Revue des Réformes Economiques et Intégration En Economie Mondiale
Vol 18 N°02 Année 2024
EISSN 2600- 6502

دور هيئات الدعم والمرافقة في ترقية التجارة الخارجية – دراسة ميدانية للوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية–

THE ROLE OF SUPPORT AND ACCOMPANIMENT BODIES IN PROMOTING FOREIGN TRADE -A FIELD STUDY TO THE NATIONAL AGENCY FOR THE PROMOTION OF FOREIGN TRADE–

دحيه جمال الدين[1]*

[1]* جامعة البليدة 02 علي لونيسي، مخبر تسيير الجماعات المحلية ودورها في تحقيق التنمية، djameleddine83@gmail.com / d.dahia@univ-blida2.dz

تاريخ الاستلام : 2024/05/25 ؛ تاريخ المراجعة : 2024/05/29 ؛ تاريخ القبول : 2024/12/07

الملخص

تهدف هذه الدراسة الى إبراز اهم ما تتطلبه المؤسسات من دعم ومرافقة لكي تصبح قادرة على اختراق الاسواق الدولية و التمكن من الحصول على حصص سوقية والاستمرار في التواجد دوليا من خلال التصدير. وعلى ضوء طبيعة الدراسة و لتحقيق اهدافها، تم إجراء دراسة ميدانية، من خلال تصميم استبيان موجه الى ثلاثين مؤسسة اقتصادية جزائرية من قطاعات نشاط مختلفة تتعامل مع الوكالة الجزائرية لترقية التجارة الخارجية أو التي تريد التعامل معها. وبعد جمع المعلومات وتبويبها تم الاعتماد على الخاصيات التي يوفرها برنامج SPSS لغرض اختبار فرضيات الدراسة. و من أهم نتائج الدراسة أن الوكالة لا تستجيب لانشغالات العديد من المؤسسات الاقتصادية المصدرة أو تلك التي ترغب في التصدير.

الكلمات المفتاحية: الدعم، المرافقة، التصدير، إختراق الاسواق الخارجية.

تصنيف JEL : F13 ,F31

ABSTRACT

This study aims to highlight the most important support and accompaniment required by institutions to be able to penetrate foreign markets, secure market shares, and maintain an international presence through export. In line with the nature of the study and to achieve its objectives, a field study was conducted by designing a questionnaire addressed to thirty Algerian economic institutions from different sectors that deal with or wish to deal with the Algerian Agency for the Promotion of Foreign Trade. After collecting and organizing the information, the study relied on the features provided by the SPSS program to test the study's hypotheses. One of the key findings is that the agency does not adequately address the concerns of many exporting economic institutions or those that wish to export.

Keywords : Support, Accompaniment, Export, Foreign Market Penetration

JEL classification : F13 , F31

* جمال الدين دحيه، djameleddine83@gmail.com / d.dahia@univ-blida2.dz

مقدمة:

في ظل السوق الدولية المتسمة بالتفتح وقوة التنافس من خلال أنشطة التبادل التجاري بينها، تجد كل دولة مهتمة بتطوير اقتصادها من خلال إدخال أكبر قدر ممكن من العملات الصعبة وهذا بتطوير صادراتها، حيث اعتبرت الصادرات قاطرة للتنمية الشاملة وعاملا من عوامل ازدهار الدول، لذا عملت مختلف الدول على تطوير نشاط الصادرات من خلال سلسلة من الإجراءات والتدابير بهدف تنشيط وتطوير اقتصاداتها، وكذا تصريف الفوائض من الانتاج المحلي، لذا توجهت الجزائر إلى تبني آليات وسياسات تهدف الى تنويع صادراتها تقوم على مجموعة من الإجراءات والوسائل و الهيئات التي اسندت لها مهمة تمكين المؤسسات الاقتصادية و تأهيلها لاختراق الأسواق الدولية.

وفي ظل ما تمت الاشارة اليه، وحتى تتمكن هيئات الدعم والمرافقة للمؤسسات الاقتصادية من دفعها للتواجد دوليا وتطبيق البرامج المنوطة بها و تحقيق أهدافها و الإلتزام بمسؤولياتها كهيئات حكومية ، يأتي التساؤل الرئيسي التالي لهذه الدراسة :

ما مدى تأثير هيئات الدعم والمرافقة للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية في ترقية التجارة الخارجية ؟

و للإجابة على هذا التساؤل اقترح الباحث منهجية العمل التالية:

المحور الأول: التأصيل النظري للدراسة:

1–بعض تعاريف تأهيل المؤسسات:

ظهر مصطلح تأهيل المؤسسات أولا من خلال التجربة البرتغالية سنة 1988 في إطار إجراءات المرافقة لتكامل البرتغال مع أوروبا ، وكان يسمى بالبرنامج الاستراتيجي لتنشيط وتحديث الاقتصاد البرتغالي، ثم أصبح مصطلح التأهيل خاص بدول العالم الثالث خاصة الدول التي كانت تنتهج النظام الاشتراكي، وقد غيرت وجهتها نحو اقتصاد السوق، فهي بحاجة إلى تطوير وتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ذات الخبرة القليلة للرفع من أدائها التنافسي في الأسواق، خاصة في ظل التحولات الاقتصادية العالمية.(Hervé et Ewa, 2005, p13)1، وعرفته منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية ONUDI سنة 1995 بأنه عبارة عن مجموعة برامج وضعت خصيصا للدول النامية التي هي في مرحلة الانتقال من أجل تسهيل اندماجها ضمن الاقتصاد الدولي الجديد والتكيف مع مختلف التغيرات (نصيرة قيرش، 2006، ص 48)2، ولقد طور ONUDI مفهوم التأهيل خلال السنوات الأخيرة، فأصبح يعني الإجراءات المتواصلة والتي تهدف لتحضير المؤسسة وكذا محيطها للتكييف مع متطلبات التبادل الحر Libre - échange (Mohamed Lamine Dhaoui, 2002,p07)3. كما عرفه Lamiri " على أنه عبارة عن مجموعة من الإجراءات والتدابير التي تهدف إلى تحسين وترقية فعالية أداء المؤسسة على مستوى منافسيها الرائدين في السوق (Abdelhak Lamiri,2003, p42)4.

2–الأهداف الخصوصية للتأهيل والمتعلقة بالأسواق الدولية:

وما يهمنا في هذه الدراسة هو الأهداف الخاصة للتأهيل، و التي لها علاقة مباشرة بجمع المؤسسات بالأسواق الخارجية كالتالي:

- **تساهم في تنمية الصادرات وتقليص الواردات:** اسهامها في تنمية الصادرات والتقليل من الواردات يحسن من وضعية الميزان التجاري، ففي بلدان شرق آسيا تقدر صادرات المؤسسات الصغيرة بها حوالي 40% من مجموع الصادرات كما تعمل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على إحلال الواردات مما يؤدي إلى تقليص فاتورة الاستيراد من الخارج. (عبد الله بن عنتر، عبد الله بلوناس، 2003، ص03)5 ؛

- **تنمية المنافسة:** إن تواجد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يرتبط بدرجة كبيرة بالمنافسة في الأسواق، لأن تواجدها يكون بأعداد كبيرة وفي نفس القطاع ولنفس المنتج، وبذلك تكون المنافسة حادة على مستوى التكاليف، الجودة، الأسعار، الابتكار والتطوير (عبد الرحمان يسري أحمد، 1996، ص17)6؛

- **التكامل مع المؤسسات الكبيرة:** إن المؤسسات الكبيرة والعملاقة تحتاج للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتنفيذ العديد من النشاطات و المهمات التي هي مهمة لها لكنها صغيرة الحجم حيث تكون مكلفة لها لو نفذتها بنفسها، وهذا عن طريق نظام التعاقد من الباطن المنتشر في العديد من الدول حيث تصبح الصناعات الصغيرة مكملة ومغذية للصناعات الكبيرة وأوضح مثال على ذلك اعتماد الشركات العملاقة لتصنيع السيارات على المؤسسات المصغرة والصغيرة في توفير العديد من المستلزمات والأدوات الاحتياطية بالإضافة إلى أعمال الصيانة والتصليح والنقل وغيرها وفي الوقت نفسه تستخدم المؤسسات المصغرة منتجات المؤسسات الكبيرة من آلات تركيب ونجارة إلى غير ذلك. وتعتبر علاقة المؤسسات صغيرة الحجم مع الكبيرة ذات أهمية كبيرة حيث أثبتت الدراسات بأن نمو الصناعات عالية التكنولوجيا حصل نتيجة هذا التكامل. (سعاد نائف برنوطي، 2005، ص60)7؛

- **مواجهة التحديات المستقبلية:** لأن تغيرات المحيط قد تؤدي إلى إحداث تغير في أهداف المؤسسة ومواردها، وهذا ما يتطلب منها إصدار ردود فعل سريعة ضد التهديدات التي يحملها المحيط، حيث يهدف التأهيل إلى تحسين قدرة المؤسسة فيما يخص الحفاظ على حصتها في السوق كمرحلة أولى واقتحام أسوق جديدة في مرحلة ثانية ومن أجل تجسيد ذلك يجب:
  - ✓ تحديد الاحتياجات الحقيقية للمستهلكين والقيام بدراسات السوق.
  - ✓ العمل على التخصص من أجل التحكم في التكاليف. (لطرش ذهبية، 2004، ص212)8.

3–معوقات العملية التصديرية:

وتصب كل عمليات التأهيل والدعم و المرافقة لكي تتمكن المؤسسات الاقتصادية من التغلب على جملة من المعوقات كما أوردها "عامر ملايكية" بعد دراسة ميدانية عن عراقيل التصدير للمنتجات غير النفطية حسب نظر مديري الشركات المصدرة ، والمتمثلة في :

- ✓ ضعف تنافسية المؤسسة في ظل المنافسة الحادة في الأسواق الخارجية؛
- ✓ نقص الإجراءات المحفزة على التصدير؛
- ✓ ارتفاع تكاليف المواد الأولية و الوسيطة المستوردة؛
- ✓ تذبذب أسعار سعر صرف العملات الأجنبية؛
- ✓ الصعوبات في ميدان النقل الناجمة عن ضعف وعدم ملائمة البنى القاعدية؛
- ✓ قلة التنسيق بين مختلف الهيئات و المتدخلين في عمليات التجارة الخارجية؛
- ✓ نقص في عدد الأفراد المختصين في دراسة الأسواق الخارجية؛
- ✓ تعقد وبطء إجراءات التصدير؛
- ✓ برامج الدعم الموضوعة من طرف السلطات العمومية لترقية الصادرات لا تلبي احتياجات المؤسسات الاقتصادية المصدرة. (عامر ملايكية، 2017، ص35)9.

4–مستويات مشاكل التصدير:

و بالنظر الى المشاكل المرتبطة بالعملية التصديرية في الجزائر، نجد العديد من الأصناف التي ترتبط بالمستويين الداخلي و الخارجي ، كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول 01: مستويات مشاكل التصدير في الجزائر

المشاكل على المستوى الداخلي	المشاكل على المستوى الجزئي	✓ قصر النظر الاستراتيجي وإهمال أساليب الإدارة والتسويق الحديثة للمسير الجزائري؛ ✓ التطبيق العشوائي وعدم توظيف الأساليب الإحصائية لقياس الاختلاف حسب ما ينص عليه نظام الجودة؛ ✓ عدم توفر نظام معلوماتي إحصائي يربط بين العملية الإنتاجية وموقع السلعة في السوق؛ ✓ غياب التحفيز المادي والمعنوي داخل المؤسسة؛ ✓ عدم حداثة الأجهزة الميكانيكية للمؤسسة الجزائرية أدى لضعف صناعتها؛ ✓ انعدام الهياكل التي تتكفل بوظيفة التصدير داخل المؤسسة، وعدم كفاءتها إن وجدت؛ ✓ انعدام قنوات التوزيع ذات الطابع الخصوصي والخدمات ما بعد البيع؛ ✓ ضعف القدرة التنافسية للمؤسسة الجزائرية.
	المشاكل المرتبطة بالمحيط الاقتصادي	✓ غياب استراتيجية محددة المعالم للتصدير؛ ✓ غياب ثقافة التصدير لدى المتعاملين الاقتصاديين، والاتجاه نحو الاستيراد كونه الأكثر ربحا واقل مخاطرة؛ ✓ انعدام الخبرة لدى المصدرين الجزائريين؛ ✓ سوء استخدام التكنولوجيا حال دون تقديم منتجات بصفات ومعايير عالمية؛ ✓ استفحال ظاهرة الفساد الإداري؛ ✓ عدم الاستخدام الأمثل للطاقات والثروات المتوفرة وسوء إدراكها في الغالب ؛ ✓ عدم الاستفادة من اقتصاديات الحجم بسبب عدم وجود إحصاءات ومعطيات دقيقة حول الإمكانيات المتاحة؛ ✓ التبعية للخارج في الإمداد بالمواد الأولية المرتبطة بالصناعات، وتقلب أسعارها المستمر؛ ✓ إهمال القطاع الزراعي على حساب القطاع الصناعي وتوجيه هذا الأخير لإنتاج سلع وفق متطلبات السوق المحلية وبالتالي منتجات لا تتكيف ومتطلبات الخارج؛ ✓ عدم التحكم في لوجستيات النقل والإمداد بسبب غياب البنى التحتية والقاعدة ، وإهمال التكوينات المتعلقة بإدارة سلاسل التوريد حتى على المستوى الداخلي.
	المشاكل المرتبطة بالمحيط المؤسساتي والتشريعي	✓ التداخل والتشابك في مهام الهيئات والهياكل الداعمة للصادرات؛ ✓ تضارب فيما بين بعض التشريعات والنصوص القانونية بين الهيئات؛ ✓ غياب ادنى تنظيم للتواجد التجاري في السواق الخارجية؛ ✓ سوء استخدام وتوجيه الموارد المتاحة للصندوق الخاص بترقية الصادرات خارج المحروقات؛ ✓ عدم الاهتمام بوظيفة التسويق الدولي ؛ ✓ عدم قياس القدرة التصديرية للمؤسسة؛ ✓ كثرة الإجراءات الإدارية وبطء وتيرتها.
المشاكل على المستوى الخارجي		✓ حدة المنافسة الخارجية اثر تحرير التجارة وإنشاء المنظمة العالمية للتجارة ؛ ✓ وجود معاملات تفضيلية بين دول تكتلات الاقتصادية الكبرى؛ ✓ نزعة بعض الدول المتقدمة والاحتكارات الدولية إلى إتباع أساليب الإغراق في بعض الأسواق؛ ✓ ضعف الطلب الخارجي على المنتجات المحلية؛ ✓ ارتفاع تكاليف النقل الدولي.

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على:

1- نيفين حسين شمت، التنافسية الدولية وتأثيرها على التجارة العربية والعالمية، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2010، ص ص 205-206.
2- وصاف سعيدي، تنمية الصادرات والنمو الاقتصادي في الجزائر الواقع والتحديات، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، الجزائر، العدد01 ، 2002 ، ص ص ص 12-13-14.
3- زواوي فضيلة، إشكالية الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر وإجراءات ترقيتها، مجلة أبعاد اقتصادية، جامعة بومرداس، الجزائر، العدد01، ديسمبر 2017، من ص 379 إلى 382.
4- صراح بن لحرش، تشجيع الصادرات خارج المحروقات دراسة حالة، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2013/2012، ص ص 151-152-153

5–برامج الدعم للوكالة الجزائرية لترقية التجارة الخارجية:

سعت الجزائر من خلال هيئاتها الحكومية لدعم و مرافقة المؤسسات الاقتصادية المصدرة ومنها الوكالة الجزائرية لترقية التجارة الخارجية الى تسطير العديد من الاجراءات و البرامج اختار الباحث منها إجراءات الدعم المالية و الجبائية وكذا عدة تسهيلات وتحفيزات جمركية ، بالإضافة الى تحفيزات و تسهيلات اخرى، و التي نستعرضها كالتالي:

أولا : الدعم المالي : يشرف على الدعم المالي الصندوق الخاص لترقية الصادرات في مختلف الإعانات المالية المقدمة للمصدرين في عمليات الترقية والترويج لمنتجاتهم في الأسواق الخارجية ، ويمكن توضيحه بالجدول التالي :

الجدول 02: نسب الدعم المالي للصادرات غير النفطية الطبقة من الصندوق الخاص لترقية الصادرات

موضوع الدعم	نسبته%	التكاليف المغطاة
المشاركة في التظاهرات الدولية	80	المشاركة الجماعية في المعارض والصالونات في الخارج المسجلة في البرنامج الرسمي
	50	المشاركة الفردية في التظاهرات في الخارج، الغير مدرجة في البرنامج الرسمي
	100	المشاركات التي تكتسي طابعا استثنائيا أو إنشاء مكتب وحيد
النقل	50	المنتجات سريعة التلف
	25	المنتجات غير الزراعية ذات الوجهة البعيدة
	80	منتجات التمور
الدراسات والإعلام	50	دراسة الأسواق الخارجية والبحث عن منافذ للمنتجات الجزائرية
	25	إعلام المصدرين عن إمكانيات وفرص التصدير
	50	الدراسات المخصصة لتحسين النوعية وتكييف المنتجات والخدمات الموجهة للتصدير
التشخيص وإنشاء الخلايا	50	إعداد تشخيص التصدير
	50	إنشاء خلايا التصدير الداخلية
الاستكشاف والتمركز الأولي للوحدات التجارية	50	الاستكشاف في أسواق التصدير الخارجية
	10	مستحقات التمركز الأولي للوحدات التجارية
	25	إنشاء أولي لجمع مع الشركات
الطبع والتقنيات الحديثة للإعلام	50	طبع ونشر دعائم إعلامية لترقية المنتجات والخدمات الموجهة للتصدير
	50	التقنيات الحديثة للإعلام والاتصال
الإنشاء والحماية والتمويل والمكافآت	50	إنشاء العلامة التجارية
	10	حماية المنتجات المخصصة للتصدير في الخارج
	100	إنجاز الميداليات والأوسمة الموجهة للمصدرين الأوائل
	100	منح المكافآت للأبحاث الجامعية التي ساهمت في ترقية الصادرات خارج المحروقات
التكوين	80	برامج التكوين المتخصصة في تقنيات التصدير

المصدر : من اعداد الباحث اعتمادا على وثيقة إجراءات التجارة الخارجية الجزائرية ،مرجع سبق ذكره ص ص 95،96 / وكتيب الدليل الإرشادي للمصدر ، طبعة 2017 ، الصادر عن الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ص ص 06 -07

ثانيا : المحفزات الجبائية عند التصدير : تتمثل التحفيزات الجبائية عند التصدير في مختلف الإعفاءات التي يستفيد منها المصدرين أثناء القيام بالعملية التصديرية ، و يمكننا تقديم التحفيزات الجبائية من خلال الجدول التالي :

الجدول 03: الإعفاءات الجبائية المرتبطة بالعملية التصديرية

الإعفاء فيما يخص الضرائب المباشرة والضرائب المماثلة	الإعفاء فيما يخص الضريبة على رقم الأعمال
1- الإعفاء من ضريبة الرسم على النشاط المهني TAP حيث لا يدخل ضمن رقم الأعمال المستخدم كقاعدة في حسابها مبلغ عمليات البيع ، النقل أو التسويق المتعلق بالأشياء والسلع الموجة مباشر للتصدير. **2- الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات IBS وإلغاء شرك إعادة استثمارها بعد إثبات تحويل المداخيل بالعملة الصعبة لبنك موطن في الجزائر**	1- الإعفاء من ضريبة الرسم على القيمة المضافة TVA بالنسبة لعمليات التصدير 2- الشراء بالإعفاء من الرسم على القيمة المضافة بالنسبة للمشتريات بغرض تصديري لاحق 3- استرجاع الرسم على القيمة المضافة

المصدر : من اعداد الباحث اعتمادا على وثيقة إجراءات التجارة الخارجية الجزائرية ،مرجع سبق ذكره ص 99/ وكتيب الدليل الإرشادي للمصدر ، طبعة 2017 ، الصادر عن الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ص 07

ثالثا : التسهيلات والإعفاءات الجمركية عند التصدير: تعتبر الأنظمة الاقتصادية الجمركية مفيدة للمصدرين على العديد من الأصعدة ، حيث أنها توفر حوافز جبائية ومالية و إداري تتمثل أهم التسهيلات فيما يلي: (www.algex.dz, 24 janvier 2024)10

- ✓ الإعفاء من إيداع ضمانة في إطار نظام القبول المؤقت عند استيراد الرزم الفارغة لتغليف السلع الموجهة للتصدير أو السلع الموجهة لتحسين الصنع الإيجابي(التحويل) لتصدر لاحقا، وهذا ينطبق أيضا على التصدير المؤقت للسلع من أجل تحسين الصنع السلبي (انجاز أعمال)، و الموجهة للتصدير النهائي؛
- ✓ زيارة الموقع و التخليص الجمركي عن بعد؛
- ✓ إصدار وصل العبور بالجمارك (TPD) ، بالنسبة للصادرات التي تمت عبر الطرق البرية؛
- ✓ إنشاء الرواق الأخضر ، الذي يسمح بالمصادقة على تصريح التصدير دون معاينة السلع؛
- ✓ تفعيل الدفتر ATA بمدة صلاحية (01) سنة، و هو إجراء مبسط للتصدير المؤقت للعينات و كذا للمشاركة في المعارض و الصالونات في الخارج. و يسلم حصريا من طرف الغرفة الجزائرية للتجارة و الصناعة(CACI) ؛
- ✓ التصريح المسبق المبكر وتقديم البيان قبل وصول البضائع؛
- ✓ اعتماد على التعريفة الجمركية الجزائرية الجديدة في صيغتها الجديدة بـ 10 أرقام ، و التي تتضمن 15 946 بندا تعريفيا فرعيا ، في حين تتكون التعريفة الجمركية السابقة من 6 126 بندا تعريفيا فرعيا ، ما يمثل زيادة في البنود التعريفية الفرعية بنسبة 260% ، حيث دخلت حيز التنفيذ منذ 18 سبتمبر 2016 . 11 (www.algex.dz, 24 janvier 2024)

رابعا : تسهيلات وحوافز أخرى: كما توجد عدة تسهيلات وتحفيزات للمصدرين قصد إنعاش النشاط التصديري وتتمثل في :

(www.algex.dz, 24 janvier 2024)12

أ/– التسهيلات على مستوى الموانئ : تم اعتماد أربع تسهيلات من طرف ميناء الجزائر EPAL منذ سنة 2003 وتشمل :

- ✓ تخصيص مخزن مهيأ لاستقبال السلع الموجهة للتصدير بمساحة 1000م^2 على مستوى الرصيف رقم 2/09 القطاع الشمالي – المدخل 01 ؛
- ✓ تخصيص أرض جافة بمساحة 1862 م^2 في القطاع المركزي بولوغين؛
- ✓ إعفاء السلع جزائرية المنشأ الموجهة للتصدير لمدة 10 أيام من دفع تكاليف التخزين قبل الشحن؛

- ✓ التخفيف من تكاليف المناولة والشحن والتفريغ للسلع الموجهة للتصدير ، وفقا لانتظام وحجم العمليات.

ب/– تمديد آجال توطين عائدات التصدير:

وهذا حسب النظام رقم 16–04 المؤرخ في 17 نوفمبر 2016 والمتمم للنظام رقم 07–01 المؤرخ في 03 فبراير 2007 والمتعلق بالقواعد المطبقة على المعاملات الجارية مع الخارج والحسابات بالعملية الصعبة، حيث تنص المادة الثانية منه على: (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، النظام رقم 16–04 ، ص 39).

- ✓ يمكن إبرام عقد التصدير خارج قطاعات المحروقات نقدا أو لأجل.
- ✓ يتعيّن على المصدّر توطين إيرادات التصدير في أجل حدّد بثلاثمائة و ستين (360) يوما اعتبارا من تاريخ الإرسال للسلع أو تاريخ الإنجاز بالنسبة للخدمات.
- ✓ و يشكل أجل ثلاثمائة و ستون (360) يوما الحد الأقصى الذي يمكن للمُصدّر منحه لزبونه غير المقيم. كما يتعيّن تقييد أجل الدفع صراحة في العقد التجاري.
- ✓ و في جميع الأحوال ، يتعين توطين إيرادات التصدير في نفس يوم دفعها.
- ✓ فيما يخص عمليات تصدير السلع الاستهلاكية المعمرة أو التجهيزات التي يتجاوز فيها أجل تسديد مستحقات التصدير ثلاثمائة و ستين (360) يوما ، يتم تحديد شروط تطبيقها عن طريق تعليمة تصدر عن بنك الجزائر.
- ✓ و مع مراعاة ما سبق ، حين تتراوح أجال تسديد مستحقات التصدير الممنوحة من طرف المتعامل/المصدّر لزبون غير مقيم ، ما بين مائة و ثمانين (180) يوما و ثلاثمائة و ستين (360) يوما أو أكثر، يجب أن تكون عملية التصدير مدعومة مسبقا بقرض ائتماني للتصدير، مكتتبة لدى الهيئة الوطنية المفوضة في هذا المجال.
- ✓ و في هذه الحالة، يمكن للمتعامل/المصدّر المطالبة بتسبيقات بالدينار على إيرادات التصدير من البنك التجاري"

ج/– توفير وحدة متخصصة بالنقل الجوي للتصدير: أطلقت الخطوط الجوية الجزائرية رسميا، فرعا جديدا خاصا بالشحن مدعما بـ4 طائرات ذات حمولة تزيد عن 60 طنا، وهو ما يسمح للمصدرين الجزائريين في مجال البطاطا والبصل والتمور وغيرها من السلع القابلة للتلف بنقل بضاعتهم إلى الخارج جوا وفي مدة زمنية قياسية. (www.algex.dz, 24 janvier 2024).13

6–أهم برنامج مرافقة للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية والمعد من طرف الوكالة الجزائرية لترقية التجارة الخارجية (P 3 A) :

يندرج برنامج دعم تفعيل اتفاقية الشراكة (P3A) في إطار الدعم الذي يتم تقديمه للإدارات الجزائرية في مساعيها الرامية إلى تفعيل مختلف بنود اتفاقية الشراكة مع الإتحاد الأوربي ؛ و على هذا الأساس، وفي إطار ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات وتعزيز قدرات تدخل الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية في ميدان المرافقة ، و الدعم ، و المعلومات لصالح الشركات الجزائرية المصدرة، و قد تم توقيع اتفاقية التوأمة المؤسساتية في 20 مارس 2014 بين الوكالة "ألجكس" من جهة ودولتين عضوتين في الإتحاد الأوربي : فرنسا و النمسا، ممثلتين على التوالي بـ : الوكالة الفرنسية للتنمية الدولية للشركاتBUSINESS" "FRANCE، و وكالة التعاون والتنمية الاقتصادية في النمسا"AED" ، أما فيما يخص الأنشطة المسطرة لكل جملة منها نتيجة متوقعة وتتمثل الأنشطة حسب النتائج المتوقعة في: (www.algex.dz, 24 janvier 2024).14

6–1–الذكاء التجاري أكثر تنظيما وتوزيعا

الأنشطة:

- ✓ تطوير اكتساب وهيكلة وتحليل البيانات الهامة للذكاء الاقتصادي؛
- ✓ تحسين استخدام قواعد البيانات حول الشركات و المصدرين؛
- ✓ تطوير المعارف وقدرات التحليل في قطاع الخدمات وقواعد البيانات الموافقة؛
- ✓ تطوير الذكاء الاستراتيجي؛
- ✓ تحسين الموقع الالكتروني؛
- ✓ زيارة دراسية موضوعها اليقظة الإستراتيجية والعمل الوثائقي.

6-2- تعزيز مهارات إطارات الوكالة في إعداد دراسات تحليلية و استشرافية حول التجارة الدولية

الأنشطة:

- ✓ تعزيز مهارات إطارات الوكالة في إعداد دراسات تحليلية و استشرافية حول التجارة الدولية؛
- ✓ تطوير كفاءات الوكالة حول قضايا منظمة التجارة العالمية؛
- ✓ تعزيز كفاءات الوكالة في إعداد تحاليل أثر الأنظمة و الاتفاقات؛
- ✓ تطوير المعارف العملية للوكالة في استشراف قضايا التجارة الدولية؛
- ✓ تعزيز استخدام الوكالة لآليات الاستشراف؛
- ✓ تحسيس الوكالة والفاعلين الاقتصاديين حول الجوانب المعلوماتية للتجارة الدولية؛
- ✓ زيارة دراسية موضوعها التحاليل الاقتصادية المنجزة من طرف المؤسسات المشابهة.

6-3- تعزيز كفاءات وآداء الوكالة في مرافقة المصدرين

الأنشطة:

- ✓ تعزيز عملية التصدير باستخدام أفضل لأليات مرافقة المصدرين؛
- ✓ تحسين القدرات العملياتية للاستشارات المقدمة للمصدرين؛
- ✓ تحسين نوعية التظاهرات والمشاركة فيها؛
- ✓ دعم تطوير فرص الأعمال بتحيين واستحداث الإجراءات؛
- ✓ دعم تطوير مركز استيراد تجاري؛
- ✓ تحسين نوعية الترويج للمنتجات الجزائرية؛
- ✓ إدراك عوائق التصدير وتقدير توصيات للقضاء عليها؛
- ✓ وضع نهج الجودة لتحسين مرافقة المؤسسات؛
- ✓ مرافقات دراسية للشركات لتعزيز صادراتها.

في 25 افريل 2016 اختتم برنامج التوأمة المؤسساتية الهادف لتعزيز القدرات العملياتية للوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية، وتمثلت المشاريع الرئيسية الثلاثة المنجزة في :

- النسخة الجديدة للموقع الالكتروني للوكالة الجكس؛
- قاعدة البيانات الخاصة بالمصدرين؛
- دليل المصدر، الذي يعد وثيقة لا غنى عنها لمرافقة المؤسسات الجزائرية على الصعيد الدولي. (www.algex.dz, 24 janvier 2024) 15.

المحور الثاني: الدراسة الميدانية

1- منهجية تصميم الدراسة الميدانية

1-1- التعاريف الاجرائية لمتغيرات الدراسة

(X1) قروض دعم التصدير

(X2) المساعدة على الدخول الى المعارض

(X3) فرص المرافقة للأسواق الدولية

(X4) دعم المصدرين لاقتحام الاسواق الدولية

Y هو المتغير التابع (عمل الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية) ALGEX

1-2- أساليب جمع البيانات والادوات الاحصائية المستعملة

- ✓ **أساليب جمع البيانات من خلال الاستبيان** : تم توزيع استبيان مكون من 17 عبارة وتم تحصيل 30 استبانة استوفت شروط التحليل.
- ✓ **الأدوات الاحصائية المستخدمة:** برنامج ال SPSS نسخة 25 من خلال مجموعة من الادوات بدءا بالإحصاء الوصفي و مرورا الى ادوات التحليل الاحصائي من خلال تحليل الارتباط ثم اختبار فيشر FISHER لدراسة معنوية العلاقة بين المتغيرات وتحليل الانحدار الخطي و التباين و تحليل ANOVA ONE WAY الاحادي لاختبار فرضيات الدراسة الميدانية.

1-3- مجتمع وعينة الدراسة: بناءا على موضوع الدراسة، ووفقا لمقاربة التسويق الدولي من خلال نشاط التصدير فإن مجتمع الدراسة يتكون من مجموعة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية خارج قطاع المحروقات والتي تنشط في الانتاج السلعي . اضافة الى مجال الانتاج الحرفي والخدمي نظرا لقابلية هذا القطاع للتصدير. حيث تم اختيار عينة ميسرة باللجوء إلى دليل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية والذي يتوفر على العناوين والهواتف والبريد الالكتروني و المواقع الالكترونية للمؤسسات, وهو ما سمح للباحث بتشكيل عينة الدراسة وفقا لما هو متاح من خلال الاتصال المباشر أو عن طريق ارسال استبيان الكتروني وتحصل الباحث على 31 مؤسسة مصدرة من مختلف قطاعات النشاط والتي تتعامل مع الوكالة الجزائرية لترقية التجارة الخارجية أو التي سجلت طلباتها للانضمام إلى عمل الوكالة.

2- عرض و مناقشة النتائج واختبار فرضيات الدراسة الميدانية:

2-1- الصدق الداخلي لمحاور الاستبانة

يتضح مدى الثبات و الصدق لمحاور قائمة الاستبيان, حيث اشارت نتائج التحليل الاحصائي لاختبار تحليل الثبات ان نسبة معامل الفاكرونباخ للمحورين فاقت 0,60, كما ان معامل الصدق ايضا كان اكبر من 0,70 , مما يعني ان قائمة الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الصدق و الثبات.

2-2- التحليل الوصفي للبيانات الوظيفية لأفراد العينة

أولا: قطاع النشاط للمؤسسات: نلاحظ من خلال النتائج أن اغلب المؤسسات المستجوبة تنشط في القطاع الصناعي بتكرار بلغ 13 مؤسسة و بنسبة 42% تقريبا, أما بقية المؤسسات: الناشطة في القطاع الفلاحي- غذائي بنسبة 16%, بعدها تأتي المؤسسات التي تنشط في المشتقات البترولية و الزيوت بنسبة 12,9%, ثم تليها المؤسسات ذات الطابع الفلاحي بنسة 9,7%, اما المؤسسات الناشطة في القطاع الخدماتي و الكهرومنزلي و الغذائي قفد تساوت نسبها المقدرة ب 6,5% , اما المؤسسات الناشطة في القطاع التجاري فهي غير موجودة.

ثانيا: سنوات الخبرة في التجارة الخارجية:

من خلال النتائج يتضح ان عينة المؤسسات محل الدراسة في اغلبها لديها خبرة كبيرة في مجال التجارة الخارجية اكثر من 10 سنوات بنسبة بلغت 54,8% تليها المؤسسات ذات خبرة من 5 الى 10 سنوات بنسبة 25,8% و النسبة المتبقية التي تمثل 19,4% كانت لخبرة المؤسسات في التجارة الخارجية اقل من 5 سنوات.

2-3-تحليل إجابات عينة المؤسسات محل الدراسة حول (الوكالة الجزائرية لترقية التجارة الخارجية):

جدول رقم (04) : إجابات عينة من المؤسسات محل الدراسة نحو العبارات المتعلقة بالوكالة الجزائرية لترقية التجارة الخارجية

رقم العبارة	العبارة	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
1	تقوم الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية بتقديم قروض لدعم التصدير. ALGEX	1,290	0,588	عدم الموافقة
2	تمنح الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية رخص الاستراد بسرعة كبيرة.ALGEX	1,741	0,929	المحايدة
3	تقوم الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية بتنظيم معارض دولية.ALGEX	1,612	0,715	عدم الموافقة
4	تقوم الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية بدعوتكم لزيارة المعارض الدولية على المستوى المحلي. ALGEX	1,387	0,667	المحايدة
5	تقوم الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية بمساعدتكم للدخول الى المعارض الدولية في الخارج. ALGEX	1,774	0,668	المحايدة
6	تقوم الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية بمنحكم فرص للمرافقة للأسواق الخارجية.ALGEX	1,290	0,588	عدم الموافقة
7	تقوم الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية بدعم المصدرين بمساعدتهم في اقتحام الأسواق الأجنبية. ALGEX	1,451	0,767	عدم الموافقة
8	تضمن الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية التواصل المباشر مع الشركاتALGEX الأجنبية للقاءات العمل B2B.و B2C	1,483	0,769	عدم الموافقة
9	تقدم الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية التكوين والاعلام والدعم الازم لفائدة المؤسسات. ALGEX	2,741	0,514	الموافقة
10	تقدم الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية	1,774	0,716	المحايدة

	أسعار مختلف المنتجات في الأسواق الدولية لمعرفة السوق ALGEX المناسب للمؤسسة.	1,66	0,47	عدم الموافقة
11	تقوم الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية بمساعدتكم حينما تتعرضون لمجموعة من العراقيل من طرف ALGEX مديرية الجمارك.	1,612	0,843	عدم الموافقة
12	تقوم الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية بمساعدتكم في البحث عن أسواق دولية جديدة.ALGEX.	1,935	0,727	المحايدة
13	تقوم الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية بتكوين عمالكم وإطاراتكم على العملية التصديرية.ALGEX.	1,935	0,997	المحايدة
14	تستفيد مؤسساتكم من العمليات التكوينية لدعم التصدير خارج قطاع المحروقات.	1,612	0,843	عدم الموافقة
15	تقوم الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية بالتنسيق مع بقية المؤسسات المرافقة والدعم للعملية التصديرية ALGEX بغرض تسهيل تنقلكم الى الأسواق الدولية.	1,548	0,7229	عدم الموافقة
16	قامت الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية بدعم التصديرP3Aبدعمكم في برنامج التوأمة ALGEX .	1,612	0,843	عدم الموافقة
17	قامت الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية لدعم التصديرOptimexporبدعمكم في برنامج ALGEX	1,580	0,719	عدم الموافقة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري الكلي للمحور	**1,66**	**0,47**	**عدم الموافقة**

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أن المتوسط الحسابي الكلي للمحور كان في حدود 1,66 اي **عدم الموافقة على اغلب عبارات الاستبيان**, اما الانحراف المعياري فقد كان في حدود 0,47 و هذا يعني أن إجابات الأفراد كانت في اتجاه واحد الى حد ما, أما في ما يخص عبارات المحور فقد كانت كالتالي:

العبارة 1: المتوسط الحسابي للعبارة كان في حدود 1,29 مما يدل على أن الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية لا تقوم بتقديم قروض لتدعيم التصدير, أما الانحراف المعياري فقد كان في حدود 0,58 هذا يعني أن إجابات المؤسسات كانت في اتجاه واحد نوعا ما حيث أن درجة تشتت الإجابات كانت متوسطة.

العبارة 2: كان المتوسط الحسابي للعبارة في حدود 1,74 مما يدل أن الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية تمنح رخص الاستيراد بسرعة كبيرة, أما الانحراف المعياري فقد كان في حدود 0,92 هذا يعني أن إجابات المؤسسات لم تكن في اتجاه واحد نوعا ما, مما يزيد من درجة تشتت الإجابات.

العبارة 3: كان المتوسط الحسابي للعبارة في حدود 1,61 مما يدل ان الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية لا تقوم بتنظيم معارض دولية, أما الانحراف المعياري فقد كان في حدود 0,71 هذا يعني أن إجابات المؤسسات لم تكن في اتجاه واحد, حيث درجة تشتت الإجابات كانت كبيرة نوعا ما.

العبارة 4: كان المتوسط الحسابي للعبارة في حدود 1,38 مما يدل أن الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية لا تقوم بدعوة المؤسسات لزيارة المعارض الدولية على المستوى المحلي, أما الانحراف المعياري فقد كان في حدود 0,66 هذا يعني أن إجابات المؤسسات كانت في اتجاه واحد نوعا ما حيث درجة تشتت الإجابات متوسطة.

العبارة 5: كان المتوسط الحسابي للعبارة في حدود 1,66 مما يدل أن الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية لا تساعد المؤسسات للدخول الى المعارض الدولية في الخارج ، مما يؤدي إلى تأخير عملية التوزيع وزيادة التكاليف, أما الانحراف المعياري فقد كان في حدود 0,77 هذا يعني أن إجابات المؤسسات لم تكن في اتجاه واحد, حيث درجة تشتت الإجابات كانت كبيرة.

العبارة 6: كان المتوسط الحسابي للعبارة في حدود 1,29 مما يدل أن الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية لا تقوم بمنح المؤسسات فرص المرافقة للأسواق الخارجية،, أما الانحراف المعياري فقد كان في حدود 0,58 هذا يعني أن إجابات المؤسسات كانت في اتجاه واحد نوعا ما, حيث درجة تشتت الإجابات كانت قليلة.

العبارة 7: كان المتوسط الحسابي للعبارة في حدود 1,45 مما يدل أن الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية لا تقوم بدعم المصدرين و مساعدتهم في اقتحام الاسواق الخارجية, أما الانحراف المعياري فقد كان في حدود 0,76 هذا يعني أن إجابات المؤسسات لم تكن في اتجاه واحد, حيث درجة تشتت الإجابات كانت كبيرة.

العبارة 8: كان المتوسط الحسابي للعبارة في حدود 1,48 مما يدل ان الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية لا تضمن التواصل المباشر مع الشركات الاجنبية للقاءات العمل , أما الانحراف المعياري فقد كان في حدود 0,76 هذا يعني أن إجابات المؤسسات كانت في اتجاه واحد, حيث درجة تشتت الإجابات كانت ضعيفة.

العبارة 9: المتوسط الحسابي للعبارة كان في حدود 2,74 مما يدل ان الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية تقدم التكوين و الدعم و الاعلام اللازم لفائدة المؤسسات, أما الانحراف المعياري فقد كان في حدود 0,51 هذا يعني أن إجابات المؤسسات لم تكن في اتجاه واحد نوعا ما حيث أن درجة تشتت الإجابات كانت كبيرة.

العبارة 10: كان المتوسط الحسابي للعبارة في حدود 1,77 مما يدل ان الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية لا تقدم اسعار مختلف المنتجات في الاسواق الدولية لمعرفة السوق المناسب للمؤسسة, أما الانحراف المعياري فقد كان في حدود 0,71 هذا يعني أن إجابات المؤسسات لم تكن في اتجاه واحد نوعا ما, مما يزيد من درجة تشتت الإجابات.

العبارة 11: كان المتوسط الحسابي للعبارة في حدود 1,61 مما يدل أن الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية لا تقوم بمساعدة المؤسسات عندما يتعرضون لمجموعة من العراقيل من طرف الجمارك, أما الانحراف المعياري فقد كان في حدود 0,84 هذا يعني أن إجابات المؤسسات لم تكن في اتجاه واحد, حيث درجة تشتت الإجابات كانت كبيرة نوعا ما.

العبارة 12: كان المتوسط الحسابي للعبارة في حدود 1,93 مما يدل الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية لا تساعد المؤسسات في البحث عن اسواق خارجية جديدة, أما الانحراف المعياري فقد كان في حدود 0,72 هذا يعني أن إجابات المؤسسات لم تكن في اتجاه واحد نوعا ما, و هذا يدل على ان درجة تشتت الإجابات كبيرة.

العبارة 13: كان المتوسط الحسابي للعبارة في حدود 1,93 مما يدل انه الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية لا تقوم بتكوين عمال و اطارات المؤسسات التابعة لها على العملية التصديرية, أما الانحراف المعياري فقد كان في حدود 0,99 هذا يعني أن إجابات الأفراد لم تكن في اتجاه واحد, حيث درجة تشتت الإجابات كانت كبيرة نوعا ما.

العبارة 14: كان المتوسط الحسابي للعبارة في حدود 1,61 مما يدل أن المؤسسات لا تستفيد من العمليات التكوينية لدعم التصدير خارج قطاع المحروقات., أما الانحراف المعياري فقد كان في حدود 0,84 هذا يعني أن إجابات المؤسسات لم تكن في اتجاه واحد الى حد ما, حيث درجة تشتت الإجابات كانت كبيرة.

العبارة 15: كان المتوسط الحسابي للعبارة في حدود 1,54 مما يدل أن الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية لم تقم بالتنسيق مع بقية المؤسسات المرافقة والدعم للعملية التصديرية بغرض تسهيل تنقل المؤسسات الى الأسواق الدولية, أما الانحراف المعياري فقد كان في حدود 0,72 هذا يعني أن إجابات المؤسسات كانت في اتجاه واحد, حيث درجة تشتت الإجابات كانت متوسطة.

العبارة 16: كان المتوسط الحسابي للعبارة في حدود 1,61 مما يدل أن الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية لم تقم بدمج المؤسسات في برنامج التوأمة لدعم التصدير, أما الانحراف المعياري فقد كان في حدود 0,84 هذا يعني أن إجابات المؤسسات لم تكن في اتجاه واحد, حيث درجة تشتت الإجابات كانت كبيرة نوعا ما.

العبارة 17: كان المتوسط الحسابي للعبارة في حدود 1,58 مما يدل أن الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية لم تقم بدمج المؤسسات في لدعم برنامج Optimexportالتصدير,

أما الانحراف المعياري فقد كان في حدود 0,71 هذا يعني أن إجابات المؤسسات لم تكن في اتجاه واحد نوعا ما, حيث درجة تشتت الإجابات كانت كبيرة

2-4- اختبار صحة الفرضيات

الفرضية الأولى: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين قروض دعم التصدير و عمل وكالة ALGEX

الفرضية الثانية: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين المساعدة على الدخول الى المعارض الدولية و عمل وكالة ALGEX

الفرضية الثالثة: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين فرص المرافقة للأسواق الدولية و عمل وكالة ALGEX

الفرضية الرابعة: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين دعم المصدرين لاقتحام الاسواق الدولية و عمل وكالة ALGEX

ومن اجل اختبار صحة الفرضيات اعتمدنا اختبار (F) و ذلك من اجل معرفة معنوية العلاقة, و سنعتمد القيمة المعنوية sig(α)

ب5%, كما سيتم الاعتماد على تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لاختبار الفرضية الأولى و الثانية و الثالثة,و الرابعة حيث تظهر

الجداول التالية نتائج اختبار الفرضيات:

جدول رقم (05): تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لاختبار صحة الفرضية الأولى

المصدر	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمةF	مستوى الدلالة	معامل التحديد R^2	الارتباطRمعامل
الانحدار	318,482	318,482	5,784	0,023*	0,166	0,408
الخطا	1596,873	55,065				
المجموع	1915,355					

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات SPSS

* ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0,05$)

يتبين من معطيات الجدول أعلاه أن قيمة (F) المحسوبة 5,784 دالة إحصائيا عند مستوى معنوية اقل من

(0,05) و يتضح من نفس الجدول أن المتغير المستقل(قروض دعم التصدير) في هذا النموذج تفسر ما مقداره 16,6% من التباين في المتغير التابع (عمل الدراسة , كما ALGEXالوكالة), و هي قوة تفسيرية ضعيفة نسبيا, أما النسبة الباقية البالغة 83,4% فتعود لمساهمة متغيرات أخرى غير داخلة ضمن نموذج يوضح معامل الارتباط (0,408) وجود ارتباط موجب بين قروض دعم التصدير و عمل وكالة

بناءا على ما سبق يمكن اعتبار ان هناك اثر مهم للمتغير المستقل قروض (دعم التصدير) و المتغير التابع عمل وكالة ALGEX

و بذلك تثبت صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الأولى.

جدول رقم (06): تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لاختبار صحة الفرضيات الثانية والثالثة والرابعة:

المصدر	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمةF	مستوى الدلالة	التحديد R^2معامل	الارتباطRمعامل
الانحدار	1779,958	593,319	118,316	0,000*	0,929	0,964
الخطأ	135,397	5,015				
المجموع	1915,355					

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجاتSPSS

* ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0,05$)

يتبين من معطيات الجدول أعلاه أن قيمة (F) المحسوبة 118,316 دالة إحصائيا عند مستوى معنوية اقل من

(0,05) و يتضح من نفس الجدول أن المتغيرات المستقلة (المساعدة على الدخول الى المعارض) (فرص المرافقة للأسواق الدولية) (دعم المصدرين لاقتحام الاسواق الدولية) في هذا النموذج تفسر ما مقداره 92,9% من التباين في المتغير التابع (عمل الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية), و هي قوة تفسيرية عالية نسبيا, أما النسبة الباقية البالغة 7,1% فتعود لمساهمة متغيرات أخرى غير داخلة ضمن نموذج الدراسة , كما يوضح معامل الارتباط (0,964) وجود ارتباط

موجب بين المساعدة على الدخول الى المعارض و فرص المرافقة للأسواق الدولية, و دعم المصدرين لاقتحام الاسواق الدولية و بين عمل الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية

بناءا على ما سبق يمكن اعتبار ان هناك اثر مهم للمتغيرات المستقلة (المساعدة على الدخول الى المعارض) (فرص المرافقة للأسواق الدولية) (دعم المصدرين لاقتحام الاسواق الدولية) و المتغير التابع (عمل الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية), و بذلك تثبت صلاحية النموذج لاختبار الفرضيات الثانية و الثالثة و الرابعة.

–و قد تم استخدام تحليل الانحدار البسيط لاختبار هذه الفرضيات حيث يوضح الجدول التالي تقدير معلمات النموذج من اجل قياس اثر المتغيرات المستقلة (قروض دعم التصدير) (المساعدة على الدخول الى المعارض) (فرص المرافقة للأسواق الدولية) (دعم المصدرين لاقتحام الاسواق الدولية) و المتغير التابع (عمل الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية)

جدول رقم (07): تحليل الانحدار البسيط لبيان اثر المتغيرات المستقلة الاربعة على عمل وكالةALGEX

النموذج	معاملات غير معيارية		معامل Betaمعياري	قيمة (T) المحسوبة	الدلالة (sigمستوى)
	β	الخطا المعياري			
الثابت (y)	10,223	1,030		10,533	0,000*
قروض دعم التصدير (X1)	5,537	2,302	0,408	2,405	0,023*
المساعدة على الدخول الى المعارض (X2)	2,923	0,655	0,309	4,460	0,000*
فرص مرافقة الاسواق الدولية (X3)	5,094	0,806	0,461	6,320	0,000*
دعم المصدرين لاقتحام الاسواق الدولية (X4)	3,257	0,655	0,344	4,968	0,000*

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجاتSPSS

* دالة إحصائيا عند مستوى ($\alpha \leq 0,05$)

**غير دالة إحصائيا عند مستوى ($\alpha \leq 0,05$)

يتضح من الجدول أعلاه أن تقدير معادلة خط الانحدار تكون وفق ما يلي:

$$Y= 10,223+5,537\ X1+2,923X2+5,094\ X3 + 3.257X3$$

الخطا المعياري للمعلمات (0,655) (0,806) (0,655) (2,302) (1,03)

حيث ان:

X1 هو المتغير المستقل الأول (قروض دعم التصدير)

X2 هو المتغير المستقل الثاني (المساعدة على الدخول الى المعارض)

X3 هو المتغير المستقل الثالث (فرص المرافقة للأسواق الدولية)

X4 هو المتغير المستقل الرابع (دعم المصدرين لاقتحام الاسواق الدولية)

Y هو المتغير التابع (عمل وكالة ALGEX)

و هكذا تشير معادلة نموذج الانحدار البسيط إلى أن:

-**الفرضية الاولى**: زيادة وحدة واحدة من المتغير المستقل (قروض دعم التصدير) تؤثر بالزيادة في المتغير التابع (عمل وكالة ALGEX) بمقدار (5,537), كما يتضح من خلال المعامل المعياري (0,408), أن قوة العلاقة بين قروض دعم التصدير و عمل وكالةALGEX بلغت (40.8%).

أما بالنسبة لاختبارات معنوية معاملات الانحدار يتضح من الجدول السابق أن قيمة (T)المحسوبة (2,405) للمتغير المستقل دالة إحصائيا عند مستوى معنوية اقل من (0,05).

بناءا على هذا فإننا نقبل الفرضية الأولى بصيغتها.

– الفرضية الثانية: زيادة وحدة واحدة من المتغير المستقل (المساعدة على الدخول الى المعارض) تؤثر بالزيادة في المتغير التابع (عمل وكالةALGEX) بمقدار (2,923), كما يتضح من خلال المعامل المعياري (0,309), أن قوة العلاقة بين المساعدة على الدخول الى المعارض و عمل وكالة ALGEX بلغت (30,9%).

أما بالنسبة لاختبارات معنوية معاملات الانحدار يتضح من الجدول السابق أن قيمة (T)المحسوبة (4,46) للمتغير المستقل دالة إحصائيا عند مستوى معنوية اقل من (0,05).

بناءا على هذا فإننا نقبل الفرضية الثانية بصيغتها.

-**الفرضية الثالثة**: زيادة وحدة واحدة من المتغير المستقل (فرص المرافقة للأسواق الدولية) تؤثر بالزيادة في المتغير التابع (عمل وكالةALGEX) بمقدار (5,094), كما يتضح من خلال المعامل المعياري (0,461), أن قوة العلاقة بين فرص المرافقة للأسواق الدولية و عمل وكالة ALGEX بلغت (46,1%).

أما بالنسبة لاختبارات معنوية معاملات الانحدار يتضح من الجدول السابق أن قيمة (T)المحسوبة (6,32) للمتغير المستقل دالة إحصائيا عند مستوى معنوية اقل من (0,05).

بناءا على هذا فإننا نقبل الفرضية الثالثة بصيغتها.

-**الفرضية الرابعة**: زيادة وحدة واحدة من المتغير المستقل (دعم المصدرين لاقتحام الاسواق الدولية) تؤثر بالزيادة في المتغير التابع (عمل وكالةALGEX) بمقدار (3,257%), كما يتضح من خلال المعامل المعياري (0,344), أن قوة العلاقة بين دعم المصدرين لاقتحام الاسواق الدولية و عمل وكالة ALGEX بلغت (34,4%).

أما بالنسبة لاختبارات معنوية معاملات الانحدار يتضح من الجدول السابق أن قيمة (T)المحسوبة (4,968) للمتغير المستقل دالة إحصائيا عند مستوى معنوية اقل من (0,05).

بناءا على هذا فإننا نقبل الفرضية الرابعة بصيغتها.

مما سبق نقبل الفرضيات الاربعة:

-هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0,05$) بين قروض دعم التصدير و عمل وكالة ALGEX

– هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0,05$) بين المساعدة على الدخول الى المعارض و عمل وكالة ALGEX

– هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0,05$) بين فرص المرافقة للأسواق الدولية و عمل وكالة ALGEX

– هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0,05$) بين دعم المصدرين لاقتحام الاسواق الدولية و عمل وكالة ALGEX

خلاصة الدراسة:

من خلال الدراسة النظرية و الميدانية، توصل الباحث لعدة نتائج نلخصها فيما يلي :

نتائج الدراسة النظرية :

- ✓ إن العراقيل او المعوقات التي تقف في طريق تحقيق المؤسسات لاختراق الاسواق الخارجية ذلك تتعدد من وعدم الإقبال على طلب المنتجات الجزائرية من الخارج لنقص الجودة وقوة منافسة المنتجات الأجنبية ، إضافة إلى كثرة الإجراءات الإدارية وطول فترتها أدى بعزوف المتعاملين عن العملية التصديرية والتوجه للاستيراد؛
- ✓ لا ننكر نجاح الجزائر في بناء هيئات وهياكل قصد ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات ،إلا أن أدائها كان جد ضعيف ولم يصل إلى تحقيق المساعي المرجوة منها بسبب ضعف عملية الاتصال داخل وخارج المؤسسات و تداخل المهام الموكلة للهيئات فيما بينها وتشابك في بعض النصوص القانونية وعدم وضوحها أحيانا ؛
- ✓ غياب الإرادة الفعلية لترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات والاعتماد على عوائد المحروقات في ظل البحبوحة المالية التي كانت بسبب ارتفاع أسعار البترول في السوق الدولية في فترات سابقة؛

نتائج الدراسة الميدانية:

- ✓ التأخر في تبني فكرة و تكوين استراتيجية حقيقية للنهوض بالصادرات خارج المحروقات رغم حيازة الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ALGEX على الإمكانيات البشرية من إطارات وكوادر ذات مستوى عالي ؛
- ✓ عدم منح القروض المخصصة لدعم المصدرين وعدم قدرة المؤسسات الاقتصادية على الحصول عليها؛
- ✓ لم تتمكن المؤسسات المدروسة من الاستفادة من الدخول الى المعارض الدولية التي تنظم في العديد من الدول الاجنبية من قبل الوكالة؛
- ✓ لم تتحصل العديد من مؤسسات الدراسة من الحصول المرافقة الى الاسواق الدولية؛
- ✓ لم تتمكن العديد من مؤسسات الدراسة من الحصول على الدعم اللازم للمؤسسات المصدرة من طرف الوكالة؛
- ✓ بطء الإجراءات المتعلقة بالحصول على التسجيل للانضمام للوكالة ولم تتحصل العديد من المؤسسات على الموافقة الى غاية اليوم؛

أهم التوصيات :

- ✓ التركيز على الرقمنة للوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ولكافة هيئات الدعم و المرافقة للمؤسسات بغرض القضاء على البيروقراطية في العمل وبسط الشفافية و المتابعة؛
- ✓ وضع حد للتأخر في معالجة طلبات انضمام المؤسسات المصدرة أو التي لديها نية في التصدير للوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية؛
- ✓ منح صلاحيات أكبر للوكالة بغرض إنشاء لامركزية في التسيير و إعطاء الوكالة مرونة أكبر لتنفيذ استراتيجياتها؛
- ✓ تفعيل خلية الاعلام على مستوى الوكالة لمنح فرص أكبر للمصدرين لحضور المعارض الدولية خاصة التي تقام في العديد من دول العالم، و تحقيق تكافؤ للفرص بين المؤسسات الاقتصادية الجزائرية؛
- ✓ فتح بوابة إلكترونية لمعالجة الشكاوى الواردة من طرف المؤسسات ضد الوكالة و العمل على إيجاد حلول من طرف الوصاية المعنية؛
- ✓ إيجاد صيغ جديدة من طرف الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية للاستفادة من قروض التصدير و الدعم و المرافقة و التمويل لصالح المؤسسات المصدرة؛
- ✓ بناء قواعد قطاعية عامة وجزئية وفتح المجال للتجارة في التصدير كإنشاء مؤسسات خاصة فقط ومتخصصة في التصدير، واستحداث منشآت خاصة للعملية التصديرية كإنشاء مزارع وحاضنات ومسرعات التصدير الجزائرية؛
- ✓ تحسين السياسات الاتصالية والتسويقية وفق متطلبات الأسواق الخارجية ، لتنويع مداخيل الاقتصاد الوطني.

المراجع

1) Hervé Boughault et Ewa Filipiak,(2005), les programmes de mise à niveau des entreprises: Tunisie, Maroc, Sénégal, Agence Française de Développement, Paris , France, P13.

2) نصيرة قريش، (2006)، آليات واجراءات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة شلف، الجزائر، ص48 .

3) Mohamed Lamin Dhaoui, (2002) , Guide méthodologie, Restructuration, mise à niveau compétitivité industrielle, l'ONUDI, Vienne, , France,P07.

4) Abdelhak Lamari, (2003), La mise à niveau, Revue des sciences commerciales et de gestion, N°02, l'Ecole Supérieure de Commerce, Alger, Algérie, P42.

5) عبد الله بن عنتر، عبد الله بلوناس، (2003)، مشكلات المشروعات الصغيرة والمتوسطة وأساليب تطورها في الاقتصاديات المغاربية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، ص03.

6) عبد الرحمان يسري أحمد، (1996)، تنمية الصناعة الصغيرة ومشكلة تمويلها، الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، ص17.

7) سعاد نائف برنوطي، (2005)، إدارة الاعمال الصغيرة، دار وائل لنشر، عمان، الاردن ، ص60.

8) لطرش ذهبية، (2004)، اتفاقية التجارة في السلع وأثارها على المؤسسات والصناعات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، الجزائر، ص212.

9) عامر ملايكية، (2017)، عراقيل تصدير المنتجات غير النفطية في الجزائر– دراسة ميدانية لمدارك مديري الشركات المصدرة ، مجلة الإصلاحات والاندماج في الاقتصاد العالمي ، العدد 24، المدرسة العليا للتجارة، الجزائر، ص35.

10) Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur, On-Line : http://www.algex.dz/index.php/ar/%D8%B5%D8%AF%D8%B1%D9%88%D8%A7-%D9%85%D8%B9%D8%A3%D9%84%D8%AC%D9%83%D8%B3/item/597%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%87%D9%8 ,(visité le : 24 janvier 2024).

11) Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur, On-Line : http://www.algex.dz/index.php/ar/2017-03-19-08-13-36/item/846-10-29-06-2016, (visité le : 24 janvier 2024).

12) Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur, On-Line : http://www.algex.dz/images/%D8%AA%D8%B3%D9%87%D9%8A%D9%84%D8%A7%D8%AA-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D9%85%D8%B3%D8%AA%D9%88%D9%89-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D8%A7%D9%86%D8%A62.pdf, (visité le : 24 janvier 2024).

13) Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur, On-Line : http://www.algex.dz/index.php/ar/2017-03-19-08-13-36/item/847-2017-03-14-10-16-29, (visité le : 24 janvier 2024).

14) Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur, On-Line : http://www.algex.dz/index.php/ar/%D9%85%D9%86-%D9%86%D8%AD%D9%86/%D8%AA%D8%B9%D8%A7%D9%88%D9%86/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A3%D9%85%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%A4%D8%B3%D8%B3%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%A9-p3a, (visité le : 24 janvier 2024).

15) Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur, On-Line : http://www.algex.dz/images/%D8%A8%D8%B7%D8%A7%D9%82%D8%A9-

%D9%81%D9%86%D9%8A%D8%A9-%D9%84%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A3%D9%85%D8%A9.pdf, (visité le : 24 janvier 2024).