معارف
ISSN 1112-7007
EISSN 6804 -2600
المجلد 17/ العدد 1 (جوان 2022): ص.ص: 414- 431

المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كآلية لتنويع الصادرات بالجزائر بين الواقع والمأمول

SMEs as a mechanism for export diversification outside Algeria's hydrocarbons sector - reality and prospects

ليدية وزاني [1] * . أيت عكاش سمير [2]

[1] جامعة البويرة، مخبر السياسات التنموية والدراسات الاستشرافية، الجزائر،

ouazani085@gmail.com

جامعة البويرة، مخبر المتعدد التخصصات وعلوم الانسان والبيئة والمجتمع، الجزائر،

samiraitakkache@yahoo.fr

تاريخ الاستلام: 2022/02/20؛ تاريخ القبول: 2022/05/17؛ تاريخ النشر: 2022/06/01

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أهمية المؤسسات الصغيرة المتوسطة في تحقيق التنمية الاقتصادية، إذ تساهم هذه المؤسسات إلى حد كبير في تنويع الأنشطة الاقتصادية، وتلعب دورا مهما في ترقية عمليات التصدير إلى الأسواق الخارجية، كما قمنا بتسليط الضوء على واقع التجارة الخارجية في الجزائر. بالإضافة إلى التعرف على طبيعة المعوقات التي تقف أما عملية تنمية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

توصلنا إلى أن صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية تشكو ضعفا كبيرا، وهذا راجع إلى غياب استراتيجيات بعيدة المدى فضلا عن الصعوبات التي تواجهها والتي يتعين مواجهتها والتغلب عليها وهو ما يستوجب منها تعزيز قدرتها التنافسية.

كلمات مفتاحية: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛ التصدير؛ تنمية صادرات؛ الجزائر.

Abstract:

This study aims to know the importance of small and medium

* المؤلف المرسل.

enterprises in economic development, as these institutions contribute significantly to the diversification of economic activities, and play an important role in the promotion of exports to foreign markets, and we highlighted the reality of foreign trade in Algeria. In addition to identifying the nature of the obstacles that hinder the development of exports of small and medium enterprises.

We concluded that the exports of Algerian small and medium enterprises suffer from huge weakness; it due to the absence of long term strategies as well as the difficulties they face and that must be confronted and overcome which requires them enhance Competitiveness .

Keywords: Small and Medium Enterprises; Export; Export Development; Algeria.

المقدمة:

تتواجد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية اليوم في محيط يفرض عليها جعل نشاطها دوليا، ويرجع ذلك لما يشهده العالم من ثورة تكنولوجية واتصالية هائلة، وتكتلات إقليمية وتحرير واسع النطاق للاقتصاد والتجارة الدولية فضلا عن بروز متعاظم لدور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، فقد استطاعت الكثير من الدول المتقدمة الاستفادة من هذا النوع من المؤسسات من خلال توفير فرص حقيقية لنمائها وتوسعها في الأسواق الدولية.

وبناء عليه فإن سبيل تنمية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في الأسواق الدولية مرهون بإيجاد استراتيجية ملائمة ذات ركائز متكاملة بما يتوافق ومتطلبات غزو الأسواق الدولية خارج قطاع النفط في إطار إصلاحات شاملة وهيكلية الاقتصاد الوطني من خلال طرح جملة من الحوافز تصب جلها في تحفيز المؤسسات الوطنية ورفع قدرتها نحو اختراق الأسواق الدولية خاصة قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

مما سبق نطرح السؤال التالي: **كيف يمكن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية تنويع الصادرات خارج المحروقات، وما هي عوامل ومتطلبات نجاحها بالأسواق الخارجية ؟**

وتندرج تحت الاشكالية الرئيسية الأسئلة الفرعية التالية :

1. لماذا تسعى الدول نحو الاعتماد على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟
2. ما هو دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات؟
3. هل تمتلك المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية قدرة تنافسية تمكنها من اقتحام الأسواق العالمية؟

للإجابة عن الإشكالية الرئيسية للموضوع، نفترض الفرضيات التالية:

1. يتم تفعيل مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الرفع من الصادرات عن طريق مختلف الاجراءات والبرامج والسياسات الموجهة لهذا القطاع.
2. يحتاج قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر إلى مزيد من العناية والدعم لتحقيق الزيادة في الصادرات خارج المحروقات.
3. توجد إرادة حكومية تسمح لهذا النوع من المؤسسات بالاندماج في الاقتصاد العالمي.

نهدف من خلال هذه الورقة البحثية أن نتعرف على الدور الذي يمكن أن تلعبه قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنويع الصادرات خارج المحروقات وعن السياسات الكفيلة بتطوير هذا القطاع في الجزائر ليساهم في دعم التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وذلك من خلال التطرق إلى العناصر التالية :

المحور الأول: الإطار المفاهيمي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

المحور الثاني: الإطار المفاهيمي للتصدير

المحور الثالث: واقع التصدير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

المحور الأول : الإطار المفاهيمي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تحظى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الوقت الراهن باهتمام مخططي السياسات الاقتصادية والاجتماعية في مختلف دول العالم المتقدمة والنامية على حد سواء، وذلك لحيوية هذا القطاع ودوره في تحقيق التنمية الاقتصادية، فهي تساهم في

دعم الصادرات بالإضافة إلى أنها مركز للابتكار والتطوير وتنمية الأفراد.

أولا: تحديد مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الجزائري

يختلف تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من بلد إلى آخر وهذا نتيجة لاختلاف الظروف الاقتصادية والاجتماعية والامكانيات التكنولوجية بين هذه البلدان،

وعلى هذا الأساس وتجسيدا للعمل المباشر سنعتمد على ما خلص إليه المشرع الجزائري في التعريف الوارد في القانون 17-02 المؤرخ في 10-01-2017، والمتمثل في القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والذي ينص على ما يلي" : تعرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مهما كانت طبيعتها القانونية بأنها مؤسسة مستقلة تنتج السلع و/أو الخدمات تشغل من واحد إلى 250 شخص، ولا يتجاوز رقم أعمالها أربعة ملايير دينار جزائري، وأن لا يتعدى إجمالي حصيلتها السنوية مليار دينار جزائري"[(1)].

الجدول 01 : تعريف الجزائر للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

نوع المؤسسة	عدد العمال (عامل)	رقم الأعمال السنوي (دج)	مجموع الحصيلة السنوية (دج)	الاستقلالية
مؤسسة مصغرة	من 01 إلى 09	أقل من 40 مليون	لا يتجاوز 20 ملايين	ضرورة توفر معيار الاستقلالية في التسيير
مؤسسة صغيرة	من 10 إلى 49	أقل من 400 مليون	لا يتجاوز 200 مليون	
مؤسسة متوسطة	من 50 إلى 250	بين 400 مليون و 4 ملايير	بين 200 و 01 مليار	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على المواد 08، 09، 10، القانون رقم 17-02 المؤرخ في 10-01-2017 المتضمن القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الجريدة الرسمية رقم 02.

ثانيا: تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية

يعرف قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر خلال الفترة الأخيرة وتيرة نمو متسارعة نتيجة للمجهودات الكبيرة التي قامت وتقوم بها الدولة من أجل ترقيته وتطويره.

الجدول 02: تطور تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلال الفترة 2015 -2019

السنوات	2015		2016		2017		2018		2019	
	العدد	النسبة	العدد	النسبة%	العدد	النسبة%	العدد	النسبة%	العدد	النسبة%

(1) القانون رقم 17-02 المؤرخ في 10-01-2017 المتضمن القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الجريدة الرسمية رقم 02، المادة 05

المؤسسات	537901	57.56	576906	56.32	1074236	56.71	880950	56.35	918542	56.25
المؤسسات	532	0.06	390	0.04	267	0.02	261	0.02	243	0.02
الصناعات	217142	23.23	235242	23	242322	22.55	260652	43.62	274554	23.01
المجموع	**934569**	**100**	**1022621**	**100**	**1074503**	**100**	**1141863**	**100**	**1193339**	**100**

المصدر: وزارة الصناعة والمناجم، نشرية المعلومات الاحصائية للفترة 2015 – 2019.

من خلال الجدول يمكن القول أن قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر عرف تطور كبير خلال الفترة 2015 -2019، حيث نجد أن عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ارتفع من 934.569 مؤسسة خلال سنة 2015 إلى 1.193.339 مؤسسة سنة 2019 أي بنسبة 127 % وهي نسبة كبيرة، حيث يمكن إرجاع ذلك إلى تشجيع الدولة على إنشاء هذا النوع من المؤسسات وذلك من خلال تنويع وسائل الدعم وتوفر الدولة على الأموال، وبالتالي وفرة مصادر التمويل، ومن خلال برامج الإصلاحات الاقتصادية التي تبنتها الدولة خلال هذه الفترة .

ومن جهة أخرى إذا ما تفحصنا الجدول، نجد أن التركيبة النوعية لهذه المؤسسات تتفرع الى مؤسسات خاصة مؤسسات عامة وصناعة تقليدية، ويلاحظ أن المؤسسات الخاصة تمثل الأغلبية ضمن مجموع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (أكثر من 70%) في كل السنوات محل الدراسة، كما أن عددها في تزايد مستمر، حيث وصل إلى 918.542 مؤسسة مقارنة بـ 537.901 مؤسسة نهاية 2015، أي بنسبة زيادة 71 %، بينما تأتي الصناعة التقليدية في المرتبة الثانية بنسبة تقدر بحوالي 24% من مجموع هذه المؤسسات، وفي المجموع تشكل كل من المؤسسات الخاصة والصناعة التقليدية أكثر من 99 % من العدد الإجمالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

ويعود الفضل في هذا التطور إلى الدعم المقدم من قبل السلطات العمومية لتشجيع القطاع الخاص والمبادرات الحرة والفردية، أما المؤسسات العامة فهي تمثل نسبة ضئيلة جدا، وهي تعرف تراجعا سنويا في عددها الذي انخفض من 532 مؤسسة نهاية 2015 إلى243 مؤسسة نهاية 2019 أي بمعدل انخفاض قدره 54% وهذا التراجع ناتج عن خوصصة هذه المؤسسات وإعادة تنظيم القطاع العام .

وعلى الرغم من الحركية التي تعرفها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في كل فروع النشاط إلا أنها لا تخرج عن إطار التمركز في بعض الفروع، كالبناء والأشغال العمومية، التجارة والنقل والمواصلات، على حساب فروع أساسية أخرى كالصناعة الغذائية مثلا.

المحور الثاني : الإطار المفاهيمي للتصدير

يعتبر التصدير من المشكلات الرئيسية التي تسعى الدول إلى جعله من أهم المقومات الرئيسية لأي اقتصاد، وذلك بالنظر إلى الدور الكبير الذي يقوم به في جلب الثروة وممول لهذه الاقتصاديات بالعملة الصعبة، فإن تنويع هذه الصادرات وترقيتها بات أمرا ضروريا وهدفا أساسيا تطمح إليه أغلب الدول.

أولا: تعريف التصدير

يعرف التصدير بأنه قدرة الدول ومؤسساتها على تحقيق تدفقات سلعية خدمية ومعلوماتية، مالية، ثقافية سياحية وبشرية إلى دول وأسواق عالمية ودولية أخرى، بغرض تحقيق أهداف الصادرات من أرباح وقيم مضافة وتوسع ونمو وانتشار فرص العمل والتعرف على ثقافات أخرى وتكنولوجيات جديدة وغيرها[1].

و كتعريف أدق يمكن القول بأن التعريف الراجح والمستهدف من خلال دراستنا هذه، هو أن التصدير عبارة عن بيع للمنتجات من دولة لأخرى، وفق نظام معترف به وقوانين ونظم تدعم الاستيراد من جانب الدول المستهلكة والتصدير من جانب الدول المصدرة، ويعتبر أهم محل للتصدير في الجزائر تصدير المحروقات، إلى جانب ذلك هناك ما يعرف بالتصدير خارج إطار المحروقات والمقصود منه تصدير البضائع والخدمات، حيث أن الصادرات خارج إطار المحروقات هي سلع وخدمات وأصول رأسمالية تباع إلى دول خارجية منتقلة من الدول المنتجة لها[2].

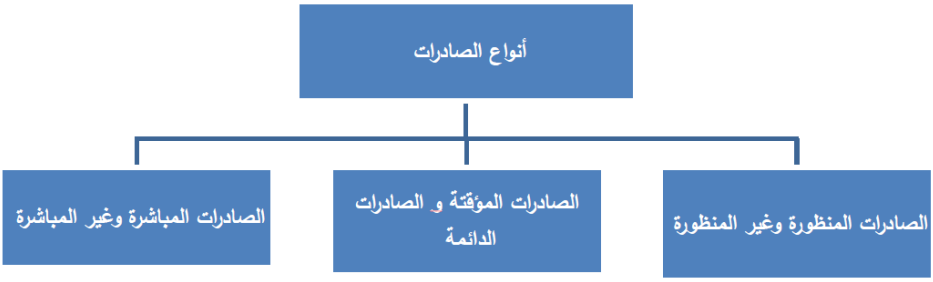
(1) فريد النجار، التصدير المعاصر والتحالفات الاستراتيجية، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، مصر، 2008، ص 15.

(2) وئام بغياني، تحفيز التصدير للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مجلة بحوث، العدد13، جامعة الجزائر 1، جوان 2019، ص 11.

ثانيا: أنواع الصادرات

يمكن تقسيم الصادرات إلى عدة أنواع رئيسية نوضحها في الشكل التالي:

الشكل 1: أنواع الصادرات



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على المرجع بن طيرش عطاء الله، تعزيز الميزة التنافسية للصادرات خارج المحروقات في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تجارة دولية، جامعة تلمسان، 2017، ص 74.

في دراستنا هذه يمكن التركيز على:

1- **التصدير المباشر:** هي طريقة عادة تخص المؤسسات التي لديها طلب مستمر من زبائنها الأجانب، فتفضل هذه المؤسسات التكفل المباشر بهذه الطلبيات عوض المرور عبر الوسطاء، وتتميز بأنها تتطلب أكثر استثمارات، و مخاطر وأرباح أكبر في حالة الاستغلال الأمثل لموارد المؤسسة[1] .

2- **التصدير غير المباشر:** يتم من خلال ان يقوم الوسطاء سواء وكلاء البيع أو وكلاء التصدير بشراء منتج مباشرة من المصنع ومن ثم إعادة بيعها الى دولة أجنبية تحت اسم وكيل البائع أو وكيل التصدير، وعليه فإن المصدرين غير المباشرين ليس لديهم اتصال مباشر مع المستهلكين في الأسواق الأجنبية، والذي يمكن أن يأخذ الأشكال التالية [2] :

(1) فرحات غول، التسويق الدولي مفاهيم وأساسا النجاح في الأسواق العالمية، الطبعة الأولى، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص 191.

(2) محمود جاسم محمد الصميدي، استراتيجيات التسويق مدخل كمي وتحليلي، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، عمان، 2007، ص290.

- التصدير من خلال الاعتماد على وكلاء: حيث يقوم الوكيل بالبحث عن المشترين في الأسواق الخارجية مقابل حصوله على عمولة.

- المنظمات التعاونية: حيث تقوم هذه المنظمات بالتعاون مع الشركات المنتجة للبحث لها عن أسواق خارجية لمنتجاتها وتكون هذه المنظمات تحت سيطرة ورقابة الشركات المنتجة.

ثالثا: مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنمية الصادرات

تلعب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دورا كبيرا في الحياة الاقتصادية للدول، وخاصة في زيادة صادراتها نحو العالم الخارجي، وبالتالي تحسين المؤشرات الاقتصادية الكمية، وتساهم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إسهاما كبيرا في التصدير لمعظم الدول الصناعية حيث تتجاوز حصتها من الصادرات 50% في إيطاليا وبين 40% - 46% في الدانمارك وسويسرا، و30% في فرنسا والنرويج وهولندا، وتصل إلى 40% في كوريا وبلدان شرق أسيا وإلى 50% في الصين (1)، حيث تساهم في تخفيض حدة العجز في الميزان التجاري فتستطيع باستخدام أفضل أنواع الفنون الإنتاجية أن تساهم في التصدير مباشرة في إنتاج مكونات السلع والمنتجات النهائية التي تتجه للتصدير، أو بشكل غير مباشر عن طريق قيامها بإمداد المؤسسات الكبيرة باحتياجاتها من الأجزاء تامة الصنع أو السلع نصف المصنعة والتي تستخدمها المؤسسات الكبيرة كمدخلات للمنتج النهائي وذلك بأسعار تنافسية تمكنها من المنافسة.

وبينما تتمتع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل ظروف معينة ببعض مزايا المرونة، نجد أنها تعاني من عدة عراقيل للوصول إلى أسواق التصدير لهذا الغرض بادرت العديد من الدول إلى إنشاء وكالات لترقية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تقدم الدعم والمساعدة، وهي وكالات تابعة للدولة مثل الدواوين الوطنية لترقية الصادرات، غرف التجارة الوطنية، دوائر التجارة والشركات التجارية الخاصة، وتساهم هذه الوكالات بقسط كبير في إنجاح عملية التصدير .

(1) محمد ابراهيم عبد اللاوي، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في إطارها النظري والتطبيقي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2017، ص 83.

وتتوفر العديد من الدول على خبرات طويلة وناجحة في إنشاء مؤسسات صغيرة ومتوسطة وتنفيذ استراتيجية لتنمية تلك المؤسسات وأيضا في دفع التوسع الإنتاجي وتشمل على عدة عناصر تتعمق بوضع السياسة، وتوفير المناخ الملائم ومساندة البنية الأساسية المؤسسية وتوصيل المشورة والخدمات إلى المجموعة أو الوحدة المستهدفة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة [1]،

المحور الثالث : واقع التصدير للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر

تعتبر الجزائر من الدول السباقة لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة قصد تشجيعها لزيادة وترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات باعتبار أن صادراتها من قطاع المحروقات تتراوح بنسب محصورة بين 93% - 97% أي لا بد من تشجيع هذه المؤسسات للمساهمة في الصادرات خارج قطاع المحروقات وكذا زيادتها وترقيتها.

حيث تسعى إلى بعث استراتيجية وطنية شاملة لتنمية صادراتها وتنويعها والرفع من مستوى تنافسية منتجاتها المحلية على المستوى الدولي عبر توجيه الاهتمام إلى القطاعات الإنتاجية الأخرى، في محاولة منها لتخليص اقتصادها من الاعتماد بصفة شبه كلية على النفط، وقد بادرت باتخاذ جملة من الإجراءات واستحداث عدد من الهيئات في سبيل ترقية صادراتها خارج المحروقات.

أولا: تحليل وتقييم وضعية الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات

إن الدارس لتطور الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات سيجد أنها لم تستطع على مر السنوات السابقة أن تحقق النتائج وبقيت ضعيفة هشة لم تتجاوز معدلتها في أحسن الحالات 7% من إجمالي الصادرات تطور التجارة الخارجية من خلال المؤشر العام(الميزان التجاري):

الجدول 3: تطور الميزان التجاري خلال 2019-2020

سنة 2019	سنة 2020	نسبة التغير %

(1) حمشة عبد الحميد، دور تحرير التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج المحروقات في ظل التطورات الدولية الراهنة، دراسة حالة الجزائر مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد دولي، جامعة بسكرة، 2013، ص 64.

	دينار جزائري	دولار أمريكي	عدد التصريحات لدى الجمارك	دينار جزائري	دولار أمريكي	عدد التصريحا ت لدى الجمارك	دينار جزائري	دولار أمريكي
الواردات	5005302,53	41934,12	299180,00	4360320,30	34391,64	249000	-12,89%	-17,99%
الصادرات	4275399,03	35823,53	18538	3016678,53	23796,60	16159	-29,44%	-33,57%
الصادرات المؤقتة للمحروقات	5993,92			649606,96	5124,32			
الميزان التجاري (إجمالي)	729903,50	110,58		-1343641,77	-10595,04		84,08%	73,39%
الميزان التجاري (خارج الصادرات المؤقتة للمحروقات				-1993248,74	-15719,36			
معدل التغطية %	85,43 %			69,19 %				

المصدر: تقرير احصاءات التجارة الخارجية للجزائر، سنة 2020، ص09.

وفقا لما جاء في الجدول بلغت قيمة الواردات خلال سنة 2019 حجما إجماليا يقدر بـ34.39 مليار دولار أمريكي أي انخفاض يقدر بـ 18% مقارنة بنتائج سنة 2019، ويعود لزيادة الانتاج المحلي من قبل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشئة وزيادة الاستهلاك الداخلي لتدعيم برامج الدولة التنموية، أما حجم إجمالي الصادرات قدر بـ 23.79 مليار دولار أمريكي، أي بانخفاض يقدر بـ 34% مقارنة بنتائج سنة 2019.

وإجمالا فقد سجل الميزان التجاري عجزا متواصلا على رغم من انخفاض الواردات فقد تواصل نمو العجز التجاري وهذا راجع إلى الأسعار القياسية التي عرفها سعر برميل البترول وتراجع صادرات المحروقات بالتالي أصبح من الضروري تخفيض فاتورة الاستيراد من الخارج والاعتماد على الإنتاج المحلي كما تظهر هذه النتائج معدل تغطية الواردات بالصادرات بنسبة 69.19% خلال سنة 2020، مقارنة بنتائج سنة 2019 حيث بلغت النسبة85.43%.كما لا يسعنا ان ننسى تأثير جائحة كورونا على الاقتصاد العالمي والجزائري خاصة، حيث بلغت نسبة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي أغلقت أبوابها في سنة 2019 عن ما يقل 50%.

ثانيا : واقع التصدير خارج المحروقات في الجزائر

إن مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في استراتيجية تنمية الصادرات خارج المحروقات يعتبر تحدي كبير في ظل اعتماد الاقتصاد الوطني بشكل مفرط على

صادرات المحروقات، وهذا راجع إلى ضعف تواجد المؤسسات الوطنية بالأسواق الدولية لضعف الإنتاج وعدم توافقه مع المقاييس العالمية إضافة إلى القيود التجارية من بعض الدول على غرار دول الاتحاد الأوربي على المنتجات الوطنية مما يستوجب العمل على إيجاد البديل الأمثل لتفادي الوقوع في كارثة قد تؤدي إلى انهيار الاقتصاد الوطني، (1)

1. **التركيب السلعي للصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات :** تعتبر الجزائر من الدول التي تعاني من عدم تنوع صادراتها وتركيزها على المحروقات، وهذا بالرغم من انتهاجها برامج من الإصلاحات الاقتصادية وتحرير التجارة الخارجية

الجدول 4: التركيب السلعي للصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% التطور
السلع الغذائية	113	315	355	315	402	323	235	327	349	373	%6.88
الطاقة ومواد التشحيم	44128	55527	71427	69804	62960	60304	32699	28221	33261	38338	%15.26
المواد الخام	170	94	161	168	109	109	106	84	73	92	%26.03
نصف المواد	692	1056	1496	1527	1458	2121	1597	1321	1410	2242	%59.01
سلع المعدات الزراعية	-	1	-	1	-	2	1	-	0,29	0,3	
سلع المعدات الصناعية	42	30	35	32	28	16	19	54	78	90	%15.38
السلع الاستهلاكية غير الغذائية	49	30	15	19	17	11	11	19	20	33	%65.00
إجمالي الصادرات	**45194**	**57053**	**73489**	**71866**	**64974**	**62886**	**34668**	**30026**	**35191**	**41168**	%16.98

المصدر: المركز الوطني لمعلومة إحصائيات الجمارك.

انطلاقا من الجدول أعلاه، نلاحظ أن الصادرات خارج المحروقات ليست متنوعة بدرجة كافية وهذا راجع لسيطرة قطاع المحروقات على الصادرات الجزائرية الكلية أي بنسبة 44.19 %، كما أنها تتكون من نفس التركيبة لعدة سنوات، وتشمل مجموعة السلع التي يتم تصديرها خارج مجال المحروقات أساسا في: المواد نصف مصنعة التي تحتل الصدارة في هذا المجال مقارنة بالسلع الأخرى حيث تمثل 5.45% أي ما يعادل

(1) لقرع فايزة، طيب عبد العزيز، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنويع الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال اقتصاديات شمال أفريقيا، المجلد 15، العدد 20، 2019، ص184.

2.24 مليار دولار من إجمالي الصادرات، ثم السلع الغذائية بحصة 0.91 % بقيمة 373 مليار دولار وتأتي السلع الصناعية في المرتبة الثالثة بحصة 0.22 % أي ما يعادل 90 مليون دولار وفي الأخير تأتي المواد الخام والسلع الاستهلاكية غير الغذائية بحصص على التوالي بـ 0.22 % و0.08% .

وحسب المعطيات الاحصائية لمديرية الدراسات والاستشراف للجمارك لسنة 2021 سجلت الصادرات خارج قطاع المحروقات بالنسبة لأربعة الأشهر الأولى من سنة 2021 زيادات بمعدلات نسبية هامة مقارنة بنفس الفترة من السنة الماضية تتجلى فيما يأتي :

- ارتفاع الصادرات خارج المحروقات بنسبة 64.56 %،
- معدل الصادرات خارج المحروقات بلغ 10.54 % من القيمة الإجمالية للصادرات،
- صادرات الأربعة أشهر الأولى بلغت 1.14 مليار دولار فيما تم تسجيل 694 مليون دولار في نفس الفترة من السنة الماضية،
- تسجيل 832 مؤسسة تصدير جسدت عمليات التصدير خلال الأربعة أشهر الأولى من سنة 2021،

أهم المواد المصدرة ونسب الزيادة مقارنة بنفس الفترة من السنة الماضية :

- صادرات الإسمنت بلغت 51,54 مليون دولار أي بزيادة قدرها 144.45%،
- صادرات السكر بلغت 120 مليون دولار أي بزيادة قدرها 44.57 %،
- صادرات التمور بلغت 46,29 مليون دولار أي بزيادة قدرها 25.66%،
- صادرات الأسمدة المعدنية والكيميائية الأزوتية بلغت 283,26 مليون دولار أي بزيادة تقدر ب 5.09%،
- صادرات الزيوت والمنتجات الأخرى المحصل عليها من تقطير الفحم الحجري بلغت 163 مليون دولار أي بزيادة 121.34% ؛
- صادرات المواد الغذائية بلغت 205 مليون دولار أي بزيادة تقدر ب 38.52%.

تعد هذه النسبة دليلا واضحا على فشل الحكومات الجزائرية المتعاقبة في بلوغ الهدف الاستراتيجي المنشود، والمتمثل في جعل هيكل الصادرات متنوعا وفك ارتباطها الوثيق بقطاع المحروقات . وبالنظر إلى التنوع السلعي للصادرات خارج قطاع المحروقات للمؤسسات الصغير والمتوسطة، ومع الأخذ في الحسبان توزيع عددها والذي يتركز جلها في قطاع الخدمات والأشغال العمومية مع ضعف كبير في قطاع الصناعة التحويلية والزراعة اللذان يشكلان تكلفة كبيرة في الواردات الجزائرية، تتولد قناعة بضآلة توجه هذا النوع من المؤسسات نحو التصدير نتيجة لتركيزها في قطاعات لا تتيح لها تقديم إنتاج قابل للتصدير في الأسواق الدولية، لذلك لابد على السلطات الوصية على ترقية تنافسية المنتوج الوطني لاختراق الأسواق الأجنبية، إلا أن ذلك مرهون بشرط استيفاء متطلبات التنافسية الدولية.

من هنا نتأكد مرة أخرى عدم تناسق الاستراتيجية بين تنمية الصادرات التي تستقر دائما في المواد الخام والغلال الزراعية، وبين استراتيجية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تأخذ طريق الخدمات والبناء التي لم تصل بعد بلوغ التصدير.

2. التوزيع الجغرافي للصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات : فيما يتعلق بالتوزيع حسب المناطق الاقتصادية خلال سنة 2018، يبين الجدول المرفق بوضوح أن معظم مبادلاتنا الخارجية ما زالت مرتكزة على شركائنا التقليديين، وفي الواقع تستحوذ كل من دول منظمة التعاون الاقتصادي والاتحاد الأوروبي على أكبر حصة في مجال التعاملات والتي تقدر على التوالي بنسبة 58.3 % من وارداتنا و74.34 % من صادراتنا.

الجدول 5: التوزيع الجغرافي للصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات

المناطق الاقتصادية	الواردات بالمليون دولار أمريكي			الصادرات بالمليون دولار أمريكي		
	السنة		التطور %	السنة		التطور%
	2017	2018		2017	2018	
دول الاتحاد الأوروبي	20.298	21.099	3.95	20.386	23.386	16.03
دول منظمة التعاون التنمية الاقتصادية	5.953	5.837	-6.56	6.465	6.950	7.50
الدول الاوروبية الأخرى	1.910	1.542	-19,27	40	40	0.00
دول أمريكا الجنوبية	3.209	3.546	10,50	2.530	2.660	5.14
أسيا	12.369	11.557	-6,56	3.595	5.351	48.85
أوقيانوسيا	-	-	-	71	-	-
الدول العربية	1.542	1.904	23.48	799	712	-10.89
الدول المغاربية	592	546	-7.77	1.273	1.669	31.11
الدول الافريقية	186	166	-10.75	103	132	28.16
المجموع	**46.059**	**46.197**	**0.30**	**35.191**	**41.168**	**16.98**

المصدر: حصيلة التجارة الخارجية عن الموقع الالكتروني
http://www.andi.dz/index.php/ar/statistique/bilan-du-commerce-exterieur

حسب المعطيات الاحصائية لمديرية الدراسات والاستشراف للجمارك فان المبادلات التجارية بين الجزائر والدول الاوروبية بلغت 45.21 مليار دولار خلال سنة 2019 مقابل 51.96 مليار دولار خلال سنة 2018 اي بانخفاض يقدر بـ 13 % وبذلك, تبقى بلدان أوروبا أهم شركاء الجزائر علما أن63.69% من الصادرات الجزائرية تمت مع دول هذه المنطقة بما فيها دول الاتحاد الاوروبي. بالفعل, بلغت صادرات الجزائر نحو البلدان الاوروبية 22.81 مليار دولار مقابل 26.55 مليار دولار مسجلة بذلك انخفاضا بـ 14.8 % . وتبقى كل من فرنسا وايطاليا واسبانيا وبريطانيا من الشركاء الأساسيين للجزائر في اوروبا، حسب نفس المصدر.

وتحتل بلدان آسيا المرتبة الثانية من حيث حجم المبادلات التجارية للجزائر بحصة قدرها 23.92 % من القيمة الاجمالية لتبلغ 18.60 مليار دولار مقابل19.06 مليار دولار مسجلة بذلك تراجعا طفيفا بـ 2.44 %.

واقدمت الدول الاسيوية على شراء المنتجات الجزائرية بقيمة 6.42 مليار دولار مقابل 5.77 مليار دولار في نفس فترة المقارنة مسجلة بذلك ارتفاع قدره 11.28 % ويعود هذا إلى تأثرها بالإجراءات والتدابير الوقائية من انتشار وباء فيروس كورونا المتخذ من طرف الدولة الجزائرية خاصة والعالم عامة وتأثيره على نشاط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. وحسب معطيات الجمارك الجزائرية فان الصين والهند والسعودية وكوريا تعد من اهم شركاء الجزائر في منطقة آسيا .

ومن جهة اخرى، أفادت الجمارك الجزائرية ان المبادلات التجارية بين الجزائر وبلدان العالم الاخرى (أمريكا، افريقيا، استراليا) لا تزال تسجل مستويات متدنية.

واحتلت دول القارتين الامريكيتين المرتبة الثالثة بحصة قدرها 26.51 % من القيمة الاجمالية للمبادلات التجارية للجزائر لتبلغ 9.52 مليار دولار، اما الصادرات الجزائرية نحو دول القارتين فقد انخفضت بـ 44.88 % محصلة مجموع 3.88 مليار دولار سنة 2019, مقابل 7.04 مليار دولار سنة 2018. وتعتبر الارجنتين والولايات المتحدة الامريكية والبرازيل وكوبا من اهم شركاء الجزائر في المنطقة الامريكية .

من جهة اخرى، المبادلات التجارية للجزائر مع الدول الافريقية لا تزال ضعيفة على الرغم من التحسن الطفيف الذي سجلته، حيث عرفت تحسنا بـ 1.55 5 في سنة 2019 مقارنة بعام 2018. وقد بلغ مجموع المبادلات 3.51 مليار دولار مقابل 3.46 مليار دولار. وقد قامت الدول الافريقية منها دول اتحاد المغرب العربي بشراء المنتجات الجزائرية بمبلغ 2.17 مليار دولار مقابل حوالي 2.18 مليار دولار , بانخفاض قدره 0.56%. وقد شكلت كل من مصر وتونس والمغرب اهم شركاء الجزائر خلال هذه الفترة.

وقد بلغ مجموع التبادلات التجارية العالمية للجزائر مع مختلف المناطق الجغرافية خلال 2019 ما قيمته 77.66 مليار دولار مقابل قرابة 88.13 مليار دولار خلال نفس الفترة من 2018 اي بانخفاض يقدر بـ 11.77 % .

وبشكل عام فان أهم خمس زبائن الجزائر خلال 2019 هي فرنسا وايطاليا واسبانيا والولايات المتحدة الامريكية وبريطانيا وتركيا، حيث بلغت قيمة صادرات الجزائر في 2019 قرابة 35.82 مليار دولار أي بتراجع قدره 14.29% .

خاتمة:

تأسيسا عما سبق، مكنتنا هذه الدراسة من التوصل إلى عدة نتائج أهمها أن صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية تشكو ضعفا كبيرا، وهذا راجع إلى غياب استراتيجيات بعيدة المدى فضلا عن كون جميع الإجراءات المتخذة من طرف الدولة ترقيعية، ورغم ذلك فإن هذا النوع من المؤسسات يملك فرصا أفضل للتوسع والتوغل في الأسواق الدولية يتعين استغلالها بشكل أمثل، كما أن هذا التوجه يضع أمامها جملة من الصعوبات، يتعين مواجهتها والتغلب عليها وهو ما يستوجب منها تعزيز قدرتها التنافسية.

إن تحسين قدرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على تدويل نشاطها يبرز ضرورة انتهاج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية باعتبارها السبيل الوحيد للتميز في إطار محيط تنافسي شديد، من خلال تقديم منتجات تحقق الرضا على كل المستويات، وهذا ما أدركته مؤخرا فقد عكفت على الرفع من تنافسية اقتصادها وصادراتها عبر انتهاج استراتيجية وطنية ذات بعد مستقبلي واعد .

وبناء على ما سبق عرضه يمكننا تقديم النتائج التالية:

- أصبح الاعتماد على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمشروعات الكبيرة والربط بينهما ركيزة تنموية هامة لمختلف الدول.

- تعاني الصادرات الجزائرية إشكالية التبعية للمحروقات فهي مهيمنة بشكل شبه كلي، بالرغم من الجهود التنموية لتفاديها بالاعتماد على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات خارج المحروقات حيث لم تساهم بالشكل المنتظر منها ويبقى إنتاجها موجه للسوق المحلية بشكل كبير،

- تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مجموعة من العراقيل التي تعيق عملها وفي مقدمتها مشكل التمويل، المشاكل الإدارية والمشاكل القانونية، بالإضافة إلى المشاكل التي تعيق تصديرها منها ما هو متعلق بالجانب التنظيمي والتشريعي وإشكالية منافسة المنتجات المستوردة واشكاليات غياب الدعم المالي واللوجيستي وكذا إشكالية غياب الخبرات التسويقية.

من خلال دراستنا لواقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتصدير في الجزائر والمعيقات التي تواجهها هذه المشروعات فقد اختتمنا ورقتنا البحثية بجملة من الاقتراحات والتوصيات التالية :

- إيجاد تنسيق محكم بين مسيري المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والوزارة الوصية لتأهيل هذا القطاع ووضع خطفة تنموية تعمل على التحكم الجيد في مجموعة مقومات المنافسة العالمية المتمثلة في الإدارة، التكنولوجيا وجودة المنتجات

- توطيد العلاقة بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومراكز البحث التطبيقي لاستقطاب الأفكار والإبداعات التكنولوجية وإيجاد الحلول التي تناسب مشاكلها بالأخص التسويقية منها.

- غرس ثقافة التسويق الدولي لدى مسيري المؤسسات باعتبارها ابرز العوامل المؤثرة في توجه المؤسسة نحو التدويل، من خلال إقامة الدورات التدريبية ولما لا وضع جوائز تشجيعية لأوائل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تعمل وفق هذه الفلسفة.

- تركيز جهود المؤسسة على جودة ونوعية المعلومات عن الأسواق الأجنبية، فالعبرة ليست بحجم المعلومات وغزارتها، وإنما بمدى موافقة وملاءمة المعلومة للمسوق، من حيث مضمونها وتوقيت بلوغها.

- الدفع باستراتيجية وطنية لإحلال الواردات خاصة في قطاعي الزراعة والصناعة،

- تحسين المركز التنافسي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لدخول الأسواق العالمية والقيام بالتصدير من خلال إنشاء الشباك الوحيد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي توجه منتجاتها للأسواق الأجنبية ومرافقتها في الجوانب المالية والتنظيمية والإدارية في الأسواق الدولية .

- ضرورة وجود إرادة ودعم سياسي واقتصادي لهذا النوع من المؤسسات وخاصة المصدرة منها بما لا يتعارض مع قواعد اتفاقيات التجارة العالمية من خلال إزالة العوائق التنظيمية والقانونية التي تقيد قدرة المؤسسات على التصدير بالإضافة إلى الإعفاءات الضريبية.

- على الجزائر أن تسعى إلى الانضمام إلى أكبر التكتلات الاقتصادية الإقليمية للاستفادة من المزايا التي تقدمها في زيادة عمليات التبادل التجاري وتشجيع المؤسسات على الإنتاج والتصدير مع شركاء جدد من جميع القارات، وأن تسعى إلى توجيه صادراتها واستهداف الأسواق الأقل نموا كالسوق الإفريقية مثلا،

- إن الاستثمار في الطاقات المتجددة هو الحل الأمثل لتحقيق أهداف تنموية، وتمكن الإمكانيات المتوفرة لدى الجزائر مستقبلا أن تكون قطب تصديري رائد لهذه الصناعات النظيفة،

- التحديد الدقيق لمسؤوليات ومهام الهيئات المكلفة بترقية التجارة الخارجية والتصدير والفصل في تداخل المهام بينها، مع ضرورة التطبيق الفعلي للامتيازات الجبائية والجمركية.

قائمة المراجع:

المراجع العربية:

1. بن طيرش عطاء الله، تعزيز الميزة التنافسية للصادرات خارج المحروقات في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تجارة دولية، جامعة تلمسان، 2017.

2. حمشة عبد الحميد، دور تحرير التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج المحروقات في ظل التطورات الدولية الراهنة، دراسة حالة الجزائر مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد دولي، جامعة بسكرة، 2013.

3. فرحات غول، التسويق الدولي مفاهيم وأساسا النجاح في الأسواق العالمية، الطبعة الأولى، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.

4. فريد النجار، التصدير المعاصر والتحالفات الاستراتيجية، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، مصر، 2008.

5. لقرع فايزة، طيب عبد العزيز، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنويع الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال اقتصاديات شمال أفريقيا، المجلد 15، العدد 20، 2019.

6. محمد ابراهيم عبد اللاوي، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في إطارها النظري والتطبيقي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2017.

7. محمود جاسم محمد الصميدي، استراتيجيات التسويق مدخل كمي وتحليلي، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، عمان، 2007.

8. ناجي بن حسين، دراسة تحليلية لمناخ الاستثمار في الجزائر، المؤتمر الدولي الثالث حول الاستثمارات الجنبية وإدارة المعرفة، جامعة الكويت، يومي 16 – 17 ديسمبر2008.

9. وئام بغياني، تحفيز التصدير للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مجلة بحوث، العدد13، جامعة الجزائر 1، جوان .2019.