

التصدير كآلية لتوجه المؤسسات الاقتصادية الجزائرية نحو التدويل

Export as a mechanism to direct Algerian economic enterprises towards internationalization

ط.د. سويسى الربيع¹ د. يحياوي عبد الحفيظ

جامعة الجلفة - الجزائر

hafidhyahioui@yahoo.fr

جامعة الجلفة - الجزائر

Souissirabie2016@gmail.com

تاريخ النشر: 2021/03/03

تاريخ القبول: 2020/11/06

تاريخ الاستلام: 2020/09/15

ملخص:

لقد فرضت التحولات الاقتصادية المستمرة والسريعة على المؤسسات الاقتصادية الجزائرية ضرورة التكيف المستمر في إستراتيجيتها، حتى تتمكن من تحقيق النجاح المنشود في مهمتها، ولعل من أبرز ما طرحته هذه المؤسسات من خطط دفاعية لهذا الواقع الذي يتميز بشراسة منافسيه، هو توجيهها نحو تدويل نشاطها، بالإضافة إلى الاستفادة من العائد المجزي الناتج عن عملية غزو الأسواق الدولية مقارنة بالأسواق المحلية. حيث تهدف هذه الدراسة إلى محاولة تسليط الضوء على أهم إستراتيجية تتناسب وإمكانيات المؤسسات الاقتصادية الجزائرية المتوفرة لإحتراق الأسواق الخارجية وتدويل نشاطها. وذلك بعد التطرق إلى ماهية وأهمية عملية التدويل إضافة إلى واقع التدويل في الجزائر.

الكلمات المفتاحية: المؤسسات الاقتصادية الجزائرية ، تدويل النشاط ، آلية التصدير ، غزو الأسواق الدولية.

Abstract:

The continuous and rapid economic transformations have imposed on the Algerian economic institutions the necessity of continuous adaptation in their strategy, in order to be able to achieve the desired success in their mission, and perhaps one of the most prominent defensive plans presented by these institutions for this reality that is characterized by the ferocity of its competitors is their orientation towards the internationalization of their activities, in addition to Benefiting from the rewarding returns resulting from the process of invading the international markets compared to the local markets. Therefore, this study aims to try to shed light on the most important strategy commensurate with the capabilities of Algerian economic institutions to internationalize their activities, which was the export mechanism. This came after addressing the nature and importance of the internationalization process, in addition to the reality of internationalization in Algeria.

Keywords : Algerian economic institutions, the internationalization of their activity, the invasion of international markets, the export mechanism.

مقدمة

إن التحولات الاقتصادية الراهنة فرضت على المؤسسات الاقتصادية بمختلف أنواعها و أحجامها و مجالات نشاطها أن تعيد النظر في طريقة تفكيرها و إيديولوجيتها، حيث تلاشت فكرة محلية الأسواق و ذلك نظرا لتلاشي الحدود الجغرافية لعمل الأفراد والمؤسسات

¹ المؤلف المرسل: Souissirabie2016@gmail.com

بين الدول الأعضاء في المنظمة العالمية للتجارة و دول الاتحاد الأوروبي... الخ، ففي ظل هذه التغيرات أصبح تدويل نشاط هذه المؤسسات أمرا حتميا لضمان تطورها وإستمرارها.

إنّ ظاهرة التدويل أصبحت اليوم أمرا واقعا، و مآل منطقي للمؤسسات الاقتصادية كوسيلة للدخول إلى الأسواق الدولية، ويرجع ذلك لما يشهده العالم من ثورات تكنولوجية وإتصالية هائلة، وتكتلات إقليمية، وعالم مؤسسي رهيب، وتحرير واسع النطاق للإقتصاد والتجارة الدولية. ما يزيد من معدلات تبادل السلع والخدمات وانتقال رؤوس الأموال والأشخاص بين السوق الجزائرية والأسواق الخارجية، ما يزيد من التحديات وشدة المنافسة بين المؤسسات الأجنبية ونظيرتها الجزائرية خاصة ما إذا أخذنا بعين الإعتبار الفجوة الحاصلة بين هاتين الأخيرتين على مختلف المستويات.

إن إنتقال المؤسسة الجزائرية من العمل بالسوق المحلي إلى العمل على مستوى الأسواق الدولية أو ما يطلق على هذه العملية اصطلاحا "التدويل" يعتبر القرار الصائب و المثالي لمواجهة التحديات السابقة الذكر و تحويلها إلى فرص للاستفادة منها.

1- إشكالية الدراسة:

من خلال ما سبق سوف تكون إشكالية الدراسة كما يلي:

"ما هو واقع تدويل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية؟ وما هي الآلية التي تلجأ إليها لتدويل نشاطها؟"

تندرج ضمن هذه الإشكالية الأساسية الإشكاليات الفرعية التالية:

- هل يعتبر تبني المؤسسات الاقتصادية الجزائرية لمفهوم تدويل نشاطاتها ضرورة حتمية أم انه إختياري ؟
- هل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية قادرة على تخطي مرحلة التصدير وتبني آليات متنوعة لإختراق الأسواق الخارجية وتدويل نشاطها في ظل الواقع والإمكانيات المتوفرة لديها ؟

2- فرضيات الدراسة:

لمعالجة إشكالية بحثنا والإجابة على التساؤلات الفرعية، قمنا بصياغة الفرضيات أدناه التي نعتبرها أكثر الإجابات احتمالا، والتي تبقى دائما قابلة للاختبار والمناقشة:

- في ظل الإتفاقات و التعاقدات التي تقوم بها الدولة الجزائرية مع مختلف المنظمات و الإتحادات الدولية في مجال التبادل التجاري الحر و في مجالات إقتصادية أخرى، وكذلك الجهود التي تقوم بها لتأهيل المؤسسات الاقتصادية، أصبحت عملية تدويل أنشطة هذه المؤسسات ضرورة حتمية.

- المؤسسات الاقتصادية الجزائرية قادرة على تدويل نشاطها في ظل الإمكانيات التي توفرها الدولة الجزائرية.

- المؤسسات الاقتصادية الجزائرية غير قادرة على تخطي مرحلة التصدير والتي تعتبر من أهم الآليات لإختراق الأسواق الخارجية وتدويل نشاطها.

3- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في الكشف عن واقع تدويل نشاط المؤسسات الاقتصادية الجزائرية وآليات دخولها إلى الأسواق الأجنبية من خلال البيئة الداعمة التي تعمل على توفيرها الدولة الجزائرية وذلك بالإهتمام بعملية التدويل كخيار إستراتيجي تلجأ إليه المؤسسة الاقتصادية الجزائرية لتزقيتها.

4- أهداف الدراسة :

وتهدف هذه الدراسة أساسا إلى:

- 1- محاولة فهم التدويل ودراسة دوافع وأهداف المؤسسات الاقتصادية الجزائرية لتدويل نشاطها.
- 2- الوقوف على واقع التدويل ومدى تطبيقه في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية.
- 3- التحري عن أهم إستراتيجيات التدويل التي تلجأ إليها المؤسسات الاقتصادية الجزائرية.

5- منهجية الدراسة:

إعتمدنا على المنهجية التالية في إعداد هذا الموضوع:

-**المنهج الوصفي:** حيث إستعملنا في الجانب النظري من الدراسة من خلال المحور الأول والثاني، إذ قمنا بوصف ظاهرة التدويل وجميع العناصر المرتبطة بها، وكذا جميع الظروف والجهود التي بذلتها الدولة الجزائرية لدعم نشاط ومسار المؤسسات الاقتصادية لتدويل نشاطها.

-**المنهج التحليلي:** وذلك من خلال المحور الثالث من هيكل الدراسة، قمنا فيه بتحليل عدة جداول متمثلة في إحصائيات دلالية أثبتت صحة تدويل نشاط المؤسسات من خلال إختراق نشاطها لمجموعة من الأسواق الخارجية وذلك عن طريق إستراتيجية التصدير.

6- هيكل الدراسة:

على ضوء ما سبق ولمعالجة هذا الموضوع تم تقسيم الدراسة كما يلي:

المحور الأول: الإطار النظري لتدويل أعمال المؤسسات الاقتصادية.

المحور الثاني: البيئة الداعمة لتدويل المؤسسات الاقتصادية في الجزائر .

المحور الثالث: توجه المؤسسات الاقتصادية الجزائرية نحو التصدير كآلية لتدويل نشاطها.

المحور الأول: الإطار النظري لتدويل أعمال المؤسسات الاقتصادية.

أولا: مفهوم التدويل.

قام العديد من المفكرين و الباحثين المختصين بتحديد وتقريب مفهومها موحدا لظاهرة التدويل وقد رأى الكثير منهم بأن التدويل :

- حسب "Gankema": هو مجموعة من الخطوات التي تستطيع المؤسسة من خلالها أن تتواجد وتسوق منتجاتها بصفة منظمة بالأسواق الاجنبية¹.

- وحسب "Ruzzier" هو: "عملية التوسع الجغرافي للأنشطة الاقتصادية خارج الحدود الوطنية.

- ويعرف التدويل كذلك على انه عملية تدريجية تشمل عدة مراحل للدخول إلى الاسواق الاجنبية².

- أما تدويل المؤسسة فيعرف على أنه: " عملية أو مراحل متتابعة تسمح للمؤسسة بإنجاز تمهين تدريجي مع الأسواق الأجنبية، ومن هذا يتبين بأن المؤسسات لا تقتحم الأسواق الدولية عشوائيا أو صدفة أو بطريقة غير مدروسة، بل لابد من تمرين، إما بالخبرة المكتسبة من خلال استغلال سوق له خصائص متقاربة جغرافيا و نفسيا من السوق المحلي، أو من طرف وسطاء أو وكلاء.³

كما أن مفهوم البعد أي المسافة يلعب دور المحرك لعملية التدويل، وهو يتضمن ثلاث حالات عن المسافة بين المصدر وعمله في الخارج.

1- البعد الجغرافي: يمكن ترجمته إلى تكاليف نقل السلعة حيث يعني البعد الجغرافي لا يمكن بطبيعة الحال إعتباره كعامل أساسي ووحيد للقيام بعملية التدويل، بل هناك عوامل ودوافع أخرى تدفع المؤسسة لتدويل نشاطها، إذ تعد عملية تحديد وقياس ودراسة الفرص التي يوفرها السوق المرحلة الأولى لعملية التخطيط للدخول إلى سوق معين ⁴.

2- البعد المؤسسي: و نقصد به الاختلاف في السياسات الاقتصادية المتبعة من قبل كل دولة. و يمكن أن تتضمن: الحواجز الجغرافية، الاختلافات في الإجراءات القانونية و المعايير، الاختلافات المالية (السياسات المالية، نسب الفوائد، تذبذبات أسعار الصرف بالنسبة للعملة المحلية...).

3- البعد الثقافي والبيكولوجي: الذي ينتج عن عدم المرونة المحلية إتجاه المصدرين الذين يدخلون السوق والتفضيلات الخاصة بالأسواق المتقاربة ثقافيا والتي تقاس عادة على أساس: الاختلافات في التطور الاقتصادي، الاختلافات في كثافة المعاملات التجارية بين البلدين، والاختلافات الخاصة باللغة والتربية والافكار السائدة ⁵. كما يمكن الإشارة إلى حصة الأنشطة الخارجية والتي يطلق عليها البعد الحقيقي للتدويل، في حين أن التوجه نحو أسواق رأس المال العالمية تطلق عليه البعد المالي للتدويل.

ثانيا: العوامل الدافعة للإتجاه نحو التدويل.

1- العوامل التجارية ⁶: وهي تتمثل في عوامل داخلية تدفع بالمؤسسة إلى البحث عن الأسواق الأجنبية، وذلك لأسباب تجارية بحتة نذكر منها :

- تشبع السوق المحلية، ركود السوق المحلية، موسمية السوق المحلية.
- محدودية السوق المحلية، تخصص المؤسسة، تمديد دورة حياة المنتج دوليا.
- 2- العوامل المالية ⁷:** تمثل العوامل المالية التي تدفع بالمؤسسة في التفكير إلى إقتحام الأسواق الدولية في تخفيض تكاليف الإنتاج و البحث عن غلة الحجم بالإضافة إلى إهلاك إستثمارات البحث و التطوير. تتمثل فيما يلي:
 - البحث عن غلة الحجم (إنتاج أكبر وذلك بإستغلال لأكثر عناصر الإنتاج)
 - إسترجاع الإستثمارات.
 - تخفيض تكاليف الإنتاج وتخفيض الخطر من خلال التدويل.

3- العوامل البيئية ⁸: تدويل المؤسسة يمكن أن يكون أحيانا دون إتخاذ قرار إستراتيجي مدروس مسبقا بل يكون إستغلالا لفرص عارضة في البيئة، ومن الفرص ما نذكر:

- طلب تلقائي، تغير المحيط الدولي ورغبة المسيرين في تدويل المؤسسة.

ثالثا: مراحل عملية التدويل.

تمر عملية تدويل المؤسسات بكل أحجامها بما فيها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بعدة مراحل، حسب ما جاء به فيليب كوتلر:

1- إتخاذ القرار بالتدويل: قبل مدة ليست بالبعيدة: عدد كبير من مسيري المؤسسات بما فيها المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، كانوا يعتبرون أهم أهدافهم كانت تحقق في السوق المحلية للدولة التي يتواجدون بها، كانوا يعتبرون أن السوق المحلية كافية لبيع منتجاتهم، و

بالمقابل كانوا يعتبرون أن البيع في الأسواق الأجنبية يعتبر عملية صعبة: المناقشة بلغة مخالفة، مواجهة خطر التغيير، مواجهة قوانين مختلفة و تكيف المنتج و متطلبات المستهلك الجديد.

في الوقت الراهن الأوضاع تغيرت. من جهة، تعاظم المنافسة الأجنبية بالأسواق المحلية، و من جهة أخرى البيع في الأسواق الأجنبية يسمح بالاستفادة من إقتصاديات الحجم...⁹، على العموم يوجد عدة دوافع تؤدي بالمؤسسة إلى إتخاذ القرار بتدويل نشاطها، هذه الدوافع سبق الإشارة إليها.

المؤسسة حتى تنجح في عملية تدويل نشاطها لا بد لها أن تغير من طريقة تسييرها، ذلك ليس لأنه العمل على المستوى الدولي يدعو إلى طرق و قواعد تسيير مختلفة، ولكن الاختلاف بين معطيات الدول و المناطق يمكن أن يفرض على المؤسسة إعادة النظر في أفكارها. إذا أنه من الضروري دراسة سلوك مستهلك السوق المستهدف، معرفة ثقافته بالطريقة التي تسمح بإنجاز سياسة تجارية مناسبة، دون إهمال القواعد المحلية للسوق المستهدف و التكاليف التي الإضافية التي يمكن أن تواجهها المؤسسة.

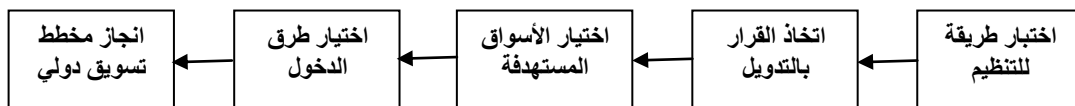
2- اختيار السوق المستهدفة: إن الأسواق الدولية التي قد تعمل فيها المؤسسة مليئة بالفرص و التهديدات، وقد تكون هذه الأسواق أكثر ربحية من الأسواق المحلية، و قد يكون العكس، و عليه يجب على المؤسسة متابعة متغيرات البيئة الخارجية من أجل التعرف على فرص البيئة المتاحة و استغلالها أحسن استغلال من خلال وضع الاستراتيجيات المناسبة من جهة، و من جهة أخرى اكتشاف التهديدات و العمل على التكيف معها بصفة ذكية.

3- اختيار طريقة الدخول إلى السوق الأجنبي: إن أول مشكل يواجه المؤسسة الصغيرة والمتوسطة عند إتخاذها القرار بتدويل نشاطها هو طريقة دخولها إلى السوق المستهدف، فبعد اختيار الأسواق على المؤسسة أن تحدد أحسن طريقة للوصول إليها، وبشكل عام هناك اختلاف بين الباحثين في عدد أساليب دخول الأسواق الدولية، ومن بين أهم الأشكال الأكثر شيوعا واستخداما في السوق الدولي نذكر التصدير بنوعية المباشر وغير المباشر بالإضافة إلى الاتفاقيات التعاقدية.¹⁰

4 - انجاز مخطط تسويق دولي: و هنا تقف المؤسسة المصدرة أمام عدة خيارات بشأن المنتجات التي ستصدرها، و يتعلق الأمر بالقرارات الآتية¹¹:

- قرار تنويع أو تبسيط المنتجات.
- قرار تنميط أو تعديل المنتج و ثم قرار تمييز المنتجات.
- اختيار طريقة التنظيم: يمكن للمؤسسة الصغيرة أو المتوسطة أن تنظم عملها على المستوى الدولي وفق طريقتين رئيسيتين، و تتضمن الطريقة الأولى إنشاء وحدة إدارية خاصة بالتصدير، بينما تشمل الطريقة الثانية إنشاء قسم خاص بالنشاط الدولي.¹²

الشكل (01) : مراحل عملية التدويل حسب فيليب كوتلر.



Source : Philip KOTLER & Others, Marketing Management, Pearson Education, 12th édition, France 2006, p.774

المحور الثاني: البيئة الداعمة لتدويل المؤسسات الاقتصادية في الجزائر.

عملت الجزائر على خلق بيئة داعمة للمؤسسات الاقتصادية باعتبار هذا القطاع أحد القطاعات الاستراتيجية لتحقيق أهداف التنمية المنشودة والوقوف على حافة التنوع خارج قطاع المحروقات، وضمن هذا السياق فإن المؤسسات الاقتصادية يمكنها الاستفادة من سلاسل القيمة العالمية من خلال التوجه نحو الأسواق الخارجية، ويمكن في هذا الصدد التعرض لأهم الجهود الجزائرية لدعم التصدير كآلية لتدويل عمل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية خاصة خارج قطاع المحروقات.

أولا: الهيئات الداعمة على تهيئة العمل لتدويل نشاط المؤسسات الجزائرية.

- 1- وزارة التجارة: تعتبر وزارة التجارة من أهم الهيئات الحكومية المالية بأعمال التجارة والتي يحكمها المرسوم التنفيذي رقم 94-207 والمؤرخ في 16.07.1994، وحسب المادة 08 من نفس المرسوم يتولى وزير التجارة في مجال العلاقات التجارية المهام التالية:
 - ينشط ويحفز الأعمال التجارية الثنائية والمتعددة الاطراف وذلك من خلال الإتصال مع الدوائر الوزارية والهيئات المعنية.
 - يساهم في إعداد الإتفاقيات التجارية والتفاوض في شأنها وذلك بالتعاون مع الهيئات المعنية ويتولى متابعتها وتنفيذها .
 - تشجيع الصادرات وترويج الإنتاج الوطني من السلع والخدمات في الأسواق الخارجية.

- 2- الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة (CACI)¹³ : أنشئت هذه الغرفة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 96-93 المؤرخ في 03 مارس 1996 ، وهي عبارة عن مؤسسة عمومية ذات طابع تجاري وصناعي تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وتوضع تحت وصاية وزارة التجارة، وهي تقوم بمهمة التمثيل والاستشارة والإدارة والتوسع الاقتصادي على مستوى الدوائر الإقليمية، ومن مهامها أيضا:
 - تقديم المعلومات والآراء والاقتراحات المتعلقة بالأنشطة التجارية والصناعية والخدمات.
 - تعرض على السلطات العمومية بالتنسيق مع الوزارة المعنية بالتجارة، كل التوصيات والاقتراحات المتعلقة بمجال التشريع والتنظيم التجاري والصناعي والجبايى والجمركي خصوصا.

3- المركز الوطني لرصد الأسواق الخارجية والصفقات العمومية¹⁴:

تم إنشاء هذا المركز بمقتضى المرسوم رقم 90-135 المؤرخ في 20 شوال 1410 الموافق ل 51 مايو 1990 ، ومن أبرز المهام التي يقوم بها المركز نجد ما يلي:

- رصد وتحليل الأوضاع الهيكلية والظرفية للأسواق العالمية بهدف تسهيل نفاذ المنتجات الجزائرية إلى الأسواق الخارجية.
- توفير المعلومات التي من شأنها أن تساعد المتعاملين الاقتصاديين على تقييم عمليات الاستيراد وترشيدها.

4- الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير SAFEX¹⁵:

هي شركة عمومية ذات طابع اقتصادي تحت وصاية وزارة التجارة، أنشئت بانضمام من المركز الوطني للتجارة الخارجية والديوان الوطني للمعارض بمقتضى المرسوم رقم 87-63 المؤرخ في 03 مارس 1987 ، وكانت في تلك الفترة تحت اسم الديوان الوطني للمعارض والتصدير (Onafex)، وفي 24 ديسمبر طرأت تعديلات على هذا الديوان ليصبح تحت اسم الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير (Safex)، والغرض الأساسي من إنشاء هذه الشركة يدخل ضمن ترقية الصادرات غير النفطية من أجل المساهمة في تنمية ودفع مستوى المبادلات التجارية، وذلك عن طريق ترقية الصادرات وعقلنة الواردات، كما تعمل على تنظيم وتنشيط التظاهرات الاقتصادية في الوطن وفي الخارج

- من أجل أكثر حرية لصادراتنا. خصصت الشركة Safex هيئة تتمثل في مديرية الجودة، بغرض منح رخص لكل المنتجات الموجهة للتصدير، وبالموازاة توفر الشركة عدة نشاطات في مجال ترقية الصادرات ومن أهمها:
- تنظيم نشاطات الأعوان الاقتصاديين سواء في البلاد أو خارجها.
 - تقديم استثمارات لوكلاء الأعوان الاقتصاديين عند طلبهم، من أجل إنجاز عمليات التصدير.
 - تنظيم المعارض والتظاهرات التجارية وهدفها ترقية المنتجات المحلية نحو الخارج.

5- الديوان الجزائري لترقية التجارة الخارجية PROMEX :

- أنشأ هذا الديوان بموجب المرسوم التنفيذي رقم 96-327 المؤرخ في 18 جمادى الأول 1417 الموافق ل 01 أكتوبر 1996 ، وهو مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وهو تحت وصاية الوزير المكلف بالتجارة، والغرض من إنشاء هذا الديوان هو التكفل والمشاركة في تطوير استراتيجية ترقية التجارة الخارجية وخاصة الجانب غير النفطي منها¹⁶:
- المشاركة في تطوير الاستراتيجية الخارجية والمساهمة في تطبيق السياسة الوطنية في المبادلات التجارية.
 - تنشيط برنامج تميمين المبادلات التجارية الخارجية وترقيتها، خصوصا الموجهة نحو تطوير الصادرات خارج المحروقات، ويساهم في تطبيق الإجراءات العمومية لدعم الصادرات.
 - يقيم جهاز رصد الأسواق الخارجية، ويوفر على الخصوص المعلومات التي من شأنها أن تساعد المتعاملين الاقتصاديين على تقديم عملية الاستيراد والتصدير وترشيدها.
 - إنشاء وتسيير شبكة معلومات تجارية وبنوك للمعطيات، والتي توضع تحت تصرف كل المتدخلين في ميدان التجارة الخارجية عند الاستيراد والتصدير.

ثانيا: برنامج تأهيل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية.

هناك¹⁶ ثلاث برامج لتأهيل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، الأول برنامج تأهيل المؤسسات الصناعية، الموجه لدعم وتعزيز تنافسية المؤسسات الصناعية الجزائرية العمومية والخاصة تحت إشراف وزارة الصناعة، والثاني برنامج التعاون الجزائري- الأوروبي لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (في إطار برنامج MEDA) تحت إشراف وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة و الصناعة التقليدية بالشراكة مع الاتحاد الأوروبي، أما الثالث فهو البرنامج الوطني لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الذي تشرف عليه وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات التقليدية.

1- برنامج تأهيل المؤسسات الصناعية¹⁷: بادرت الحكومة الجزائرية انطلاقا من سنة 1996 بإيجاد برنامج لتأهيل المؤسسات الصناعية الجزائرية تزامنا مع بداية التفاوض بين الجزائر والاتحاد الأوروبي، حيث باشرت وزارة الصناعة في انطلاق برنامج التأهيل الصناعي سنة 2000 ، بمشاركة كل من برامج الأمم المتحدة للتنمية (PNUD) ومنظمة الأمم المتحدة من أجل التنمية الصناعية (ONUDI) وبعض الدول المقدمة للأموال (بريطانيا، ألمانيا، فرنسا، ...)، وذلك في إطار "البرنامج المتكامل لدعم ومرافقة إعادة الهيكلة الصناعية وتقويم المؤسسات الصناعية في الجزائر" .

حيث نص قانون المالية لسنة 2000 على إنشاء حساب خاص موجه لتغطية المساعدات المالية المباشرة لتأهيل المؤسسات الصناعية ومؤسسات الخدمات المرتبطة بالصناعة من أجل ترقية تنافسية الصناعة تحت عنوان "صندوق ترقية التنافسية الصناعية"، وتسير هذا الصندوق "اللجنة الوطنية للتنافسية الصناعية".

1-1- هيكلية برنامج تأهيل المؤسسات الصناعية:

- يلاحظ من خلال برنامج تأهيل المؤسسات الصناعية بأن هناك عدة هيئات ومؤسسات تسهر على تنفيذه بطريقة منظمة ومنسقة وفقا للأهداف المسطرة له، يمكن حصر هذه الهيئات فيما يلي¹⁸ :
- وزارة الصناعة (المديرية العامة لإعادة الهيكلة الصناعية)؛
 - اللجنة الوطنية للتنافسية الصناعية؛
 - صندوق ترقية التنافسية الصناعية؛
 - البنوك و المؤسسات المالية؛
 - مصالح ومكاتب الدعم، بالأخص المراكز التقنية المتخصصة، و مكاتب الدراسات والاستشارات الفنية،...

1-2 : إجراءات تأهيل المؤسسات الصناعية:

يمكن حصر إجراءات استفادة المؤسسة من برنامج التأهيل في مرحلتين أساسيتين هما:

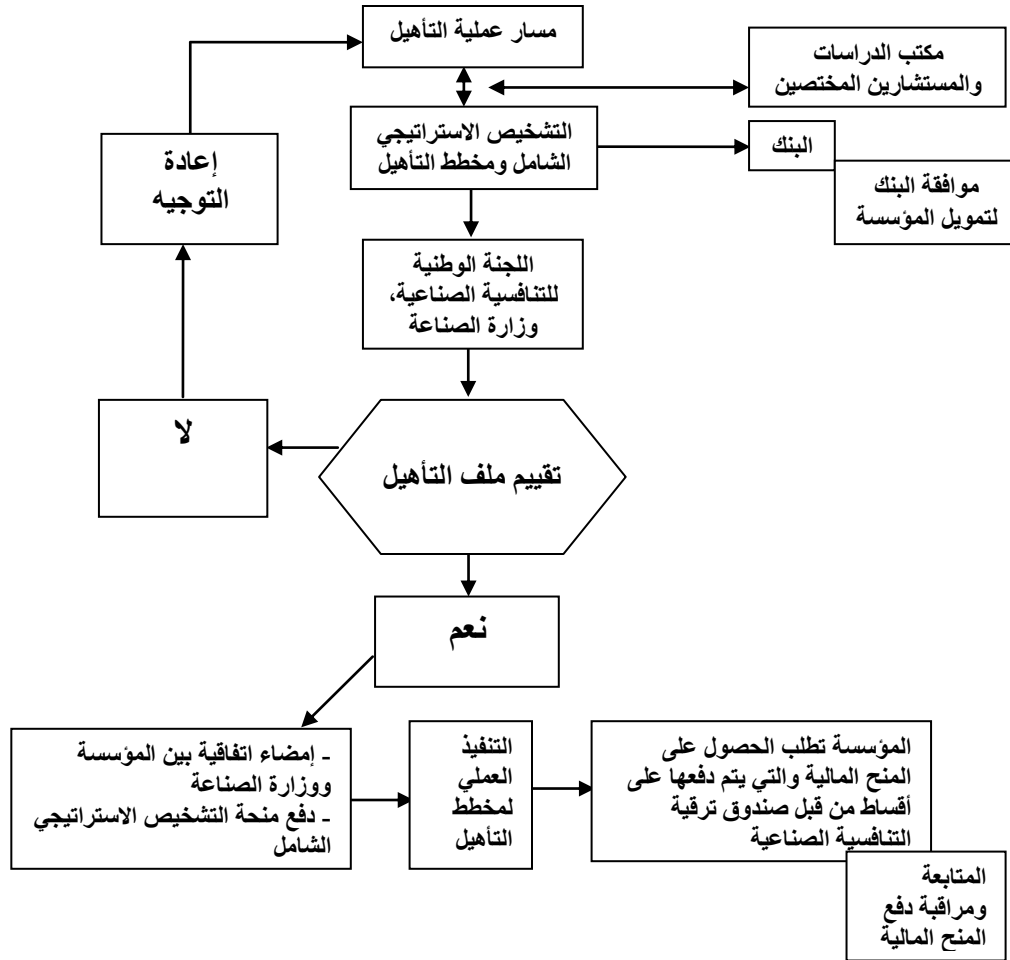
1-2-1- التشخيص الاستراتيجي العام ومخطط تأهيل المؤسسة:

وتتمثل هذه المرحلة¹⁹ "في مبادرة المؤسسة بإجراء تشخيص استراتيجي عام يسمح بتحديد المكانة الإستراتيجية للمؤسسة بالنسبة للمنافسة الداخلية والخارجية"، ويعرف "براون G. Brown تشخيص المؤسسة بأنه عبارة عن²⁰ "اكتشاف وتحديد نقاط الضعف والقوة في المؤسسة لتصحيح الأولى واستغلال أحسن للثانية". أي أن التشخيص يساعد على معرفة نقاط القوة والضعف التي تتمتع بها المؤسسة من أجل تعزيز نقاط القوة ومحاولة القضاء على نقاط الضعف أو محاولة تحويلها إلى نقاط قوة عن طريق تصحيحها.

1-2-2- تنفيذ إجراءات برنامج تأهيل المؤسسات الصناعية:

في المرحلة الثانية وبعد الموافقة والمصادقة من قبل اللجنة الوطنية للتنافسية الصناعية على مخطط التأهيل، يتم تحديد كيفية منح الإعانات، حيث أن تنفيذ الاستثمارات المادية واللامادية المحددة في مخطط التأهيل تعطي للمؤسسة الحق في الاستفادة من المساعدات المالية.

الشكل رقم (02): مخطط آلية عمل برنامج تأهيل المؤسسات.



Source : Fonds de Promotion de la Compétitivité Industrielle, Projet :Dispositif de Mise à Niveau, Ministère de l'industrie et de la restructuration,2000, Alger,p17.

يوضح الشكل رقم (02) بأن عملية تأهيل المؤسسات تنطلق من القيام بعملية التشخيص الإستراتيجي الشامل وإعداد مخطط التأهيل من قبل مكتب الدراسات أو مستشارين مختصين بالتعاون مع المؤسسة، ليتم بعد ذلك تسليم الملف إلى الأمانة التقنية لوزارة الصناعة واللجنة الوطنية للتنافسية الصناعية من أجل تقييم الملف واتخاذ القرار أو الموقف من طلب المؤسسة للاستفادة من برنامج التأهيل ومنه المساعدات المالية، وإن كان القرار ب "لا" فلا بد على المؤسسة من إعادة النظر في النقائص والسلبيات التي مازالت تحول دون استفادتها من المساعدات المالية في إطار برنامج تأهيل المؤسسات، وإن كان القرار ب "نعم" طبعا سيتم إمضاء الاتفاقية بين المؤسسة والوزارة والتي تتضمن جوانب التأهيل وكيفية دفع المساعدات المالية، لبدأ التطبيق العملي لخطة التأهيل، وكذلك الحصول على بقية المنح المالية على شكل أقساط من طرف صندوق ترقية التنافسية الصناعية والذي يتكفل كذلك بمتابعة ومراقبة دفع المنح وتنفيذ مخطط التأهيل.

2- برنامج التعاون الجزائري - الأوروبي لتأهيل المؤسسات الاقتصادية .

لقد قامت الجزائر بعقد اتفاق مع الاتحاد الأوروبي بهدف رفع القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية الخاصة، ويتمثل هذا الاتفاق في "برنامج ميدا لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، التي تشغل أكثر من 20 عاملا، والتي تنشط في القطاع الصناعي أو قطاع الخدمات الصناعية لتمكينها من الصمود أمام المؤسسات الأجنبية المنافسة خاصة المؤسسات الأوروبية، ويتميز هذا البرنامج بما يلي²¹:

- 1- هو برنامج مشترك ما بين اللجنة الأوروبية و وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية والصناعات التقليدية؛
- تحدد مدة هذا البرنامج ب 05 سنوات بداية من شهر سبتمبر 2002 إلى غاية ديسمبر 2007 ؛وقد مدد إلى سنة أخرى أي إلى غاية 2008 بطلب من وزير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
- تقدر الميزانية المخصصة لهذا البرنامج ب 62,9 مليون أورو، 57 مليون أورو من طرف الاتحاد الأوروبي و 3,4 مليون أورو من طرف الحكومة الجزائرية، والباقي 2,5 من طرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المستفيدة من البرنامج؛
- يسير هذا البرنامج من طرف فريق مختلط من الخبراء الجزائريين والأوروبيين؛
- مقره الجزائر العاصمة وله خمس فروع في: الجزائر العاصمة، عنابة، غرداية، وهران وسطيف.

1- أهداف برنامج التعاون الجزائري-الأوروبي لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: يتمثل الهدف الرئيسي للبرنامج في "تحسين وتقوية تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية الخاصة بما يسمح لها المساهمة أكثر فأكثر في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر". ويركز برنامج التعاون الجزائري - الأوروبي لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على ثلاثة محاور²²:

- تحسين التسيير العلمي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- دعم الابتكار وترقية الوسائل الجديدة لتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- دعم محيط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

2- شروط الاستفادة من برنامج التعاون الجزائري- الأوروبي لتأهيل المؤسسات:

- يستفيد من البرنامج كل من:
- المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية الخاصة.
- الهيئات المالية والمشرفين الخواص.
- الهيئات وأجهزة الدعم للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

3- إجراءات عمل برنامج التعاون الجزائري- الأوروبي لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

يملك البرنامج هيكل تنفيذي تقني وإداري مكلف باستخدام إجراءات وتنظيمات اتفاق التمويل النوعي الممضى بين الجزائر واللجنة الأوروبية والتي تدعى "وحدة تسيير برنامج تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، وتدخل هذه اللجنة يكون على مستوى كامل التراب الوطني بالإضافة إلى 12 ملحقة إقليمية تسهر على تحقيق بعض المهام كالإعلام والتكوين لفائدة المؤسسات، وتلعب وحدة تسيير برنامج تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دور مركز الدعم لخبرائها، كما تقدم الدعم أيضا للمستفيدين من البرنامج وهذا بتحضير مخطط عملي

إجمالي يغطي فترة 5 سنوات، ومخططات عملية سنوية في نهاية كل سنة من النشاط بالإضافة إلى تقارير النشاطات الأخرى تقدم إلى الهيئات الرقابية والسلطات الوزارية²³.

ثالثا: البرنامج الوطني لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

يندرج "البرنامج الوطني لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ضمن الأحكام الواردة في القانون رقم 01-18 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، لاسيما المادة 18 منه، التي تنص على ما يلي: "تقوم الوزارة المكلفة بالمؤسسات والصناعات الصغيرة والمتوسطة، في إطار تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، بوضع برامج التأهيل المناسبة من أجل تطوير تنافسية المؤسسات، وذلك بغرض ترقية المنتج الوطني، ليستجيب للمقاييس العالمية"²⁴.

1- أهداف البرنامج الوطني لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: لهذا البرنامج أهداف عامة وأخرى خاصة نوضحها فيما يلي:

- الأهداف العامة:

- إزالة العقبات التي تعترض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
- ترقية رأس المال البشري بواسطة التكوين المستمر؛
- تحسين التمويل (من حيث التنظيم وحجم القروض)؛
- إزالة الحواجز أمام التعاون بين المؤسسات ومراكز البحث والتطوير والجامعات

- الأهداف الخاصة:

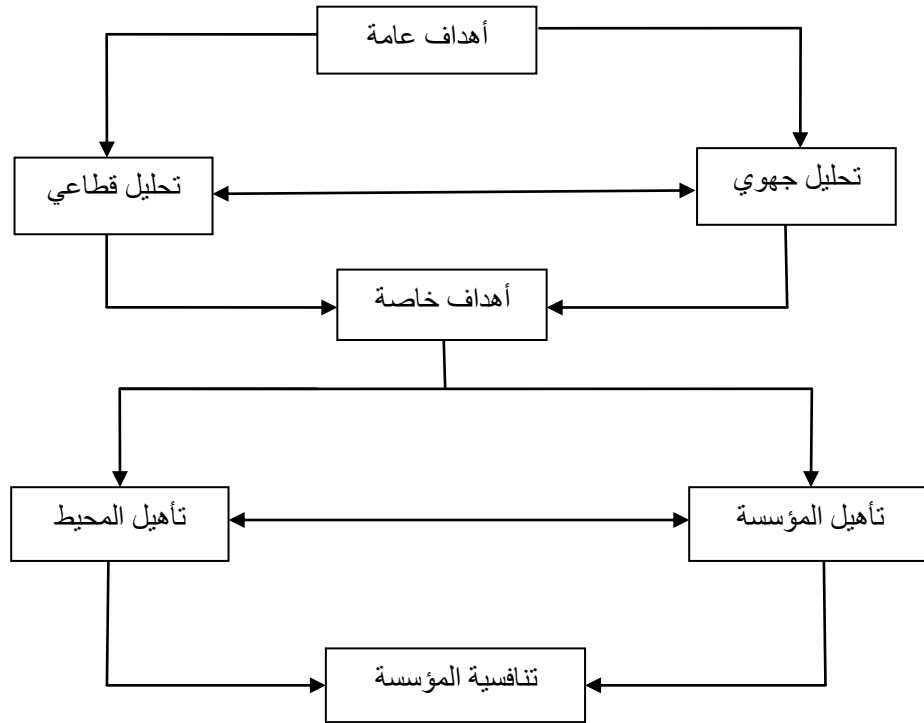
- تحليل فروع النشاط وضبط إجراءات التأهيل للولايات بحسب الأولوية
- تأهيل المحيط المجاور للمؤسسة عن طريق إنجاز عمليات ترمي إلى إيجاد تنسيق ذكي وفعال بين المؤسسة ومحيطها؛
- إعداد تشخيص استراتيجي عام للمؤسسة و مخطط تأهيلها؛
- المساهمة في تمويل مخطط تنفيذ عمليات التأهيل خاصة فيما يتعلق بترقية المؤهلات المهنية
- تحسين القدرات التقنية ووسائل الإنتاج.

2- محاور البرنامج الوطني لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

و يشمل هذا البرنامج أربع محاور رئيسية تتمثل في²⁵:

- المحور القطاعي.
- المحور الجهوي.
- محور محيط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- محور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

الشكل رقم (03) : البيان العام للبرنامج الوطني لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة



Source : Abdelkrim Boughadou , Accord d'Association entre l'Algérie et l'Union Européenne: Ce que vous devez savoir, op cit, p 35

المحور الثالث: توجه المؤسسات الاقتصادية الجزائرية نحو التصدير كآلية لتدويل نشاطها.

لما كان تدويل المؤسسات الاقتصادية ضروريا لإستمرارها ونموها، سعت الجزائر إلى تعبئة كل قواها في سبيل المضي في هذا الإتجاه، وذلك لوضع إستراتيجية وطنية لترقية الصادرات خارج المحروقات، ولذا فإن التركيز على آلية واحدة متمثلة في التصدير لم يكن تقصيرا من الحكومة الجزائرية وإنما تماشيا مع واقع الوضعية الضعيفة التي تشهدها معظم المؤسسات الاقتصادية الجزائرية ، والتي لا تتيح لها فرصة التدويل من خلال الآليات الأخرى، وقد كان تركيز وإهتمام الحكومة على تدويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لما لها من الأهمية الاقتصادية بمكان.

أولا: واقع تدويل المؤسسات الاقتصادية في الجزائر.

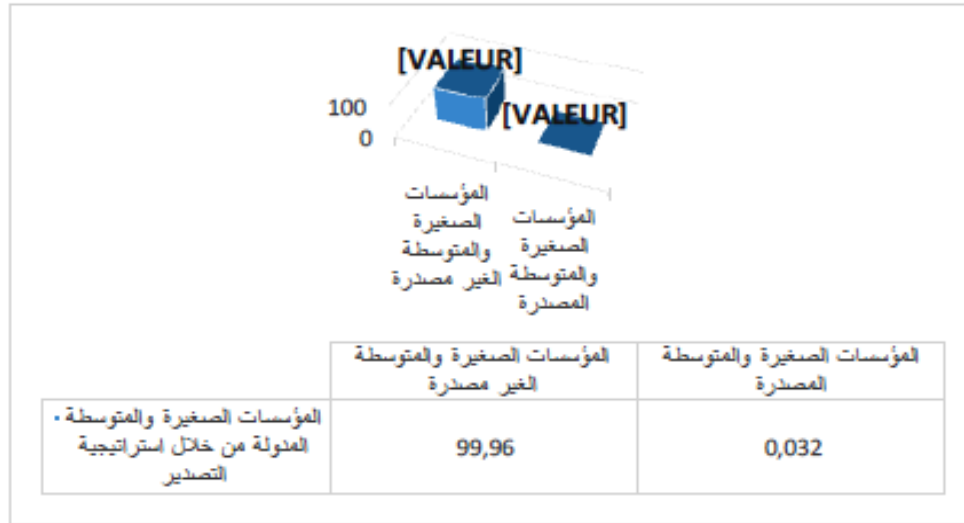
بلغ عدد المؤسسات الاقتصادية الناشطة إلى غاية 2018 حوالي 171945 منها 501 مؤسسة مدولة عبر إستراتيجية التصدير حسب معطيات الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية " ALGEX " .

1- المؤسسات الجزائرية المدولة من خلال آلية التصدير:

إن أهم ما يميز هيكل صادرات الجزائر هو ضعف الصادرات خارج المحروقات، حيث تشكل صادرات المحروقات ومشتقاته اغلب المبيعات الجزائرية في الخارج في يناير 2018 (84,93%) من الحجم الإجمالي للصادرات، حيث بلغت 17,3 مليار دولار مقابل 77,2

مليار دولار، أي بارتفاع قدره 400 مليون دولار (+14,23 %)، في حين تبقى الصادرات خارج المحروقات، التي تبقى هامشية بنسبة 5.1 % ، أي ما يعادل 208 مليون دولار من إجمالي الصادرات من نفس السنة.

الشكل رقم (04): المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المدولة من خلال آلية التصدير في الجزائر لسنة 2016.

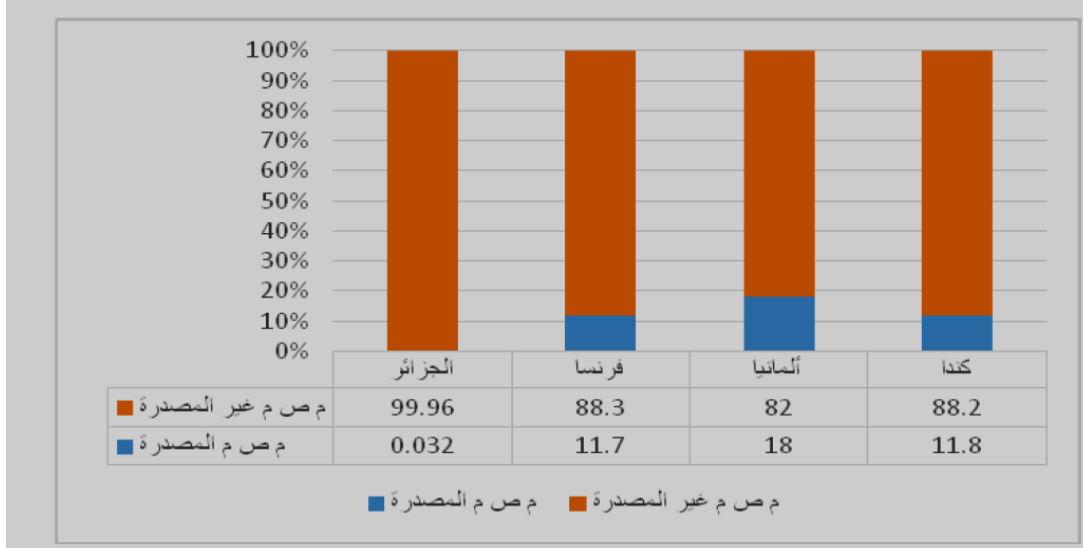


المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادا على معطيات algex والنشرة الإحصائية لوزارة الصناعة.

يتضح لنا من معطيات الشكل أعلاه بأن عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المصدرة في الجزائر لا يتجاوز 0.032 % من إجمالي عدد المؤسسات، فيما تبقى 99.96 % من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تنشط محليا، ما يعني ضعف في توجه المؤسسات الجزائرية نحو الصادرات كآلية لتدويل نشاطها.

ولمعرفة ما إذا كانت هذه النسبة ترقى إلى المستوى المطلوب يمكن إجراء مقارنة بسيطة بين نسبة المؤسسات المصدرة إلى إجمالي المؤسسات الاقتصادية في عديد من الدول من بينها الجزائر من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (05): نسبة المؤسسات الاقتصادية المصدرة إلى إجمالي المؤسسات في بعض دول العالم لسنة 2016



المصدر : عابدي مهدي، تدويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وسبل تعزيزها، مجلة الدراسات الاقتصادية المعمقة، جامعة الجزائر3، العدد07، 2018، ص: 253.

من الشكل يتضح لنا التفاوت الكبير في نسب المؤسسات الاقتصادية المصدرة بين الجزائر ودول أخرى من العالم، حيث تبلغ نسبة المؤسسات المصدرة في كل من ألمانيا، كندا وفرنسا، ما نسبته 18%، 11.8% و 11.7% على الترتيب، في حين لا تتجاوز هذه النسبة 0.032 % في الجزائر بالرغم من كل الجهود المبذولة وذلك نظرا لعدد من الأسباب يمكن ذكرها:

- ضعف القدرة الشرائية للمؤسسات الجزائرية والناتج عن ضعف العامل البشري وعدم قدرته على مسايرة التكنولوجيا الحديثة.
- عدم توفر الخبرة الكافية لدى المؤسسات الجزائرية لممارسة نشاط التصدير.
- يتجه الكثير من المتعاملين الإقتصاديين إلى ممارسة نشاط الإستيراد لما يدره من أرباح، على عكس نشاط التصدير الذي يتطلب الكثير من الحنكة وتوفر الشروط ومطابقة المنتج للمقاييس العالمية.

2- التوجه نحو الأسواق الواعدة: إن زيادة إنسياب صادرات المؤسسات الجزائرية يستدعي إستهداف أسواق خاصة يمكن للمنتج الجزائري أن ينافس فيها، وعلى عكس ذلك تتجه جل المؤسسات الجزائرية نحو التصدير إلى الاسواق الاوربية وهو ما سوف نوضحه من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (01): ترتيب أسواق صادرات المؤسسات الجزائرية خارج المحروقات

بلد الإستيراد	القيمة مليون دولار	النسبة من إجمالي الصادرات
إيطاليا	6127	14.88
إسبانيا	5002	12.15
فرنسا	4631	11.25
الولايات المتحدة الأمريكية	3857	9.37
بريطانيا	2771	6.73
تركيا	2318	5.63
هولندا	2250	5.47
الهند	1622	3.94
الصين	1311	3.18
جمهورية كوريا	1264	3.07
تونس	952	2.31
المغرب	653	1.59
المجموع الفرعي	37342	90.71
المجموع	41168	100

المصدر: من إعداد الباحثان اعتمادا على التقرير السنوي لسنة 2018 للتجارة الخارجية.

يتضح لنا جليا من معطيات الجدول أعلاه أن المؤسسات الجزائرية نحو الأسواق الأوربية منها السوق الإيطالية والتي إعتلت صدارة الترتيب أهم زبائن الجزائر ثم تليها السوق الفرنسية والولايات المتحدة الأمريكية وبعدها بريطانيا ثم إيطاليا، وهي أسواق صعبة الإخترق مقارنة بتلك العربية والإفريقية، حيث يمكن للمؤسسات الجزائرية إستهداف هذه الأسواق والتي تقل فيها المنافسة نسبيا.

ثانيا: تشخيص مشهد التوجه نحو التصدير للمؤسسات الاقتصادية في الجزائر من خلال تحليل عدة مؤشرات.

تعد القدرة التصديرية من أهم الآليات التي من خلالها تستطيع المؤسسات الاقتصادية تدويل نشاطها وإخترق الأسواق الخارجية من جهة، كما أنها تعكس بشكل قوي طبيعة الهيكل الاقتصادي للدولة من جهة أخرى، لهذا تعتمد الدول في تقييم إمكانياتها التصديرية على مؤشرات أداء الصادرات، وعلى العموم سنتعرض في هذا العنصر إلى أهم المؤشرات شائعة الاستخدام مع إسقاطها على حالة الجزائر وبالتحديد الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات.

1- مؤشر الميزة النسبية لظاهرة التدويل من خلال آلية التصدير :

يعتبر هذا المؤشر أكثر المؤشرات استعمالا لقياس القدرة التنافسية للصادرات ويحسب هذا المؤشر بقسمة حاصل طرح قيمة الصادرات لسلعة معينة أو مجموعة متجانسة من السلع من قيمة الواردات لنفس السلعة أو مجموعة متجانسة من السلع، على حاصل جمع قيمة الصادرات لسلعة معينة أو مجموعة متجانسة من السلع من قيمة الواردات لنفس السلعة أو مجموعة متجانسة من السلع، وتكتب الصيغة الرياضية لهذا المؤشر بالعلاقة الآتية ²⁶:

$$RCA = \frac{xi - mi}{xi + mi}$$

حيث: xi قيمة الصادرات لسلعة معينة أو مجموعة متجانسة من السلع.

mi : قيمة الواردات لنفس السلعة أو مجموعة متجانسة من السلع.

وكلما كانت قيمة المؤشر أكبر من أو تساوي الواحد الصحيح، كلما كانت هناك ميزة نسبية ظاهرة، و يأخذ المؤشر القيمة (1+) حينما تكون قيمة الواردات صفرا، و بالعكس يأخذ المؤشر القيمة (-1) في حالة عدم وجود صادرات، والجدول الآتي يوضح قيم هذا المؤشر الخاص بالصادرات الصناعية الجزائرية خارج المحروقات إجمالا خلال الفترة (2012-2018)

الجدول رقم(02):مؤشر المزايا النسبية الظاهرة للصادرات الصناعية خارج المحروقات خلال الفترة (2012-2018)

2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	
2830	1930	1780	2063	2582	2165	2062	صادرات خارج المحروقات
17590	18970	19902	22405	29394	28788	25784	الواردات
-0,72	-0,82	-0,84	-0,83	-0,84	-0,86	-0,85	مؤشر RCA

المصدر: من إعداد الباحثان بالإعتماد على إحصائيات المركز الوطني لمعلومة إحصائيات الجمارك والوكالة الوطنية لترقية الصادرات .

من خلال الجدول يلاحظ أن قيمة مؤشر المزايا النسبية الظاهرة يشير على مدى سنوات الدراسة إلى قيم سلبية قريبة من(-1) مما يعني أن الصادرات الجزائرية خارج المحروقات لا تتمتع بأدنى ميزة مقارنة بالواردات من نفس المنتجات والتي تمثل 4.5% من إجمالي الصادرات، مما يعني ضعف في توجه المؤسسات الجزائرية نحو الصادرات التي تتميز بصناعة تقليدية غير تنافسية كآلية للتدويل وهذا راجع لأسباب أبرزها أن القاعدة الصناعية في الجزائر التي أنشأت في بداية السبعينات كانت هشة، ولم تكن متخصصة وفق القدرات التكنولوجية والبشرية المتوفرة.

ثالثا: مؤشر قدرة المؤسسات الجزائرية على التصدير .

كما هو معلوم أنه كلما خصصت الدولة جزءا كبيرا من إنتاجها للتصدير كان ذلك دليلا على الاعتماد الكبير على الخارج، غير أنه يجب الاحتياط ضد التفسيرات الميكانيكية لارتفاع نسبة الصادرات إلى الناتج المحلي الإجمالي، فقد ترتفع هذه النسبة أيضا في تلك الظروف التي تريد فيها الدولة الحصول على النقد الأجنبي الضروري لاستيراد السلع الاستثمارية والتقنية اللازمة لإقامة قاعدة إنتاجية تمهد لاستقلالها الاقتصادي على المدى البعيد، فالعبرة هنا هي بنمط استخدام حصيلة الصادرات، و ثمة احتياط آخر يتعلق بنوعية الصادرات وخاصة إذا ما كانت هذه الصادرات مواد أولية أو منتجات صناعية²⁷.

الجدول رقم(03): مساهمة الصناعات خارج المحروقات في الناتج الداخلي الخام للجزائر خلال الفترة (2010-2015)

2015	2014	2013	2012	2011	2010	إجمالي الناتج الداخلي (مليار دج)
16591.9	17205.1	16569.3	16115	14526.6	11991.6	توزيع PIB حسب القطاعات
900.9	837	765.5	728.6	663.8	617.4	
3134.3	4657.8	4968	5536.4	5242.1	4180.4	
12149	10471.9	9689.89	8772.9	7766.1	6446.4	
1308.6	1238.4	1235.9	1077.5	854.6	747.7	
%5.40	%4.86	%6.4	%4.5	%6.4	%5.1	صناعات م + إجمالي الناتج

المصدر: بنك الجزائر، التطور الاقتصادي و النقدي للجزائر، التقرير السنوي 2015 ، نوفمبر 2016 ، ص: 170.

ومن خلال الجدول نلاحظ مدى ضعف المؤسسات الجزائرية قدرة على التصدير خارج ق خارج قطاع المحروقات حيث لم تتجاوز نسبة مساهمة الصادرات خارج قطاع المحروقات في الناتج المحلي الداخلي سقف 6% من الناتج الداخلي الخام طوال الفترة المدروسة باستثناء سنتي 2010 و 2015 ، وهذا ما يتجلى في تدني نسبة الصادرات خارج المحروقات إلى إجمالي الصادرات.

ثالثا: درجة الانكشاف (الانفتاح) الاقتصادي على الخارج.

تبرز أهمية هذا المؤشر في إبراز مدى مساهمة التجارة الخارجية في تكوين الناتج المحلي الإجمالي، و بتعبير آخر فإنه يوضح مدى اعتماد النشاط الاقتصادي لأي دولة على الظروف السائدة في أسواق التصدير والاستيراد لهذه الدولة، هذا و يشير ارتفاع المؤشر إلى عمق اعتماد اقتصاد الدولة على الأسواق الخارجية لتصريف منتجاته ، وبالتالي قدرة مؤسساتها على إختراق الأسواق الخارجية، و يمكن قياس درجة الانكشاف الاقتصادي على الخارج وفق الصيغة الآتية²⁸:

$$T = \frac{x+M}{Y}$$

حيث: x قيمة الصادرات، M قيمة الواردات و Y الناتج المحلي الإجمالي.

والجدول الآتي يوضح قيم هذا المؤشر في مجال الصادرات خارج المحروقات للجزائر خلال الفترة الممتدة من سنة 2012 إلى غاية سنة 2018.

الجدول رقم (04): مؤشر درجة الانكشاف الاقتصادي للجزائر على الخارج في مجال الصادرات خارج المحروقات (2012-2018)

2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	
2830	1930	1780	2063	2582	2165	2062	صادرات خارج المحروقات (مليون دولار)
17560	18970	19902	22405	29394	28778	21924	واردات خ.ق.م (مليون دولار)
173.8	167.6	160	166	213.8	209.8	209100	إجمالي الناتج الداخلي (مليون د.)
%11.7	%12.4	%13.5	%14.7	%14.9	%14.4	%11.4	درجة الإنكشاف الإقتصادي (%)

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على إحصائيات المركز الوطني لمعلومة إحصائيات الجمارك والوكالة الوطنية لترقية الصادرات .

من خلال تتبع مسار المؤشر يلاحظ أنه تزايد بشكل تدريجي من سنة 2012 إلى سنة 2014 وهذا بسبب تزايد الواردات الجزائرية وبدرجة أقل التحسن الحاصل على مستوى الصادرات خارج قطاع المحروقات، ثم بدأ بالتراجع إلى أن وصل 12.4 % و 11.7 % في سنتي (2017، 2018) على التوالي نتيجة الإنخفاض الكبير لواردات وصادرات الجزائر، و على العموم تشير قيمة المؤشر إلى ضعف نسبي لدرجة انفتاح الجزائر على العالم الخارجي في مجال التجارة خارج المحروقات و ذلك راجع بالأساس إلى أن الناتج المحلي مكون بصفة كبيرة من الصادرات النفطية، مما يعني أنه في حالة حدوث أي خلل في أسعار المحروقات فإن الاقتصاد الجزائري يكون في حالة تأثر كبيرة جدا، وعليه لابد من الدولة الجزائرية إن تبحث عن بدائل لتغطية حاجياتها ، وذلك بتشجيع الصناعة والتنويع الإقتصادي عن طرق توفير ودعم مسار تدويل المؤسسات الاقتصادية بما فيها الصغيرة والمتوسطة التي أصبحت الكثير من الدول تعتمد عليها في توازن إحتلال موازين مدفوعاتها ودفع عجلة نمو إقتصادياتها بشكل رسمي وضروري.

خاتمة:

إن إستمرارية المؤسسة الاقتصادية الجزائرية في ظل المتغيرات الدولية والانفتاح على الأسواق الخارجية يتطلب منها تحسين وتطوير منتجاتها وتحديد أدائها الإنتاجية وعصرنتها بصورة دائمة. حيث الإقتصاديات الحديثة لم تعد تعتمد على تراكم رأس المال المادي بقدر اعتمادها على المعرفة التي تؤدي إلى تحسين جودة المنتجات وبالتالي زيادة تفوقها في الأسواق العالمية بالإعتماد على مواردها البشرية المشكلة لها والقادرة على الإيفاء بالجودة الكافية وذلك ضمن سياق عالمي معقد الرابع فيه من يملك قراءة جيدة لكل المتغيرات المحيطة ومن ثم استباقها ومجاراتها.

ففي ظل هذه التغيرات والتقلبات الراهنة أصبح تدويل نشاط المؤسسات الجزائرية أمرا حتميا لضمان تطورها وإستمرارها، كما تجدر الإشارة إلى ضرورة تنويع الإستراتيجيات المتبعة والمختلفة لتدويل المؤسسات الاقتصادية في الجزائر وعدم التركيز على التصدير فقط، وذلك كون آلية التصدير تناسب أكثر تلك البلدان التي تحوز على مؤسسات ذات مؤسسات تنافسية عالية، وهو ليس حال المؤسسات الجزائرية والتي غالبا ما تكون ناشئة وغير قادرة على المنافسة الدولية مع التأكيد على ضرورة الرفع من تنافسية المؤسسات الجزائرية كونها عاملا أساسيا لنجاح عملية التدويل.

نتائج الدراسة: ونلخصها فيما يلي.

- في ظل التحولات في محيط أعمال المؤسسات الجزائرية خاصة فيما يتعلق باتفاقيات الشراكة التي تبرمها الجزائر بالإضافة إلى المفاوضات التي تجريها الجزائر للإنضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة، فإن إختيار المؤسسات الجزائرية لتدويل أنشطتها يكاد يصبح ضرورة حتمية، وذلك بغرض مواجهة المنافسة الدولية.
- إن التوجه نحو تدويل المؤسسات الجزائرية لا يزال صئيلا لأنها تقتصر على إستراتيجية آلية التصدير لعملية تدويل نشاطها وعزوفها على الآليات الأخرى .

إختبار نتائج الفروض: لقد جاءت إختبارات فروض هذه الدراسة على النحو التالي:

- ينص الفرض الأول على أن إختيار إستراتيجية التدويل من طرف المؤسسات الاقتصادية الجزائرية تعتبر كضرورة من أجل بقاءها في السوق المحلية و الأجنبية، في ظل الإتفاقات و التعاقدات التي تقوم بها الدولة الجزائرية مع مختلف المنظمات و الإتحادات الدولية في مجال التبادل التجاري الحر و في مجالات إقتصادية أخرى، أصبحت عملية تدويل أنشطة هذه المؤسسات لا تعتبر ضرورة حتمية و ذلك لعدة أسباب منها عدم تشبع السوق المحلي، و عدم تواجد المنافسة الأجنبية بسبب عدم جاذبية الجزائر للإستثمارات الأجنبية... الخ. و منه الفرضية الأولى تعتبر خاطئة.
- بخصوص الفرضية الثانية و التي مفادها أن المؤسسات الاقتصادية الجزائرية غير قادرة على تخطي مرحلة التصدير وتبني آليات متنوعة لإختراق الأسواق الخارجية وتدويل نشاطها في ظل الواقع والإمكانات المتوفرة لديها، فهي صحيحة.

التوصيات:

- إن نجاح عملية تدويل أنشطة المؤسسات الجزائرية دوليا لا يتوقف فقط على تحكم هذه الأخيرة في المتغيرات البيئية المحيطة بها، و لكن لابد من توفر شروط أخرى تتعدى صلاحياتها و تتعلق بدور الدولة في هذه العملية.
- العمل على رفع القدرة التنافسية للمؤسسات الجزائرية من خلال تأهيلها ومرافقتها وحثها على إحترام المعايير العالمية.
- حث المؤسسات الوطنية للتوجه نحو التجارة الإلكترونية كآلية فعالة لإختراق الأسواق الدولية.

الهوامش:

- ¹-Serge Amabile & autres, les stratégies de développement adapté par les PME internationales, Les cas des PME méditerranéennes, Au site=[http:// www.medeu.org/](http://www.medeu.org/) p:20.
- ² – Pers Peclive, Revue international d'investissement de l'OCDE, 2006, p232.
- ³-Corinne PASCO-BERHO, Marketing international, 3ème édition, Dunod, Paris, 2000, p30.
- ⁴ - Root, F, R, Strategic planning for export marketing, copenhagen: Elhar hareks forlag, 1964, p11.
- ⁵ – داني الكبير إمعاشو: التسويق الدولي، جامعة سيدي بالعباس، ص: 120.
- ⁶ - Corinne Pasco-Berto, Marketing International, Dunod, Paris 4 Edition, 2002, p 51.
- ⁷ - Ibid, p51.
- ⁸ - لعلاوي عمر، تشخيص التصدير بالمؤسسة وتحليل البيئة الخارجية ودورها في تحديد إستراتيجية غزو الأسواق الدولية، الملتقى العربي الخامس في التسويق الدولي، تونس، ماي، ص: 145.
- ⁹-Philip Kotler et autres, Marketing Management, Op. Cité, P222.
- ¹⁰ - رضواف المحمود العمر، التسويق الدولي، عمان، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، 2007، ص ص: 140 – 141.
- ¹¹ – يحيى سعيد علي عيّد، تقييم فعالية وسائل جمع البيانات الميدانية في مجال بحوث التسويق ، مذكرة ماجستير، مصر، ص: 162.
- ¹² - محمد براق، ومحمد عبيلة، دفع الصادرات الجزائرية خارج المحروقات باستخدام مقارنة التسويق الدولي، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير، جامعة الشلف، العدد الرابع، جواف 2006 ، ص 150.
- ¹³ - الجمهورية . الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 16 ، سنة 1996 ، ص 19.
- ¹⁴ -وصاف سعيدي، تنمية الصادرات والنمو الاقتصادي في الجزائر الواقع والتحديات، مجلة الباحث، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، العدد، 2001، ص: 142.
- ¹⁵ - La lettre d'information de la chambre algérienne de commerce et de l'industrie, 1997.
- ¹⁶ - وصاف سعيدي، مرجع سبق ذكره، ص: 142.
- ¹⁶ - Fonds de promotion de la compétitivité industrielle dispositif de mise a niveau des entreprises, Ministère se l'industrie et de la restructuration
- ¹⁷ - Boughadou Abdelkrime : Politiques d'appui à la compétitivité des Entreprises algériennes, Ministère de la Petite et Moyenne Entreprise et de l'Artisanat, Alger , 2006.p 4.
- ¹⁸-Fonds de Promotion de la Compétitivité Industrielle, Projet :Dispositif de Mise à Niveau, Ministère de l'industrie et de la restructuration,2000, Alger, p14.
- ¹⁹ – نجار حياة و مليكة زغيب: إشكالية تأهيل المؤسسات الاقتصادية بين العصرية والعولمة : نظرة مستقبلية، الملتقى الوطني الأول حول:المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وتحديات المناخ الإقتصادي الجديد، جامعة ورقلة، يومي 22 / 23 افريل 2003، ص: 136.
- ²⁰ - Kamal Hamdi : Comment Diagnostiquer et Redresser une Entreprise, Rissalah, Alger, 1995, p 10.
- ²¹ -Abdelkrim Boughadou, Accord d'Association entre l'Algérie et l'Union Européenne: Ce que vous devez savoir, Ministère de la Petite et Moyenne Entreprise et de l'Artisanat ,Octobre2005, p 3
- ²² – نوري منير: أثر الشراكة الأوروبية على تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة . و المتوسطة في الدول العربية، يومي 17 و 18 أفريل 2006 ، جامعة الشلف ، ص 8.
- ²³ -Euro Développement PME, Programme MEDA d'appui aux PME/PMI Algériennes, Commission &Ministère de la PME et l'Artisana. Européenn.

- ²⁴ - البرنامج الوطني لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، البرنامج السنوي التقديري لسنة 2008 ، وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة و . الصناعات التقليدية، ص:5.
- ²⁵ - Agence Nationale de développement de la PME, Programme National de Mise à Niveau des petites et moyenne Entreprises: présentation du programme 2007,p6.
- ²⁶ - زين العابدين عبد الله بري، التنوع المحقق في الاقتصاد السعودي، دورية الإدارة العامة، الرياض، المجلد الثاني، العدد الثاني، فيفري، 2002، ص:361.
- ²⁷ - إبراهيم بلقلة، آليات تنمية و تنويع الصادرات خارج المحروقات و أثرها على النمو الاقتصادي: دراسة حالة الجزائر، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية ، جامعة الشلف، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية و علوم التسيير، 2008-2009، ص: 94.
- ²⁸ - حمزة العوادي، سياسة تنمية الصادرات الصناعية الجزائرية خارج المحروقات ومتطلبات نجاحها: دراسة تحليلية للفترة (2009-2013)، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، جامعة غرداية، المجلد 9، العدد 1، جوان 2016، ص:607.