربية والافريقية.

وبعد هذه النتائج استنتجنا بعض النقائص التنظيمية لابد اخذها بعين الاعتبار لتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التصدير وهي:

-غياب استراتيجية واضحة لتسيير الاقتصاد الوطني وترقية الصادرات خ م اضافة الى مسائل التعريفات الجمركية والتأمينات والنقل وخدمات ما بعد البيع، وكذلك ما يتصل بالدفع وتحصيل عوائد الصادرات من العملة الاجنبية.

-ضعف القاعدة الصناعية في الجزائر وعدم تنوعها، كما ان القوة التنافسية للاقتصاد ضعيفة باعتبار ان عمق الاشكالية في ضعف تسيير المؤسسات سواء الصغيرة والكبيرة

-ارتفاع اسعار المنتجات الجزائرية وذلك بسبب عدم الاستفادة من اقتصاديات الحجم ضف الى عدم تطابق السلع الجزائرية مع المعايير الدولية خاصة في مجال الجودة والتنوع والقيود البيئية.

--رغم زيادة تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر الى انها لم تنجح في خلق القيمة المضافة وترقية الصادرات خ م وتنويعها بسبب غياب المناخ التنافسي والكفاءة الاقتصادية امام نظيراتها من الدول المتطورة.

بناء على النتائج المتوصل اليها نقترح مايلي:

- تأهيل المؤسسات ص وم أكثر من ضرورة من اجل تحسين موقعها في إطار الاقتصاد التنافسي، ومجاراة النسق الذي تفرضه عولمة المبادلات الدولية لتشجيع المؤسسات الانتاجية القادرة على المنافسة واختراق الاسواق الاجنبية.

الخاتمة العامة

-تنوع عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خارج مجال النفط في القطاعات الاكثر ديناميكية والتي تملك فيها فائض وميزة نسبية كالمنتجات الفلاحية والغذائية، والتوجه نحو اقامة صناعات تركز على استخدام المواد الخام وموارد الطاقة المتوفرة محليا من شأنه تحقيق تنمية سريعة للصادرات خ م خاصة بتضافر جهود الجميع.

-الاهتمام أكثر بمشروعات المؤسسات ص وم وتوفير الدعم اللازم لها، وضرورة توسيع وتقوية دور القطاع الخاص وفتح المجال امامه ودعمه للمساهمة أكثر في العملية التنموية وترقية التجارة الخارجية للجزائر خ م واطاحة الفرصة له للقيام بدور أكبر وذلك بإزالة القيود البيروقراطية امامه.

-تحسين وتقوية تنافسية وجودة المنتج الجزائري والتركيز على تصدير المنتجات التي تملك فيها الجزائر ميزة نسبية وذات قيمة مضافة مرتفعة، والعمل على تنميتها واعطائها الاولوية في البرامج التنموية المختلفة، وكذا توجيه الاستثمار نحو المنتجات الوطنية ذات المزايا التنافسية في الاسواق الاجنبية كالتمور وزيت الزيتون والطماطم الصناعية وغيرها... الخ.

-على الجزائر ان تسعى الى الانضمام الى أكبر التكتلات الاقتصادية الاقليمية للاستفادة من المزايا التي تقدمها في زيادة عمليات التبادل التجاري وتشجيع المؤسسات على الانتاج والتصدير، والعمل على تنوع أكثر في تعاملاتها مع شركاء جدد من جميع القارات وان تسعى الى توجيه صادراتها واستهداف الاسواق الاقل نموا كالسوق الافريقية والعربية مثلا. واستغلال الاتفاقيات في اطار منطقة التجارة الحرة العربية والافريقية.

-العمل على تنمية الصادرات كما ونوعا وذلك بتنوع التركيبة السلعية لهذه الصادرات لضمان استقرار حصيلتها عن طريق وضع برنامج للتوسع في تصدير السلع المصنعة وزيادة خدمات الانتاج في المؤسسات التي تغذي السوق المحلي خاصة بالانتاج الصناعي وخلق وحدات حديثة للانتاج من اجل التصدير.

-التخلي تدريجيا عن الاعتماد على الربيع خلال افاق 2020 الى غاية 2030، بتبني استراتيجية اقتصادية لنموذج جديد من النمو والتنوع من خلال تنفيذ سياسة صناعية جديدة، ودعم المصدرين وتسهيل التجارة الخارجية مع سياسة انفتاح متناسقة ومتحكم بها، بهدف تحقيق الاستقرار الاقتصادي الكلي بتعزيز وتدعيم الثقة في المناخ الاستثماري والذي يمكن بدورها ان تشجع الاستثمار المحلي.

-ان بناء استراتيجية للتصدير للمؤسسات ص وم يجب ان يمر بإشراكها في قطاعات واعدة لفتح الاستثمار مع الشريك الاجنبي لاكتساب الخبرة ودمج المؤسسات ص وم بواسطة عقود المناولة مع الشركات الكبيرة سيسمح مستقبلا للمؤسسات ص وم بدخول هذه القطاعات واكتساب التنافسية لولوج فيما بعد الاسواق الدولية.

-زيادة حوافز الاستثمار للمشروعات التي تعمل على توجيه انتاجها للتصدير وزيادة القدرة التنافسية في الاسواق الخارجية، مع اكتشاف الفرص التصديرية في الدول الافريقية وتعريف المصدرين خاصة بمصدري المشروعات ص وم بكافة المعلومات المتعلقة بها واعداد دراسات السوق عن حجم الطلب وخصائص المنتجات المطلوبة في هذه الاسواق.

الخاتمة العامة

-توجيه استثمار نحو القطاعات البديلة للمحروقات كالزراعي والصناعي والتي تزيد في النشاط الاقتصادي والنتائج الداخلي الخام ثم التصدير فيما بعد والزيادة في نصيب من الاسواق الخارجية عن طريق العمل على تبني استراتيجية احلال الواردات بالاعتماد على قطاعات مهمة لتغطية المستوردات كالصناعات الغذائية والتحويلية والادوية والتجهيزات الصناعية عن طريق تنمية وتشجيع الاستثمار من طرف المؤسسات ص وم في هذه القطاعات وبعتماد على بعض التجارب الدولية في هذا يمكن ان يعطي نتائج أفضل.

-اعتماد المؤسسات ص وم على استراتيجية التصدير في المرحلة الثانية بالتركيز على تصدير المنتجات التي تتميز بتنافسية وجودة والتوجه نحو الاسواق الواعدة، مع تبني الشراكات الناجحة مع الاستثمار الاجنبي في بعض القطاعات الهامة ودمج المؤسسات ص وم في العملية الانتاجية والتنويع الاقتصادي.

-فتح المعابر الحدودية لتسهيل تجارة المقايضة مع دول الساحل وتشغيل الخطوط البحرية والجوية لتعزيز تواجد المنتجات الجزائرية في غرب افريقيا، والتوجه نحو انشاء فروع للبنوك في بعض دول القارة وإنجاز أنظمة معلومات بالموانئ والمناطق الحرة مع تدعيم دورالدبلوماسية الاقتصادية في تعزيز العلاقات الاقتصادية والتجارية بينها.

افاق الدراسة:

- دراسة الاسواق العربية والافريقية وفرص تصدير المؤسسات ص وم المصدرة الجزائرية للمنتجات الزراعية.
- التنافسية في الاسواق الخارجية وامكانيات تصدير المؤسسات ص وم الجزائرية للصناعات الغذائية والتحويلية.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أ-المراجع العربية:

1. احمد رحومني، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في احداث التنمية الشاملة في الاقتصاد الجزائري، المكتبة المصرية، 2011، ط1.
2. احمد عارف العسان، ومحمود حسين الوادي، اقتصاديات الوطن العربي، دار المسيرة، ط1، 2010، عمان.
3. اسماء علي، التصدير في مصر، السياسات والعوائق والفرص، مركز اركان للدراسات والابحاث والنشر، 2018.
4. اسماعيل بن محمد قانة، اقتصاد التنمية (نظريات، نماذج، استراتيجيات)، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2011.
5. ايمن على عمر، ادارة الصناعات والمشروعات الصغيرة (مدخل تطبيقي معاصر)، منشأة المعارف، ط1، 2010/2009، الاسكندرية.
6. ايمن على عمر، ادارة المشروعات الصغيرة (مدخل بيئي مقارنة)، الدارة الجامعية، ط1، 2007، مصر.
7. بديع جمال قدو، التسويق الدولي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والنشر، ط1، 2009، مصر.
8. بشير مصيطفى، اقتصادنا الفرصة المتبقية، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2016.
9. بلال محمود الوادي، ليث عبد الله، المشاريع الريادية ص وم ودورها في عملية التنمية في الوطن العربي، مكتبة الحامد، ط1 عمان، 2010.
10. بلال محمود الوادي، المشاريع الريادية الصغيرة والمتوسطة ودورها في عملية التنمية في الوطن العربي، دار الحامد، عمان، 2012.
11. توفيق عبد الرحيم يوسف، ادارة الاعمال التجارية الصغيرة، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان 2002.
12. توفيق محمد عبد المحسن، التسويق وتدعيم القدرة التنافسية للتصدير، دار النهضة العربية، القاهرة، 1997.
13. حسن فتح الله سعد، التنمية المستقلة، المتطلبات والاستراتيجيات والنتائج ودراسة مقارنة في اقطار مختلفة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1995.
14. خبايا عبد الله، المؤسسات الصغيرة كالية لتحقيق التنمية المستدامة، الدار الجامعية الجديدة للنشر، الاسكندرية، ط 1، 2013.
15. رابع خوني، رقية حساني، المؤسسات ص وم ومشكلات تمويلها، ايتراك للطباعة والنشر، ط1، 2008، مصر.
16. رامي زيدان، المشروعات الصناعية ص وم في سوريا ودورها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، منشورات الهيئة العامة السورية، وزارة الثقافة، دمشق، 2010.
17. سعاد نائف برونوطي، ادارة الاعمال الصغيرة، ابعاد للريادة، دار وائل، الاردن، 2005.

قائمة المصادر والمراجع

18. سعيد بن عيسى، الجباية شبه الجباية، الجمارك، املاك الدولة، الوعاء والتعريف، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
19. سيد البواب، بحوث اقتصادية معاصرة في الاصلاح الاقتصادي والسياسات الاقتصادية في مصر، مكتبة طريق العلم، 2001.
20. سيد سالم غرفة، الجديد في ادارة المشاريع الصغيرة، دار الراية للنشر والتوزيع، الاردن، عمان، الطبعة 1، 2011.
21. صديق محمد عفيفي، التسويق الدولي، الطبعة 10، مكتبة عين شمس، مصر، 2003.
22. صديقة باقر عبد الله، الميزان التجاري وتنمية الصادرات غ نفطية، مركز التدريب والبحوث الاحصائية، العراق.
23. صفوت عبد السلام، اقتصاديات الصناعات الصغيرة، دار النهضة العربية، 1993، القاهرة.
24. صلاح حسن، التطورات والمتغيرات الاقتصادية الدولية، دعم وتنمية المشروعات الصغيرة لحل مشاكل البطالة والفقر، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2013.
25. عادل عبد المهدي، الموسوعة الاقتصادية، دار ابن خلدون، بيروت، 1980.
26. عبد الحافظ الصاوي، خرائط القوى الداخلية في الجمهورية التركية، الجزء 2، المعهد المصري للدراسات السياسية والاستراتيجية، 2016.
27. عبد الرحمان يسري، تنمية الصناعات الصغيرة ومشكلات تمويلها، الدار الجامعية، مصر، 1996.
28. عبد الرحمن تومي، الاصلاحات الاقتصادية في الجزائر الواقع والافاق، دار الخلدونية، الجزائر، ط1، 2011.
29. عبد الرزاق بن حبيب، اقتصاد وتسيير المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000.
30. عبد السلام ابو قحف، التسويق الدولي، الدار الجامعية، الاسكندرية، 1998.
31. عبد السلام ابو قحف، التسويق وجهة نظر معاصرة، مطبعة الاشعاع الفنية، الاسكندرية، مصر.
32. عبد العزيز جميل مخيمر، احمد عبد الفتاح عبد الحليم، الصناعات الصغيرة والمتوسطة ومعالجة مشكلة البطالة للشباب في الوطن العربي، المنظمة العربية للتنمية الادارية، ط2 2007.
33. عبد العزيز عجمية محمد، والليثي محمد علي، التنمية الاقتصادية، مفهومها. نظرياتها. سياساتها، مؤسسة شباب الجامعة الاسكندرية، 1994.
34. عجة الجيلاني، التجربة الجزائرية في تنظيم التجارة الخارجية، دار الخلدونية، الجزائر، 2007.
35. عماد محمد العاني، محمد معتوق عبود، الية رسم السياسات الاقتصادية للحكومات المحلية، دار الاعصار العلمي، مكتبة المجتمع العربي، ط1، 2015، عمان.
36. غراب كامل السيد، الادارة الاستراتيجية، النظرية والتطبيق، دبي، دار القاسم للنشر، 1997.
37. غول فرحات، التسويق الدولي، مفاهيم واسس النجاح في الاسواق العالمية، دار الخلدونية للنشر والطباعة، الجزائر، ط1، 2008.

قائمة المصادر والمراجع

38. فتحى السيد عبده ابو سيد احمد، الصناعات الصغيرة والمتوسطة ودورها في التنمية المحلية، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، 2005.
39. فريد النجار، التصدير المعاصر والتحالفات الاستراتيجية، الدار الجامعية، الاسكندرية، مصر، 2008.
40. فريد النجار، المشروعات الصغيرة ومتوسطة الحجم (مدخل رواد الاعمال)، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2006.
41. فريد النجار، تسويق الصادرات العربية، اليات تفعيل التسويق الدولي ومناطق التجارة الحرة العربية الكبرى، دار قباء للطباعة والنشر، القاهرة مصر، 2002.
42. فؤاد مصطفى محمود، التصدير والاستيراد علميا وعمليا، ط3، دار النهضة العربية، القاهرة، 1993.
43. القاطي انطوان ا، الخوصصة، التخصيص، مفهوم جديد لفكرة الدولة ودورها في ادارة المرافق العامة، منشورات الحلبي، بيروت، 2000.
44. كريم النشاشيبي واخرون، الجزائر تحقيق الاستقرار والتحول الى اقتصاد السوق، ص.ن.د، 1998.
45. مالكوم شارف ترجمة طارق عبد الباري، امال محي الدين واخرون، ادارة المؤسسات ص وم، تبدل ادوار المؤسسات ص وم في عصر العولمة، المكتبة الاكاديمية، مصر 2006.
46. ماهر حسن المحروق، ايهاب مقابلة، المشروعات الصغيرة والمتوسطة اهميتها ومعوقاتهما، مركز المنشآت الصغيرة والمتوسطة، الاردن، 2006.
47. محمد ابراهيم عبد الرحيم، الاقتصاد الصناعي والتجارة الالكترونية، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، 2008.
48. محمد ابراهيم عبد اللاوي، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في اطارها النظري والتطبيقي، دار الحامد، ط1، عمان، الاردن، 2017.
49. محمد رشدي سلطاني، الادارة الاستراتيجية في المنظمات الصغيرة والمتوسطة، ط1، 2014، عمان.
50. محمد زاهد جلول، التجربة النهضوية التركية، مركز نماء للبحوث والدراسات، ط1، بيروت، 2013.
51. محمد سرور الحريزي، ادارة التسويق الدولي والعالمي والمعاصر، ط1، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
52. محمد عبد المنعم غفر، احمد فريد مصطفى، الاقتصاد الدولي، مؤسسة شباب الجامعة، 1999.
53. محمد محروس اسماعيل، اقتصاديات الصناعة والتصنيع، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، ط2، 1997.
54. محمد هيكمل، مهارات ادارة المشروعات الصغيرة، مجموعة النيل العربية، القاهرة، مصر، 2003.
55. محمود حسين وجدي، نشاط التصدير والانماء الاقتصادي بالبلدان النامية- حالة مصر، دار الجامعات العربية، الاسكندرية، 1973.
56. محمود عبد الرزاق، الاقتصاد الدولي والتجارة الخارجية، الدار الجامعية، ط1، 2011، الاسكندرية.
57. المخطط التوجيهي للهيئة السياحية لأفاق 2025، كتاب رقم 02، وزارة التهيئة والاقليم والبيئة والسياحة، الجزائر.
58. مدحت كاظم القرشي، الاقتصاد الصناعي، دار وائل للنشر، الاردن، ط2، 2005.

قائمة المصادر والمراجع

59. مراعي، المشروعات الصغيرة والتنمية، التجارب الدولية المقارنة والحالة المصرية، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية قليب، 2005.
60. مصطفى رشدي شيحة، الاسواق الدولية، المفاهيم والنظريات والسياسات، الدار الجامعية الجديدة، الاسكندرية، 1999.
61. مصطفى محمود فؤاد، التصدير والاستيراد علميا وعمليا، دار النهضة العربية، القاهرة، ط 3، 1993.
62. مليحة يزيد، اصول وفصول التسويق، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.
63. ميساء حبيب سلمان، المشروعات الصغيرة وأثرها التنموي، مركز الكتاب الأكاديمي، الاردن، ط1، 2015.
64. ميسر ابراهيم واخرون، المشروعات الصغيرة، بحوث محكمة منتقاة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الادارية، القاهرة، 2010.
65. ناصر دادي عدون، اقتصاد المؤسسة، دار المحمدية العامة، الجزائر، 1998.
66. ناصر دادي عدون، عبد الرحمان بابنات، التدقيق الاداري وتأهيل المؤسسات ص وم في الجزائر، دار المحمدية العامة الجزائر، 2008.
67. نبيل جواد، ادارة وتنمية المؤسسات ص وم، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، ط1، 2006، الجزائر.
68. نبيل محمد مرسي، استراتيجيات الادارة العليا، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية.
69. نعيمى فوزي، التجارة الدولية، دروس في قانون الاعمال الدولي، الجزء الاول، ديوان المطبوعات الجامعية، 1999.
70. هاجن افريت، اقتصاديات التنمية، مركز الكتب الاردن، 1988.
71. هالة محمد لبيب عنبه، ادارة المشروعات الصغيرة في الوطن العربي، بدون دار نشر، 2002.
72. هاني حامد الضمور، التسويق الدولي، ط1، مؤسسة وائل للنسخ السريع، 1994.
73. هاييل عبد المولي طشطوش، المشروعات الصغيرة ودورها في التنمية، دار الحامد، عمان، ط1، 2012.
74. الياس بن ساسي، الخيارات الاستراتيجية لنمو المؤسسة، دار وائل، عمان، ط1، 2011.
75. فريد راغب النجار، إدارة المشاريع والاعمال صغيرة الحجم، مؤسسة شباب الجامعة، مصر 1999.
76. احمد محي الدين محمد التلاني، التجربة الاقتصادية الماليزية، التقويم والدروس المستفادة، كلية الدراسات الاقتصادية والعلوم السياسية، جامعة الاسكندرية، 2019.
77. حسين عبد المطلب الاسرج، تفعيل دور المشروعات الاقتصادية المشتركة في تحقيق الامن الغذائي العربي، مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، مكتبة طريق العلم، الامارات، ط1، 2013.
78. محمود علي الشرقاوي، النمو الاقتصادي وتحديات الواقع، مكتبة طريق العلم، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2016.
79. محمد مدحت غرمي، الواردات والصادرات والتعريفية الجمركية مع دراسة للسوق العربية المشتركة، ط1، 2012، الاشعاع الفنية، مصر.
80. بشير مصيطفي، اقتصادنا الفرصة المتبقية، جسور للنشر، ط1، 2016، الجزائر.

ب-المجلات:

1. احسن جميلة، تسيير المؤسسات ص وم في الجزائر، دراسة تطبيقية على عينة من مجموعة من المؤسسات ص وم من بعض ولايات الغرب الجزائري، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، المجلد 2، العدد4، 2018، المركز الجامعي تيسمسيلت.
2. احمد حميدوش، مراكز التسهيل فضاء جديد لبحث الاستثمار ومرافقة المؤسسة مجلة فضاءات المؤسسات ص وم العدد 2، 2003.
3. احمد مطر وعبد المجيد رضوان، سياسة تنمية الصادرات، سلسلة تجارب دولية ناجحة في مجال التصدير، ادارة التحليل والمعلومات التجارية، العدد 1، الامارات العربية المتحدة، 2009.
4. امال بن ناصر، اساليب التعاون الحديثة بين المؤسسات ودورها في تنمية وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، دراسة تجارب بعض الدول الرائدة، مجلة دفاتر اقتصادية، جامعة الجلفة، العدد 16.
5. ايت عيسى عيسى، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر افاق وقبود، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، جامعة الشلف، العدد.
6. ايول طابماز(استاذ الاقتصاد)، المشروعات ص وم في الصناعات التحويلية التركية، مجلة التعاون الاقتصادي بين الدول الاسلامية، انقرة، 2002.
7. برحومة عبد الحميد، شريف مراد، الجودة الشاملة ومواصفات الايزو كأداة لتفعيل تنافسية المؤسسة الاقتصادية، مجلة اباحث اقتصادية وادارية، العدد 03، 2008، جامعة بسكرة.
8. بشوطي حكيم، الدور الاقتصادي والاجتماعي لم ص وم، مجلة اباحث اقتصادية وادارية، العدد 03، 2008، جامعة بسكرة.
9. بن عنتر عبد الرحمان، الدعائم الاساسية للارتقاء بالمؤسسات ص وم ومقومات نجاحها، مجلة العلوم الانسانية، العدد 18، جامعة بسكرة، 2010.
10. بن نوي مصطفى، العناقيد الصناعية ودورها في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات ص وم، مجلة دراسات، العدد 19/2013، جامعة الاغواط.
11. بودي عبد القادر، ساهل سيدي محمد، متطلبات التسويق في الدول النامية مع الاشارة الى المؤسسة الاقتصادية بالجزائر، مجلة العلوم الانسانية، جامعة بسكرة، العدد 9، مارس 2006.
12. بوشمول السعيد، نذير غانية، سعاد جرمون، تدويل المؤسسات ص وم من خلال الية التصدير، دراسة حالة الجزائر، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، جامعة الوادي، المجلد 11، العدد 2، 2018.
13. بوقادير ربيعة، مطاي عبد القادر، تقييم اداء قطاع المؤسسات ص وم في الجزائر 2001-2016، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، المجلد 14، العدد 19، 2018.

14. جاري فاتح، سياسات وبرامج تاهيل المؤسسات ص وم في الجزائر، مجلة دراسات اقتصادية، مركز البصيرة، العدد 2013/21.
15. جمال خنشور، حمزة عوادي، نحو صياغة استراتيجية متكاملة لتنمية صادرات المؤسسات ص وم الجزائرية، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد 7، العدد 2، 2014.
16. حجاب عيسى، بوسدرّة فوزي، بوخرص عبد الحفيظ، دور آلية ضمان القروض في دعم انشاء المؤسسات الص وم في الجزائر، المجلة الدولية لعلوم التسيير، رقم 5، اكتوبر 2019.
17. حربوش ناجي، اولاد راوي عبد الرحمان، سياسات تحرير التجارة الخارجية كمدخل لتنويع صادرات الدول المغاربية، دراسة مقارنة بين الجزائر وتونس، مجلة الباحث الاقتصادي، جامعة سكيكدة، العدد 7، جوان 2017.
18. حساني رقية، موسي سهام، الانتقال من استراتيجية تركيز الصادرات الى استراتيجية تنويع الصادرات لبعض التجارب الناجحة ايران، ماليزيا، اندونيسيا، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 4، العدد 02.
19. حسن رحيم، نظم حاضنات الاعمال كالية لدعم التجديد التكنولوجي للمؤسسات ص وم في الجزائر، مجلة العلوم الاقتصادية، جامعة سطيف، العدد 2/2003.
20. حليمي حكيم، استراتيجيات تنمية القطاعات المنتجة في الجزائر بين الواقع ورهان التنويع الاقتصادي، مجلة دراسات، جامعة الاغواط، العدد 47، اكتوبر 2016.
21. حمزة طيبي، الديبلوماسية الاقتصادية مفتاح الدخول الى مضمار الاقتصاد العالمي، تقييم الحالة الجزائر-فرنسا، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، المجلد 6، العدد 1، جوان 2019.
22. حنان العمراوي، الاقتصاد الجزائري الازمة والمخرج، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، المجلد 5، العدد 1، 2018.
23. درويش عمار، صالح الياس، الادارة الاستراتيجية للتكاليف كأداة لتعزيز تنافسية المؤسسة الاقتصادية لدراسة حالة مصنع النسيج للمواد الثقيلة تلمسان، مجلة رؤى اقتصادية، جامعة الوادي، الجزائر، العدد 8، 2015.
24. دليلة طالب، قياس تأثير الانفتاح التجاري على النمو الاقتصادي في الجزائر خلال الفترة 1980-2012، ملفات ابحاث في الاقتصاد، العدد 4، المغرب، 2015.
25. دمدوم كمال، دور مصوم في تنمية عوامل الانتاج في الاقتصاديات التي تمر بفترة اعادة الهيكلة، دراسات اقتصادية البصيرة، دار الخلدونية الجزائر، العدد 2، 2000.
26. زهرة مصطفى، واقع وافاق الصادرات خ م في الجزائر الفترة من 2010-2021، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، المجلد 5، العدد 2، 2021.
27. زوزي محمد، استراتيجية الصناعات المصنعة والصناعة الجزائرية، مجلة الباحث، ورقة، العدد 2010/08.
28. سالم رشيد، اسماء قاسمية، دور القطاعين الزراعي والسياحي كخيارات استراتيجية بديلة لقطاع المحروقات، حالة الجزائر، مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية، العدد 12، ديسمبر 2015، جامعة البلدة 02.

قائمة المصادر والمراجع

29. سامر قاسم، صفاء هاشم عبود، دراسة تحليلية لتجربة مؤسسات دعم الصادرات التركية وامكانية الاستفادة منها في التجربة السورية، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 33، العدد 4، 2011.
30. سعدان شبايكي، معوقات تنمية وترقية المؤسسات ص وم في الجزائر، مجلة العلوم الانسانية، جامعة بسكرة، العدد 11، ماي 2005.
31. سفيان بن عبد العزيز، دعم وتطوير القطاع الخاص كآلية لترقية التجارة الخارجية الجزائرية خارج المحروقات، مجلة بحوث عربية، العددان 61.62، 2013.
32. سلسلة قضايا التخطيط والتنمية وتفعيل منظومة جودة التصدير في المشروعات ص وم في مصر بالتطبيق على قطاع المنسوجات، معهد التخطيط القومي، رقم 300، ديسمبر 2018، مصر.
33. سهام عبد الكريم، برامج تأهيل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، مجلة دراسات اقتصادية، مركز البصيرة، العدد 2008/11.
34. سهام عبد الكريم، سياسة تأهيل المؤسسات ص وم في الجزائر، مجلة الباحث، العدد 09، 2011، جامعة ورقلة.
35. السياسات الصناعية في ظل العولمة، المعهد العربي للتخطيط بالكويت، مجلة جسر التنمية، العدد 111، مارس 2012.
36. شبوطي حكيم، الدور الاقتصادي والاجتماعي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مجلة ابحاث اقتصادية، العدد 3، 2008.
37. شريف رفاع، يوسف قريشي، منى مسغوني، مؤشرات الاداء المحسدة للأولويات الاستراتيجية في المؤسسات ص وم الجزائرية، مجلة الباحث، ج ورقلة، العدد 15، 2015.
38. شريف غياط، محمد بوقمقوم، التجربة الجزائرية في تطوير وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في التنمية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 24-العدد الاول-2008.
39. شوقي جباري، حمزة العوادي، تدويل المؤسسات ص وم الجزائرية بين فرص النجاح ومخاطر الفشل، مجلة اداء المؤسسات الجزائرية، العدد 4، 2013.
40. صالحى ناجية مخناش فتيحة، واقع استراتيجية النمو المحلية في الجزائر 2001-2014 وافاق النمو الاقتصادي، مجلة رؤى اقتصادية، العدد 2012/3، جامعة الوادي.
41. عامري رضوان، واخرون، التجربة الماليزية في بناء نموذجها الاقتصادي، تحليل نظري وقياسي لنقاط النجاح والفشل، مجلة المؤشر للدراسات الاقتصادية، المجلد 2، العدد 2، ماي 2018.
42. عبد الجليل شليق واخرون، برنامج تأهيل المؤسسات ص وم في الجزائر، مجلة رؤى اقتصادية، العدد 3، 2012.
43. عبد الرحمن تومي، مجلة ابحاث اقتصادية، العدد 2013/21.
44. عبد المجيد قدي، التجربة الجزائرية في دعم القدرات التنافسية، المجلة الجزائرية للعملة والسياسات الاقتصادية، العدد 1-2010، جامعة الجزائر 03.

قائمة المصادر والمراجع

45. عبود زرقين، تعزيز دور الصناعات ص وم في السياسة الصناعية الجزائرية، مجلة بحوث اقتصادية عربية، العدد 42/2008.
46. عبيد بن ناصر، حاضنات الاعمال كآلية لدعم وتنمية المؤسسات ص وم، مجلة العلوم الانسانية، العدد 12-2010، جامعة بسكرة.
47. فوقة فاطمة، مرقوم كلثوم، تقلبات اسعار النفط، أي بدائل متاحة للاقتصاد الجزائري، مجلة الاقتصاد والمالية، العدد رقم 03، 2016، جامعة الشلف.
48. فيفيان بشرى، خير سعد، دور الصادرات الصناعية كمحرك للنمو الاقتصادي في مصر (دراسة قياسية)، مجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، 2017.
49. قدي عبد المجيد، وصاف سعيدي، اليات ضمان الائتمان وتنمية الصادرات-حالة الجزائر-، مجلة العلوم الانسانية، العدد الثاني، 2002، جامعة بسكرة .
50. كريمة حبيب، عادل زقير، اشكالية تنوع الاقتصاد الجزائري وارساء النمو المستدام بين برامج الانعاش والرؤية الجديدة للنمو في افاق 2030، مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، جامعة الوادي، الجزائر، العدد 5، ديسمبر 2018.
51. لحسين عبد القادر، استراتيجية تنمية مستدامة للقطاع السياحي في الجزائر على ضوء ماجاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لافاق 2025 الاليات والبرامج، مجلة اداء المؤسسات الجزائرية، العدد 2، 2012.
52. مجلة دورية لوزارة المؤسسات ص وم والصناعة حول الصناعة الجزائرية.
53. محمد امين لزعر، الدول العربية وتنوع الصادرات، المعهد العربي للتخطيط، العدد 135، 2017.
54. محمد بن حوحو، حكيم بن جرادة، اهمية التسويق الدولي في تحديد البدائل الاستراتيجية لاقتحام الاسواق الدولية، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، جامعة الوادي، العدد 10، الجزء 3، 2017.
55. محمد بوقمقوم حاضنات الاعمال التكنولوجية ودورها في تطوير الابداع والابتكار بالمؤسسات ص وم -حالة الجزائر، مجلة اجنات اقتصادية العدد 6، 2009، جامعة بسكرة.
56. محمد بوقمقوم، شريف غياط، التجربة الجزائرية في تطوير وترقية المؤسسات ص وم ودورها في التنمية، مجلة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 24، العدد الاول 2008.
57. محمد رملي ولخضر عدوكة، الصادرات الغير النفطية والنمو الاقتصادي في الجزائر، دراسة قياسية ومقارنة مع المغرب، مجلة رؤى اقتصادية، جامعة الوادي، العدد 9، ديسمبر 2015.
58. محمد زيدان، الهياكل والاليات الداعمة لتمويل المؤسسات صوم بالجزائر، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، جامعة الشلف، العدد 07.
59. محمد مسعي، سياسة الانعاش الاقتصادي في الجزائر وأثرها على النمو، مجلة الباحث العدد 10/2012، جامعة ورقلة.
60. محمد يحي المرابي، التسويق وأثره على تنمية الصادرات، مجلة الثوابت، صنعاء، العدد 15/1999.

61. مريم عيسى محمد مهني، استراتيجية التصنيع في الدول النامية، دراسة نظرية تحليلية للتجربة الليبية في التصنيع للفترة 1973-2010، الاكاديمية الامريكية العربية للعلوم والتكنولوجيا، المجلد الخامس، العدد 12.2014.
62. مصطفى هاشر، أثر استراتيجية التوزيع الدولي على ترقية الصادرات خارج المحروقات، مجلة الميادين الاقتصادية، المجلد 2، العدد 1، 2019.
63. مفتاح صالح، وبن سمينة دلال، واقع وتحديات الاستثمارات الاجنبية المباشرة في الدول النامية، دراسة حالة الجزائر، مجلة بحوث اقتصادية عربية، العددان، 43.44، 2008.
64. نبيل بوفليح، دراسة تقييمية لسياسة الانعاش الاقتصادي المطبقة في الجزائر في الفترة من 2000-2010، مجلة الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، جامعة الشلف، العدد 9/2013.
65. نبيل كنوش، ومحمد كنوش، الاصلاحات والحوافز المعتمدة في تحقيق التنوع الاقتصادي في الاقتصاد التركي، مجلة المشكاة، العدد رقم 4-2017.
66. نصيرة سعدي، محمد ميلود قاسمي، دور المؤسسات صوم في تحقيق التنمية الاقتصادية، مجلة اقتصاد المال والاعمال، المجلد 3، العدد1، جوان 2018، جامعة الوادي.
67. نورة شرع، احمد لعمى واخرون، دور الدبلوماسية الاقتصادية في قطاع التجارة الخارجية للجزائر، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، 07-01-2020.
68. نوي نبيلة، تقسيم نتائج النموذج التنموي القائم على عوائد النفط في الجزائر والحاجة لنموذج تنموي جديد قائم على التنوع الاقتصادي، مجلة العلوم الاقتصادية، العدد 15-2016، جامعة سطيف.
69. هدى بن محمد، عرض وتحليل البرامج التنموية في الجزائر خلال الفترة 2001-2019، مجلة كلية السياسة والاقتصاد، العدد 5، 2020.
70. وصاف سعدي، تنمية الصادرات والنمو الاقتصادي في الجزائر، الواقع والتحديات، مجلة الباحث، العدد 01-2002، جامعة ورقلة.
71. وثام بغياني، تحفيز التصدير للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مجلة بحوث جامعة الجزائر 1، العدد13، الجزء الاول، جوان 2019.
72. ياسر عبد الرحمان، براشن عماد الدين، قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، الواقع والتحديات، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، العدد الثالث، جوان 2018.
73. منى مسغوني، نحو اداء تنافسي متميز للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، مجلة الباحث، كلية العلوم الاقتصادية، مخبر اداء المؤسسات والاقتصاديات في ظل العولمة، جامعة ورقلة، العدد 10-2012،
74. قشرو فتيحة، أثر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على الصادرات خارج المحروقات في الجزائر، دراسة قياسية للفترة من 2000-2014، مجلة الحقوق والعلوم الانسانية دراسات اقتصادية، جامعة الخلفة،

قائمة المصادر والمراجع

75. لقرع فايزة، طيبة عبد العزيز، دور المؤسسات صوم في تنويع الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، المجلد 15، العدد 20، 2019.
76. عقون شراف، قرين ربيع، استراتيجية ترقية الصادرات الجزائرية بين اتجاهات التفاؤل وعوامل الحذر، مجلة البحوث بيلاف للبحوث والدراسات، العدد 5، 2017، المركز الجامعي ميلة،
77. براق محمد وعبيدة محمد، دفع الصادرات الجزائرية خ.م باستخدام مقارنة التسويق الدولي، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، جامعة الشلف، العدد الرابع، جوان 2006.
78. خنشول دنيا، واقع التنمية المستدامة في الجزائر، دراسة تحليلية خلال الفترة 1992-2015، مجلة البحوث الاقتصادية، المجلد 5، العدد 1، جوان 2018.
79. سالمى رشيد واخرون، دور القطاعين الزراعي والسياحي كخيارات استراتيجية بديلة لقطاع المحروقات، حالة الجزائر، مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية، جامعة البليدة 2، العدد 12، 2015.
80. علي عزالدين، محمد حشماوي، صادرات المؤسسات صوم الصناعية بين الواقع والافاق، مجلة ادارة الاعمال والدراسات الاقتصادية، المجلد 6، عدد 1، 2020.
81. خلق فرص تصدير لتحقيق تكامل اقليمي أكبر بين الدول العربية، مركز التجارة الدولية، لديبومة أثر التجارة، جنيف، 2018.
82. يونس بوعصيدة رضا، تقييم سياسات التنمية المستدامة في الجزائر باستعمال مؤشرات احصائية، مجلة الباحث الاقتصادي، المجلد 6- العدد 1 جوان 2018، جامعة سكيكدة.
83. ايت بن اعمر الهام، تجمعات التصدير الية لترقية صوم، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، العدد 32، 2015، جامعة الجزائر.
84. غراب رزيقة، مساهمة الصناعات الزراعية الغذائية في تحقيق الامن الغذائي المستدام في الجزائر، مجلة الاقتصاد الصناعي، العدد 09 ديسمبر 2015، جامعة.
85. الحبيترى نبيلة، براينيس عبد القادر، دور مؤسسات الصناعات الغذائية في ترقية التجارة الخارجية للجزائر، مجلة دفاتر برادكس، العدد 06، سبتمبر 2016.
86. سواكري مباركة، الاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الجزائرية بين منطقي المقاولانية والابتكار - حالة مؤسسات الصناعة الغذائية، مجلة الباحث الاقتصادي، العدد الثاني 2015.
87. يدو محمد، بضيف صالح، الصناعة في الجزائر بين الواقع والامل وأثرها على الميزان التجاري خارج قطاع المحروقات، المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية، العدد 02-سبتمبر 2014.
88. حمزة العوادي وجمال خنشور، اشكالية ترقية الصادرات الصناعية الجزائرية خارج المحروقات خلال الفترة 2010-2015، مجلة البحوث الاقتصادية وادارية، جامعة بسكرة، العدد 19، جوان 2016.

89. زين العابدين بن عبد الله بري، التنوع المحقق في الاقتصاد السعودي، دورية الادارة العامة، الرياض، المجلد الثاني، العدد الثاني، فيفري 2002.
90. حمزة العوادي، سياسة تنمية الصادرات الصناعية الجزائرية خ م ومتطلبات نجاحها، دراسة تحليلية 2009-2013، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، جامعة غرداية، المجلد 9، العدد 1، جوان 2016.
91. عبد النعيم دفور، الياس شاهد، الاقتصاد الجزائري وضرورة التنوع الاقتصادي في ظل تقلبات اسعار النفط، مجلة اداء المؤسسات الجزائرية، العدد 12_2017.
92. بنازة هناع، تنوع اقتصاد الجزائر خارج قطاع المحروقات كطريق التنمية المستدامة، المجلة الدولية للدراسات الاقتصادية، المركز العربي الديمقراطي، المجلد 2، العدد 7، 2019.
93. محمد يعقوبي، تدويل المؤسسات الاقتصادية في الجزائر بين تحديات اختراق الاسواق العالمية ورهانات تنوع الصادرات، مجلة الجزائرية للاقتصاد والتسيير، المجلد رقم 14، العدد 2، 2020.
94. عبد العزيز عبدوس، تقييم تنافسية الصناعة التحويلية في الجزائر لدراسة مقارنة مع بعض دول المغرب العربي الكبير، مجلة الباحث، العدد 13-2013، جامعة ورقلة.
95. اولاد زاوي عبد الرحمان، حربوش ناجي، سياسات تحرير التجارة الخارجية كمدخل لتنوع صادرات الدول المغاربية، دراسة مقارنة بين الجزائر وتونس، مجلة الباحث الاقتصادي، جامعة سكيكدة، العدد 7، جوان 2017.
96. صالح سلمي، واقع الصادرات خ م والمؤسسات الداعمة لها في الجزائر خلال الفترة 2010-2020، المجلة الدولية للاداء الاقتصادي، المجلد 4، العدد 1، 2021.
97. علي عزالدين، محمد حشماوي، صادرات المؤسسات ص وم الصناعية بين الواقع والافاق، مجلة ادارة الاعمال والدراسات الاقتصادية، مجلد 06، عدد 01، 2020.
98. هدى معيوف، شامية بن عباس، التصدير كاستراتيجية جزائرية جديدة للتوجه نحو الاسواق الافريقية من اجل الخروج من الازمة الاقتصادية الراهنة، مجلة الدراسات الاقتصادية، جامعة الوادي، العدد 10، الجزء 2، 2017.
99. محمد الطاهر عديلة، التعاون الاقتصادي والتجاري بين الجزائر ودول افريقيا في مجال المحروقات، الفرص والتحديات، مجلة الناقد للدراسات السياسية، المجلد 3، العدد 2، اكتوبر 2019، جامعة بسكرة.
100. بوعزيز ناصر، سياسة التجديد الفلاحي والريفي وانعكاسها على القطاع الفلاحي في ولاية قلمة، مجلة العلوم الانسانية، العدد 43، جامعة قلمة، 2016.
101. شتوح نورالدين، القطاعات الرائدة خارج قطاع المحروقات في الجزائر نموذج المدخلات-المخرجات، 2001-2011، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، المجلد 4، العدد 2، ديسمبر 2017.
102. وليد حفاف، مستقبل منطقة التجارة الحرة القارية الافريقية، المزايا والتحديات، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد 13، العدد 3، 2020.

103. اهمية انتاج التمور في ترقية الصادرات والرفع من النمو الاقتصادي في الجزائر، دراسة قياسية للفترة (1990-2016)، العدد 3، مجلة الافاق للدراسات الاقتصادية.

104. بن زعرور شكري، تجربة الجزائر في تنمية قطاع الصناعة التقليدية، مقال في إطار برنامج تطوير نشاطات الصناعة التقليدية BIT.

ج - الرسائل الأكاديمية:

1. براهيم بقله، اليات تنوع وتنمية الصادرات م وأثرها على النمو الاقتصادي، دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الشلف، 2008-2009،

2. بوكزاطة سليم، المنظمة العالمية للتجارة والامكانيات المتاحة لتنمية صادرات الجزائر، مذكرة ماجستير غير منشورة، الجزائر، 2002/2001.

3. بومعزة حليلة، تقييم الاداء التصديري للمؤسسات الاقتصادية في ظل الانفتاح التجاري-دراسة بعض المؤسسات الاقتصادية الجزائرية المصدرة خ قطاع المحروقات، اطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة سطيف، 2017-2018.

4. جمعي عماري، استراتيجية التصدير في المؤسسات ص وم الجزائرية، اطروحة دكتوراه علوم غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة باتنة، 2010-2011.

5. حمزة العوادي، الجودة الشاملة كمحدد اساسي لترقية صادرات المؤسسات الصناعية الجزائرية خارج المحروقات-دراسة استشرافية اطروحة دكتوراه غير منشورة، 2017-2018، جامعة بسكرة.

6. سعاد قوفي، التجمعات العنقودية كعامل تنافسي في قطاعات المؤسسات ص وم، دراسة لبعض تجارب البلدان النامية، اطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة بسكرة، 2016-2017.

7. سعدي وصاف، استراتيجية الصادرات الغير النفطية على النمو الاقتصادي في الدول النامية، اطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2004.

8. شري محمد الامين، اهمية ودور تمويل وتامين قروض التصدير في ترقية الصادرات غير النفطية، دراسة حالة صندوق FSPE خلال الفترة من 1998-2009، مذكرة دكتوراه، جامعة بسكرة، 2010-2011.

9. شريفي محمد، الجزائر ورهانات الانضمام الى المنظمة العالمية للتجارة-الاثار والاستراتيجية-، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية غير منشورة، جامعة الجزائر، 2004.

10. لخلف عثمان، واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وسبل دعمها وتنميتها، دراسة حالة الجزائر، اطروحة الدكتوراه، جامعة الجزائر، 2004-2005.

11. لزه العابد، اشكالية تحسين القدرات التنافسية للمؤسسات ص وم في الجزائر، اطروحة الدكتوراه، جامعة قسنطينة، 2012-2013.

قائمة المصادر والمراجع

12. عبد الوهاب عبدات، واقع الصناعات الغذائية وفاق تطورها في الجزائر خلال الفترة (1997-2007)، اطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 03، 2010-2011
13. سليمان دحو، التسويق الدولي للمنتوج الزراعي كاداة لتنمية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات، دراسة واقع تسويق التمور في الجزائر، اطروحة دكتوراه، جامعة بسكرة، 2015-2016.
14. بوهديل سليم، اثار برامج التمويل الاوربية على اعادة تاهيل القطاع الصناعي الجزائري، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة بسكرة، 2004، 2005.
15. برجى شهزاد، محفزات تدويل المؤسسات صوم دراسة حالة 30 مؤسسة لولاية مستغانم، اطروحة دكتوراه تخصص مالية دولية، جامعة تلمسان، 2015-2016.
16. سمير عز الدين، دور القطاع الفلاحي في ترقية الصادرات خ م في الجزائر، اطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 3، 2017-2018، ..

د-ملتقيات وندوات:

1-ملتقى:

1. اجاث الملتقى الدولي حول تقييم اثار برامج الاستثمارات العامة وانعكاساتها على التشغيل والاستثمار والنمو الاقتصادي خلال الفترة 2001-2014، ج3، مارس 2013، منشورات مخبر الشراكة والاستثمار في المؤسسات ص وم في الفضاء المغاربي، جامعة سطيف.
2. احمد سيد مصطفى، استراتيجية تصديرية عربية، كيف؟ ملتقى التسويق في الوطن العربي، الشارقة، اكتوبر 2002.
3. احمد عمان، حتمية تنويع الاقتصاد الجزائري في ظل تماوي اسعار النفط في الاسواق العالمية، الملتقى العلمي حول بدائل النمو والتنويع الاقتصادي في الدول المغاربية بين الخيارات والبدائل المتاحة، جامعة الوادي، يومي 2، 3-11-2016.
4. احمد نصير، زين يونس، اهمية الصادرات الصناعية في تنمية الاقتصاد الجزائري وفق نموذج الاوز الطائر لدول جنوب شرق اسيا، ملتقى وطني حول المؤسسات الاقتصادية الجزائرية واستراتيجيات تنويع الاقتصادي، افريل 2017، جامعة قلمة.
5. ارزيل الكاهنة، قراءة في النصوص القانونية المنظمة للمؤسسات ص وم، الملتقى الوطني حول المؤسسات ص وم في ظل مستجدات القانون الجزائري، يوم 28 نوفمبر 2019، جامعة مولود معمري، تيزي وزو.
6. امال حفناوي، حكيمة بوغديري، دور سياسة التجديد الفلاحي والريفي في تحقيق امن غذائي مستدام، الملتقى الوطني حول السياسات الاقتصادية في الجزائر، الواقع والتحديات، يومي 12 و13 نوفمبر 2013، جامعة سوق اهراس.
7. آمال خدادمية، نفيسة بوقفة، سياسة التوطين الصناعي في الجزائر بين النظرية والتطبيق، الملتقى الوطني حول تأهيل المناطق الصناعية في الجزائر كمدخل لتعزيز تنافسية المؤسسات ص وم وترقية الصادرات خارج المحروقات، الواقع والافاق والتجارب الناجحة، يومي 19 و20 اكتوبر 2015، جامعة قلمة.

قائمة المصادر والمراجع

8. ايمان خلفلاوي، امال بن ناصر، الاستثمار السياحي كاستراتيجية تنموية بديلة لجزائر ما بعد المحروقات، واقع وافاق، ملتقى دولي حول تقييم استراتيجيات وسياسات الجزائر الاقتصادية لاستقطاب الاستثمارات البديلة للمحروقات في افاق اللفية الثالثة بالجزائر، يومي 28.29 اكتوبر 2014، جامعة المسيلة.
9. بابا عبد القادر، مقومات تأهيل المؤسسات الصغيرة وم وعوقاتها في الجزائر، الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات ص وم في الدول العربية، يومي 17 و18 افريل 2006، جامعة الشلف.
10. بربيش السعيد، بلغسة عبد اللطيف، اشكالية تمويل البنوك للمؤسسات ص وم في الجزائر بين معوقات المعمول ومتطلبات المأمول، الملتقى الدولي، حول متطلبات تأهيل المؤسسات ص وم في الدول العربية، جامعة الشلف، يومي 17-18 افريل 2006.
11. بعلي حمزة، بنية محمد، تحديات السياسات الصناعية للقطاع المؤسسات ص وم في الجزائر، الملتقى الوطني حول تأهيل المناطق الصناعية في الجزائر، كمدخل لتعزيز تنافسية المؤسسات ص وم وترقية الصادرات خارج المحروقات الواقع والافاق، التجارب الناجحة، اكتوبر 2015، جامعة قلمة.
12. بلحارث ليندة، الاجراءات المتبعة من طرف السلطات العمومية لأجل ترقية الصادرات خارج م، الملتقى الوطني حول ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر، 11 و12 مارس 2014، جامعة تيزي وزو.
13. بوزيان عثمان، قطاع المؤسسات ص وم في الجزائر، الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات ص وم في الدول العربية، جامعة الشلف، يومي 17 و18 افريل 2006.
14. بوشنقىر ايمان، دور الصناعة والمناطق الصناعية في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة، الملتقى الوطني حول تأهيل المناطق الصناعية في الجزائر كمدخل لتعزيز تنافسية مصوم وترقية الصادرات خارج المحروقات، الواقع والافاق، اكتوبر 2015، جامعة قلمة.
15. بوقرة رابح، تفعيل دور المؤسسات ص وم كخيار استراتيجي لتحقيق تنمية محلية مستدامة، مداخلة الملتقى الدولي حول تقييم استراتيجيات وسياسات الجزائر لاستقطاب الاستثمارات البديلة، اكتوبر 2014، جامعة المسيلة، 2014.
16. جدي عبد الحليم، شرياق رفيق، استراتيجية ترقية الصادرات الجزائرية اعتمادا على تنمية القطاع الفلاحي، الملتقى الوطني حول المؤسسات الاقتصادية الجزائرية واستراتيجيات التنوع الاقتصادي في ظل انخيار اسعار البترول، 25.26 افريل 2017، جامعة قلمة.
17. جمال بلخياط، متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة، الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل م ص وم في الدول العربية، 17 و18 افريل 2006، الشلف.
18. جميلة الجوزي، ناجية صالحى، الاجراءات المتبعة لتفعيل دور المؤسسات ص وم وواقعها في الجزائر، الملتقى الوطني حول واقع وآفاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، الوادي، يومي 05 و06 ماي 2013.
19. حبيبة مداس، واقع المؤسسات ص وم في الجزائر ومكانتها الاقتصادية مع الاشارة لولاية الوادي، الملتقى الوطني حول واقع وافاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الص وم في الجزائر، ماي 2013، جامعة الوادي.

قائمة المصادر والمراجع

20. حسين نواره، استراتيجية التصدير واجراءات تنميته في الجزائر، الملتقى الوطني حول ترقية الصادرات خ.م في الجزائر، مارس 2014، جامعة تيزي وزو.
21. حولية يحيى، بن يمينة كمال، دور ومكانة المؤسسات صوم في الاقتصاد الجزائري وافاق تطورها، الملتقى الدولي حول تقييم اثار برامج الاستثمارات العامة وانعكاساتها على التشغيل والاستثمار والنمو الاقتصادي خلال الفترة من 2001-2014، جامعة سطيف، 2013.
22. خليف عيسي، كمال منصور، مقومات التميز في اداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة الشلف، افريل 2006.
23. دبكة الشريف، جاذبية قطاع مصوم للاستثمارات الاجنبية المباشرة خ.م، مداخلة في الملتقى الدولي حول تقييم استراتيجيات وسياسات الجزائر الاقتصادية لاستقطاب الاستثمارات البديلة للمحروقات، جامعة المسيلة، اكتوبر 2014.
24. رابع بوقرة، تفعيل دور المؤسسات ص وم كخيار استراتيجي لتحقيق تنمية محلية مستدامة، الملتقى الدولي حول تقييم الاستثمارات وسياسات الجزائر لاستقطاب الاستثمارات البديلة للمحروقات في افاق الالفية الثالثة، اكتوبر 2014، جامعة المسيلة.
25. سامية جدو، تشخيص واقع منظومة المؤسسات صوم في الجزائر خلال الفترة من 2001-2011، مداخلة ملتقى حول تقييم اثار برامج الاستثمارات العامة وانعكاساتها على التشغيل، جامعة سطيف 2013.
26. سحنون سمير بونوة شعيب المؤسسات ص وم ومشاكل تمويلها في الجزائر مداخلة في الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات ص وم في الدول العربية، الشلف 2006.
27. سليمان ناصر، قطاع المؤسسات ص وم كبديل تنموي للاقتصاد الجزائري خارج قطاع المحروقات، المعوقات والحلول، مداخلة ملتقى حول تقييم استراتيجيات وسياسات الجزائر لاستقطاب الاستثمارات خارج المحروقات اكتوبر، 2014، جامعة المسيلة.
28. شريف بوقصبة، علي بوعبد الله، دور برامج التنمية الجزائرية 2001-2014 في تطوير المؤسسات ص وم خارج المحروقات، الملتقى الدولي حول تقييم استراتيجيات وسياسات الجزائر ومقومات لاستقطاب الاستثمارات البديلة للمحروقات في افاق الالفية الثالثة، جامعة المسيلة، اكتوبر 2014.
29. طبائية سليمة، شلي دنيا، دور البرنامج الوطني لتأهيل المؤسسات الصناعية في تطوير المناطق الصناعية بالجزائر، الملتقى الوطني حول تأهيل المناطق الصناعية في الجزائر كمدخل لتعزيز تنافسية المؤسسات صوم وترقية الصادرات خ.م، الواقع والافاق والتجارب الناجحة، اكتوبر 2015، جامعة قلمة.
30. طبائية سليمة، عناني ساسية، ملتقى تقييم اثار برامج الاستثمارات العامة وانعكاساتها على التشغيل والاستثمار والنمو الاقتصادي خلال الفترة من 2001-2014، جامعة سطيف، 2013.
31. طراد خوجة هشام، سولم صلاح الدين، تعظيم دور المؤسسات ص وم من خلال التكامل مع المشاريع الكبيرة باتباع استراتيجية العناقيد الصناعية، قراءة في تجربة اليابان وكوريا الجنوبية، ملتقى دور العناقيد الصناعية في، جامعة عنابة.

قائمة المصادر والمراجع

32. عبد الله بلوناس، مشكلات المؤسسات ص وم واساليب تطويرها ودعم قدرتها التنافسية، ملتقى دولي، تمويل المؤسسات ص وم وتطوير دورها في الاقتصاديات المغاربية، ماي 2003، المعهد الاسلامي.
33. عبد الله بلوناس، المؤسسات ص وم والقدرة على المنافسة في ظل اقتصاديات السوق بالإسقاط على الدول العربية، ملتقى حول متطلبات تاهيل المؤسسات ص وم، جامعة الشلف، 2006.
34. عدمان مريزق، بوصافي كمال، اهمية القطاع الخاص في ترقية القطاع الصناعي في الجزائر، اشارة الى مجمع سيفيتال، ملتقى وطني حول الاستراتيجية الصناعية الجديدة في الجزائر يومي 23 و 24 افريل 2012، جامعة مستغانم.
35. عرب رتيبة، اهمية تاهيل وتثمين الموارد المتاحة في تفعيل الاستراتيجيات الصناعية ودفع عجلة التنمية الاقتصادية في الجزائر، حقائق وافاق، ملتقى وطني تحت عنوان 'الاستراتيجية الصناعية الجديدة في الجزائر، استمرارية ام قطيعة، 2012.
36. علاوي عبد الفتاح، موسى بن منصور، ترقية الصادرات خ.م في ظل الاصلاحات الاقتصادية 2001-2014، ملتقى دولي حول تقييم استراتيجيات وسياسات الجزائر لاستقطاب الاستثمارات البديلة للمحروقات في افاق الالفية الثالثة، جامعة مسيلة، 2014.
37. عماري جمعي، قندوز طارق، التسويق الصناعي كمدخل استراتيجي وتنافسي لترقية الصادرات الصناعية الجزائرية مع التطبيق على المؤسسات ص وم، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خ م في الدول العربية، 2014، جامعة تيزي وزو.
38. عمر شريف وكوثر سعاد، دور العناقيد الصناعية في زيادة كفاءة اداء المؤسسات ص وم، الملتقى الوطني حول تاهيل المناطق الصناعية في الجزائر كمدخل لتعزيز تنافسية المؤسسات ص وم وترقية الصادرات خارج.م، الواقع والافاق والتجارب الناجحة، 19 و 20 اكتوبر 2015، جامعة قلمة.
39. عيدوني العياشي، لطرش فيروز، دور المؤسسات ص وم في تنوع الاقتصاد الجزائري، مداخلة الملتقى الدولي حول تقييم استراتيجيات وسياسات الجزائر لاستقطاب الاستثمارات البديلة للمحروقات في افاق الالفية الثالثة، جامعة المسيلة، اكتوبر 2014.
40. عيساوي محمد، دوافع تنظيم وتطوير الجزائر لصادراتها خ.م، الملتقى الوطني حول ترقية الصادرات خ.م في الجزائر، يومي 11 و 12 مارس 2014، جامعة البويرة.
41. غول فرحات، حتمية اكتساب وتطوير المزايا التنافسية والاستراتيجيات التنافسية في المؤسسات الصناعية في ظل تحديات البيئة الدولية المعاصرة، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية. 2010، جامعة الشلف.
42. قفال منير، الهيئات المرافقة لدعم الصادرات خارج.م في الجزائر، الملتقى الوطني حول ترقية الصادرات خ.م في الجزائر، 11 و 12 مارس 2014، جامعة البويرة.
43. لعلاوي عمر، تشخيص التصدير بالمؤسسة وتحليل البيئة الخارجية ودورها في تحديد استراتيجية غزو الاسواق، الملتقى العربي في التسويق الدولي، المنظمة العربية، تونس، 2007.

44. الماحي ثريا، استراتيجية المنافسة والابداع في مؤسسات الصناعات الغذائية في الجزائر بين الواقع والمأمول، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع م. في الدول العربية، جامعة الشلف، 2010.
45. محمد بن دليم القحطاني، مدى مساهمة نظام تقييم جاهزية التصدير للدخول الى الاسواق العالمية، الملتقى العربي الثاني حول التسويق في الوطن العربي، الفرص والتحديات، قطر، 2003.
46. محمد راتول، بعض التجارب الدولية في دعم وتنمية المؤسسات ص وم، الدروس المستفادة، الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات ص وم في الدول العربية يومي 17 و 18 افريل 2006، جامعة الشلف.
47. محمد زيدان، اساليب تمويل المؤسسات ص وم في مجال الصناعات التقليدية والحرفية، الملتقى الوطني الاول حول المؤسسات ص وم ودورها في التنمية، جامعة الاغواط، 8 و 9 افريل 2002.
48. محمد طالي، بن داودية وهيبية، بعض التجارب الدولية في دعم وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الدروس المستفادة، مداخلة ضمن الملتقى حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، الشلف، الجزائر، افريل 2006.
49. محمد يعقوبي، مكانة وواقع مصوم في السوق العربية، بحث مقدم في ملتقى حول متطلبات تأهيل المؤسسات ص وم، ج الشلف، 2006.
50. مسدوي دليلة، المكانة الاقتصادية والاجتماعية للمؤسسات ص وم، مداخلة في الملتقى الوطني حول المؤسسات ص وم في تحقيق التنمية بالجزائر خلال الفترة من 2010-2011، جامعة بومرداس.
51. الملتقى الوطني حول الاستراتيجية الصناعية الجديدة في الجزائر يومي 23.24 افريل 2012، جامعة مستغانم.
52. من كتاب التسويق الدولي، الملتقى العربي الخامس، المنظمة العربية للتنمية الادارية، تونس، 2007.
53. نورالدين شارف، نصر الدين بوعمامة، ترقية القطاع السياحي كبديل لاستغلال الثروة النفطية الناضبة من اجل تحقيق تنمية مستدامة في الجزائر الملتقى الدولي حول التنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة، ايام 07 و 08 افريل 2008، جامعة سطيف.
54. نوري منير، المؤسسات الصناعية كأداة لتحقيق التنمية الصناعية في الوطن العربي، ملتقى دولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات ص وم، جامعة الشلف، 2006.
55. نوري منير ولجلط ابراهيم، المؤسسات الاقتصادية الجزائرية واشكالية التصدير خ.م، مداخلة مقدمة في الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خ.م في الدول العربية، جامعة الشلف، نوفمبر 2010.
56. وصاف سعدي، التجارة الالكترونية كأداة لتنشيط الصادرات، الملتقى الوطني الاول حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وتحديات المناخ الاقتصادي الجديد، 22 و 23 افريل 2003.
57. وصاف سعدي، نحو استراتيجية تسويقية فعالة في قطاع التصدير، الملتقى الوطني حول الاصلاحات الاقتصادية في الجزائر والممارسة التسويقية، افريل 2004، المركز الجامعي بشار.

58. قروود علي، الصادرات خارج المحروقات وأثرها على النمو الاقتصادي في الجزائر (دراسة قياسية للفترة من 1990-2015)، الملتقى الدولي حول بدائل النمو والتنوع الاقتصادي في الدول المغاربية بين الخيارات والبدايل المتاحة، جامعة البويرة، 2016.
59. خامت سعدية، خيثر الهواري، تصدير المنتجات الزراعية الجزائرية كشكل من اشكال التسويق الزراعي الدولي، الواقع والافاق، كتاب ملتقى علمي حول قطاع الفلاحة في الجزائر، الواقع والافاق المنعقد يوم 11 مارس 2021 بجامعة البويرة، ماي 2021،
60. جدي عبد الحليم، ترباح رفيق، استراتيجية ترقية الصادرات الجزائرية اعتمادا على تنمية القطاع الفلاحي، الملتقى الوطني حول المؤسسات الاقتصادية الجزائرية واستراتيجيات التنوع الاقتصادي في ظل انخيار اسعار البترول، جامعة قلمة، يومي 25.26 افريل 2017.
61. حرنان نجوى، بوشارب خالد، مساهمة القطاع الخاص في ترقية التجارة الخارجية الجزائرية خارج قطاع المحروقات، الملتقى الدولي حول تقييم استراتيجيات وسياسات الجزائر الاقتصادية لاستقطاب الاستثمارات البديلة للمحروقات في افاق الالفية الثالثة بالجزائر يومي 28-29 اكتوبر 2014، جامعة المسيلة،
62. غالم عبد الله، سبع حنان، واقع المؤسسات صوم في الجزائر ودورها في تنمية الاقتصاد الوطني، الملتقى الوطني حول واقع وفاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات صوم في الجزائر يومي 5-6 ماي 2013، جامعة الوادي.
63. ربيعة بركات، سعيدة درباخ، مساهمة م صوم في تحقيق التنمية الاقتصادية، حالة الجزائر، ورقة بحثية من الملتقى الوطني الاول حول دور المؤسسات صوم في تحقيق التنمية بالجزائر 2010-2011، يومي 18 و 19 ماي 2011، جامعة بومرداس.
64. محمد بن دليم القحطاني، مدى مساهمة نظام تقييم جاهزية التصدير للدخول الى الاسواق العالمية، الملتقى العربي الثاني حول التسويق في الوطن العربي، الفرص والتحديات، المنظمة العربية للتنمية الادارية، جامعة الدول العربية، عام 2003.
- 2 - ندوات:**
1. حميد حميدي، خصوصية المؤسسات العمومية في القانون الجزائري، ندوة بعنوان الاصلاحات الاقتصادية وسياسة الخصوصية في البلدان العربية، الجزائر، 2001.
2. صالح يوسف درديرة، دور اتحاد عام غرف التجارة والصناعة في تنمية المشروعات صوم، ورقة بحثية مقدمة لندوة المشروعات صوم، طرابلس، ليبيا، 2005/07/25.
3. برياش توفيق، كشاط انيس، المؤسسات صوم في الجزائر بين الواقع والمأمول، المؤتمر الدولي حول تقييم اثار برامج الاستثمارات العامة والنمو الاقتصادي خلال الفترة من 2001-2014، مارس 2013، جامعة سطيف.
4. بوخواوة اسماعيل وعطوي عبد القادر، التجربة التنموية في الجزائر واستراتيجية تنمية المؤسسات صوم، الدورة الدولية حول تمويل المشروعات صوم وتطوير دورها في الاقتصاديات المغاربية، جامعة سطيف، 25-28 ماي 2003.

قائمة المصادر والمراجع

5. بوهزة محمد، بوحروود فتيحة، أثر برامج الاستثمارات العامة على تطور المؤسسات صوم الجزائرية وتفعيل دورها في الاقتصاد الوطني خلال الفترة من 2001-2014، المؤتمر الدولي حول تقييم اثار برامج الاستثمارات العامة وانعكاساتها على التشغيل والاستثمار والنمو الاقتصادي خلال الفترة من 2001-2014، جامعة سطيف، مارس 2013.
6. حسين عبد المطلب الاسرج، سياسات تعزيز القدرة التنافسية لصادرات المشروعات الصغيرة والمتوسطة المصرية، وزارة الصناعة والتجارة، مارس 2013.
7. رشيد موساوي، نتائج البرنامج الوطني للتأهيل، الوكالة الوطنية لتطوير المؤسسات ص وم، وزارة المؤسسات ص وم، الجزائر، ماي 2010.
8. سمير زهير الصوص، السياسات والتحليل والاحصاء، بعض التجارب الدولية الناجحة في مجال تنمية وتطوير المشاريع ص وم ونماذج يمكن الاحتذاء بها في فلسطين، مكتب محافظة قلقيلية 2010، وزارة الاقتصاد، فلسطين.
9. صبري حسن نوفل، ا حلام زاوية، الاستراتيجيات والسياسات الاقتصادية لجذب الاستثمارات الاجنبية خارج قطاع النفط، التجربة المصرية كنموذج للجزائر.
10. عثمان حسن عثمان، مفهوم المؤسسات ص وم ودورها في التنمية الاقتصادية، الدورة التدريبية الدولية حول تمويل المشروعات ص وم وتطوير دورها في الاقتصاديات المغاربية، جامعة سطيف، ماي 2003.
11. عمر محمود ابو عيدة، الدخول الى الاسواق الخارجية، العقبات والموانع، دراسة ميدانية من وجهة نظر المصدرين، جامعة القدس، ورقة بحثية للمؤتمر الاقتصادي لجامعة القدس، يومي 16 و 17-10-2012، فلسطين.
12. ناجي بن حسين، مزايا الاستثمار في المشروعات ص وافاق تطويرها في الجزائر، الدورة التدريبية الدولية حول تمويل المشروعات ص وم وتطوير دورها في الاقتصاديات المغاربية، جامعة سطيف، ماي 2003.

*التقارير والمراسيم:

1. البرنامج التكميلي لدعم النمو، افريل 2005.
2. تقرير المجلس الاقتصادي والاجتماعي (CNES)، 1997، الجزائر.
3. تقرير المجلس الاقتصادي والاجتماعي، 2003.
4. التقرير الوطني حول التنمية البشرية لسنة 2000.
5. جاسم حسين، تقارير، التنوع الاقتصادي لدول مجلس التعاون الخليجي، مركز الجزيرة للدراسات، 14 اوت 2014.
6. منطقة التجارة الحرة القارية الافريقية، الحوافر غير الجمركية، دليل نظام المستخدمين العموميين، افريقي موحد لانشاء سوق، سبتمبر 2019،
7. جاسم مناعي، تقرير صادر عن الشركة الوطنية للتأمين وضمان الصادرات، دليل التصدير بكل امان، 2005، الجزائر،
8. دليل المصدرين الجزائريين 2007، الجاكس.
9. احصاءات التجارة الخارجية للجزائر لسنة 2020، المديرية العامة للجمارك، وزارة المالية، جانفي 2021،
10. نشرية المعلومات الاحصائية للمؤسسات ص وم، وزارة الصناعة وترقية الاستثمار، المديرية العامة، الدراسات الاقتصادية والاحصائية، العدد 22، 2012،

قائمة المصادر والمراجع

11. نشرية المعلومات الإحصائية للمؤسسات ص وم، اعداد مختلفة.
12. الديوان الوطني للإحصائيات على الموقع www.ONS.dz
13. الجريدة الرسمية، العدد 44، 2020.
14. صندوق النقد الدولي، 1993، آفاق الاقتصاد العالمي، دراسة اعددها خبراء صندوق النقد الدولي.
15. جيهان عبد السلام عباس، منطقة التجارة الحرة القارية ومستقبل التكامل الاقليمي في افريقيا، متابعات افريقية، مركز فيصل للبحوث والدراسات الاسلامية، الرياض، العدد 13، ماي 2021،
16. مؤتمر الامم المتحدة للتجارة والتنمية، الاونكتاد، تقرير اقل البلدان نموا 2018، مقالات حول ريادة الاعمال لاحداث التحول الهيكلي بعيدا عن واقع سير الاعمال كالمعتاد.
17. مؤهلات سلاسل القيمة الاقليمية في شمال افريقيا، التشخيص القطاعي، الامم المتحدة، اللجنة الاقتصادية لافريقيا، ط1، ديسمبر 2018،
18. اللجنة الاقتصادية لغربي اسيا، 2004، البرامج المالية للمنشآت ص وم في بلدان الاعضاء في الاسكوا، الامم المتحدة، نيويورك.
19. ادارة الشرق الاوسط واسيا الوسطى، الاستفادة من التجارة في تعزيز النمو في منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقيا، افغانستان وباكستان ومنطقة القوقاز واسيا الوسطى، تقرير افاق الاقتصاد الاقليمي، اكتوبر 2017.
20. هبة عبد المنعم وآخرون، النهوض بالمشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، صندوق النقد العربي، 2019، الامارات.
21. هيئة تنمية الصادرات EDA، خطة عمل لتنمية الصادرات المصرية للدول الافريقية، وزارة التجارة والصناعة.
22. وزارة الاقتصاد والتجارة الخارجية المصرية، استراتيجية تنمية الصادرات المصرية، 2001، مصر .
23. وزارة التجارة، مسار انضمام الجزائر الى منظمة التجارة العالمية.
24. الاستراتيجية الوطنية والخطة التنفيذية للمشروعات ص وم والمتناهية الصغر وريادة الاعمال(2018-2023)، وزارة الصناعة والتجارة المصرية، ديسمبر 2017.
25. استراتيجية وزارة التجارة والصناعة لتعزيز التنمية الصناعية والتجارة الخارجية 2016-2020، وزارة التجارة والصناعة.
26. المرسوم التنفيذي رقم 96-327 المؤرخ في 01-10-1996، الجريدة الرسمية العدد 58.
27. الجريدة الرسمية، العدد 77 الصادرة في 15/12/2001.
28. اخبار الجمارك رقم 05، سبتمبر 2013
29. قانون رقم 16-09 مؤرخ في 3-08-2016 يتعلق بترقية الاستثمار، ج ر، العدد 46 الصادرة في 3 اوت 2016.
30. المرسوم التنفيذي رقم 17-02 المؤرخ في 10-01-2017 يتضمن القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات ص وم، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 2.
31. المادة 8 من القانون رقم 17-02 المؤرخ في 10-01-2017 المتضمن القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات ص وم، الجريدة الرسمية، العدد 02 الصادرة بتاريخ 11-01-2017.

قائمة المصادر والمراجع

32. قانون رقم 16-01 يتضمن التعديل الدستوري، المادة 6 مكرر من قانون رقم 15-15 المعدل والمتمم الامر رقم 03-04 المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على عمليات استيراد البضائع وتصديرها.
33. القانون رقم 01-18 المتضمن القانون التوجيهي لترقية مصوم الجريدة الرسمية العدد 77 الصادرة بتاريخ 2001/12/15.
34. قانون المالية لسنة 2014، الجريدة الرسمية العدد 68 الصادرة في 31-12-2013.
35. الامر رقم 01-03 الصادر في 20 اوت 2001 المتعلق بتطوير الاستثمار
36. برنامج التنمية الخماسي 2010-2014، بيان اجتماع مجلس الوزراء 2010/05/24 برئاسة الجمهورية المتعلق ببرنامج الاستشارات العمومية للفترة الممتدة من 2010-2014.
37. امر رقم 03-11 مؤرخ في 26 اوت سنة 2003 يتعلق بالنقد والقرض، ج ر، عدد 52 صادر بتاريخ 27 اوت 2003.
38. امر رقم 95-27 مؤرخ في 30 ديسمبر سنة 1995، يتضمن قانون المالية لسنة 1996.

و - المواقع الإلكترونية:

1. <http://www.ccfa.fr.renault.compte-porter-le-taux-d-142415>.
2. l'agence nationale pour la promotion du commerce exterieur. www.algex.dz.
3. www.Algex.dz.consulte.le 15-04-2016.
4. WWW.CAAlgex.dz.consulte le 15-04-2016.
5. www.mipmepi.gov.dz.
6. FORUM.ALGEX, 2019, TONIC INDUSTRIE, ZLECAF, P31
7. Minister de l'energie www.energy.gov.dz 30-06-2021
8. www.elhayatonline.net-article 14705.html
9. FORUM, ALGEX, 2019, TONIC INDUSTRIE, ZLECAF, P 44-45.
10. Statistique du commerce exterieur general, direction général des douanes periode entre 2000-2019. www.douane.gov.dz. www.algex.dz.
11. حسين فريدة، فعالية القطاع الخاص في تطوير الصادرات خ.م بين الواقع وحقيقة الواقع، الملتقى الوطني حول ترقية الصادرات خ.م، مارس 2014، انظر الموقع WWW.ONS.DZ
12. دليل الارشادي للمصدر طبعة 2015، على الموقع www.algex.dz
13. قانون المالية 2006، التعليم رقم 05-2011 المؤرخة في 19-10-2011 لبنك الجزائر و WWW.BANK OF ALGERIA.DZ
14. نشرة المؤسسات صوم والاستثمارات الصناعية بالوطن العربي، معهد التخطيط العربي، من الموقع WWW.RUNA NET.KW
15. مكانة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الجزائري، منتدى التمويل الاسلامي، على الموقع الالكتروني slamfin.yoo7.com.
16. وكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية، سبتمبر 2021، www.algex.dz

17. مقال لحمزة كحال، اقتصاد عربي، فائض الاسمنت يريك المصانع واشكالية التصدير، alaraby.co.uk، 17-11-2019
18. أفضل المنتجات الجزائرية للتصدير لعام 2021 على الموقع <https://tjjaratuna.com>، تاريخ التصفح 26-02-2022
19. حفيظ صوالي، جريدة الخبر الصادرة بتاريخ 30 افريل 2018

هـ-مراجع أجنبية:

1. abdarrahmane Mabtoul.in le développement economique de l'algerie.casbah édition.alger.2011.
2. Ahmed sid ،element de la stratégie de devoloppement du tourisme en algerie ،réunion d'experts sur la contribution du tourisme à un développement durable (onuced), Genève.14-15.2013.
3. ALGEX.autres mesures de facitations.
4. ALGEX.dixpositions financiers concernant le commerce exterieur.
5. Ammar Sellami.petitemoyenne industrie et developpement economique.imprime sur les press de l'entreprise natioinale des ars graphiques.alger.1985.
6. AMROUCHE MISSOUM.les facidilitee douanierres a l'exportation.symposium nationale sur les resures de promotion des'exportation.alger.29-30 decembre 1996
7. BENHAMOU.les instruction algeriennes charge de la gestion et de la promotion du commerce exterieur.revue l'economie.n52.mai 1998.
8. BOSH Gerhard.le temps detravail tendances et nouvelles problematiques.revue internationale de travail.n2.1999.
9. Bruno Bernard.L'export facile pour les pme et pmi du Meghreb.Edition ITCIS.2009.
10. DJAMEL EDDINE GUECHI ،les exportations hors hydrocarbures dans le cadre de l'accord d'association algerie unio europienne ،cas des exportations agricoles.
11. E.H.TAKJOUT.mesures a l'exportation.ces regines touriere in la revue de douanes muneres special.l'annee noncitee.
12. Eteine vauchej.magali le maistre et claude obadia.fondateurs de la fabrique de l'exportation. La fabrique de l'exportation.50 idees pour améliorer l'exportation française.03 fevrier 2015.
13. Etude 2016 sur les exportations des pme européennes.ups unis pour servir.
14. Etude de comparative sur les politiques d'exportation de l'egypte. Du maroc de la tunisie et de la corée du sud.banque africaine de developpement africain.2011.
15. etude sur l'activite export des pme en europe fraance.fedex express.juillet 2015.

16. favoriser une plus grande participation des pme a une économie mondialement intégrée.papier de discussion. Conférence ministérielle sur les pme 22-23 fevrier 2018.mexico city.OCDE.
17. Francois David.le mythe de l'exportation.paris.calman levy.1971.
18. Jacky litignate.jean francois rouboud.panorama de l'evolution des pme de puis 10 ans.cahier preparation.france.28 juin.2012.
19. JANSSEN.F.influence de l'interpenetration du dirigeant de 500 entreprise sur l'endettement des pme sur leurs relations avec les banques.institut de recherche sur les pme n98-07.1998
20. John Hagdoorn et Jos Schakenread.Problems economiques.n2415-2416.Mars 1995.
21. JORRESO.O, economie dentreprise organisation et stratigie a laide de la woncred ecinomie, economica, paris, 2000.
22. Josee st-Pierre, La gestion financiere des PME theories et pratiques, press de luniversite du Quebec, canada.
23. le M.O.C.I (2010), le moniteur du commerce international algerie, les nouvelles régles du business, n 1867.27 mai 2010.
24. les exportations hors hydrocarbures algeriennes, l'occasion de la tenue de la convention France-maghreb, paris.les 5 et6 fevrier, 2008.
25. les petites et moyennes entreprises en tourquie.problematique et politiques, OCDE, 2004.
26. les pme, l'exportation et la creation d'emploi, une analyse au niveau de l'entreprise, programme des publications de recherche d'industrie canada.document hors série n26, 2000.
27. -mahdi amzal fouzia, boukhazar nasira, analyse de la promotion des pme exportatrices en algerie, bilan et perspectives, al-baschar, economie journal, volume 3 n4 decembre 2017.
28. Maryse salle, stratégies des pme et intelligence economique une méthode d'analyse de besoin, édition, economica, paris, 2006.
29. ministre du commerce, les exportations hors-hydrocarbures algeriennes, convention France maghreb, paris, le 5et6 fevrier ,2008.
30. ministre du commerce, reglementation-cooperation, comment exporter dans le cadre de l'accord d'association.
31. -MOHAMED KADI.RATIBA HARIZI, le processus d'internationalisation des pme algériennes, les determinants de la décision d'exportation.les cahiers du cread n117.

32. Nawal cherief.promotion des exportations et performance a l'exportation des pme.memoire présenté en vue de l'obtention du grade de maitrise és sciences (m.sc), HEC MONTREAL, 2012.
33. Observatoire des pme européennes, l'internationalisation des pme.commission européenne, 2003-4.
34. olivier pastre, conomie d'entreprise, edition economica, paris, France, 2012.
35. Philippe Moati.Heterogeneite des entreprises et echange international, paris, economica.
36. presentation de la politique de renouveau agricole et rural en algerie et de programme quinquenal, 2010-2014 (MADR).
37. PREVOST.P. le devloppement local contexte et definition. Cahiers de recherche IREC.instituts de recherche et denseignement pour les cooperatives de luniversitie de sherbrooke (irecus). 2003.
38. programme de renforcement des capacites exportations des pme algerienne, alger, juin, 2009.
39. promouvoir la compétitivité des pme en afrique francophone.les normes ouvrent la voie au commerce.centre du commerce international, en collaboration avec CPCAF, 2018.
40. Sabine Urban Reussir a l'exportation.paris.dunod.1979.
41. Salomon samen, a primer on export diversification, key concepts, theoretical underpinings and empirical evidence, growth and crisis unit, World Bank, may 2010.
42. sarah makhlouf, opportunités et défis de la résuisté alternatifs de developpement de l'économie algérienne hors hydrocarbures, seminaire national, vers une diversification de l'économie algérienne, le tourisme serait-il un bon choix, université de jjjel, 2014.
43. SOPHIE Richard lannegrie, Les cles du marketing international, le genie des glacirs, France, 2013.
44. strategie du gouvernnement en matiere de commerce exterieur.premier minister, roubaix, 23 fevrier, 2018, dossier de presse, france.
45. TORRES.O, economie d'entreprise organisation et strategie a l'aide de la nouvelle economie, economica, paris, 2000.
46. veronique coggie, intèlligence economique et prise de decision dans les pme, l'harnattou paris, 2009.
47. World Bank 2015, brief on small and medium enterprises (sme). France.

48. Xavier pacholek (chef bureau des exportations et partenariats internationaux).plan strategique 2017-2021 .pour le developpement des exportations et l'internationalisation des filieres agricoles.4 avril 2017.france.c s viande rouge.ministre de l'agriculture.
49. Source office national des statistiques, evolution des échanges extérieurs de marchandises de 1992 a 2001, collection statistiques, n110, alger, p65.
50. GRINAT Mohammed, Khenfin Khaider, the international marketing problematic of Algeria, journal of Global Business and social Entrepreneurship, G B S E.vol4, no 12 septembre, 2018, p57.
51. Documents présentée par, l'agence nationale de promotion du commerce extérieur (algex), 2010
52. donnees banque mondiale org, bank of algeria, Bulltin statistique, commerce extérieur.
53. RAPPORT DE SYNTHESE DE L' AGRICULTURE, enpard mediterrannée, MAY 2019.
54. O.BESSAOUD, J.P.Pellissin, J.P.Rolland, w.khechimi, rapport de synthese sur l'agriculture en algerie, hal archives, ciheam, ENPARD MEDITERRANEE, MAY 2019, P58-67.
55. ALLIOUCH KERBOUA KAMEL, les contraintes de la promotion des exportaions hors hydrocarbures, séminaire nationle sur la promotion des exportations hors hydrocarbures en algerie 11 et 12 mars 2014, p4-5
56. Export as a new Algerian strategy to move to words African markets in orden to get out of the wrrrent economic crisis.
57. Boumghar mohamed yazid, potentiel du commerce extérieur de l'algerie en vers l'afrique un essai de mesure, les cahiers du mecas, v16.n1.juin 2020, p13-15.
58. United Nations economic commission for Africa ECA, 2019, P 2.3.

الملاحق

- وبمقتضى المرسوم التشريعي رقم 94-01 المؤرخ في 3 شعبان عام 1414 الموافق 15 يناير سنة 1994 والمتعلق بالخطوة الإحصائية.

- وبمقتضى الأمر رقم 95-07 المؤرخ في 23 شعبان عام 1415 الموافق 25 يناير سنة 1995 والمتعلق بالتأمينات، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى الأمر رقم 96-01 المؤرخ في 19 شعبان عام 1416 الموافق 10 يناير سنة 1996 الذي يحدد القواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف،

- وبمقتضى الأمر رقم 01-04 المؤرخ في أول جمادى الثانية عام 1422 الموافق 20 غشت سنة 2001 والمتعلق بتنظيم المؤسسات العمومية الاقتصادية وتسييرها وخصوصتها، المتمم،

- وبمقتضى القانون رقم 01-18 المؤرخ في 27 رمضان عام 1422 الموافق 12 ديسمبر سنة 2001 والمتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة،

- وبمقتضى القانون رقم 01-20 المؤرخ في 27 رمضان عام 1422 الموافق 12 ديسمبر سنة 2001 والمتعلق بتهيئة الإقليم وتنميته المستدامة،

- وبمقتضى الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 والمتعلق بالنافسة، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى القانون رقم 04-08 المؤرخ في 27 جمادى الثانية عام 1425 الموافق 14 غشت سنة 2004 والمتعلق بشروط ممارسة النشاطات التجارية، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى القانون رقم 06-11 المؤرخ في 28 جمادى الأولى عام 1427 الموافق 24 يونيو سنة 2006 والمتعلق بشركة الرأسمال الاستثماري،

- وبمقتضى القانون رقم 11-10 المؤرخ في 20 رجب عام 1432 الموافق 22 يونيو سنة 2011 والمتعلق بالبلدية،

- وبمقتضى القانون رقم 12-06 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق 12 يناير سنة 2012 والمتعلق بالجمعيات،

قانون رقم 17-02 مؤرخ في 11 ربيع الثاني عام 1438 الموافق 10 يناير سنة 2017، يتضمن القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

إنّ رئيس الجمهورية،

- بناء على الدستور، لاسيما المواد 43 و136 و138 و140 و143 و144 منه،

- وبمقتضى الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم،

- وبمقتضى الأمر رقم 76-105 المؤرخ في 17 ذي الحجة عام 1396 الموافق 9 ديسمبر سنة 1976 والمتضمن قانون التسجيل، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى القانون رقم 79-07 المؤرخ في 26 شعبان عام 1399 الموافق 21 يوليو سنة 1979 والمتضمن قانون الجمارك، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى القانون رقم 83-11 المؤرخ في 21 رمضان عام 1403 الموافق 2 يوليو سنة 1983 والمتعلق بالتأمينات الاجتماعية، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى القانون رقم 84-17 المؤرخ في 8 شوال عام 1404 الموافق 7 يوليو سنة 1984 والمتعلق بقوانين المالية، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى القانون رقم 90-11 المؤرخ في 26 رمضان عام 1410 الموافق 21 أبريل سنة 1990 والمتعلق بعلاقات العمل، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى القانون رقم 90-22 المؤرخ في 27 محرم عام 1411 الموافق 18 غشت سنة 1990 والمتعلق بالسجل التجاري، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى القانون رقم 90-30 المؤرخ في 14 جمادى الأولى عام 1411 الموافق أول ديسمبر سنة 1990 والمتضمن قانون الأملاك الوطنية، المعدل والمتمم،

المادة 13: يمكن مراجعة الحدود المتعلقة برقم الأعمال ومجموع الحصيلة السنوية، عند الحاجة، عن طريق التنظيم.

المادة 14: يشكل تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كما هو منصوص عليه في هذا القانون مرجعا :

- لمنح كل أشكال الدعم والمساعدة المنصوص عليها في هذا القانون لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ومرافقتها،

- لجمع البيانات ومعالجة الإحصائيات.

يجب على المنظومة الإحصائية الوطنية إعداد تقارير دورية وظرافية تتعلق بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة كما هي معرفة أعلاه.

الباب الثاني

تدابير المساعدة والدعم لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

المادة 15: تهدف تدابير مساعدة ودعم ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، موضوع هذا القانون، إلى :

- نشر وترقية توزيع المعلومة ذات الطابع الصناعي والتجاري، والقانوني والاقتصادي والمالي، والمهني والتكنولوجي المتعلقة بقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة،

- تشجيع كل مبادرة تسهل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحصول على العقار،

- العمل على وضع أنظمة جبائية مكيفة مع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة،

- تشجيع وتعزيز ثقافة المقاول، وكذا التكنولوجيات الحديثة والابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة،

- تسهيل حصول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على الأدوات والخدمات المالية اللائمة لاحتياجاتها،

- تشجيع الجمعيات المهنية، وبورشات المناولة والتجمعات،

3 - المؤسسة المستقلة: كل مؤسسة لا يمتلك رأسمالها بمقدار 25 % فما أكثر من قبل مؤسسة أو مجموعة مؤسسات أخرى، لا ينطبق عليها تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

المادة 6: تستفيد من أحكام هذا القانون، المؤسسة المنشأة أو المزمع إنشاؤها، التي تحترم الحدود السابقة الذكر على أساس تصريح يحدد نموذجة بموجب قرار من الوزير المكلف بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

المادة 7: تستفيد من تدابير الدعم المنصوص عليها في هذا القانون، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي يمتلك رأسمالها الاجتماعي في حدود 49 % من قبل شركة أو مجموعة شركات الرأسمال الاستثماري.

المادة 8: تعرف المؤسسة المتوسطة بأنها مؤسسة تشغل ما بين خمسين (50) إلى مائتين وخمسين (250) شخصا، ورقم أعمالها السنوي ما بين أربع مائة (400) مليون دينار جزائري إلى أربعة (4) ملايين دينار جزائري، أو مجموع حصيلتها السنوية ما بين مائتي (200) مليون دينار جزائري إلى مليار (1) دينار جزائري.

المادة 9: تعرف المؤسسة الصغيرة بأنها مؤسسة تشغل ما بين عشرة (10) إلى تسعة وأربعين (49) شخصا، ورقم أعمالها السنوي لا يتجاوز أربع مائة (400) مليون دينار جزائري، أو مجموع حصيلتها السنوية لا يتجاوز مائتي (200) مليون دينار جزائري.

المادة 10: تعرف المؤسسة الصغيرة جدا بأنها مؤسسة تشغل من شخص (1) واحد إلى تسعة (9) أشخاص، ورقم أعمالها السنوي أقل من أربعين (40) مليون دينار جزائري، أو مجموع حصيلتها السنوية لا يتجاوز عشرين (20) مليون دينار جزائري.

المادة 11: إذا صنفت مؤسسة في فئة معينة وفق عدد عمالها، وفي فئة أخرى طبقا لرقم أعمالها أو مجموع حصيلتها، تعطى الأولوية لمعيار رقم الأعمال أو مجموع الحصيلة لتصنيفها.

المادة 12: عندما تسجل مؤسسة، عند تاريخ إقفال حصيلتها الحاسبية فارقا أو فوارق بالنسبة للحد أو الحدود المذكورة أعلاه، فإن هذا لا يكسبها أو يفقدها صفة المؤسسة الصغيرة والمتوسطة طبقا للمواد 8 و9 و10 أعلاه، إلا إذا استمرت هذه الوضعية لمدة سنتين (2) ماليتين متتاليتين.

الدراسات الملائمة، مما تترتب عليه برامج وتدابير
وهياكل دعم ومراقبة.

تسخر الدولة الوسائل الضرورية لذلك.

المادة 4 : تبادر الجماعات المحلية باتخاذ
التدابير اللازمة من أجل مساعدة ودعم ترقية
المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، لا سيما من خلال
تسهيل الحصول على العقار الملائم لنشاطاتها،
وتخصيص جزء من مناطق النشاطات والمناطق
الصناعية.

تحدد كيفيات تطبيق هذه المادة، عند الحاجة، عن
طريق التنظيم.

الفصل الثاني

تعريف المؤسسة الصغيرة والمتوسطة

المادة 5 : تعرف المؤسسة الصغيرة والمتوسطة،
مهما كانت طبيعتها القانونية، بأنها مؤسسة إنتاج
السلع و/أو الخدمات :

- تشغل من واحد (1) إلى مائتين وخمسين (250)
شخصا،

- لا يتجاوز رقم أعمالها السنوي أربعة (4)
ملايير دينار جزائري، أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها
السنوية مليار (1) دينار جزائري،

- تستوفي معيار الاستقلالية كما هو محدد في
النقطة 3 أدناه.

يقصد، في مفهوم هذا القانون، بما يأتي :

1 - الأشخاص المستخدمون : عدد الأشخاص

الموافق لعدد وحدات العمل السنوية، بمعنى عدد
العاملين الأجراء بصفة دائمة خلال سنة واحدة، أما
العمل المؤقت أو العمل الموسمي فيعتبران أجزاء من
وحدات العمل السنوي.

السنة التي يعتمد عليها بالنسبة للمؤسسات
الصغيرة والمتوسطة التي تنشط، هي تلك المتعلقة بأخر
نشاط محاسبي مقفل.

2 - الحدود المعتبرة لتحديد رقم الأعمال أو

مجموع الحصيلة : هي تلك المتعلقة بأخر نشاط مقفل
مدة اثني عشر (12) شهرا.

- وبمقتضى القانون رقم 12-07 المؤرخ في 28
ربيع الأول عام 1433 الموافق 21 فبراير سنة 2012
والمعلق بالولاية،

- وبمقتضى القانون رقم 14-10 المؤرخ في 8 ربيع
الأول عام 1436 الموافق 30 ديسمبر سنة 2014
والمضمن قانون المالية لسنة 2015، لا سيما المادة 118
منه،

- وبمقتضى القانون رقم 16-09 المؤرخ في 29
شوال عام 1437 الموافق 3 غشت سنة 2016 والمعلق
بترقية الاستثمار،

- وبعد رأي مجلس الدولة،

- وبعد مصادقة البرلمان،

يصدر القانون الآتي نصه :

المادة الأولى : يهدف هذا القانون إلى تعريف
المؤسسة الصغيرة والمتوسطة وتحديد تدابير الدعم
والآليات المخصصة لها فيما يتعلق بالإنشاء والإنتاج
والديمومة.

الباب الأول

أحكام عامة

الفصل الأول

مبادئ عامة

المادة 2 : يحدد هذا القانون الأهداف العامة الآتية:

- بعث النمو الاقتصادي،

- تحسين بيئة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة،

- تشجيع إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة،
لا سيما المبتكرة منها، والحفاظ على ديمومتها،

- تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
وقدراتها في مجال التصدير،

- ترقية ثقافة المقاول،

- تحسين معدل الاندماج الوطني وترقية المقاول.

المادة 3 : تستند سياسة تطوير المؤسسات

الصغيرة والمتوسطة على التشاور والتنسيق
مع الفاعلين العموميين والخواص المعنيين، وكذا

المادة 21 : تنشأ لدى الوزارة المكلفة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة صناديق ضمان القروض وصناديق الإطلاق وفقا للتنظيم الساري المفعول، بهدف ضمان قروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية المؤسسات الناشئة في إطار المشاريع المبتكرة.

تحدد كيفيات تطبيق هذه المادة عن طريق التنظيم.

المادة 22 : تتخذ الوزارة المكلفة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، بالتشاور مع الوزارات والسلطات المعنية الأخرى، كل مبادرة تهدف إلى تحديد احتياجات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال التمويل، وتشجيع استحداث الوسائل المالية الملائمة لها.

المادة 23 : تسهر الدولة على تطوير الشراكة بين القطاعين العام والخاص، وتعمل على توسيع مجال منح الامتياز في مجال الخدمات العمومية لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

المادة 24 : تنشأ لدى الوزارة المكلفة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة هيئة استشارية تسمى "الجلس الوطني للتشاور من أجل تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة".

يشكل هذا المجلس فضاء للتشاور، ويتكون من المنظمات والجمعيات المهنية المتخصصة الممثلة للمؤسسات، وممثلي القطاعات والهيئات المعنية بإنشاء وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

تحدد كيفيات تطبيق هذه المادة عن طريق التنظيم.

المادة 25 : بعنوان إبرام الصفقات العمومية، تسهر المصالح المعنية للدولة ولوحتها على تخصيص جزء من هذه الصفقات للمنافسة فيما بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حسب الشروط والكيفيات المحددة بموجب التنظيم المعمول به.

المادة 26 : يتم إعداد وتنفيذ برامج عصرنة لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وذلك في إطار تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية النتوج الوطني.

تحدد كيفيات تطبيق هذه المادة عن طريق التنظيم.

- تعزيز التنسيق بين أجهزة إنشاء ودعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على المستويين المركزي والحلي.

المادة 16 : تستفيد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من تدابير المساعدة والدعم المنصوص عليها في هذا القانون، وفق حجمها، وكذا الأولويات المحددة حسب شعب النشاط والأقاليم.

تحدد كيفيات تطبيق هذه المادة عن طريق التنظيم.

الفصل الأول

إنشاء وإنماء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

المادة 17 : تنشأ هيئة عمومية ذات طابع خاص تدعى في صلب النص "الوكالة"، تكلف بتنفيذ استراتيجية تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

المادة 18 : تضمن الوكالة تنفيذ سياسة تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال الإنشاء والإنماء والديمومة، بما في ذلك تحسين النوعية والجودة، وترقية الابتكار وتدعيم المهارات والقدرات التسييرية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

تحدد مهام الوكالة وتنظيمها وسيرها عن طريق التنظيم.

المادة 19 : يتم تمويل عمليات دعم ومساعدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، المنصوص عليها في هذا القانون، وكذا نفقات تسيير الوكالة، عن طريق حساب التخصيص الخاص رقم 124 - 302 الذي عنوانه "الصندوق الوطني لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودعم الاستثمار وترقية التنافسية الصناعية".

المادة 20 : تنشأ هيكل محلية تابعة للوكالة تتكون من :

- مراكز دعم واستشارة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مهمتها الأساسية دعم إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وإنماؤها وديمومتها ومراقبتها،

- مشاتل المؤسسات المكلفة بدعم المؤسسات الناشئة واحتضانها.

تحدد مهام مراكز الدعم والاستشارة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومشاتل المؤسسات وتنظيمها وسيرها، عن طريق التنظيم.

- ضمان الوساطة بين الأمرين والمتلقين للأوامر،
- جمع وتحليل العرض والطلب الوطني في مجال قدرات المناولة،
- تثمين إمكانيات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال المناولة من خلال برامج متخصصة تهدف إلى تحسين أدائها،
- ترقية نشاطات المناولة والشراكة من خلال دعم بورصات المناولة،
- ضمان مهمة مركز التنسيق في إطار نظام إعلامي موحد لبورصات المناولة،
- إعداد عقود نموذجية حسب مقاربة الشبكية تتعلق بحقوق والتزامات الأمرين والمتلقين للأوامر،
- إعداد وتحسين دليل قانوني للمناولة،
- ضمان الوساطة بين الأمرين والمتلقين للأوامر في حالة النزاعات.

المادة 32 : تشجع الدولة، بعنوان تقوية تكامل القدرات الوطنية للمناولة، ما يأتي :

- استبدال الواردات من السلع والخدمات بالإنتاج الوطني،
- إدراج المصالح العمومية المتعاقدة لبند يلزم الشركاء المتعاقدين الأجانب باللجوء إلى المناولة الوطنية، ضمن عقود توفير الخدمات والدراسات ومتابعة وإنشاء التجهيزات العمومية،
- إدراج بند تفضيلي ضمن دفا تر شروط المناقصات والاستشارات المتعلقة بالصفقات العمومية الوطنية، لفائدة المتعهدين الذين يلجؤون للمناولة المقدمة من طرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

المادة 33 : تقدم الوكالة دعما تقنيا وماديا لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المناولة لمطابقة منتوجاتها، وذلك في إطار سياسة تطوير المناولة الوطنية.

الفصل الثالث

تطوير منظومة الإعلام الاقتصادي حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

المادة 34 : تضع الوكالة نظاما معلوماتيا حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، يشكل على وجه الخصوص أداة للاستشراف والمساعدة على اتخاذ القرار.

المادة 27 : تشجع الدولة وتدعم عن طريق الإعانة أو المساعدة المادية :

- الجمعيات الممثلة للمؤسسات الصغيرة جدا، والمناحة لخدمات خاصة تلبي احتياجات هذه المؤسسات،
- الجمعيات و/أو تجمعات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تهدف إلى تحسين تنافسية شعب النشاط، لا سيما تلك المتعلقة بالمناولة، من خلال مشاركة مختلف الفاعلين المتدخلين في نظام تصنيع منتج مادي أو غير مادي، أو خدمة انطلاقا من البحث والتطوير إلى غاية الاستهلاك النهائي.

ترتبط الاستفادة من الإعانة أو المساعدة المادية بالشروط المنصوص عليها في دفتر الشروط، ويخضع منحها إلى اتفاقية سنوية تبرم بين الوزارة المكلفة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتجمع أو الجمعية، وتحدد النشاطات السنوية المتماشية مع الأهداف المقررة.

تحدد كفاءات تطبيق هذه المادة عن طريق التنظيم.

المادة 28 : يمكن الجمعيات المهنية والتجمعات التي تنشئ هيكل لدعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الاستفادة من الدعم المالي أو المادي للدولة طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما.

تحدد كفاءات تطبيق هذه المادة عن طريق التنظيم.

المادة 29 : تتوقف الاستفادة من أحكام هذا القانون على تقديم تصريح تشخيصي دوري من طرف المؤسسات المعنية لدى الوكالة أو فروعها، يحدد نموذجه بموجب قرار من الوزير المكلف بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

الفصل الثاني

ترقية المناولة

المادة 30 : تعتبر المناولة الأداة المفضلة لتكثيف نسيج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

تحظى المناولة بسياسة ترقية وتطوير بهدف تعزيز تنافسية الاقتصاد الوطني.

المادة 31 : تتكفل الوكالة المذكورة في المادة 17 أعلاه، بتنفيذ سياسة الدولة في مجال تطوير المناولة، لا سيما :

- الوكالات العقارية،
- شركات الاستيراد.

المادة 38 : تلغى أحكام القانون رقم 01-18 المؤرخ في 27 رمضان عام 1422 الموافق 12 ديسمبر سنة 2001 والمتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

المادة 39 : تبقى النصوص التنظيمية للقانون رقم 01-18 المؤرخ في 27 رمضان عام 1422 الموافق 12 ديسمبر سنة 2001 والمتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، سارية المفعول إلى غاية نشر النصوص التنظيمية المتخذة لتطبيق هذا القانون.

المادة 40 : ينشر هذا القانون في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.
حرر بالجزائر في 11 ربيع الثاني عام 1438 الموافق 10 يناير سنة 2017.

عبد العزيز بوتفليقة



قانون رقم 17-03 مؤرخ في 11 ربيع الثاني عام 1438 الموافق 10 يناير سنة 2017، يمدد ويمتد الأمر رقم 70 - 20 المؤرخ في 13 ذي الحجة عام 1389 الموافق 19 فبراير سنة 1970 والمتعلق بالحالة المدنية.

إن رئيس الجمهورية،

- بناء على الدستور، لا سيما المواد 136 و140 و143 (الفقرة 2) و144 منه،
- وبمقتضى الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق 8 يونيو سنة 1966 والمتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم،
- وبمقتضى الأمر رقم 70 - 20 المؤرخ في 13 ذي الحجة عام 1389 الموافق 19 فبراير سنة 1970 والمتعلق بالحالة المدنية، المعدل والمتمم،
- وبمقتضى الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم،

المادة 35 : يجب على الهيئات والإدارات المذكورة أدناه، تزويد منظومة الإعلام الاقتصادي حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمختلف المعلومات الحينة المتضمنة في البطاقات التي تحوزها.

ويتعلق الأمر على وجه الخصوص، ببطاقات :

- الديوان الوطني للإحصاء،
- المركز الوطني للسجل التجاري،
- الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء،
- الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الأجراء،
- الإدارة الجبائية،
- إدارة الجمارك،
- الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة،
- جمعية البنوك والمؤسسات المالية.

المادة 36 : تتعلق المعلومات المذكورة في المادة 35 أعلاه على وجه الخصوص، بما يأتي :

- تعريف المؤسسات وتحديد موقعها وحجمها وفق المعايير المحددة في المادة 5 أعلاه،
- قطاعات النشاط الذي تنتمي إليه المؤسسات وفق القائمة المعمول بها،
- جيموغرافية المؤسسات بمفهوم التأسيس وانتهاء النشاط وتغييره،
- مختلف المؤشرات الاقتصادية التي تميز المؤسسات.

تحدد كفاءات الحصول على المعلومات الواردة في هذه البطاقات ووضعها تحت التصرف بموجب قرار مشترك بين الوزير المكلف بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والوزراء المكلفين بالقطاعات المعنية.

الباب الثالث

أحكام انتقالية وختامية

المادة 37 : تستثنى من مجال تطبيق هذا القانون:

- البنوك والمؤسسات المالية،
- شركات التأمين،

المسكنة الرشيح للتمج الزراعية
جامعة المراد كرسية

الشركات المصدرة و المستوردة الجمهورية الجزائرية الديمقراطية
الشعبية

أسماء الشركات
مصنع المعلبات المغرب
مجمع سيدي الكبير
مصنع المعلبات إيمان
مؤسسة مداني و الإخوي
لايمكس عالمي
مني توزيع
مركب حليب الجزائر
GIPLAIT
محلبة التل سطيف
الشركة الصناعية للتصوير شونا
إزدهار
مصنع المعلبات الغذائية
مؤسسة المياه المعدنية الجزائرية مجمع
مشروبات الجزائر
ENAJUC المؤسسة
مؤسسة زناتي
NCA مصنع المعلبات الجديدة
الديوان الوطني لتسويق منتجات الكروم
ONCV
أقرو ملتيل نسرين
C A I D المركب الجزائري
DRAPAL
ALTID مؤسسة أليك الدولي طرادنق
مؤسسة عبد المجيد مونية
مؤسسة بضياف عبد اللطيف
مؤسسة بن عودية نور الإسلام
ALMONDS DRY مؤسسة بوسة محمد
FRUIT
مؤسسة بوزقاق عبد الوهاب
مؤسسة حدود سليم

(4)

المؤسسة الجيجلية
Enterprise Nationale de la Peche
Hauturiere et Oce
Group Avicole Etablissement
Office National des Aliments du
Betail
DATTES مؤسسة رياض
مؤسسة بوتى عبد القادر
مصنع المعلبات المغرب
C A I D المركب الجزائري
الشركة الصناعية للتمور دونا
GIPLAIT
منى توزيع
لايمكس عالمي
مؤسسة مداني و الاخوي
مجمع سيدي الكبير
ALTID مؤسسة أليك الدولي طرادنق
الديوان الوطني لتسويق منتجات الكروم
ONCV
مؤسسة زناتي
مصنع المعلبات الغذائية
مصنع المعلبات إيمان



الصفحة الرئيسية

الملاحق

أسماء الشركات

http://www.aoad.org/companies/Comp_listexp&imp.asp?id=

مؤسسة غربي قدور
مؤسسة رحمانى عبد الحميد
مؤسسة سعدي كمال
مؤسسة ترودى الصالح
مؤسسة إيكو دات بوز غاية
مؤسسة صبريناس
SUDACO مؤسسة
أفروي دور
نورال
AFRIMED TRADING
المؤسسة الفلاحية المستقبل
مؤسسة أفرو بلي
مؤسسة بيضة إكسيور
COPSOL مؤسسة
SOCPA مؤسسة
مؤسسة زلفنة دات
SOCODAT
SODIMEC
سوف دات
SOA مؤسسة الزيتون الجزائري
ORPO مؤسسة
ORECPO
ORAVIO
ORAVIC
CASSAP الروبية
المؤسسة الجيجلية
NOVA PRIM ظهراوي
SEA الظاوية
مؤسسة ريان
مؤسسة حميمور
مؤسسة أشرف للتمور
ECODATTE مؤسسة
SAT CODAT مؤسسة
SOCODATTE مؤسسة
DATTES مؤسسة رياض
SODAPAL مؤسسة
مؤسسة بوتى عبد القادر
أفروي دور
SUDACO مؤسسة
مؤسسة صبريناس

2

الملاحق

أسماء الشركات

http://www.aoad.org/companies/Comp_listexp&imp.asp?id=5

مؤسسة إيكو دات بوز غاية
مؤسسة ترودي الصالح
مؤسسة سعدي كمال
مؤسسة رحمانى عبد الحميد
مؤسسة حدود سليم
المؤسسة الفلاحية المستقبل
مؤسسة بوزقاق عبد الوهاب
ALMONDS DRY FRUIT مؤسسة بوسة محمد
مؤسسة بن عودية نور الإسلام
مؤسسة بضياف عبد اللطيف
مؤسسة عبد المجيد مونية
مؤسسة غربي قدور
SOCODAT
الروبية CASSAP
ORAVIC
ORAVIO
ORECPO
ORPO مؤسسة
SOA مؤسسة الزيتون الجزائري
نورال
SODIMEC
AFRIMED TRADING
مؤسسة زلفنة دات
SOCPA مؤسسة
COPSOL مؤسسة
مؤسسة بيضة إكسيور
مؤسسة أقرو بلي
أقرو ملتيل نسرين
سوف دات
SAT CODAT مؤسسة
DRAPAL
مؤسسة ريان
مؤسسة حميمور
مؤسسة أشرف للتمور
ECODATTTE مؤسسة
SEA الظاوية
SODAPAL مؤسسة
NOVA PRIM طهراوى
SOCODATTE مؤسسة

8