

نموذج عمل مقترح لتعزيز دور "الدبلوماسية الاقتصادية" في الاستراتيجية الجزائرية
للتصدير خارج المحروقات

**A proposed plan to enhance the role of "economic diplomacy" in the
Algerian strategy for non-hydrocarbon export**

جوادي نورالدين

كلية الاقتصاد/جامعة الوادي (الجزائر)

noureddine-djouadi@univ-eloued.dz

تاريخ القبول: 2021/07/31

تاريخ الاستلام: 2021/07/23

مستخلص: عالجت الدراسة دور "الدبلوماسية الاقتصادية" كداعم للاستراتيجية الجزائرية للتصدير خارج المحروقات، واستعرضت نموذج عمل مقترح لذلك من خلال ثلاث محاور رئيسية: (01) تعريف "الدبلوماسية الاقتصادية"، (02) أهم ملامح نموذج العمل المقترح للدبلوماسية الاقتصادية لدعم التصدير خارج المحروقات، (03) أهم آليات تعزيز نموذج العمل وتقييم أدائه. وقد توصلت الورقة إلى أن هنالك علاقة قوية وطردية بين رفع أداء "الدبلوماسية الاقتصادية" وتنوع الإنتاج ودعم التصدير خارج المحروقات خاصة بالنسبة للجزائر.

الكلمات المفتاحية: الدبلوماسية الاقتصادية؛ خطة عمل، التصدير خارج المحروقات؛ الاقتصاد الجزائري؛ التنمية الاقتصادية.

تصنيف JEL: A19 ; F1 ; O21

Abstract: The study explained the role of "economic diplomacy" as a supporter of the Algerian strategy for non-hydrocarbon exporting, and presented a proposed plan for this through three main axes: (01) Defining "economic diplomacy", (02) the most important features of the proposed plan for economic diplomacy to support non-hydrocarbon export, (03) The most important mechanisms for strengthening the plan and evaluating its performance. The paper proved that there is a strong and direct relationship between the good performance of "economic diplomacy" and diversification of production and support non-hydrocarbon exporting, especially for Algeria.

Keywords: economic diplomacy; Business plan, non-hydrocarbon export; Algerian economy; economic development..

Jel Classification Codes : O21 ; F1; A19.

. مقدمة:

تمثل السلع النفطية أكثر من 96% من إجمالي صادرات الجزائر، كما وتتركز على حدود 40% من إجمالي إيرادات الدولة، وبرغم والإصلاحات الضخمة التي قامت بها الحكومات الجزائرية المتعاقبة في إطار تشجيع الصادرات خارج المحروقات منذ الاستقلال العام 1962، إلا أن الاقتصاد الجزائري بقي ربيعاً بامتياز (أنظر الجدول 01).

واليوم، وفي إطار "برنامج الإنعاش الاقتصادي والاجتماعي" وضمن سياسة التصدير التي برمجتها الحكومة لدعم الإنتاج الوطني، وبلغ 5 مليار دولار أمريكي خارج المحروقات، جمّعت الجزائر كل امكاناتها المتاحة، بما فيها الدبلوماسية الخارجية لمرافقة المُنْتَج الوطني والمستثمر المحلي واستقطاب رأس المال الأجنبي، وأعادت الاعتبار لما يعرف بـ "الدبلوماسية الاقتصادية"، والتي تعتبر من أهم آليات تنمية الصادرات خارج المحروقات، ومن أهم نظم المعلومات التي تشكل مدخلاً قوياً لدعم القرار الاستثماري والتصدير للمعامل الاقتصادي المحلي والأجنبي.

أ. مشكلة البحث:

تعالج هذه الورقة موضوعاً مهماً يتعلق بتحسين البيئة العامة للمناخ الاقتصادي في الجزائر، خاصة من خلال توفير "البيانات" و "المعلومات"، والتي أصبحت بحسب وصف الباحث في علم الرياضيات والمقاولاتية البريطاني "كلايف هامبي" (Clive Humby) بأنها: قطاع "النفط الجديد" (The New Oil) الذي يحرك كل الصناعات في الوقت الراهن. وتركز هذه الورقة على دور "الدبلوماسية الاقتصادية" كداعم للمؤسسة الجزائرية لتصدير خارج المحروقات، ومشجعاً للمستثمر الأجنبي للتموقع في السوق الوطنية بوصفها نظاماً للمعلومات والمرافقة، وهو ما يطرح السؤال: ما هي أهم ملامح خطة العمل التي يمكن لها تفعيل دور "الدبلوماسية الاقتصادية" كداعم لسياسة التصدير خارج المحروقات على المدى القصير، المتوسط والطويل ؟

ب. الأسئلة الفرعية:

1. ما المقصود بـ "الدبلوماسية الاقتصادية" ؟
 2. وما هي أهم ملامح نموذج العمل المقترح للدبلوماسية الاقتصادية لدعم التصدير خارج المحروقات ؟
 3. وما هي أهم آليات تعزيز نموذج العمل وتقييم أدائه ؟
- ب. الفرضيات:

1. تشكل المحروقات نسبة عالية في صادرات الجزائر.

2. التصدير خارج المحروقات ضرورة ملحة لمشروع الإنعاش الاقتصادي والاجتماعي.
3. تعتبر "الدبلوماسية الاقتصادية" أداة استراتيجية لدعم التصدير خارج المحروقات.
4. تعاني "الدبلوماسية الاقتصادية" من ضعف في أدائها.
5. قامت الجزائر اليوم بخطوات ملموسة لتفعيل دور "الدبلوماسية الاقتصادية" لدعم التصدير خارج المحروقات.

ج. أهمية البحث:

- تستمد هذه الورقة البحثية أهميتها من عدة نقاط، أهمها:
1. كونها تعالج موضوعاً مهماً يتعلق بالتصدير خارج المحروقات، وهو الموضوع الذي أرقق الاقتصاد الجزائري على مدار الستة عقود الماضية، وشكل (ولا يزال يشكل) محوراً للسياسات الاقتصادية وتحدياً لها.
 2. كونها تتطرق لدور "الدبلوماسية الاقتصادية" باعتبارها منحنى جديد في سياسة الحكومة الجزائرية في عملية تنمية الصادرات خارج المحروقات، خاصة وأنها (أي "الدبلوماسية الاقتصادية") أبقيت ولعقود خارج الاستراتيجية التنموية للدولة برغم أهميتها كمتغير رئيسي في المعادلة الاقتصادية مثلما أثبتت ذلك التجارب الدولية والأبحاث العلمية، خاصة فيما تعلق بها كداعم للمؤسسات الوطنية لاختراق الأسواق الوطنية وتنمية التجارة الخارجية.

1. تحليل الدراسات السابقة:

تناولت الكثير من الأبحاث الاقتصادية العلاقة بين "الدبلوماسية الاقتصادية" والصادرات، ومن أهم تلك الدراسات، نجد:

1. دراسة (Visser, 2018) بعنوان تأثير "التمثيل الدبلوماسي" (Diplomatic Representation) على التجارة: تحليل بيانات البانل (Panel Data)، وقد توصلت لنفس النتيجة التي طرحها (Moons S., 2012) بعد أن درس فيها تأثير "التمثيل الدبلوماسي" على التجارة في 100 دولة على مدار 5 سنوات للفترة 1985 إلى 2005 وأكدت نتائجها "التمثيل الدبلوماسي" يؤثر على الصادرات في السلع.
2. دراسة (Moons S. J., 2017)، وهي أهم مرجع لهذه الورقة باعتبارها رسالة دكتوراه عالجت بعمق العلاقة بين "الدبلوماسية الاقتصادية" والتجارة الخارجية والاستثمار الأجنبي من خلال عنوانها التأثيرات غير المتجانسة للدبلوماسية الاقتصادية: الأدوات والمحددات والتطورات، وهو المنحنى الذي يشكل العمود الفقري لورقتنا البحثية هذه،

خاصة وأن الباحث توصل إلى أن العلاقة قوية وطردية بين "الدبلوماسية الاقتصادية" والتجارة الخارجية والاستثمار الأجنبي.

3. دراسة (Afesorgbor, 2016) بعنوان: "الدبلوماسية الاقتصادية" في إفريقيا، تأثير التكامل الإقليمي مقابل الدبلوماسية الثنائية (Bilateral Diplomacy) على التجارة الثنائية من خلال استخدام نموذج الجاذبية لـ 45 دولة أفريقية خلال الفترة 1980 إلى 2005 ومحاولة اكتشاف أي من "التكامل الإقليمي" و"الدبلوماسية التجارية" أكثر تأثيراً على الصادرات الثنائية، وأظهر النتائج أن "التبادل الدبلوماسي الثنائي" هو محدد أكثر أهمية نسبياً للصادرات الثنائية بين الدول الأفريقية مقارنة بالتكامل الإقليمي. وهي نتيجة مهمة جداً.

4. دراسة (Harold & Arjan, 2013) التي كانت بعنوان: دخول السوق و"الدبلوماسية الاقتصادية" من خلال تحليل دور "الدبلوماسية الاقتصادية" في قرارات دخول الشركات الهولندية إلى سوق التصدير؛ وقد أكدت الدراسة أن وجود مكاتب الدعم الحكومية في البلدان المتوسطة الدخل والبعثات التجارية الحكومية يحفز الشركات الهولندية على دخول أسواق التصدير في هذه البلدان؛ وهي النتيجة التي تم استنتاجها من خلال نموذج قياسي باستخدام بيانات التجارة الدولية التفصيلية جنباً إلى جنب مع خصائص الشركة وأسواق التصدير.

5. دراسة (Moons S., 2012) التي حملت عنوان: ما هي آثار "الدبلوماسية الاقتصادية" على هامش التجارة؟ وقد قام الباحث خلالها بدراسة "الدبلوماسية الاقتصادية" في عدة بلدان من دول منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية ودول أمريكا اللاتينية غير الأعضاء في منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، واستطاع إثبات أن "الدبلوماسية الاقتصادية" فعالة في زيادة هامش التجارة الواسع، وبالتالي، قد تعمل كأداة ناجحة لتنويع الصادرات، وأنها تؤثر بشكل كبير على هامش التجارة المكثف.

6. دراسة كل من (Selwyn & Peter, 2011) والتي حملت عنوان: هل تعمل الدبلوماسية الاقتصادية الاقتصادية؟ التحليل الشمولي (Meta-Analysis) على تأثير "الدبلوماسية الاقتصادية" على التدفقات الاقتصادية الدولية؛ وتحديدًا منها (التجارة والاستثمار الأجنبي المباشر). وسعت الدراسة لتحليل العلاقة بين أدوات "الدبلوماسية الاقتصادية" (السفارات والمكاتب الأجنبية الأخرى ومكاتب ترويج الاستثمار ومكاتب ترويج الصادرات

والبعثات التجارية وغيرها) من المؤشرات العامة للعلاقة السياسية الثنائية، وأظهرت النتائج أن تأثير "الدبلوماسية الاقتصادية" كبير وإيجابي.

2. الإطار النظري لـ "الدبلوماسية الاقتصادية":

أشار (Imbert, 2017) أن مفهوم "الدبلوماسية الاقتصادية" ظهر منذ قرابة 50 عاماً. وبشكل عام يرى (Woolcock, 2011, p. 84) أن "الدبلوماسية الاقتصادية" تعني صنع القرار والتفاوض في العلاقات الاقتصادية الدولية في المجالات الأساسية للتجارة الدولية، الاستثمار، الأسواق المالية، وسياسات التنمية وصون البيئة. ويرى (Moons S. J., 2017) أن "الدبلوماسية الاقتصادية" أضحت تحظى بشعبية متزايدة في الأدبيات الاقتصادية وهو أيضاً أداة مستخدمة على نطاق واسع في سياسات الحكومات. خاصة وأنها تستهدف أوجه القصور التي تعيق التجارة الدولية والاستثمار الأجنبي المباشر؛ وتهدف إلى التأثير على القرارات المتعلقة بالأنشطة الاقتصادية عبر الحدود. وبناءً على ذلك يضيف (Moons S. J., 2017) أن "الدبلوماسية الاقتصادية تتميز بعدة مزايا، كما يلي:

- أنها تروج التجارة (الصادرات والواردات) وتشجع الاستثمار عبر الحدود؛ وذلك من خلال جمع المعلومات وتوفيرها؛
- تأمين حقوق الملكية واستقرار العلاقات الاقتصادية، وهذا ينطوي على التفاوض بشأن معاهدات الاستثمار الثنائية والاتفاقيات التجارية الثنائية؛ وذلك بهدف تعزيز فوائد العلاقات السياسية وتقليل مخاطر التدفقات الدولية؛
- التأثير على صنع السياسة الوطنية الخارجية لصالح الشركات المحلية لتصبح متعددة الجنسيات خلال استخدام الاتصالات الثنائية ومعالجة الحواجز التي تعرقل المصلحة التجارية للشركات المحلية النشطة دولياً؛
- الحفاظ على بيئة سياسية دولية مواتية، وذلك من خلال جهود الحكومات المتعددة الأطراف للحفاظ على نظام حوكمة عالمي فعال للتجارة والتدفقات المالية.

3. "الدبلوماسية الاقتصادية" وتطورها في الجزائر:

وقد لاقت "الدبلوماسية الاقتصادية" اهتماماً بالغاً من قبل الحكومات الجزائرية منذ الاستقلال العام 1962، فشاركت في غالبية التظاهرات الدولية التي سعت إلى تحسين أداء الاقتصاديات النامية، ووقعت على الكثير من الاتفاقيات في إطار ذلك. وتعتبر الشراكة من أجل تنمية أفريقيا من أهم تجليات "الدبلوماسية الاقتصادية" الجزائرية، إضافة إلى الدور الهام الذي

تلعبه داخل منظمة الدول المصدرة للنفط...الخ. كما أن الجزائر أقدمت العام 2010 على مسح ديون 14 دولة أفريقية في إطار مساعي تنمية القارة، وهو ما يعد أرقى صور "الدبلوماسية الاقتصادية"، ناهيك عن عدد هائل من الاتفاقيات الثنائية ومتعددة الأطراف التي تشكل الجزائر فيها طرفا استراتيجياً.

واليوم، وبناءً على توصيات الندوة الوطنية للإنعاش الاقتصادي والاجتماعي التي عقدت يومي 18 و19 أوت 2020، والتي تتعلق بضرورة تفعيل "الدبلوماسية الاقتصادية" كأحد آليات دعم الصادرات خارج المحروقات، تم يوم 25 فيفري 2021 وعلى مستوى وزارة الشؤون الخارجية إنشاء "مكتب الإعلام وترقية الاستثمارات والصادرات" تابع لمديرية "ترقية ودعم المبادلات الاقتصادية" بالوزارة، والذي يعتبر وبحسب (وزارة الشؤون الخارجية، 2021) فضاءً مخصصاً للمتعاملين الاقتصاديين الجزائريين، بما في ذلك أبناء الجالية الوطنية بالخارج الناشطين في عمليات التصدير أو الشراكة مع المتعاملين الأجانب، وذلك من خلال:

1. استقبال المتعاملين الاقتصاديين الناشطين في عمليات التصدير أو الذين ينشطون في إطار الشراكة مع المتعاملين الأجانب، بغية إفادتهم وتزويدهم بالمعلومات والوثائق المتوفرة الخاصة بالجوانب الخارجية لمساعدتهم (النصوص التنظيمية للبلدان المستهدفة، الولوج إلى الأسواق الخارجية، المناقصات الدولية، اقتراحات الشراكة، البعثات الاقتصادية والمعارض بالخارج...الخ)؛
 2. وضع تحت تصرفهم شبكة المكلفين بالشؤون الاقتصادية والتجارية على مستوى بعثاتنا الدبلوماسية والقنصلية عبر العالم من خلال تواصل سهل، مباشر وسريع؛
 3. مرافقتهم في المرحلة النهائية لمساعدتهم المتعلقة بعمليات تصدير المنتجات أو الخدمات؛
 4. تنظيم دورات تكوينية وندوات وأيام دراسية وملتقيات وبعثات اقتصادية بالتعاون الوثيق مع القطاعات الوزارية والهيئات المعنية؛
 5. توجيههم نحو القطاعات الوزارية وكذا المؤسسات والهيئات والسفارات المعتمدة بالجزائر فيما يخص المسائل التي لا تندرج في نطاق صلاحيات وزارة الشؤون الخارجية.
- كما وقام المكتب بنشر شبكة المكلفين بالشؤون الاقتصادية والتجارية على مستوى البعثات الدبلوماسية والقنصلية للجزائر في الخارج، وتوفير كل وساطة التواصل معهم، وأكد أن المكلفين تلقوا تكويناً متخصصاً، وأنهم في خدمة المتعاملين الاقتصاديين الناشطين في عمليات

التصدير أو الذين ينشطون في إطار الشراكة مع المتعاملين الأجانب؛ وذلك وكما صرح (بوقدوم، 2021) بهدف تكييف دبلوماسية البلد بغية التمكن من بلوغ أهداف إنجاح الانعاش الاقتصادي، مع استحداث شبكة تعاونية تضم دبلوماسيين جزائريين عبر العالم.

4. نموذج العمل المقترح لـ "الدبلوماسية الاقتصادية" لدعم التصدير خارج المحروقات:

يعتبر "مكتب الإعلام وترقية الاستثمارات والصادرات" آلية استراتيجية ضمن سياسة ترقية الصادرات خارج المحروقات، كما أن مهمته أساسية في إطار ذلك، وسوف نقترح فيما يلي نموذج عمل؛ وخارطة طريق للمكتب على المدى القصير والمدين المتوسط والبعيد. ودعماً للخطوة، يقترح (جواوي ن، 2021) حوالي 10 نقاط رئيسية سوف تعمق من أداء "الدبلوماسية الاقتصادية الجزائرية" في المرحلة الراهنة باعتبارها القوة الناعمة لمشروع الإنعاش الاقتصادي والاجتماعي للبلاد، هي:

2.1. على المدى القصير (أقل من 01 سنة):

الوضع الاقتصادي للدولة يحتاج بطبيعة الحال إلى آليات ذات أثر قصير المدى، ومن هذا المنطلق، نقترح أربع إجراءات عاجلة، أولها يتعلق بضرورة تعميق رقمنة خدمات "مكتب الإعلام وترقية الاستثمارات والصادرات" وبشكل عاجل باعتبار ذلك هو المعطى الوحيد للوصول بسرعة للمتعاملين الاقتصاديين من ناحية ومن ناهي ثانية لتجميع مقترحاتهم والتعرف على احتياجاتهم الحقيقية. أما ثانياً، فيجب احصاء "صفقات التصدير" سارية التنفيذ أو قيد الإبرام والعمل بشكل مستعجل لإنجاح الصفقة؛ وفي نفس الوقت العمل على تحويل "الصفقات التجارية" منها إلى "عمليات تصدير" متوسطة وطويلة المدى وبأحجام أضخم من حيث القيمة والكمية. وهذه العملية سوف تمكن على المدى القصير من رفع حجم وقيمة الصادرات خارج المحروقات، بقدر ما تسهم في تشجيع المتعاملين المعنيين بتكثيف مجهوداتهم التصديرية. وفي خطوة موازية مع كل ذلك يجب تجميع "المعلومات" حول "المناقصات الدولية" المفتوحة في الدول المستهدفة، تكثيف الحملة الإعلامية للتعريف بمهام الدبلوماسيين الاقتصاديين.

أولاً، تعميق رقمنة خدمات "مكتب الإعلام وترقية الاستثمارات والصادرات":

شهدت الجزائر اجتياحاً غير مسبوق لتكنولوجيات الإعلام والاتصال في كافة مجالات الحياة، فقد أضحت الإنترنت وتطبيقات الأجهزة المحمولة (App) من الهواتف الذكية، المساعدات الرقمية (PDA)، والأجهزة اللوحية... الخ ملازمة للأفراد، وبدأ الناس في الاعتماد عليها في كامل حاجياتهم اليومية.

وبلغة الأرقام، قفز عدد مستعملي الإنترنت كنسبة من إجمالي السكان وبحسب (World Bank, 2021) من حدود 0.49% العام 2000 (قراءة 152 ألف شخص) إلى أكثر من 59.6% العام 2019 (لأكثر من 25 مليون شخص)، مروراً 12.5% العام 2010 (حوالي 4.5 مليون شخص)، وهي فورة تكنولوجية باتم معنى الكلمة في الجزائر (أنظر الجدول 02).

كما أنه ووفق بيانات (DataReportal, 2021) قفز عدد المشتركين في شبكات "الهاتف الجوال" من حدود 470 مشترك العام 1990 إلى أكثر من 49.48 مليون مشترك العام 2020 (أي 114 شريحة لكل 100 شخص) أكثر من 70% مشتركين في خدمة الإنترنت عبرها، و96.5% منهم يستعملون نظام التشغيل "الأندرويد" (ANDROID) مقابل 2.9% يستعملون نظام التشغيل "إي أو أس" (IOS)، والباقي موزعين على بقية أنظمة التشغيل المتوفرة (أنظر الجدول 03).

إضافة إلى ذلك، أكدت احصائيات (statcounter, 2021) أن 53.02% من الجزائريين يصفحون الانترنت عبر "الهاتف الجوال" مقابل 45.37% منهم يتصفحون الانترنت باستخدام "سطح المكتب" للحواسيب (أنظر الجدول 03).

إن هذا التحول التكنولوجي الهائل يفرض بالضرورة على مسوقي السلع ومقدمي الخدمات إعادة التفكير في طبيعة منتجاتهم لتتوافق مع ذلك النمط الجديد من الحياة، بما يسمح لهم باستهداف أوسع شريحة ممكنة من المواطنين وبأقل تكلفة، وأجود الخدمات المتاحة، وفي أي وقت وأينما وجدوا؛ كما أنه تحول (خاصة فيما تعلق بتطور عدد مستخدمي الأجهزة الجواله وخاصة الهواتف) يفرض على مقدمي الخدمات خاصة الانتقال من نمط "الخدمة الإلكترونية" (E-servie) إلى نمط "الخدمة الجواله" (M-service) الأكثر تطوراً، والتي تعتبر أحدث آليات التواصل الرقمي، وذلك من خلال إطلاق تطبيق (App) للهاتف الجوال واللوحات الرقمية خاص بـ "المكتب"، واعتماد آلية الرسائل القصيرة (SMS) على الهاتف...الخ؛ وهو النمط الذي يسمح بوصول مباشر للمعلومة إلى المتعاملين الاقتصاديين، بقدر ما يسمح لـ "المكتب" بتلقي مباشر للمعلومات، الاستفسارات، والمقترحات...الخ وبشكل أوسع.

يمكن تعريف نمط "الخدمة الجواله" (M-service) بأنه استغلال التقنيات المحمولة، جنباً إلى جنب مع الشبكات اللاسلكية وشبكات الهاتف المحمول، وذلك لتسهيل ودعم وتعزيز وتوسيع نطاق إيصال الخدمة للمستهدفين؛ ويمكن أن تقدم "الخدمة الجواله" في أي مكان وفي أي وقت بما في ذلك داخل بيئات تقديم الخدمات التقليدية مثل أماكن العمل ووسائل النقل...الخ. وتشمل تقنيات الأجهزة المحمولة الهواتف المحمولة، الهواتف الذكية، وأجهزة المساعد الرقمي

الشخصي وأجهزة الكمبيوتر المحمولة... الخ. يتضمن نمط "الخدمة الجواله" الاتصال للتزليل و/أو التحميل و/أو العمل عبر الإنترنت عبر الشبكات اللاسلكية أو شبكات الهاتف المحمول أو كليهما، والربط بأنظمة مؤسسية على سبيل المثال. بينات العمل الافتراضية وأنظمة المعلومات الإدارية. ثانياً، احصاء "صفقات التصدير" سارية التنفيذ أو قيد الإبرام:

بحسب (World Bank, 2010) تمثل النظم الاحصائية المتطورة والتي تعمل بشكل جيد، العمود الفقري لعمليات فعالة للرصد والتقييم، وتحسين عملية وضع السياسات، ومن هذا المنطلق ومنذ العام 1996 تبنى البنك الدولي للإنشاء والتعمير نهجاً متقدماً لتطوير نظم احصائية فعالة منذ إطلاق برنامج تحسين استقصاءات وقياسات أوضاع المعيشة، وقد قدم فرق المساندة للبدان في ثلاث مجالات رئيسية:

(01) تحسين تقييم المعلومات الإحصائية؛

(02) زيادة الطلب على المعلومات الإحصائية؛

(03) تعزيز التنسيق بين منتجي ومستخدمي المعلومات الإحصائية.

وتعتبر الإحصائيات الدقيقة من الأدوات الأساسية لعمل أي حكومة أو منظمة تحاول ترشيد قراراتها وتحسين أداؤها. العام 2006، وصف الباحث في علم الرياضيات والمقاولات البريطاني "كلايف هامبي" (Clive Humby) الاحصائيات والبيانات بأنها قطاع "النفط الجديد" (The New Oil)، مشيراً إلى "الاحصائيات الدقيقة وأنية التحين" و"قواعد البيانات الشاملة والمتاحة" أضحت ثروة الأمم للقرن الحادي والعشرين؛ وأصبحت السلعة الأكثر قيمة في الاقتصاد الحديث، مثلما شكل النفط السلعة الأكثر قيمة على مدار عقود مضت، وبـل ويؤكد الكثير من المختصين أن البيانات الشاملة والاحصائيات الدقيقة أمست ثروة لا تقدر بثمن.

ومن هذا المنطلق، يؤكد (جوادي ن.، 2019، صفحة 04) على أن الحكومة الجزائرية مدعوة أولاً وقبل كل شيء لبناء منظومة إحصائية شاملة ودقيقة، ومتاحة بشكل واسع، وأنية التحين، ما سوف يسمح بتحديد الاجراءات والبرامج اللازم تطبيقها على المستوى القريب، المتوسط والبعيد، وإلا فإنه لن يكون لمشروع الاقلاع الاقتصادي أو خطط التنمية المبرمجة أي نتائج مرضية مهما ضخّت من أموال، ومهما استعین بكفاءات أو خبرات، ومهما شرع من قوانين وإجراءات وتم تطبيقها... الخ. ومن حيث الجانب العملي، يضيف (جوادي ن.، 2019، صفحة 04) أن بناء قواعد البيانات تلك، وبتلك المواصفات (الدقة، الشمولية، الأنية، والشفافية) ليست عملية شاقة ولا تتطلب الكثير من الأموال أو الوسائل، بل العكس تماماً إذ أنها عملية بسيطة جداً ومنخفضة التكاليف.

وعلى ضوء ذلك، يجب على "مكتب الإعلام وترقية الاستثمارات والصادرات" وعبر "أرضية رقمية" على بوابته الإلكترونية دعوة المصدرين للتسجيل فيها و/أو عبر التنسيق مع القطاعات الوزارية والهيئات الرسمية ذات الصلة؛ ومن ثم مرافقة المصدر، والعمل بشكل مستعجل لإنجاح الصفقة؛ وفي نفس الوقت العمل على تحويل "الصفقات التجارية" منها إلى "عمليات تصدير" متوسطة وطويلة المدى وبأحجام أضخم من حيث القيمة والكمية. وهذه العملية سوف تمكن على المدى القصير من رفع حجم وقيمة الصادرات خارج المحروقات، بقدر ما تسهم في تشجيع المتعاملين المعنيين بتكثيف مجهوداتهم التصديرية.

ثالثاً، تجميع "المعلومات" حول "المناقصات الدولية" المفتوحة في الدول المستهدفة:

بشكل عام، أكد (Maritz, 2003, p. 75) نقلاً عن (Lessing & Scheepers, 2001) أنه اليوم، تشكل كل من "البيانات" و"المعلومات" داخل المؤسسة وبيئتها جزءاً من الموارد الاستراتيجية والتكتيكية والتشغيلية، والتي يمكن من خلالها تحقيق انجازات كبيرة (أنظر الشكل 01).

وهنا تجدر الإشارة لأهمية التمييز بين مصطلحي "البيانات" (Data) و"المعلومات" (Information). وبحسبه ونقلاً عن (Rob & Coronel, 2000) فإن الفرق بين الاصطلاحين يكمن في أن "البيانات" تمثل "حقائق خامة" لم يتم معالجتها كشف دلالاتها؛ وأنه في حال تمت معالجتها تصبح "معلومات" يتم تداولها داخل المؤسسة لتبنى عليها القرارات. وبناءً على ذلك، فإن "إدارة البيانات" كمورد من أهم المهمات الإدارية في أي مؤسسة؛ لأن النجاح لا يعتمد فقط على امتلاك الموارد، ولكن يرتكز على الاستخدام الفعال للموارد.

ومن الشكل نلاحظ أن توفر المؤسسة على البيانات المتنوعة وحصولها على معلومات دقيقة، شاملة وأنية يمكنها من اتخاذ قرارات استثمارية استراتيجية تحسن من أدائها، كما ويمكنها من التصدير واخراق الأسواق الدولية والتموقع فيها، وبذلك تكون المؤسسة قد حققت أهدافها المسطرة. ومن هنا فإن "الدبلوماسية الاقتصادية" يقع على عاتقها توفير تلك البيانات المتنوعة والمعلومات الدقيقة، الشاملة والأنية لتمكن المؤسسات المحلية من تحقيق أهدافها التصديرية؛ ولعل من بين أهم تلك المعلومات الواجب توفيرها ما تعلق بـ "المناقصات الدولية" المفتوحة في الدول المستهدفة وخاصة منها التي تتعلق بمنتجات تمتلك فيها الجزائر قدرة تنافسية، وإتاحتها على الإنترنت وفق خدمة "الخدمة الإلكترونية الجواله" (M-service) التي سبق أشرنا لها في العنصر (01) أعلاه.

رابعاً، تكثيف الحملة الإعلامية للتعريف بمهام الدبلوماسيين الاقتصاديين:

يعتبر الإعلام من بين أهم الآليات التي يمكن من خلالها لـ "الدبلوماسية الاقتصادية" تحسين أداؤها وذلك من خلال وسائل الإعلام المرئية والسمعية والمكتوبة (العامة والخاصة)، ووسائل الإعلام البديل، وعبر وسائل "الخدمة الجواله" (M-service) عبر التطبيق (App) الخاص بـ "المكتب"، وعبر آلية الرسائل القصيرة (SMS) على الهاتف... الخ الموجهة للمصدرين.

واليوم أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي من أهم وسائل الإعلام التي تضمن وصولاً أسرع وأوسع للجمهور، وقد أكد (Farzana , Noor, & Ainin , 2015) أن المؤسسات تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي لتحسين نمو شبكتها الاجتماعية، وتعزيز الاهتمام بها، وبناء علاقات مع الجمهور؛ والعلاقة التي تم تطويرها من خلال وسائل التواصل الاجتماعي لا تجعل العملاء أقرب إلى المؤسسة فحسب، بل تساعد أيضاً المؤسسات في الحصول على مزيد من المعلومات حول اتجاهات السوق واحتياجات العملاء ورغباتهم. وهذه الفوائد المرتبطة بوسائل التواصل الاجتماعي تجعلها تنمو كأداة استراتيجية مهمة بين المنظمات؛ بغض النظر عن الجدول الدائر حول مزايا وعيوب وسائل التواصل الاجتماعي، فإن الاستثمارات في هذه التقنيات آخذة في الازدياد.

وعلى ضوء ذلك، يجب على المشرفين على "الدبلوماسية الاقتصادية" وإضافة إلى استخدامهم لبقية وسائل الإعلان، التركيز على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز تواصلها مع مع المتعاملين الاقتصاديين والمصدرين وجعلهم أقرب إليهم، إضافة إلى أن ذلك يتيح للدبلوماسيين الاقتصاديين الحصول على مزيد من المعلومات حول احتياجاتهم ورغباتهم.

2. على المدى المتوسط (خلال 01 سنة إلى 03 سنوات):

برغم أهمية البعد قصير المدى في السياسات الاقتصادية باعتباره يشكل إبداء حسن النية في التغير أو تحقيق الملموس من النتائج، إلا أن البعد متوسط لنماذج التنمية يمنح تلك السياسات أرضية ومدخلاً للاستدامة والانتقال إلى الأثر بعيد المدى؛ ومن هذا المنطلق نقترح عشرة نقاط يمكن تجسيدها خلال فترة ما بين سنة إلى ثلاث سنوات، والبداية تكون:

أولاً، إعداد "بطاقيّة وطنية للمنتجات القابلة للتصدير" وترجمتها إلى لغة الدول المستهدفة؛ وتتضمن هذه البطاقيّة كل المنتجات التي تتوافر فيها الشروط التي تطبقها الدول المستهدفة، ومن تكثيف حملات الدعاية والإشهار لها لدى الهيئات الرسمية، والمنظمات غير

الحكومية ذات الصلة بالمتعاملين الاقتصاديين والمستوردين وأصحاب الفضاءات التجارية الكبرى في الدول المستهدفة.

ثانياً، إنشاء "بطاقية الاحتياجات السلعية والخدمية للدولة المستهدفة":

(أو ترجمتها إلى اللغات الوطنية إن وجدت)؛ وهو ما سوف يعمل على تحديد الملامح الرئيسية لـ "البرنامج الوطني للتصدير"، ويسهل عملية توجيه كل الجهود تجاه السلع والخدمات القابلة للتصدير والتي تتوافق مع احتياجات البلد المستهدف، خاصة فيما تعلق بمواسم ذروة الطلب على كل سلعة؛ ويمنح المصدرين المحليين رؤية واضحة عن احتياجات تلك الأسواق من حيث. وتأتي أهمية هذه البطاقية في ظل هشاشة المنظومات المعلوماتية والاحصائية للكثير من الدول التي تشكل أسواقها أفقاً للمنتج الجزائري، خاصة منها الأسواق العربية والأفريقية، والتي تفتقر لقواعد البيانات الدقيقة حول معطياتها الاقتصادية.

ثالثاً، توفير النصوص القانونية الدقيقة، الشاملة، والمحينة للمتعاملين الاقتصاديين المحليين والأجانب:

سيما ما تعلق بالترجمة الرسمية للنصوص القانونية والتعديلات التشريعية المنظمة لعملتي الاستيراد والاستثمار للدول المستهدفة إلى اللغات الوطنية، ليتمكن المتعامل المحلي من فهمها بسهولة، والعمل من خلالها على: تحديد نقاط القوة التي يكتسبها، التعرف على طبيعة المخاطر المحتملة في السوق الوجهة، وعد الفرص المتاحة له لاقتناصها، وأخيراً معرفة التحديات الموجودة التي قد تعرقل مساعيه التصديرية أو نواياه الاستثمارية.

وتتمحور تلك المعلومات وبشكل عام حول: شروط الصحة النباتية للمنتجات الفلاحية المصدرة والمطبقة على مستوى السوق المستهدف، وطبيعة وقيمة التعريفات الجمركية وغير الجمركية في البلد المستهدف، حجم احتياج السوق المستهدف، قائمة المنتجات المنافسة للمنتج الجزائري في تلك السوق وأسعارها ومدى جودتها مقارنة بمنتجاتنا المحلية، معايير الجودة والنوعية المطلوبة لولوج لتلك السوق، المناقصات الدولية... الخ

رابعاً، دراسة الإطار القانوني المنظم لسياسة الاستيراد والاستثمار للبلد المستهدف:

ومن ثم صياغة مقترحات تشريعية وعرضها على القطاعات الوزارية والهيئات الرسمية ذات الصلة، بهدف تكييف قانون الاستثمار المحلي ومعايير الإنتاج الوطني وفق متطلبات الأسواق العالمية، لتسهيل انسياب المنتج الجزائري إلى تلك الأسواق. كما يمكن من خلال تلك الدراسات

المعمقة المساهمة في مراجعة الاتفاقيات التجارية الدولية التي لا تخدم المنتج الجزائري والسيادة الوطنية.

خامساً، إعداد "أطلس التصدير":

وهو عبارة عن خريطة أفضل 20 إلى 30 أفضل وجهة تصدير للمنتج الجزائري خارج المحروقات.

سادساً، إنشاء "مجالس الأعمال الدولية":

خاصة مع الدول التي تشكل أسواقها أفق حقيقي للمنتج الجزائري.

سابعاً، الإشراف على التكوين المتخصص:

وذلك من خلال تنظيم دورات تكوينية وندوات وأيام دراسية وملتقيات وبعثات اقتصادية بالتعاون الوثيق مع القطاعات الوزارية والهيئات المعنية الوطنية والأجنبية، بحيث يستهدف هذا التكوين الدبلوماسيين الاقتصاديين والمتعاملين الاقتصاديين على حد سواء، وحتى بقية الشركاء الاجتماعيين ذوي الصلة بالتصدير والاستثمار.

ثامناً، توسيع دائرة "الاستشارة العلمية والمهنية" وتحرير الدبلوماسية الاقتصادية من طابعها الإداري البحت:

وذلك من خلال تعزيز التنسيق مع القطاعات الوزارية والهيئات الرسمية ذات الصلة، وإشراك عميق للخبراء والمختصين، وأكاديمي مؤسسات التعليم العالي، ومنتسبي مراكز البحث ومكاتب الاستشارات... الخ في إعداد الدراسات والبحوث في مجال الدبلوماسية الاقتصادية وتحسين أدائها؛ إضافة إلى التنسيق الدوري مع المتعاملين الاقتصاديين، وغرف التجارة والصناعة والفلاحة والسياحة، والاتحادات وأرباب العمل وجمعيات المجتمع المدني... الخ على المستويين الوطني والخارجي لتجميع الآراء والمقترحات في إطار احترافية الدبلوماسية الاقتصادية.

تاسعاً، برمجة حملة واسعة وممنهجة لتنظيم "معارض تجارية" طويلة المدى في الخارج:

والتركيز على معارض (B2B). مع الإشارة، إلى أن هذا التوجه لا يجب أن يعني التوقف عن تنظيم الصالونات والتظاهرات الدولية المخصصة للعرض والتي تقع في صنف (B2C).

عاشراً، إنشاء "حاضنة أعمال التصدير":

تحت إشراف "مكتب الإعلام وترقية الاستثمار والصادرات" المستشارين الدبلوماسيين الاقتصاديين في نشاطاتها، وبالشراكة مع وزارة التعليم العالي والبحث العلمي والمتعاملين الاقتصاديين.

3.3. على المدى البعيد (03 سنوات فما بعد):

إعداد دراسات "المنتجات المتخصصة": بحيث يُعنى كل بحث بدراسة سلعة أو خدمة محددة بهدف مساعدة المصدر على فهم السوق المستهدفة وكيفية ولوجها. كما تقدم هذه الدراسات معلومات عامة حول اقتصاد الدولة المستهدفة، بالإضافة إلى نظرة عامة على قطاع الإنتاج بها؛ وتركز أيضاً على كمية الطلب في السوق المستهدف، وحجم المنافسة في السوق، وتفضيلات المستهلكين؛ وتوفر قائمة بالمشتريين المحتملين للتواصل معهم لتسهيل الدخول إلى ذلك السوق.

.الخاتمة:

أخيراً، ومن خلال الأدبيات الاقتصادية المتاحة يتضح جلياً أن "الدبلوماسية الاقتصادية" لها علاقة قوية وطردية مع نمو التجارة الخارجية وتنوعها، ومع تطور الاستثمار الأجنبي وتعمقه في الاقتصاد الوطني. بل إن بعد الأبحاث تقدم "الدبلوماسية الاقتصادية" عن الاتفاقيات التجارية والتكامل الاقليمي، وهذه النتيجة مهمة وتنمح الموضوع بعداً آخر للتحليل في دراسات لاحقة.

ومن خلال القراءة العميقة في مهام "الدبلوماسية الاقتصادية" يتضح بجلاء أن أكثر من 70% منها يتعلق بتوفير "البيانات" و"المعلومات" الاقتصادية التي يمكن من خلالها للمتعاملين الاقتصاديين المحليين اختراق الأسواق الدولية، كما يمكن عبرها للمستثمر الأجنبي اقتناص فرص استثمارية داخل البلد. ومن هذا المنطلق، يمكن القول أن "الدبلوماسية الاقتصادية" هي عبارة عن "نظام للمعلومات" داخل وزارة الشؤون الخارجية وممثلياتها بالخارج.

ويؤكد كل من (أحمد و نجلة، 2009) أن استخدام نظام المعلومات الإدارية ازداد في العقدين الأخيرين من قبل المنظمات سواء العامة أو الخاصة، وأن هنالك مقومات لنجاح نظام المعلومات في أداء مهامه، وهنالك عدة طرق ومؤشرات لقياس نجاعته من عدمها، والتي من أهمها نظام (Delon & Mclean, 1992) والذي يركز على تحليل نوعية النظام ، نوعية المعلومات ، استخدام النظام ، قناعة المستفيد ، تأثير فردي تأثير منظمي. وفي الأخير، يؤكد (جوادي ن.، 2021) الأكد أن "الدبلوماسية الاقتصادية" وجوده أدائها متغير مهم في رؤية التصدير خارج المحروقات، ولكن يبقى ذلك مرهون كلياً برفع بثقافة المنتج الجزائري التصديرية وبالقدرات الإنتاجية الوطنية كماً ونوعاً، والقضاء على البيروقراطية والفساد اللذين يكبحان الاستثمار، إضافة إلى تعديل قانون الاستثمار وقانون الصرف الأجنبي المتعلق بالمصدرين...الخ.

المراجع

1. Afesorgbor, S. (2016, August). Economic Diplomacy in Africa: The Impact of Regional Integration versus Bilateral Diplomacy on Bilateral Trade. *Forthcoming in the Handbook of Economic Diplomacy Research (Edward Elgar Publishing UK)*.
2. DataReportal. (2021). Retrieved from www.datareportal.com
3. Delon , W., & Mclean, E. (1992). nformation system success : The Qust for the defendant variable. *information system research*.
4. Farzana , P., Noor, I., & Ainin , S. (2015). Role of Social Media on Information Accessibility . *Pacific Asia Conference on Information S ystems (PACIS 2015 Proceedings)*. Association for Information Systems.
5. Harold , C., & Arjan , L. (2013, March). Market Entry and Economic Diplomacy. *Applied Economics Letters* , pp. 504-507.
6. Imbert, F. (2017, March). EU economic diplomacy strategy. Belgium: European Parliament (DG EXPO/B/PolDep/Note/2017_66).
7. Lessing, N., & Scheepers, C. (2001). *Information is a management issue (5th edition)*. Johannesburg: CSIC.
8. Maritz, S. (2003). Data management: managing data as an organisational resource. *Acta Commercii*, pp. 75-84.
9. Moons, S. (2012, January). What are the Effects of Economic Diplomacy on the Margins of Trade? *International Journal of Diplomacy and Economy*, pp. 147-162.
10. Moons, S. J. (2017). Heterogenous Effects of Economic Diplomacy: Instruments, Determinants and Developments. *(PhD Theses)*. International Institute of Social Studies of Erasmus University.
11. Rob, P., & Coronel, C. (2000). *Database Systems: design, implementation, and management (4th edition)*. Cambridge: Course.
12. Selwyn , M., & Peter , b. (2011, August). Does Economic Diplomacy Work? A Meta Analysis on the Effect of Economic Diplomacy on International Economic Flows. *SSRN Electronic Journal*.
13. statcounter. (2021). Retrieved from www.gs.statcounter.com
14. Visser, R. (2018, June 20). The effect of diplomatic representation on trade: A panel data analysis. *The World Economy*.

15. Woolcock, S. (2011). EU Economic Diplomacy: The Factors Shaping Common Action. In B. Peter, O.-H. Maaïke, & M. Jan, *Economic Diplomacy: Economic and Political Perspectives (Vol N°01)* (pp. 83-99). BOSTON: Martinus Nijhoff Publishers.
16. World Bank. (2010). *Latin America and the Caribbean - Access to sound data through statistical systems (Arabic)*. Retrieved from IBRD results. Washington, DC : World Bank Group.: <http://documents.worldbank.org/curated/en/909491468047419490/Latin-America-and-the-Caribbean-Access-to-sound-data-through-statistical-systems>
17. World Bank. (2021). Retrieved 05 12, 2021, from www.data.worldbank.org
18. الحيايي مؤيد أحمد، و مراد يونس نجلة. (2009). مؤشرات نجاح نظام المعلومات الإدارية ودورها في الإبداع والتميز : دراسة استطلاعية في المصارف الحكومية والأهلية في مدينة الموصلي. المؤتمر العلمي الثالث لكلية الاقتصاد والعلوم الادارية جامعة العلوم التطبيقية الخاصة. الأردن.
19. صبري بوقدوم. (25 فيفري، 2021). تصريح صحفي. تدشين مكتب الإعلام وترقية الاستثمارات والصادرات. وكالة الأنباء الجزائرية.
20. نورالدين جوادي. (2019). "الاحصائيات": هي "النفط الجديد" المهمش في الجزائر، وتستحيل التنمية من دون "قواعد البيانات" بأرقام شاملة ومتاحة للجميع. جريدة "التحرير اليومي" (العدد 1888 السنة السابعة).
21. نورالدين، جوادي. (2021). الدبلوماسية الاقتصادية الجزائرية: 10 مقترحات لإنجاح دورها كحاضنة أعمال التصدير للمنتج الوطني. جريدة التحرير اليومية (العدد 12/2231 أفريل).
22. وزارة الشؤون الخارجية. (2021). الدبلوماسية الاقتصادية والمتعاملين الاقتصاديين. تم الاسترداد من <http://www.mae.gov.dz/Les-structures-Ar.aspx>: (الجزائر)

الملاحق.

الجدول (01) نسبة السلع النفطية إلى إجمالي الصادرات في الجزائر لسنوات مختارة من الفترة 2000/2019

1974	1984	1994	2005	2009	2014	2015	2016	2017
92.51	97.53	97.07	98.40	98.34	97.23	95.84	95.31	96.11

المصدر: (World Bank, 2021).

الجدول (02) عدد مستعملي الإنترنت كنسبة من إجمالي السكان في الجزائر
لسنوات مختارة من الفترة 2019/2000

2019	2018	2015	2012	2009	2006	2003	2000
59.6	49.038	38.2	18.2	11.23	7.376	2.195	0.492

المصدر: (World Bank, 2021).

الجدول (03) الاشتراكات الخلوية المتنقلة في الجزائر لكل 100 شخص
لسنوات مختارة من الفترة 2020/2000

2020	2019	2015	2012	2009	2006	2003	2000
114	109.4	97.40	87.91	67.48	41.55	22.22	12.04

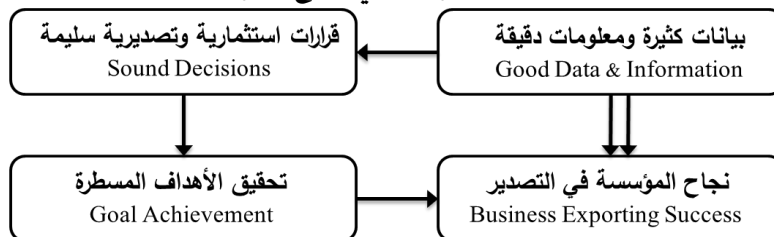
المصدر: (World Bank, 2021).

الجدول (04) عدد مالكي شرائح الهاتف الجوال في الجزائر لكل مليون شخص
لسنوات مختارة من الفترة 2019/2000

2019	2016	2012	2007	2005	2004	2001	2000
47.08	47.04	37.52	27.56	13.66	4.9	1	0.086

المصدر: (World Bank, 2021).

الشكل (01) أهمية "البيانات" و"المعلومات" في نجاح المؤسسة واستراتيجية التصدير



المصدر: من إعداد الباحث استنادًا إلى (Lessing & Scheepers, 2001)