دور مجمع سيفيتال في تنمية الصادرات الجزائرية من أجل تحقيق النمو الاقتصادي

The Role of the Cevital Group in Developing Algerian Exports to Achieve Economic Growth

إيمان هرموش *
جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، الجزائر
i.hermouche@univ-skikda.dz

كنزة جمال
جامعة 20أوت 1955 سكيكدة، الجزائر
k.djemel@univ-skikda.dz

تاريخ الاستلام: 2025/10/27 ؛ تاريخ القبول : 2025/11/28

مستخلص:

هدفت الدراسة إلى معالجة أهمية عملية التصدير في تحقيق النمو الاقتصادي من خلال دعم التنمية الاقتصادية وتعزيز النمو الاقتصادي، عن طريق تحفيز الطلب وتشجيع الادخار وتراكم رأس المال. بالإضافة إلى ذلك، تجذب استراتيجية قيادة الصادرات الاستثمارات الأجنبية المباشرة التي تخلق صناعات جديدة. ولتوضيح دور الشركات المصدرة في تحقيق النمو الاقتصادي، قمنا بتسليط الضوء على مجمع سيفيتال كنموذج للشركات الجزائرية المصدرة، حيث تم بناء المجمع حول طموح ورؤية مؤسسها لإنشاء مجموعة صناعية عالمية قادرة على المنافسة وموجهة نحو التصدير الدولي، حيث تعتمد استراتيجية المجموعة على القدرة التنافسية القوية من حيث السعر والجودة والحجم والخدمات اللوجستية وإنشاء وإدارة وحدات الإنتاج والمصانع في البلدان الصناعية وفي الجزائر.

خلصت الدراسة إلى أن الشركات المصدرة هي أقوى حلقة لتعزيز الصادرات خارج قطاع المحروقات من خلال تعزيز القدرة التنافسية للمنتج الوطني في الأسواق العالمية، من خلال منتجات عالية الجودة بأقل التكاليف والجودة وفقًا للمعايير العالمية المطلوبة

الكلمات المفتاحية: مؤسسة الاقتصادية، تصدير، نمو اقتصادي، مجمع سيفيتال.

تصنيف JEL: O1 ؛ F1 ؛ l16

Abstract :

The study aimed to address the importance of exports in achieving economic growth by supporting economic development and promoting economic growth by stimulating demand and encouraging savings and capital accumulation. The export leadership strategy also attracts foreign direct investment, which works to create new industries.

To illustrate the role of exporting companies in achieving economic growth, we looked at the Cevital Group as an example of Algerian exporting companies. Cevital was built around its founder's ambition and vision to create a global

* المؤلف المراسل: إيمان هرموش، i.hermouche@univ-skikda.dz

industrial group capable of competing and oriented towards international exports. The group's strategy is based on strong competitiveness in terms of price, quality, volume, logistics services, and the establishment and operation of production units and factories in both industrialized countries and Algeria.

The study concluded that exporting companies are the strongest link in promoting exports outside the hydrocarbon sector by strengthening the competitiveness of national products in global markets through well-made products at the lowest possible cost and of a quality that meets international standards

Keywords: Economic foundation, exports, economic growth, Cevital complex.

Jel Classification Codes: O1 ؛F1 ؛l16

المقدمة

تعد التجارة الخارجية، بما تتضمنه من أنشطة الاستيراد والتصدير، أحد الركائز الأساسية في تحقيق النمو الاقتصادي وتعزيز التنمية المستدامة .فقد أجمعت الأدبيات الاقتصادية على أن الصادرات تمثل محركًا رئيسيًا لعجلة النمو، نظرًا لما توفره من موارد مالية بالنقد الأجنبي، وما تتيحه من فرص لتصريف الفائض الإنتاجي نحو الأسواق الخارجية، الأمر الذي يُسهم في تنشيط الدورة الاقتصادية.

وانطلاقًا من هذه الأهمية، تبنّت العديد من دول العالم استراتيجيات تنموية تهدف إلى توسيع وتنويع قاعدة صادراتها باعتبارها وسيلة فعّالة لتحقيق التنمية الاقتصادية. غير أن تنفيذ هذه الاستراتيجيات غالبًا ما يصطدم بعدة تحديات ومعوقات تنظيمية ومؤسساتية، ما دفع الحكومات إلى اتخاذ إصلاحات اقتصادية وتشريعية تضمن تحسين بيئة الأعمال وتعزيز القدرة التنافسية.

وفي هذا الإطار، اتجهت معظم الاقتصاديات الحديثة نحو الانفتاح والتحرر الاقتصادي، من خلال تبنّي سياسات تشجيعية لدعم التصدير، خاصة في القطاع الخاص الذي يشمل المؤسسات الكبرى وكذا المؤسسات الصغيرة والمتوسطة .وتكمن أهمية هذه الأخيرة في دورها المحوري في تحفيز النمو الاقتصادي، وخلق فرص عمل جديدة، والحد من معدلات الفقر، إضافة إلى تعزيز المنافسة على الصعيدين المحلي والدولي.

والجزائر على غرار جميع الدول تطمح إلى تحقيق تنمية اقتصادية تؤهلها إلى الاندماج في الاقتصاد العالمي، ولكن في ظل اعتمادها على نشاط تصديري وحيد هو النفط، والذي كان يتحدد سعره

وكميته إلى حد كبير بعوامل خارجية مما جعل الاقتصاد الجزائري سريع التأثر بالتقلبات التي تحدث في أسواق النفط،

ومن أجل الخروج من الازمة التي تعاني منها في السنوات الاخيرة جراء انخفاض أسعار البترول وغلاء المعيشة وتدهور الاوضاع الاقتصادية، أصبحت تسعى جاهدة من أجل إنعاش الصناعة وتنمية القطاعات الانتاجية من أجل الرفع من مستوى الصادرات خارج المحروقات وتحقيق أهداف التنمية الاقتصادية، فقد تم تخفيض التعريفة الجمركية وضمان التصدير، وكذا منح المصدرين جملة من الامتيازات وتسهيل جميع الإجراءات الخاصة بالتصدير بغية الرفع من نسبة تصديرها.

ومن بين المؤسسات الاقتصادية الجزائرية نجد مجمع سيفيتال الذي كان له دور كبير في إنعاش سياسة التصدير، والتفتح على الأسواق الدولية من خلال تنويع المنتجات وزيادة نسبة الصادرات في فروع مختلفة، من هنا يمكن طرح السؤال الرئيسي الذي تتمحور حوله هذه الدراسة فيما يلي:

كيف ساهم مجمع سيفيتال في تنمية الصادرات الجزائرية والانفتاح على الأسواق العالمية من أجل تحقيق النمو الاقتصادي؟

أهمية البحث

تتجلى أهمية هذا البحث في الدور الحيوي الذي يضطلع به القطاع الخاص باعتباره المصدر الأساسي والمحرك الأول للتنمية الاقتصادية، وذلك من خلال مساهمته الفعالة في تحسين مؤشرات التجارة الخارجية، ولا سيما فيما يتعلق بـ إنجاح استراتيجيات تنمية وتنويع الصادرات خارج قطاع المحروقات .ويُسهم هذا الدور بدوره في تحسين الأوضاع الاجتماعية ورفع مستوى الرفاهية لأفراد المجتمع .كما تبرز أهمية البحث أيضًا في ظل الاهتمام المتزايد الذي بات يحظى به هذا القطاع من قبل معظم حكومات العالم، التي تسعى إلى وضع سياسات واستراتيجيات محفزة تمكّنه من الانفتاح على الأسواق العالمية وتعزيز اندماجه في الاقتصاد الدولي.

أهداف البحث: تكمن أهداف هذه الورقة البحثية أساسا في:

- التعرف على مفهوم التنمية الاقتصادية؛

- التعرف على مفهوم التصدير، واستعراض أهم استراتيجياته والعوامل المؤثرة فيه، مع التركيز على دوره في تحقيق التنمية الاقتصادية.
- إبراز السياسات والإجراءات التي تبنتها الجزائر من أجل إنعاش وترقية الصادرات وتعزيز تنافسية المنتجات الوطنية في الأسواق الخارجية.
- دراسة تجربة مجمع "سيفيتال "والتعرف على الاستراتيجيات التي يعتمدها في مجال تنمية الصادرات واختراق الأسواق الدولية.
- عرض وتحليل النتائج المتوصل إليها، ومحاولة ربطها بالنقائص والعراقيل التي تواجه الاقتصاد الجزائري في مسار تطوير صادراته وتنويعها.

منهج البحث

للإجابة على الاشكالية المطروحة سيتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي في محاولة لتقديم مسح لمختلف التعاريف والمفاهيم المتعلقة بموضوع الدراسة، وكذا تحليل أهم النقاط التي ترتكز عليها تجربة مجمع سيفيتال في مجال التصدير والاندماج في الاسواق الدولية، والخروج بأهم النقاط التي يمكن للجزائر الاستفادة منها في تنمية الصادرات وتحقيق معدلات مرتفعة من التنمية الاقتصادية

أدبيات الدراسة:

- **دراسة** (اللحياني، 2023): هدفت الدراسة إلى توضيح جهود الدولة الجزائرية لترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات بحثًا عن حل لمشكلة التنمية الاقتصادية والاعتماد على موارد أخرى غير المحروقات في سياستها الاقتصادية. وبناءً على ذلك، قامت الدولة، كجزء من خطتها الاستراتيجية، بعد تبني مبادئ اقتصاد السوق، بإجراء إصلاحات اقتصادية، لا سيما في مجال التجارة الخارجية، من خلال استراتيجية الانفتاح الاقتصادي. حللت الدراسة وقيّمت فعالية استراتيجية الدولة لتنمية وترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات. وخلصت الدراسة إلى أن الجزائر تنتهج سياسة تجارية تفضل الصادرات خارج قطاع المحروقات.
- **دراسة** (مومن، 2023): هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على واقع الصادرات في الجزائر وقياس تأثير تنمية الصادرات غير النفطية على النمو الاقتصادي باستخدام برنامج Eviews10 ونموذج (ARDL) خلال الفترة 2000-2020. أظهرت نتائج الدراسة أن

مساهمة الصادرات غير النفطية في إجمالي صادرات الجزائر منخفضة، لكن تنميتها كان لها تأثير إيجابي ملموس على النمو الاقتصادي خلال فترة الدراسة.

- **دراسة** (تيغريسي و حاج يوسف، 2017): هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على أهمية الصادرات غير النفطية لاقتصادات البلدان النامية المصدرة للنفط، نظراً لتأثيرها الإيجابي على الميزان التجاري وميزان المدفوعات والدخل الإجمالي والنمو الاقتصادي، لا سيما في ظل الظروف الراهنة. وخلصت الدراسة إلى أنه على الرغم من كل الجهود المبذولة، لم تتنوع الصادرات الجزائرية خارج المحروقات أو تزداد بالشكل المطلوب، حيث لا تزال الصادرات النفطية تهيمن على إجمالي الصادرات.
- **أهم ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة**

الدراسة الحالية جاءت كدراسة نظرية تحليلية بهدف إبراز الدور لذي يلعبه التصدير خارج قطاع المحروقات في تحقيق النمو الاقتصادي، من خلال تسليط الضوء على مؤسسة رائدة في هذا المجال في الجزائر (مجمع سيفيتال) وكانت لها العديد من الاوسمة كأول مصدر خارج قطاع المحروقات، كنموذج وطني رائد في تنمية الصادرات واختراق الأسواق الدولية، وهو ما لم تتناوله الدراسات السابقة. كما تربط الدراسة بين التحليل النظري والتحليلي وتبحث في الاستراتيجيات العملية والعوائق الميدانية التي تواجه عملية التنويع التصديري وهو الامر الذي تختلف فيه هذه الدراسة عن الدراسات السابقة المذكورة التي جاءت بنفس الهدف لكن بتطبيقات مختلفة فبعضها اعتمد على نماذج قياسية كدراسة (مومن، 2023)، من خلال قياس الأثر الكمي للصادرات غير النفطية على النمو الاقتصادي خلال فترة محددة، وبعضها جاء كدراسات تحليلية نظرية لكن بالتركيز على الاقتصاد الجزائري عامة كدراسة (اللحياني، 2023) التي أبرز جهود الدولة في ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات أو من خلال مقارنة بين الدول النامية المصدرة للنفط كدراسة (تيغريسي و حاج يوسف، 2017). والتي أوضحت لأهمية النظرية لهذه الصادرات بالنسبة للاقتصادات الريعية.

1. الإطار النظري للدراسة:

1-1- أساسيات حول التصدير:

أ- مفهوم التصدير:

التصدير ضرورة حيوية لا غنى عنها لأي اقتصاد يسعى إلى تحقيق النمو والتطور، إذ تُجمع الأدبيات الاقتصادية على أن فوائده الاقتصادية واضحة ومؤكدة، الأمر الذي جعله محور اهتمام العديد من الاقتصاديين والباحثين. وقد قُدِّمت عدة تعريفات لمفهوم التصدير، من بينها تعريف الاقتصادي عبد المهدي عادل الذي يرى أن التصدير هو عملية تقوم على بيع وإرسال السلع والخدمات الوطنية إلى الخارج. كما يعرّف فؤاد مصطفى محمود التصدير بأنه بيع سلعة معينة من مراكز إنتاجها إلى مراكز تسويقها أو إلى أحد الأسواق التي تمثل هذه السلعة جزءًا من احتياجاته. (بغياني، 2019)

يرى الدكتور فريد النجار أن التصدير لا يقتصر فقط على بيع السلع، بل يتعدى ذلك ليشمل قدرة الدولة ومؤسساتها على إيصال منتجاتها وخدماتها ومعلوماتها وحتى خبراتها البشرية والسياحية والمالية إلى الأسواق والدول الأخرى. وذلك بهدف تحقيق أهداف اقتصادية متعددة، تتمثل في تحقيق الأرباح وخلق القيمة المضافة وتوسيع النشاط الاقتصادي وزيادة الانتشار في الأسواق العالمية، إضافةً إلى توفير فرص العمل والتعرف على ثقافات وتكنولوجيات جديدة تسهم في دعم التنمية الشاملة. (مومن، 2023)

من خلال ما سبق يمكن تعريف التصدير بأنه انتقال أو بيع المنتجات المنتجة داخل الوطن من السوق المحلي نحو الأسواق الدولية مقابل قيمة مالية محددة تكون بالعملة الصعبة.

ب- أهداف التصدير:

للتصدير جملة من الأهداف والتي لها علاقة مباشرة بالإستراتيجية التجارية المتبناة من قبل المؤسسة وهي:

- التطلع إلى الأسواق الدولية في حال وجود طلب خارجي على منتجات المؤسسة، أو عندما يشهد السوق المحلي حالة من التشبع تحدّ من فرص النمو.
- التكيّف مع متطلبات المنافسة الدولية، من خلال تحسين جودة المنتجات وتبني معايير عالمية للإنتاج والتسويق.

- الرفع من المردودية والإيرادات المالية عبر تنويع الأسواق وتوسيع قاعدة الزبائن خارج الحدود الوطنية.
- زيادة مردودية رؤوس الأموال المستثمرة من خلال استغلال الطاقات الإنتاجية بأقصى قدر ممكن وتحقيق عوائد أكبر.
- تحسين فعالية التسيير المالي للمؤسسة عبر تنمية مواردها الخارجية وتحقيق توازن في مداخيلها بالعملة الصعبة.
- تعزيز القدرات الإنتاجية من خلال اكتساب خبرات جديدة وتبني تكنولوجيات حديثة تسهم في تطوير الأداء العام للمؤسسة.

ت- أهمية التصدير:

إن التصدير من أهم المؤشرات الاقتصادية التي تعكس مدى تطور اقتصاد أي دولة وتأثيرها في الاقتصاد العالمي. إذ يُعتبر نمو حجم الصادرات دلالة واضحة على تحسن أداء الاقتصاد الوطني، كما يُسهم في تعزيز موقف الميزان التجاري من خلال زيادة نسبة الصادرات مقارنة بالواردات، مما ينعكس إيجابًا على معدلات النمو الاقتصادي المحلي. وتبرز أهمية الصادرات كذلك في تمكين السلع الوطنية من النفاذ إلى الأسواق الدولية، الأمر الذي يجعل من تطور الصادرات أحد المصادر الرئيسية لتنويع الدخل القومي، سواء بالنسبة للقطاع الخاص أو العام. إضافة إلى ذلك، يساهم التصدير في خلق فرص عمل جديدة، ورفع مستوى الإنتاج، مما يؤدي إلى خفض تكاليف الإنتاج نتيجة الاستفادة من وفورات الحجم، وبالتالي ينعكس ذلك إيجابا على انخفاض سعر التكلفة وتحسين القدرة التنافسية للمؤسسات المصدرة (Composition,definition,methodologie de l'importation, 2016)

ث- أنواع التصدير:

هناك أنواع للتصدير، حيث تقوم المؤسسات بتصدير منتجاتها من خلال عدة طرق، سواء كان ذلك بطرق مباشرة أو غير مباشرة، نذكرها كما يلي: (بلقلة، 2009)

- **التصدير المباشر:** هو ذلك النمط من التصدير الذي يقوم فيه المنتج أو المؤسسة بعملية التصدير بنفسها إلى الأسواق الخارجية، دون الاستعانة بخدمات وسطاء أو وسائط تجارية . ويُنفّذ هذا النوع من التصدير من خلال عدة طرق رئيسية، يمكن تلخيصها فيما يلي:

- ✓ التصدير المباشر دون دعم خارجي :حيث تقوم المؤسسة بعمليات البيع والتسويق مباشرة إلى العملاء في الخارج، معتمدة على مواردها الذاتية وخبراتها في التعامل مع الأسواق الدولية.
- ✓ البيع عبر فروع الشركة في الخارج :وتتمثل هذه الطريقة في قيام المؤسسة بإنشاء فروع أو مكاتب تمثيلية في الدول الأجنبية، تتولى تسويق المنتجات وبيعها مباشرة للمستهلكين أو الموزعين المحليين.
- ✓ الممثل التجاري :وهو شخص أو جهة من دولة معينة، يعمل أو يُعيَّن من قبل المؤسسة المنتِجة لتمثيلها في دولة أجنبية، بهدف الترويج لمنتجاتها والتفاوض باسمها مع العملاء المحتملين.
- ✓ الوكيل التجاري :وهو مندوب عن الشركة المنتِجة، يتولى التفاوض وإبرام الصفقات باسم المؤسسة، وفق شروط محددة، مقابل عمولة أو نسبة من الأرباح.

- **التصدير غير المباشر:** هذا النوع يعتبر من أكثر أساليب التصدير شيوعا، ويتميز بكون المؤسسات المنتجة لا تتولى بنفسها عملية التصدير إلى الأسواق الخارجية، بل تقوم بتفويض هذه المهمة إلى جهات وسيطة، قد تكون من داخل الدولة أو من خارجها. ويُستخدم هذا النوع من التصدير عادةً من طرف المؤسسات حديثة العهد بالأسواق الخارجية، نظرًا لما يتيحه من تقليل للمخاطر المرتبطة بالنفاذ إلى الأسواق الدولية، كما أنه لا يتطلب من المؤسسة تكوين فرق عمل أو كوادر متخصصة في الخارج. ويعتبر الوسيط التجاري العنصر المحوري في هذا النوع من التصدير، نظرا لما يمتلكه من معرفة دقيقة بخصائص الأسواق الأجنبية وأساليب التعامل التجاري فيها، مما يُسهم في تسهيل دخول منتجات المؤسسة إلى تلك الأسواق. ويعتمد هذا النمط من التصدير أساسًا على شركات التجارة الخارجية، غير أن هذه الشركات لا تمتلك دائما كامل الكفاءات والقدرات اللازمة للقيام بعمليات التصدير بفعالية، إذ تحتاج غالبًا إلى التعاون مع مؤسسات متخصصة في البيع والتوزيع الخارجي لضمان نجاح عملياتها في الأسواق الدولية.
- **التصدير المشترك (المنظم):** يقصد به ذلك النمط من التصدير الذي يقوم على تضامن مجموعة من المصدّرين وتعاونهم في ما بينهم لتنظيم نشاطهم التصديري ضمن إطار مشترك يهدف إلى تحسين الكفاءة وتعزيز القدرة التنافسية في الأسواق الخارجية. ويُعد هذا الأسلوب من الأساليب الحديثة في تنظيم النشاط التصديري، حيث تتحد الشركات الأعضاء ضمن

تنظيم أو هيكل تعاوني يعمل على تبادل الخبرات وتقاسم الموارد والمعلومات بما يخدم مصالحها المشتركة في مجال التصدير.

ج- متطلبات التصدير:

هناك مجموعة من المتطلبات التي تحتاجها المؤسسات المصدرة خلال عملية التصدير للقيام بوظائفها، نذكرها كما يلي: (نعيمي و غراس، 1999)

- **التمويل:** تحتاج المؤسسات المصدّرة إلى إمكانيات مالية كافية لتمويل عمليات الإنتاج، النقل، والتسويق الخارجي، وهي إمكانيات قد تفوق قدراتها الذاتية في بعض الأحيان، مما يضطرها إلى اللجوء إلى مصادر تمويل خارجية مثل البنوك التجارية أو الهيئات المالية المتخصصة لدعم نشاطها التصديري.
- **التأمين:** قد تكون عملية التصدير معرضة لمجموعة من المخاطر كالتلف أو الضياع أو التأخير أثناء الشحن، فإن من الضروري أن تقوم المؤسسة بتحويل هذه المخاطر إلى شركات التأمين المختصة، بما يضمن حماية مصالحها التجارية وتقليل الخسائر المحتملة.
- **النقل:** يمثل النقل الدولي عنصرا محوريا في عملية التصدير، إذ يُسهم في تسهيل انتقال السلع من بلد المنشأ إلى الأسواق الخارجية عبر الطرق البرية أو البحرية أو الجوية، مع ضرورة مراعاة عامل الزمن وتكاليف الشحن للحفاظ على جودة السلع وقدرتها التنافسية في الأسواق المستهدفة.
- **الجباية:** يلعب النظام الجبائي دورا مهما في النشاط الاقتصادي كونه يمثل أداة الدولة التي تستعمل لإنعاش نشاط التصدير بتخفيض نسب الضرائب المفروضة على عملية التصدير أو العكس وهذا حسب سياسة الدولة
- **الجمركة:** تعتبر الخدمات الجمركية أحد الركائز الأساسية لقيام نشاط التصدير، حيث تخضع عملية التصدير لعمية الرقابة والتنظيم من قبل الإدارة الجمركية، فكلما كانت الجمركة سلسلة سهل عملية التصدير.
- **العبور:** إن انتقال السلع من المصدر إلى المستورد تكون إما بالطريقة المباشرة دون تدخل طرف آخر أو بطريقة غير مباشرة التي تكون عن طريق مؤسسة عبور مختصة توكل لها هذه المهام.

ح- معوقات التصدير:

تعرف معوقات التصدير بأنها القيود والعوائق التي تواجه المؤسسات الاقتصادية وتُضعف قدرتها على البدء في عمليات التصدير أو توسيعها أو الحفاظ على استمراريتها في الأسواق الخارجية .وتختلف طبيعة هذه المعوقات باختلاف حجم المؤسسة وخبرتها في مجال التصدير، مما يجعل من الضروري التمييز بين ثلاث فئات رئيسية من الشركات: الشركات المصدرة فعليا، الشركات الطامحة إلى التصدير، الشركات التي توقفت عن التصدير بعد أن مارسته سابقا، ومن المؤكد أن حجم وعدد وتأثير معوقات التصدير يختلف من فئة إلى أخرى، مما يستدعي تعاملا متميزا وإجراءات خاصة لتجاوزها. وبوجه عام، يمكن تصنيف هذه المعوقات إلى فئتين أساسيتين، المعوقات الداخلية والمعوقات الخارجية ، نذكرها كما يلي: (ملايكية، 2017)

- **المعوقات الداخلية:** وتتمثل في:

✓ الحواجز المعلوماتية :تضم العقبات والمشكلات الخاصة بدراسة واختيار ودخول الأسواق الخارجية.

✓ الحواجز الوظيفية :تتمثل في النقص من الموارد المالية والبشرية، بالإضافة إلى المشكلات التي ترتبط بتسويق المنتجات في الأسواق الخارجية والخدمات اللوجستية المرافقة هيا.

- **المعوقات الخارجية:** تضم المعوقات الخارجية أربع فئات من الحواجز هي:

✓ العراقيل المتعلقة بالإجراءات العملية لإتمام الصفقات الدولية.

✓ الحواجز الحكومية التي ترتبط بسياسات التصدير وسلوك الهيئات المعنية بعملية التصدير.

✓ العقبات السوقية التي تتعلق بقدرة المؤسسة على رصد والتعرف على أذواق وحاجات الزبائن في الأسواق الخارجية.

✓ عقبات البيئة الخارجية المرتبطة بالظروف الاقتصادية، التغير في أسعار الصرف، عدم الاستقرار السياسي، الاختلافات الاجتماعية والثقافية بين الزبائن في الأسواق المحلية والأجنبية.

2-1- علاقة التصدير بالنمو الاقتصادي:

أ- أهمية التصدير لتحقيق النمو الاقتصادي:

التصدير من القضايا الاقتصادية الاستراتيجية التي تولها العديد من الدول أهمية كبيرة نظرًا لدوره الحيوي كحلقة وصل أساسية في تنمية وتطوير الاقتصاد الوطني .في ظل التغيرات الاقتصادية العالمية الحالية، أصبح من الضروري على الدول وضع استراتيجيات فعالة لتشجيع تجارتها الخارجية، والاهتمام بـ تنويع الصادرات، وخاصة بالنسبة للدول النامية. وفي سياق المنافسة العالمية الشديدة والانفتاح المتزايد للأسواق، يُصبح من الضروري تركيز الجهود على تشجيع الصادرات وتنويعها، ليس فقط كأداة لزيادة الإيرادات المالية، ولكن أيضًا كجزء من عملية تنموية مستدامة وطويلة الأجل تهدف إلى تعزيز قدرة الاقتصاد على التكيف مع التحديات العالمية.. (اللحياني، 2023)

اتجهت العديد من الدراسات الاقتصادية إلى تحليل العلاقة بين الصادرات والنمو الاقتصادي، حيث خلصت الغالبية العظمى منها إلى أن الصادرات تُعدّ محركًا رئيسيًا للنمو الاقتصادي .فزيادة الصادرات تساهم بشكل مباشر في نمو الناتج المحلي الإجمالي، حيث يزداد تأثيرها الإيجابي عندما تتمتع بالاستقرار والثبات، مما يعزز قدرة الدولة على تحقيق الخطط التنموية ودعم النمو الاقتصادي، (Kalaitzi & Chamberlain, 2020, p. 205) لا سيما في الدول النامية التي يتعين عليها بناء اقتصاد مستقل ومتكامل، وذلك من خلال إجراء تغييرات جذرية في هيكل صادراتها، مثل تنويع الصادرات وزيادة إنتاج القيم المضافة عبر الاندماج بين القطاعات الاقتصادية المختلفة.

إن تنمية الصادرات لا تقتصر على مجرد زيادة موارد العملات الأجنبية وتحقيق التوازن الخارجي، بل هي أساسية لتنمية الدخل القومي الحقيقي .ولا نقصد بذلك مجرد زيادة الدخل بشكل مؤقت عبر التأثير المضاعف، بل نقصد جوهر عملية التنمية الاقتصادية في الأجل الطويل. فعندما نعرف تنمية الصادرات بشكل دقيق في إطار حرية التجارة، نجد أنها تمثل تغيرًا هيكليًا في النشاط الإنتاجي المحلي، يتطلب إعادة توزيع الموارد الاقتصادية لصالح الأنشطة التي تتمتع بميزة نسبية، وهي الأنشطة التي تتمتع بأعلى كفاءة وقدرة على النمو بمعدلات مرتفعة .وبالتالي، فإن تنمية الصادرات تعتبر جوهر عملية التنمية الاقتصادية في اقتصاد مفتوح يسعى إلى زيادة القدرة التنافسية وتحقيق الاستدامة الاقتصادية. (مومن، 2023)

بالإضافة إلى ذلك تشير الأدبيات الاقتصادية إلى وجود عدة روابط بين التصدير وتعزيز التنمية والنمو. أولاً، يعزز التجارة الإنتاجية الاقتصادية من خلال تسهيل تبادل المعرفة بين البلدان، وهي ظاهرة يشار إليها في الأدبيات باسم" التعلم من خلال تأثير التصدير". ثانياً، من خلال اعتماد تقنيات متقدمة، تعمل أنشطة التصدير على تحسين كفاءة استخدام الموارد. بالإضافة إلى ذلك، تستفيد الشركات العاملة في مجال التصدير من وفورات الحجم بسبب وصولها إلى أسواق أكبر. (Edwin , Richard , & James , 2025, p. 4071)

ب- مساهمة التصدير في تحقيق النمو الاقتصادي:

تشير مختلف الأدبيات الاقتصادية إلى أهمية التصدير باعتباره العمود الفقري للتنمية الاقتصادية، إذ حظي باهتمام واسع من قبل الاقتصاديين نظرًا لدوره الكبير في دعم التنمية وتعزيز النمو الاقتصادي في الدول، من خلال تحفيز الطلب الكلي وتشجيع الادخار وتسريع وتيرة تراكم رأس المال .كما أن استراتيجية النمو المعتمد على الصادرات تسهم في استقطاب الاستثمارات الأجنبية المباشرة، التي بدورها تساهم في إنشاء صناعات جديدة، وتحسين القدرة التنافسية للاقتصاد المحلي عبر نقل التكنولوجيا والمعرفة الفنية والخبرات الإدارية. وتؤدي زيادة الصادرات إلى خلق فرص عمل جديدة نتيجة توسع النشاط الإنتاجي، مما ينعكس إيجابًا على مستويات التشغيل وتحسين توزيع الدخل بين فئات المجتمع. كما أن النمو المرتفع في الصادرات يرتبط عادةً بـ ارتفاع مستويات الدخل القومي، مما يجعل التصدير خيارًا استراتيجيًا لدعم مسيرة النمو الاقتصادي المستدام. ويسهم التصدير في تحقيق النمو الاقتصادي من خلال عدة قنوات أساسية، من أبرزها: (تيغريسي و حاج يوسف، 2017)

- يساهم التصدير بشكل فعال في تحقيق معدلات نمو اقتصادي مرتفعة ومستدامة، خاصة في الحالات التي لا يكون فيها الطلب المحلي كافياً لدفع عجلة النمو
- تعد القطاعات التصديرية من أبرز المجالات القادرة على خلق فرص عمل جديدة، وذلك بالنظر للعلاقة الوثيقة بين التصدير وانخفاض معدلات البطالة.
- تتميز الصادرات بأهميتها الكبيرة في جذب الاستثمارات الأجنبية، إذ تمكن من زيادة رأس المال، مما يفتح المجال أمام توسع الإنتاج وظهور صناعات جديدة.
- يعمل التصدير على توفير العملات الأجنبية الضرورية لتمويل المشاريع التنموية وإنشاء بنى تحتية قوية.

- تستطيع الدولة أن تحقق استقلالية أكبر في قراراتها الاقتصادية والسياسية، وتوظّف مواردها بشكل أكثر كفاءة. ما ينعكس إيجابا على مستوى معيشة المواطنين، من خلال زيادة الدخل الفردي الحقيقي، وخلق فرص عمل إضافية نتيجة ارتفاع مداخيل الدولة وتوسع استثماراتها.

2. عرض تجربة شركة "سيفيتالCevital" كمؤسسة مصدرة فاعلة في الاقتصاد الجزائري:

2-1- التعريف بمجمع "سيفيتالCevital":

هو مجموعة عائلية يرجع نجاحها وسمعتها إلى تاريخها وسجلها الحافل بالنجاحات وقيمها العائلية المتينة، تعد أول شركة جزائرية خاصة تستثمر في مجموعة متنوعة من القطاعات التجارية، والمصدر الأول خارج قطاع المحروقات، فقد حققت إنجازات تاريخية مهمة لتصل إلى الحجم والاعتراف اللذين تتمتع بهما اليوم.

حيث توسع نشاط المجمع من صناعة تجهيز الأغذية والتوزيع بالجملة ليشمل مجموعة واسعة من القطاعات الحيوية، مثل الإلكترونيات والأجهزة المنزلية، وصناعة الحديد والصلب، وصناعة الزجاج المسطح، والبناء الصناعي، والخدمات والإعلام، وما إلى ذلك؛ مع القيام بهذه الاستثمارات، ركزت مجموعة Cevital على المبدأ الأساسي المتمثل في إنشاء وحدة اقتصادية متينة ترتكز على 18000 موظف موزعين في ثلاث قارات، الامر الذي جعلها تتصدر الاقتصاد الجزائري، بفضل مساهمتها وباستمرار على خلق فرص العمل وتنمية الثروة، وتحقيق التميز والريادة في السوقين المحلي والعالمي. (موقع مجمع سيفيتال، 2024)

جدول (1): القيم المالية لمجمع سيفيتال

القيمة	السنة	ملاحظات
4 مليار دولار رقم الاعمال الإجمالي للمجمع	-	يشمل النشاط المحلي والدولي
3 مليار دولار	2025	هدف استراتيجي للتصدير
200 مليون دولار صادرات السكر	2023	القيمة الاجمالية للجزائر جزء كبير منها لمجمع سيفيتال

المصدر: بيانات مجمع سيفيتال (موقع مجمع سيفيتال، 2024)

أ. أقطاب مجمع "سيفيتالCevital":

احتوى مجمع سيفيتال في السابق على خمسة اقطاب، ثم اعاد اختزال جميع نشاطاته في ثلاثة اقطاب رئيسية، وتتمثل في قطب السيارات والخدمات، قطب توزيع المنتجات الزراعية، القطب الصناعي. (موقع مجمع سيفيتال، 2024)، بحيث كل قطب يتضمن مجموعة من الأنشطة المختلفة والتابعة لعدة مؤسسات فرعية من المجمع حسب الاختصاص.

ب. استراتيجية المجمع المتبعة من أجل زيادة التصديروالتنمية

تأسست Civital على أساس رؤية طموحة تتمثل في إنشاء مجموعة صناعية عالمية تنافسية موجهة نحو الصادرات الدولية، حيث تمكنت من تحقيق هذا الطموح من خلال التمكن من امتلاك وحدات إنتاج تعمل في جميع أنحاء العالم، ومجهزة بأحدث التقنيات تعمل وفقا لاستراتيجية التميز في السعر والجودة والحجم والخدمات اللوجستية، فضلاً عن إنشاء وتشغيل وحدات إنتاج ومصانع في الجزائر والعديد من الدول الصناعية الكبرى.

الجدول (2): بيانات كمية (طن) حول أهم صادرات سيفيتال

النوع	الكمية المعلنة أو المقدرة	السنة
سكر مكرر	225.000 طن تقريبا	2023
سكر مكرر	1.500.000 طن مصدرة	تراكم من 2010-2024
سكر مكرر	زيادة 48% من صادرات المجمع عبر ميناء بجاية مقارنة ب 2022	2023
سكر مكرر	23 طن شحنة نحو موريتانيا ولبنان	2023

المصدر: بيانات مجمع سيفيتال (موقع مجمع سيفيتال، 2024)

كما أن المجمع يولي أهمية كبيرة للبحث والتطوير والابتكار ومواهب الموظفين داخل فرق العمل، باعتبارها عناصر أساسية في دفع عجلة التنمية والتصدير، مما يخلق فرص عمل جديدة للشباب الجزائري. ؛ وبحسب مؤسس المجمع، فإن نجاح سيفيتال يقوم على سبع ركائز رئيسية: (موقع مجمع سيفيتال، 2024)

- الاستثمار باستمرار في القطاعات ذات القيمة المضافة العالية، لضمان النمو المستدام.

- الاعتماد على الخبرات والتقنيات التكنولوجية الحديثة، مع التركيز على تطبيقها ميدانياً لتحقيق نتائج ملموسة.
- الاهتمام الكبير باختيار الكفاءات من الرجال والنساء، مع التركيز على برامج التكوين والتدريب لضمان نقل المعرفة وتطوير المهارات.
- تعزيز روح المؤسسة، والحفاظ على ثقافتها وقيمها الأساسية ومحاولة تنميتها.
- تشجيع الابتكار والتجديد، وتنمية القدرات الإبداعية والفكرية داخل المجمع.
- السعي الدائم نحو الامتياز والريادة، سواء على المستوى المحلي أو في الأسواق العالمية.
- الاعتزاز بخدمة الاقتصاد الوطني، والمساهمة الفعالة في تنميته وازدهاره.

لسنوات عديدة، طورت مجموعة Cevital استراتيجية طموحة للاستحواذ الخارجي بحثًا عن فرص نمو جديدة، وقد مكنت هذه الاستراتيجية المجموعة من الوصول إلى هذا الحجم وتغيير نطاقها ونشاطها في ساحة أكبر الشركات العالمية، حيث تعتمد Cevital على عدة مشاريع كبرى، مع تآزر قوي مع أنشطتها في الجزائر وأوروبا والبرازيل، بما يتماشى مع نهجها المتمثل في اكتساب الخبرة التكنولوجية من البحث والتطوير إلى تسجيل براءات الاختراع، بالإضافة إلى قنوات التوزيع الدولية التي تمكنها من التصدير. (فروجي و سبتي ، دور تحليل البيئة التسويقية الداخلية في استراتيجية الدخول إلى الاسواق الدولية، دراسة حالة مجمع سيفيتال، 2020)

ج. الاسواق الدولية لمجمع سيفيتال من أجل التوسع وزيادة التصدير

دخلت مجموعة Cevital الأسواق الدولية من خلال تصدير منتجاتها الغذائية مثل السكر والزيت إلى بعض الدول العربية والأفريقية بالإضافة إلى بعض دول الاتحاد الأوروبي، بدءًا بالسوق الفرنسية. على الرغم من أن هذه الأخيرة تخضع لمجموعة واسعة من القوانين واللوائح الصارمة المتعلقة بالمواصفات التقنية والصحية، والتي تعد شكلاً من أشكال الحماية التجارية، إلا أن المجمع تمكن من اقتحام هذا السوق ليس فقط من خلال التصدير، بل أيضًا من خلال الاستحواذ الكامل على بعض المؤسسات والدخول في شراكات استراتيجية مع مؤسسات أخرى، مع توسع يمتد إلى دول أوروبية أخرى وأفريقيا وأمريكا الجنوبية، الامر الذي يعكس قدرته على التكيف مع مختلف البيئات التجارية والاقتصادية (فروجي ، دور تحليل البيئة التسويقية في اختيار استراتيجية الدخول إلى الاسواق الدولية، 2017)

جدول (3): الأسواق الدولية لمجمع سيفيتال

الدولة / السوق	اسم المؤسسة / المشروع	قيمة الاستحواذ أو الاستثمار	تفاصيل النشاط	التوزيع بين السوق المحلية والتصدير
فرنسا ⟶ الجزائر	'OXXO نجارة (PVC)	450,000 يورو	إنشاء فرع في برج بوعريريج لإنتاج نوافذ PVC	الإنتاج موزع 50% محلي 50% للتصدير
فرنسا ⟶ الجزائر	BRANDT (الأجهزة الكهرومنزلية)	مليون 37.5 يورو	مشروع صناعي في ولاية سطيف طاقة إنتاجية تتراوح بين 8 و10 ملايين وحدة سنويًا، ويعمل به 7500 عامل	محلي 10% للتصدير 90%
إيطاليا	Aferpi / Lucchini (الحديد والصلب)	مليون 11 يورو	مصنع للحديد والصلب يلتزم بتنظيف المنطقة من الملوثات	—
إسبانيا	ALASالألومنيوم	مليون 7.5 يورو	إطلاق خط إنتاج النوافذ الألومنيوم في OXXO الجزائر وفرنسا	—
البرازيل	موانئ لوجستية + مصنع للحديد والصلب	لم يُذكر رقم محدد	انشاء ثلاثة موانئ في شمال البرازيل + مصنع للحديد الخام بالشراكة مع" Vale	يسهل التصدير والاستيراد
ساحل العاج (كوت ديفوار)	مشروع زراعي وصناعات غذائية شراكة معCICA	لم يُذكر رقم محدد	مشروع متكامل لإنتاج الأرز والزيوت النباتية والذرة وتخزين الحبوب والأعلاف الحيوانية	موجه للأسواق الإفريقية

المصدر: من اعداد الباحثتين بالاعتماد على بيانات مجمع سيفيتال (موقع مجمع سيفيتال، 2024)

خ- الرؤية المستقبلية لمجمع سيفيتال "Cevital"

ترتكز رؤية مجمع سيفيتال على فكرة تهدف من خلالها إلى نقل الجزائر من اقتصاد يعتمد على الاستيراد إلى اقتصاد مصدر، في مرحلة ما بعد النفط. هذه الرؤية تسعى إلى جعل الجزائر "التنين الجديد" في إفريقيا، أي قوة اقتصادية ناشئة تساهم في دفع النمو العالمي، وتحرير المبادرات، وخلق فرص العمل والثروة، لتصل إلى مصاف الدول الصناعية الحديثة؛ ومع زيادة عدد السكان، بما يماثل تقريباً عدد مستهلكي الوقود والكهرباء. هذا النمو السكاني سيُنتج عنه زيادة البحث عن فرص العمل، ما يستدعي ضرورة خلق وظائف جديدة، والتركيز على تنويع الاقتصاد.

يطمح المجمع إلى تحقيق نمو في حجم أعماله يفوق بأضعاف ما تمكن من تحقيقه خلال 15 سنة سابقة، ولتحقيق هذه الأهداف، يضع المجمع الاستثمار في المواهب والكفاءات في صميم استراتيجيته، حيث يخطط للانتقال من 18,000 موظف حالياً إلى نحو 100,000 موظف بحلول عام 2025، مع تركيز كبير على التكوين والتوظيف النوعي. (موقع مجمع سيفيتال، 2024)

النتائج والتوصيات

في ظل التطورات الاقتصادية العالمية وانفتاح الأسواق المحلية على الأسواق الدولية، أصبحت المؤسسات المصدّرة تمثل حلقة أساسية في دعم وتقوية الاقتصاد الوطني من أجل تحقيق النمو الاقتصادي المستدام. ويعتبر التصدير ضرورة حيوية في ظل اشتداد حدة المنافسة على المستوى الدولي، إذ يُسهم في تعزيز القدرة التنافسية للاقتصاد الوطني وتنويع مصادر الدخل. ومن خلال هذه الورقة البحثية، تم التركيز على دراسة أحد أبرز النماذج الوطنية في مجال التصدير، والمتمثل في مجمع سيفيتال، بهدف إبراز مدى مساهمته في ترقية الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات ودوره في تحقيق النمو الاقتصادي.

النتائج:

من خلال دراستنا الحالية، توصلنا لمجموعة من النتائج كما يلي:

- يتسم النمو الاقتصادي في الدول النامية بالتقلب وعدم الاستقرار، نتيجة هشاشة الهياكل الاقتصادية واعتمادها الكبير على العوامل والظروف الخارجية.
- تعاني هذه الدول من مشكلات تمويلية مزمنة، بالإضافة إلى هيمنة القطاع العام على النشاط الاقتصادي ومزاحمته للقطاع الخاص، مما يحدّ من مبادرات الاستثمار الخاصة ويعيق تنفيذ المشاريع الإنتاجية.

- تواجه عملية التصدير عدة عراقيل، من بينها تعقّد القوانين والتشريعات المنظمة لها، فضلاً عن المخاطر المتعلقة بالجمارك والتأمين والنقل.
- تسعى المؤسسات الوطنية المصدّرة إلى إبرام شراكات دولية لتسهيل دخول منتجاتها إلى الأسواق الخارجية وتعزيز فرصها التنافسية.
- إن المؤسسات المصدرة ركيزة أساسية لترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات، من خلال تحسين جودة المنتجات الوطنية وخفض تكاليفها لتتلاءم مع المعايير الدولية.
- يعتبر مجمع سيفيتال نموذجا ناجحا للمؤسسات الوطنية التي تمكنت من تطوير صادراتها بفضل استراتيجيات فعّالة، مثل تحسين جودة المنتج وإقامة شراكات أجنبية.

التوصيات:

انطلاقا من النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة، يمكن طرح التوصيات التالية:

- لتحقيق النمو الاقتصادي على الدول بناء اقتصاد مستقر يواجه التحديات الخارجية ولا تتحكم فيه الظروف الخارجية.
- ضرورة إعادة النظر في السياسات الاقتصادية والصناعية المعتمدة حاليًا في الجزائر، بهدف تحسين مناخ الاستثمار وتطوير الخيارات الاستراتيجية التي تُمكّن الحكومة من تجاوز آثار الأزمة النفطية وتنويع الصادرات خارج قطاع المحروقات.
- اعتبار عملية التصدير منظومة متكاملة تضم عدة متدخلين، يتوجب عليهم العمل في إطار من التنسيق والتكامل لضمان فعالية العملية التصديرية وتحقيق أهدافها.
- العمل على مكافحة البيروقراطية والفساد والمحسوبية، خصوصًا في الدول النامية، لما لذلك من أثر مباشر في تشجيع المؤسسات الاقتصادية على الانخراط في النشاط التصديري.
- تمكين المؤسسات المصدّرة من الاستثمار في الخارج من خلال إنشاء نقاط بيع لمنتجاتها، مع تسهيل الإجراءات الإدارية المرتبطة بهذه العمليات.
- توفير التمويل الكافي لدعم الاستثمارات المنتجة، سواء عبر تطوير أداء القطاع المصرفي ومنح القروض، أو من خلال تفعيل أسواق رؤوس الأموال باعتبارها أحد المحركات الأساسية لتطوير أداء القطاع الخاص وتشجيعه على التوسع في الإنتاج والتصدير.
- منح امتيازات ضريبية وجمركية للمؤسسات المصدّرة، لتحفيزها على زيادة حجم صادراتها وتعزيز تنافسيتها في الأسواق الدولية.

- تعزيز الشراكة بين القطاعين العام والخاص بما يحقق التكامل في النشاط الاقتصادي، ويسهم في خلق ديناميكية اقتصادية جديدة تُتيح فرصًا أوسع لتوسيع وتنويع قاعدة الصادرات الوطنية.

قائمة المصادروالمراجع

الكتب

1. فوزي نعيمي، و عبد الحكيم غراس. (1999). التجارة الدولية: دروس في قانون الأعمال الدولي. *ديوان المطبوعات الجامعية*، الجزائر.

المقالات في مجلة علمية

2. عامر ملايكية. (2017). عراقيل تصدير المنتجات غير النفطية في الجزائر- دراسة ميدانية لمدارك مديري الشركات المصدرة. مجلة الاصلاحات الاقتصادية والاندماج في الاقتصاد العالمي، 12(24)، 170-186.

3. ليلى اللحياني. (2023). استراتيجية الدولة الجزائرية لترقية الصادرات: من الانفتاح الاقتصادي إلى سياسة تجارية لصالح الصادرات خارج قطاع المحروقات. مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، 12(03)، 565-582.

4. نوح فروجي ، و وسيلة سبتي . (2020). دور تحليل البيئة التسويقية الداخلية في استراتيجية الدخول إلى الاسواق الدولية، دراسة حالة مجمع سيفيتال. مجلة اقتصاديات الاعمال والتجارة، المجلد 5، العدد 2، 112-128.

5. الهواري تيغريسي، و سارة حاج يوسف. (2017). دور الصادرات خارج المحروقات في تنمية الاقتصاد الجزائري. REVUE DES SCIENCES COMMERCIALES(02)، 05-22.

6. وئام بغياني. (2019). تحفيز التصدير للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية. *بحوث جامعة الجزائر*(13)، 10-36.

الرسائل الجامعية

7. ابراهيم بلقلة. (2009). آليات تنويع الصادرات خارج المحروقات وأثرها على النمو الاقتصادي-دراسة حالة الجزائر. رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، جامعة الشلف-الجزائر

8. مروة مومن. (2023). أثر تنمية الصادرات خارج المحروقات على النمو الاقتصادي في الجزائر- دراسة قياسية للفترة 2000-2020. *أطروحة دكتوراه* في العلوم التجارية، تخصص مالية وتجارة دولية، جامعة قالمة، الجزائر.

9. نوح فروجي . (2017). دور تحليل البيئة التسويقية في اختيار استراتيجية الدخول إلى الاسواق الدولية. *أطروحة دكتوراه*. قسم العلوم التجارية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر.

المو اقع الالكترونية

10. موقع مجمع سيفيتال: **https://www.cevital.com/lhistoire-du-groupe-ar/** تم الاسترداد في 13 09, 2024).

11. *Composition,definition,methodologie de l'importation*. (2016). تم الاسترداد من wold trade organization: https://www.wto.org/french/res_f/statis_f/wts2016_f/wto_chapter_08_f.pdf.

مراجع بالغات الأجنبية

1. Edwin , O., Richard , K., & James , O. (2025). Causality between Manufactured Exports and Economic Growth in Kenya (1990-2023). *journal of Economics, Finance and Management Studies, vol 8, issue, 7*.

2. Kalaitzi, A., & Chamberlain, T. (2020). Exports and Economic Growth: Some Evidence from the GCC. *International Advances in Economic Research,vol 26*, 203–205.