

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

ميدان: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم  
التسيير  
فرع: علوم تجارية  
تخصص: مالية و تجارة دولية  
نيل شهاده ماستر اكايمي



كلية: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم  
التسيير  
قسم: العلوم التجارية  
رقم: .....

تحت عنوان:

## دور المقاولاتية في زيادة الصادرات

دراسة تحليلية لإحصائيات خاصة بالمقاولاتية والصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر خلال الفترة  
2018-2001

- الدكتورة : سامية خرخاش

- ياسمين لدغم شيكوش

### لجنة المناقشة

| الاسم واللقب       | الرتبة العلمية    | الجامعة                    | الصفة        |
|--------------------|-------------------|----------------------------|--------------|
| د.نبيلة جعيجع      | أستاذة محاضرة (أ) | جامعة محمد بوضياف بالمسيلة | رئيسا        |
| د . سامية<br>خرخاش | أستاذة محاضرة (أ) | جامعة محمد بوضياف بالمسيلة | مشرفا ومقررا |
| د. عماد عجابي      | أستاذ محاضر (أ)   | جامعة محمد بوضياف بالمسيلة | مناقشا       |

السنة الجامعية : 2020-2019



السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

### شكر و تقدير

الحمد لله ربي العالمين حمدا كثيرا مباركا فيه الذي أنعم علي بالتوفيق في إنجاز هذا العمل المتواضع و الصلاة و السلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد بن عبد الله الصادق الأمين وآله و صحبه و بعد:  
يسرني بعد أن تمكنت من إنجاز هذه المذكرة بعون

## الإهداء

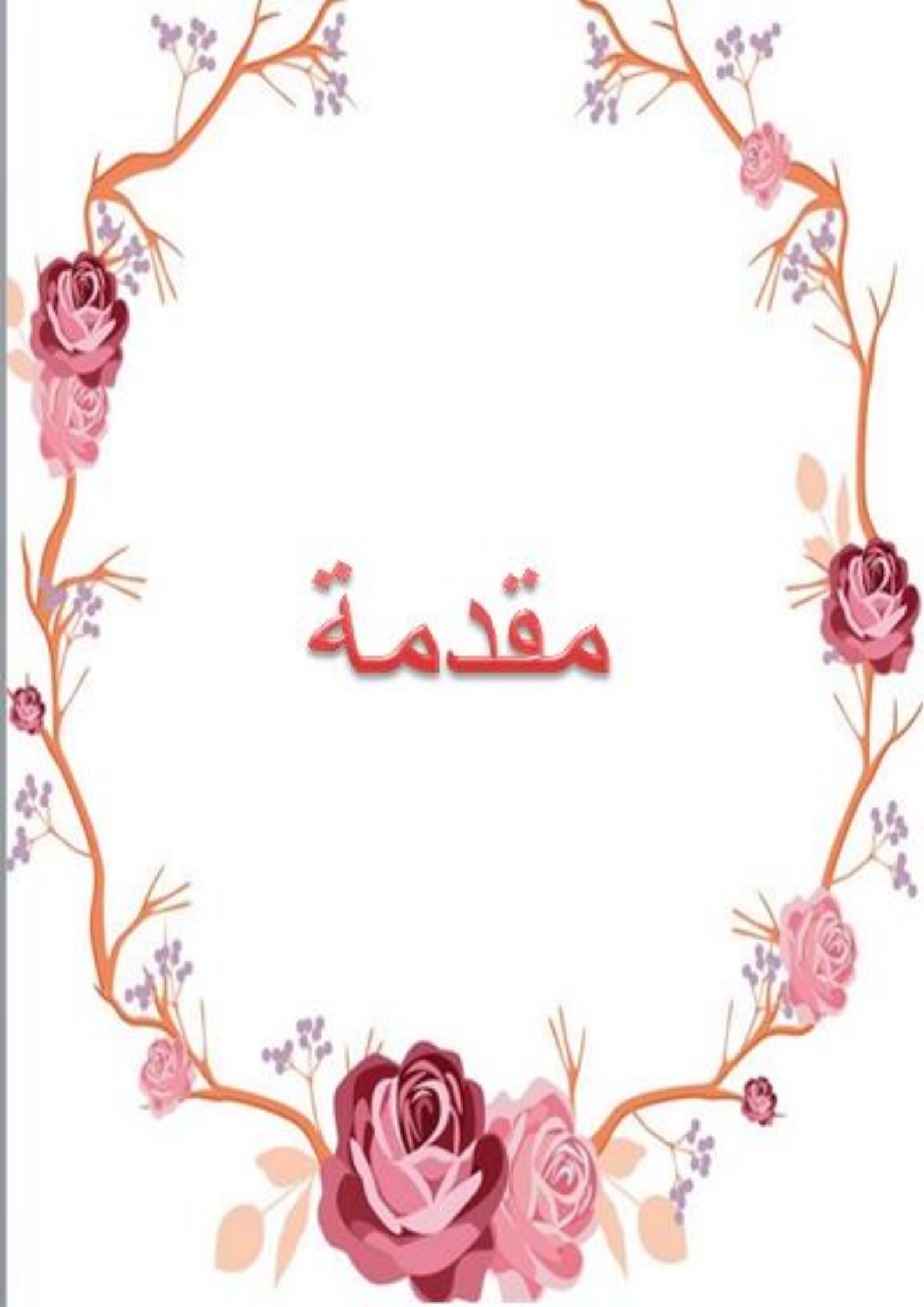
الحمد لله مهما حمدناه فلن نستوفي حمده و الصلاة  
على من لا يأتي بعده محمد ابن عبد الله  
أهدي هذا العمل إلى كل من:

إلى من حملتني وهنا ووضعتني وهنا وضاقت مرارة  
الدنيا لأذوق حلاوتها و كان اسمها أول ما نطقت به  
شفتاي إلى من برضاها يرضى الرحمان و عن  
شكرها يعجز اللسان ولن ينساها القلب مدى  
السنين، أمي ثم أمي ثم أمي أطال الله في عمرها.  
إلى الذي من صنع بتعبه سلاحا لي وعنانه راحة  
لي، إلى الذي سهر على راحتني صغيرا وعلى  
مستقبلي كبيرا مهما وصفت فلن أستوفي حقه: أبي  
العزیز

إلى كل أخواتي و أخي الشكر الكبير لهم  
إلى الذي كد وجد وسعى معي من أجل إتمام هذا  
العمل المتواضع زوجي الغالي الشكر الكبير له  
أهدي هذا الجهد المتواضع إلى كل من قال لا إله إلا  
الله محمد رسول الله سانلا المولى عزوجل أن  
يوفقني لما يحب و يرضى.



# مقدمة



يعتبر موضوع المقاولاتية من أهم المواضيع المطروحة على الساحة الاقتصادية سواء على المستوى المحلي أو الدولي، حيث تمثل الركيزة الأساسية للتنمية بشقيها الاقتصادي والاجتماعي، كما تمثل أحد المحركات الرئيسية للنمو والتخطيط المستقبلي، حيث عادة ما يتم الاستعانة بهذه المشروعات خاصة بالنسبة للدول النامية قصد مواجهة مختلف الأزمات الطارئة وكذا التنويع الاقتصادي لمصادر الدخل خاصة في ظل العولمة حيث لم يعد دورها مقتصرًا على المتطلعات المحلية ولكن أصبح مجال التصدير والدخول في أطر أكبر من المحيط القطري هدفًا لهذه المشروعات.

لذلك فتنمية الصادرات تحتاج إلى صياغة استراتيجية تعمل على تشجيع الاستثمار المنتج والإنتاج بغرض التصدير، ونظرًا لذلك فقد تم إصدار قانون الاستثمار لسنة 1993م والذي يعتبر انطلاقة حقيقية للقطاع العام، وباعتبار تنويع هيكل الصادرات وزيادة مصادر دخل الدولة من أهم ميزات المقاولاتية فقد سارعت العديد من الدول لدعمها وترقيتها قصد مساهمتها في تنويع الصادرات نظرًا للأهمية الكبيرة لها كونها قاطرة النمو الاقتصادي.

كما تم اختيار المقاولاتية كأحد الركائز التي سوف يعتمد عليها للرفع من الصادرات الجزائرية للخارج، وخلق قطاع تصديري يعتمد على سلع مصنعة عوض الاعتماد على مواد استخراجية خام؛ وفي ظل الأزمة الراهنة والمتمثلة في انخفاض أسعار المحروقات والتي تمثل ما يقارب 98% من صادرات الجزائر، أولت الجزائر اهتمامًا كبيرًا للمقاولاتية وخاصة في العشرينات الأخيرة قصد تنويع وترقية صادراتها.

### أولاً: إشكالية الدراسة

من منطلق أهمية موضوع المقاولاتية وكذا الاهتمام الكبير من طرف الجزائر منذ عقود سابقة كحل لتنويع هيكل الصادرات والخروج من دائرة التبعية للمحروقات، وعلى ضوء كل هذا نطرح الإشكالية التالية :

**هل تساهم المقاولاتية في زيادة الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات ؟**

### ثانياً : فرضية الدراسة

إن المقاولاتية تساهم بزيادة معتبرة في الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات.

### ثالثاً : أهمية الدراسة

نظرًا للتطورات والتغيرات الكبيرة على المستوى الاقتصادي والاجتماعي وتأثيرات العولمة فقد أصبح من الضروري تشجيع المقاولاتية خاصة بالنسبة للدول النامية وعلى رأسها الجزائر التي تعاني أزمة اقتصادية تتمثل في محدودية الصادرات وانحصارها في صادرات المحروقات فقط.

### رابعاً : أهداف الدراسة

نسعى من خلال هذا البحث للوصول إلى جملة من الأهداف:

- إبراز الإطار المفاهيمي الشامل للمقاولاتية مع تبيان دورها وأهميتها؛

- اكتساب معارف جديدة وتنمية معارفنا وأفكارنا؛

- تبيان دور المقاولاتية في زيادة الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات.

### خامساً : مبررات اختيار الموضوع

- طبيعة التخصص الذي يتعلق بالتجارة الدولية ؛

- الرغبة والميول الشخصي في دراسة هذه المواضيع؛

- المكانة الكبيرة التي أصبحت تحظى بها المقاولاتية في اقتصاديات العديد من الدول؛

1. اهتمام الجزائر بالمقاولاتية كبديل يمكن الاعتماد عليه لترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات؛

### سادساً : منهج الدراسة

تم في الجانب النظري إتباع المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم جمع المادة العلمية المتحصل عليها لوصف الخلفية النظرية للموضوع بالاعتماد على العديد من المصادر العربية والأجنبية والمتمثلة في الكتب والمجلات الأكاديمية والدراسات والرسائل الجامعية .

أما الجانب التطبيقي خصص لدراسة تحليلية لإحصائيات خاصة بالمقاولاتية والصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر، حيث اقتصرت الدراسة فيه على تحليل بعض الإحصائيات والمعطيات لاستنباط دور

المقاولاتية في زيادة الصادرات خارج قطاع المحروقات الجزائرية؛ بالإضافة إلى إجراء مقابلة عبر الهاتف مع مسؤول في وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات التقليدية والوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (ALGEX).

بالنسبة للتوثيق فاتبعنا طريقة APA (AMERICAN PSYCHOLOGICAL ASSOCIATION) لجمعية علماء النفس الأمريكيين التي تعتمد على التوثيق في المتن.

### سابعاً : الدراسات السابقة

1- دراسة جمال خنشور وحمزة العوادي (2014) بعنوان: نحو إرساء استراتيجية متكاملة لتنمية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية مجلة الواحات للبحوث والدراسات ،مج 7، ع 2، 2014.

هدفت هذه الدراسة إلى وضع أسس استراتيجية ملائمة متعددة المستويات والمتطلبات من شأنها المساهمة في دفع صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية نحو الأسواق الدولية قصد تعظيم المكاسب التي يمكن جنيها لعل في مقدمتها تنويع الموارد.

كما توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية تشكو ضعفا كبيرا وهذا راجع إلى غياب استراتيجيات بعيدة المدى فضلا عن كون جميع الاجراءات المتخذة من طرف الدولة ،رغم 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.

في حين أهم الاقتراحات التي قدمتها هذه الدراسة يتوجب على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية الاهتمام بجودة منتجاتها ومواصفاتها كي تمنحها ميزة تنافسية هامة تجعل فرصتها في تلقي طلبات من الاسواق الدولية عالية جدا .

2- دراسة لقرع فايزة وطيبة عبد العزيز(2019) بعنوان :دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنويع الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، مج15، ع 5، 20مارس 2019.

هدفت هذه الدراسة إلى البحث عن الدور الذي يمكن أن يلعبه قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنويع الصادرات خارج قطاع المحروقات وعن السياسة الكفيلة بتطوير هذا القطاع في الجزائر ليساهم في دفع التنمية الاقتصادية والاجتماعية

ومن أهم نتائج هذه الدراسة شهد قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تطورا ملحوظا سواء من حيث عدد المؤسسات أو كثافتها، إلا أن عدد وكثافة هذه المؤسسات قليلين وغير كافيين مقارنة بمتوسط الكثافة المعتمدة عالميا، فلم تتعدد كثافة هذه المؤسسات نصف المتوسط العالمي.

في حين أهم الاقتراحات الذي توصلت إليها هذه الدراسة أهمها إعادة النظر في السبل الكفيلة بتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية بمختلف قطاعاتها (صناعية ،زراعية خدماتية..) وتسهيل عملها على المستوى الوطني والدولي بانتهاج استراتيجية اقتصادية واضحة للاقتصاد الوطني لترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات.

3- دراسة نور الدين جوادي وممش سلمى (2018) بعنوان: مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنمية الصادرات خارج المحروقات بالجزائر-دراسة تحليلية(2015-2007)،مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد والإدارة ،مج02، ع02، ديسمبر 2018.

هدفت هذه الدراسة إلى البحث عن المكانة التي تحظى بها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، وفي ظل ما تعانيه من مشاكل التي تقف أمام نموها واستمرار نشاطها بما يسمح بنقي تفعيل دورها التنموي في الاقتصاد الوطني خاصة في ظل ما يعانيه قطاع المحروقات من انعكاسات لأسعار البترول وكذا أهميتها في الرفع من صادرات الجزائر خارج قطاع المحروقات.

في حين تتمثل أهم نتائج الذي توصلت إليها هذه الدراسة أنه بدأ قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر يساهم في الصادرات، إلى أنها تعتبر ضئيلة مقارنة بالصادرات الإجمالية وهذا رغم الإجراءات والمحفزات والهيكل التي تدعم المؤسسات المصدرة والتي تفكر في التصدير ودليل على هذا وجود عدة برامج.

أما أهم الاقتراحات التي حددتها هذه الدراسة فتح فروع للهيئات التي تدعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال تصدير غير كافة تراب الوطن وتعزيز اتفاقيات وبرامج التعاون سواء الثنائية أو الإقليمية حتى تتمكن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من الدخول في الأسواق الخارجية والاستفادة من التجارب الدولية في المجال .

### ثامنا: صعوبات الدراسة

- تمثلت أبرز الصعوبات التي واجهتني خلال فترة الدراسة فيما يلي :
- صعوبة اجراء دراسة ميدانية في مؤسسات اقتصادية، نظرا لانتشار جائحة كوفيد 19 المتجدد، التي اجبرتنني على اجراء البحث في المنزل؛
- ندرة الاحصائيات المطلوبة في بحثنا في مواقع الانترنت، مما اضطررت الاستعانة من بعض المديرات عن طريق الايميل ، وهذه الأخيرة تماطلت كثيرا في الرد؛
- تعدد المصطلحات الخاصة بالمقاولاتية وكل ما يتعلق بها؛
- نقص المراجع التي تربط المقاولاتية بالصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات على مستوى المكتبة الجامعية.

### تاسعا: هيكل الدراسة

- قسمنا البحث إلى جانبين :جانب نظري وآخر تطبيقي
- الجانب النظري خصص للإطار النظري للمقاولاتية والصادرات ، وانصب اهتمامنا فيه على مدخلين، تناولنا في الأول المقاولاتية حيث عرفنا المقاولاتية ،أهميتها ،دورها ، مفهوم المقاول ،خصائصه ،أما المدخل الثاني فتناولنا فيه الإطار النظري للصادرات ،حيث عرفنا التصدير ،أهميته، أهدافه، وأهم أنواعه وأولويات لإنجاحه، ومختلف عوامل نجاح التصدير .
- أما الجانب التطبيقي تمحور حول دور المقاولاتية في زيادة أي تطور الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات ،حيث قمنا بدراسة تحليلية لإحصائيات خاصة بالمقاولاتية والصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر، بالإضافة إلى إجراء مقابلة غير الهاتف مع مسؤول في وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات التقليدية والوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (ALGEX).
- خلص بحثنا بخاتمة شملت مجموعة من النتائج والاقتراحات وأفاق البحث.



**الجانب النظري :**  
**الإطار النظري للمقاولاتية**  
**والصادرات**

**تمهيد**

أضحت المقاولاتية في عصرنا الحالي المخرج الاقتصادي الأمثل لأي بلد، وضرورة لا بد منها، باعتبارها مجال واسع ومتنوع يمكن للشباب الخوض في غمارها، ولما لها من آثار إيجابية على مختلف جوانب الحياة الاقتصادية والاجتماعية، حيث تتجه بلدان العالم سواء المتقدمة أو السائرة في الطريق النمو اليوم إلى الارتكاز على مهارات أفرادها وقدراتها الإبداعية في العمل المقاولاتي لتطوير وتنمية اقتصادياتها بدل الاعتماد على الموارد الطبيعية والموارد الريعية الناضبة .

يعتبر التصدير ركنا أساسيا في عملية النمو الاقتصادي للدول المتقدمة والنامية على حد سواء ، وهو من أهم استراتيجيات التوغل في الأسواق الدولية، وأحد أهم الأهداف الاقتصادية بالنسبة للدول والمؤسسات، فمن القضايا القليلة التي يتفق عليها الاقتصاديون وصناع القرار الاقتصادي هو أن الصادرات لأي دولة تعد أحد الوسائل الرئيسية في دفع عجلة النمو والتنمية الاقتصادية، كما يمثل التصدير لأي مؤسسة نقطة الانطلاق إلى الأسواق العالمية وما تعنيه من مكاسب وزيادة في أرباح المؤسسة. لقد اجتمعت الدول الاقتصادية الكبرى على أهمية نظرية النمو من خلال التصدير والتي حظيت بقبول واسع وانتشار كبير بين جمهور الدارسين والباحثين وصناع القرار الاقتصاديين، فاستطاعت أن تحل محل نظرية إحلال الواردات التي انتشرت على نطاق واسع خلال حقبة الستينات وقد استطاعت العديد من الدول على غرار دول جنوب شرق آسيا واليابان أن تحقق معدلات نمو قياسية بالاعتماد على عملية التصدير .

إن تنويع المنتجات والسلع أو البضائع يؤدي حتما إلى زيادة الصادرات، ولا يتأتى ذلك إلا من خلال انشاء المؤسسات المقاولاتية وتشجيع الشباب على العمل المقاولاتي في جميع الميادين.

**1- ماهية المقاولاتية**

تعدد الدراسات التي ركز الباحثون من خلالها على تحديد تعريف موحد ودقيق خاص بالمقاولاتية، وكذا تحديد أهم مصطلحاتها وذلك لأهميتها المتنامية سنورها في الآتي :

**1-1 تعريف المقاولاتية**

المقاولاتية **Entreprenship** هي كلمة إنجليزية الأصل تم اشتقاقها من الكلمة الفرنسية **Entrepreneur** وقد تعددت التعاريف الخاصة بها نذكر أهمها:

▪ تعرف المقاولاتية بأنها : " نشاط أو مجموعة من الأنشطة والسيرورات تدمج لإنشاء وتنمية مؤسسة أو

بشكل أشمل إنشاء نشاط معين " .(التوفيق خذري، 2009، ص06)

▪ تعرف المقاولاتية بانها : " أي علم يوضح المحيط وسيرورة خلق ثروة وتكوين اجتماعي من خلال

معالجة الخطر بشكل فردي " .(حمزة لفقير، 2015، ص119)

- تعرف المقاولاتية بأنها : " حركة إنشاء واستغلال فرص الأعمال من طرف فرد أو عدة افراد وذلك عن طريق إنشاء منظمات جديدة من أجل خلق القيمة" (أبو بكر صكري ،سمير محمد جلاب،2017،ص13)
- بالنسبة للأجلو - ساكسونيين وخاصة الامريكيون فقد استعملوا المصطلح منذ سنوات التسعينات إذا نجد أن البروفيسور **Howard Stevenson** بجامعة **Harvard** يوضح بأن : " المقاولاتية عبارة عن مصطلح يغطي التعرف على فرص الأعمال من طرف أفراد أو منظمات ومتابعتها وتجسيدها". (سفيان بوداوي،2015،ص35)
- كما تعرف المقاولاتية على أنها أيضا : " الأفعال والعمليات الاجتماعية التي يقوم بها المقاول لإنشاء مؤسسة جديدة أو تطوير مؤسسة قائمة في إطار القانون السائد من أجل إنشاء ثروة من أجل إنشاء ثروة من خلال الاخذ بالمبادرة وتحمل المخاطر ،والتعرف على فرص الأعمال وتجسيدها على أرض الواقع" . (العربي يتقاوي،2010،ص12)
- اما الاتحاد الأوربي فعرفها على أنها : "الأفكار والطرق لخلق وتطوير النشاط الاقتصادي من خلال مزج المخاطرة والإبداع أو الابتكار مع الفعالية في التسيير وذلك في مؤسسة جديدة أو قائمة بحد ذاتها". (مجدوب بحوصي ،عمار كريس،2017،ص219)

مما سبق نستخلص بأن المقاولاتية هي الأفعال والعمليات التي يقوم بها المقاول لإنشاء وتطوير مؤسسة قائمة في إطار القانون السائد من أجل إنشاء ثروة من خلال الأخذ بالمبادرة وتحمل المخاطر والتعرف على فرص الأعمال ومتابعتها وتجسيدها على أرض الواقع.

## 1-2 مصطلحات ذات علاقة بالمقاولاتية

لطالما ارتبط مصطلح المقاولاتية بمصطلحات أخرى لها صلة وطيدة بموضوع المقاولاتية نذكر منها :

### أولا : الثقافة المقاولاتية

- الثقافة المقاولاتية مفهوم يخضع لتأثير المحيط وبعض العوامل الخارجية ، حيث تعرف الثقافة على انها :
  - أ- التلاؤم أو التوافق مع العوامل المحيطة ، وتتضمن الثقافة كذلك الافكار المشتركة بين مجموعات الافراد وكذلك اللغات التي يتم من خلالها إيصال الأفكار بها ، وهو ما يجعل من الثقافة عبارة نظام سلوكيات مكتسبة.(سليمة سلام ، 2004،ص10)
  - ب- مجموعة القيم المشتركة المتقاسمة بين اطراف المجتمع والتي يستعملونها في التعاملات والتبادلات .(يحيوي مفيدة،2010،ص10)
- من خلال ما سبق يمكن تعريف الثقافة المقاولاتية على أنها مجمل المهارات والمعلومات المكتسبة من فرد أو مجموعة من الأفراد ومحاولة استغلالها وذلك بتطبيقها في الاستثمار في رؤوس الأموال وذلك بإيجاد أفكار مبتكرة جديدة ، ابتكار في مجمل القطاعات الموجودة إضافة إلى وجود هيكل تسييري تنظيمي ، وهي تتضمن التصرفات ، التحفيز ، ردود أفعال المقاولين ، بالإضافة للتخطيط ، اتخاذ القرارات، التنظيم والمراقبة، كما أن هناك ثلاثة أماكن يمكن أن ترسخ فيها هذه الثقافة وهي : العائلة ، المدرسة ، المؤسسة .
- كما يلخص نموذج ( J. P. Sabourin et Y. Gasse ) مفهوم الثقافة المقاولاتية حيث يبرز المراحل التي تقود لبروز وظهور المقاولين بين فئة المتعاملين وبالأخص الذين تابعوا تكوين في مجال المقاولاتية حيث ومن خلال تحليل ثمانية برامج تكوينية لاحظ الباحثان أنه توجد علاقة إيجابية بين التوجهات المقاولاتية للفرد والإمكانيات المقاولاتية ، أما عن العوامل التي تؤثر على هذا النموذج فتنقسم إلى ثلاثة مجموعات: (بالقاسم مافي،عبير حفيفي 2010،ص07)

✓ **المسبقات** : وتتمثل مجموع العوامل الشخصية والمحيطية التي تشجع على ظهور الاستعدادات عند الفرد ، حيث لاحظ الباحثان بأن الطلبة الذين لديهم آباء يعملون لحسابهم الخاص لديهم إمكانيات مقاولاتية أكبر بالمقارنة مع الآخرين.

- ✓ الإستعدادات : وهي مجموعة الخصائص النفسية التي ظهرت عند المقاول ، و هي المحفزات ، المواقف ، الأهلية والفائدة المرجوة ، والتي تتفاعل في ظل ظروف ملائمة لتتحول إلى سلوك .
- ✓ تجسيد الإمكانيات والقدرات المقاولاتية في مشروع : وهذا يكون تحت تأثير الدوافع المحركة والتي تشمل العوامل الإيجابية وعوامل عدم الاستمرارية ( انقطاع )، فكلما زادت كثافة الدوافع المحركة فهي تشجع الأفراد أكثر على خلق المشاريع ، والأفراد الذين يملكون إمكانيات وقدرات مقاولاتية أكبر فهم يحتاجون لدوافع محركة أخف .

### ثانيا : روح المقاولاتية

لقد إزدهر إهتمام الباحثين بدراسة روح المقاولاتية نظرا لأهميتها الكبيرة في تدعيم وتشجيع المقاولاتية ، ولأن المصطلح مازال محل البحث لم يتم التوصل إلى إتفاق حول إيجاد تعريف موحد وشامل له .

فحسب **Leger – janiou** لا يجب الخلط بين روح المقاولاتية وروح المؤسسة فلكل منها مفهومه الخاص ، فروح المؤسسة تتمثل في مجموع المواقف والإيجابية تجاه المؤسسة والمقاول ، أما عن روح المقاولاتية فهي تنقد التصور الذي يعتبرها عملية التعرف على الفرص وجميع الموارد الكافية ذات الطبيعة المختلفة من أجل تحويلها إلى مؤسسات ، بل يجب أن ينظر إلى هذه العملية كنتيجة ممكنة التحقق لروح المقاولاتية وليس كمفهوم لها

حيث ترتبط روح المقاولاتية بالدرجة الأولى بأخذ المبادرة والعمل أو الإنتقال للتطبيق ، فالأفراد الذين يتمتعون بروح المقاولاتية يمتلكون العزيمة على تجريب أشياء جديدة أو على إنجاز الأعمال بطريقة مختلفة وذلك بسبب بسيط يمكن في وجود إمكانية للتغيير، وليس بالضرورة أن يكون لهؤلاء الأفراد الرغبة في إنشاء مؤسساتهم الخاصة ، ولا حتى الدخول في مسار مقاولاتي ، فهم يهدفون بالدرجة الأولى إلى تطوير قدرة للتعامل مع التغيير، لإختبار وتجريب أفكارهم والتعامل بكثير من الإبتحاح والمرونة (catherine leger, 1997, p91)

وحسب التعريف المقدم من مجموعة من المختصين في الإتحاد الأوربي المكلفين بتدريس المقاولاتية ، يجب أن لا تنحصر روح المقاولاتية فقط في عملية إنشاء المؤسسات بل يجب النظر إليها كموقف عام يمكن إستعماله بفائدة من طرف كل فرد في حياته اليومية وفي كل النشاطات المهنية، ولذلك يجب حصر روح المقاولاتية في مجموعة الوسائل والتقنيات التي تسمح بالإنتقال في نشاط تجاري لأنها تتعلق قبل كل شيء بالمبادرة والعمل . ( [www.freefoundation.be](http://www.freefoundation.be) 11:30.2020)

إذن روح المقاولاتية هي عبارة عن واسعة الدلالات والمعاني تتعدى في مفهومها عملية إنشاء المؤسسات الفردية ، لتشمل تطوير الكفاءات الفردية في تقبل إمكانية التغيير بروح منفتحة مما يمكن الأفراد من تطوير أنفسهم ، وإكتساب مهارات جديدة ناتجة عن الإنتقال للميدان العلمي وتجريب الأفكار الجديدة ، وبالتالي كسر حاجز الخوف من التغيير واكتساب مرونة في التعامل مع المستجدات . (أمال بعيط ، 2017، ص9)

### ثالثا : العملية المقاولاتية

لقد تم تقديم مفهوم المقاولاتية سابقا على أنها عملية خلق وإيجاد شيء جديد ذي قيمة مع اعتبار المخاطر والعوائد المصاحبة لهذه العملية من المقاولين أنفسهم، ومن هنا فإنه يمكن تعريف العملية المقاولاتية بأنها القدرة على تعريف وتقييم الفرص ، ثم تطوير خطة المشروع المناسبة ، ومن ثم تحديد الموارد اللازمة او المطلوبة لبناء وإدارة المشروع المنبثق فهذه الأنشطة والإجراءات لا بد وأن تتولد مع انطلاقة أي منظمة ريادية أو مشروع ريادي . (مجدي عوض مبارك، 2009، ص129)

وقد حدد **Baygrave و Hofer** خصائص العملية المقاولاتية على النحو التالي :

- ✓ أنها تحدث على مستوى الشركات الفردية في أغلب الأحوال؛
- ✓ أنها تتضمن نوعا من التغيير الاوضاع؛
- ✓ أنها عملية شاملة؛
- ✓ أنها عملية ديناميكية؛
- ✓ أنها تتمتع بالذاتية إلى حد كبير؛

✓ أن نتائجها حساسة جدا للأوضاع المبدئية التي تتخذها في المتغيرات.

**رابعاً: المقاولاتية المؤسسية** (مجدي عوض مبارك، مرجع سبق ذكره، ص131) لقد تعددت المفاهيم الخاصة بالمقاولاتية المؤسسية فمنها المقاولاتية الداخلية والتي تمثل المقاول داخل التنظيم، أو عمل المشاريع التابعة للمنظمة أو مستوى المقاولاتية المؤسسية داخل التنظيم، ويعود الفضل إلى الباحث Pinchot Gifford الذي أبرز مفهوم المقاولاتية المؤسسية على أنها مقاولاتية يعمل بها في منظمة قائمة بالأصل. ويمكن التمييز بين المقاولاتية والمقاولاتية المؤسسية من خلال الأبعاد الرئيسية الآتية: واقع الممارسة، طبيعتها ومهمتها، وتحمل المخاطر والصعاب، والاستقلالية والاعتماد على النفس، و رقابة البيئة الخارجية (مجدي عوض مبارك، مرجع سبق ذكره، ص131) كما تظهر في الجدول الآتي :

**الجدول رقم 01: أوجه الاختلاف بين المقاولاتية والمقاولاتية المؤسسية**

| مجال الاختلاف                | المقاولاتية   | المقاولاتية المؤسسية   |
|------------------------------|---|--|
| واقع الممارسة                | نلمسها أكثر في المنظمات صغيرة الحجم                         | نلمسها أكثر في منظمات كبيرة الحجم                                  |
| طبيعتها ومهمتها              | ابتداء مشروع صغير الحجم وإدارته                             | تشغيل وإدارة منظمة قائمة بالأصل                                    |
| تحمل المخاطر الصعاب          | أقل مخاطرة ومصاعب مقارنة مع المقاولاتية المؤسسية            | أكثر صعوبة ومخاطرة من المقاولاتية وخصوصا المخاطر المالية           |
| الاستقلالية البيئية الخارجية | المقاول مستقل بذاته ويعتمد على نفسه في الإدارة              | ليس مستقلا بذاته وإنما تابع لمنظمة معينة يخضع لإجراءاتها وقوانينها |
| رقابة البيئة الخارجية        | أكثر سيطرة على البيئة التي يعمل فيها وخصوصا البيئة الداخلية | أقل سيطرة على البيئة التي يعمل بها                                 |

المصدر : مجدي عوض مبارك، (2009)، الريادة في الأعمال، عالم الكتاب الحديث إريد، الأردن، ص131.

أما أوجه التشابه بين المقاولاتية والمقاولاتية المؤسسية فإنها تتمثل في أن كليهما يهدفان إلى زيادة الإنتاجية ودعم الجهود التي تؤدي إلى خلق قيمة أعضاء المنظمة، وأن الدافع عند كليهما يتمحور حول البحث عن الفرص والاهتمام بإنشاء فرق العمل، وكلاهما يحتاج إلى الدعم والمساندة من الآخرين في المجتمع والمنظمة، مع أفضلية أكبر للمقاولاتية المؤسسية في عالم الأعمال والمنظمات التي ترعاها.

### 1-3 أهمية ودور المقاولاتية

للمقاولاتية عدة أدوار ومهام نذكر أهمها في الآتي :

#### أولاً : أهمية المقاولاتية

تتمثل أهمية المقاولاتية في ما يلي: (Alain, Fayolle , Entreprenariat , Dunod, paris,2004,p29)

- ✓ الرفع من مستوى الإنتاج؛
- ✓ زيادة العائدات الناتجة عن نشاط المؤسسات الجديدة التي تم إنشائها؛
- ✓ تجديد النسيج الاقتصادي من خلال تعويض المؤسسات الفاشلة وإعادة التوازن للأسواق؛

- ✓ تشجيع الابتكار عن طريق إنشاء مؤسسات مبتكرة جديدة يمتد تأثيرها ليشمل حتى المؤسسات القائمة التي تجد نفسها مضطرة إلى التكيف مع التغيرات الحاصلة من أجل تعزيز قدراتها التنافسية بما يتضمن بقائها في الأسواق ؛
- ✓ تشجيع المبادرة الفردية وازدهارها في أي مجتمع يتطلب العمل على غرس الرغبة في المبادرة ونشر روح المقاولاتية بين أفرادها ؛
- ✓ وسيلة لإعادة الاندماج الاجتماعي للعمال الذين فقدوا مناصب عملهم نتيجة أسباب اقتصادية خارجة عن نطاقهم ؛
- ✓ تشكل متنفسا يسمح للمقاولين بالخروج من نموذج العمل المأجور الذي سيطر على الأذهان لفترة طويلة من الزمن واللجوء إلى العمل الحر.

### ثانيا : دور المقاولاتية

تلعب المقاولاتية دورا هاما على المستوى الاقتصادي والاجتماعي ،والذي من شأنه تحقيق التنمية ويمكن إيضاح ذلك كالآتي : ( رابح خوني ،رقية حساني،2008،ص45)

#### أ- دور المقاولاتية اقتصاديا

يمكن استعراض الدور الذي يمكن أن تقوم به المقاولاتية في تحقيق التنمية الاقتصادية والذي يتمثل فيما يلي :

- توفير مناصب شغل؛
- تكوين الإطارات المحلية؛
- توزيع الصناعة وتنويع الهيكل الصناعي؛
- تقديم منتجات وخدمات جديدة؛
- توفير احتياجات المشروع الجديدة؛
- استخدام التكنولوجيا الملائمة ؛
- المحافظة على استمرارية المنافسة ؛
- تحقيق التطور الاقتصادي؛
- القدرة على مقاومة الاضطرابات ؛
- تعبئة الموارد المحلية.

#### ب- دور المقاولاتية اجتماعيا

- إلى جنب الدور الاقتصادي الذي تلعبه المقاولاتية هناك دورا اجتماعيا يمكن إجماله في الآتي :
- تكوين علاقات وثيقة مع المستهلكين في المجتمع ؛
  - المساهمة في التوزيع العادل للدخول ؛
  - التخفيف من المشكلات الاجتماعية ؛
  - إشباع رغبات واحتياجات الأفراد؛
  - تقوية العلاقات الاجتماعية؛
  - زيادة إحساس الأفراد بالحرية والاستغلال.

يشكل كل من المقاول والمقاولاتية موضوعا لعدة أبحاث بنفس الأهمية المتزايدة للمقولة في سياق التنمية الاقتصادية للدول والمجتمعات ، سنتعرف على أهم تعريف المقاول وكذا أهم خصائصه في التالي :

### أولاً: تعريف المقاول

يمكن تعريف المقاول كالاتي :

❖ المقاول هو الشخص الذي لديه الإرادة والقدرة وبشكل مستقل إذا كان لديه الموارد الكاملة ،على تحويل فكرة جديدة أو اختراع إلى ابتكار يجسد على أرض الواقع بالاعتماد على معلومة هامة من أجل تحقيق عوائد مالية عن طريق المخاطرة ويتصف بالإضافة إلى ما سبق بالجرأة ،الثقة بالنفس ،المعارف التسييرية ،والقدرة على الإبداع ،وبهذا يقود التطور الاقتصادي . (خزري توفيق، حسين طاهر، 2013،ص04)

❖ كما يمكن تعريف المقاول على أنه : "شخص مبدع ومسير لمؤسسة صغيرة ومتوسطة يساهم بنسبة كبيرة في رأس مال المؤسسة ويقوم بدور نشيط في القرارات المتعلقة بتوجهه أو حل مشاكلها". (وفاء رايس، 2010،ص10)

❖ عرف " داركر " المقاول على أنه : "هو الذي ينظم وينفذ الفرص ،وهو الذي يحصل على الموارد والعمالة والموارد والموجودات الأخرى بتوافق لجعل قيمتها أكبر من ذي قبل ". (زكية مقري، نعيمة يحيوي، 2015،ص316)

❖ يؤكد الاقتصادي "هولي " على أن: "المقاول هو من يقوم بوظيفة منظم أو منسق العمل التجاري ويوجه هذا التنسيق أو التنظيم في العملية الإنتاجية لصالحه الخاص نحو اكتشاف مركز القوة في السوق أو التأثير في العملية الإنتاجية ". (مجدي عوض مبارك، 2010، ص21)

من خلال التعريف السابقة يمكن أن تستنتج أن : المقاول هو الذي يقوم بوظائف المشروع الرئيسية ويكون مسؤولا على اتخاذ القرار وتحمل المخاطر، وبالتالي يجب أن يتوفر في المقاول روح المسؤولية التي تعتبر ضرورية من أجل إنشاء وتسيير مشروع بطريقة عقلانية وفعالية،فهو الشخص الذي تجتمع فيه وظيفتان :

- تحمل المسؤولية عند المخاطر التي يتعرض لها المشروع ؛
- القيام بأعمال الإدارة .

### ثانيا : خصائص المقاول

يمكن إبراز الخصائص أو السمات الأساسية للمقاول كالاتي: (محمد علي الجودي، 2015،ص12)

أ- **التحكم الذاتي الداخلي:** إن مهمة بدء عمل جديد تتطلب من الفرد المقاول أن يكون لديه إيمان بالمستقبل وأنه قادر على الضبط والسيطرة على العوامل الخارجية المؤثرة به ،وهذه السمة عكس سمة التحكم الخارجي التي تجعل من صاحبها متأثرا بالعوامل الخارجية الى درجة سيطرتها عليه في قراراته

ب- **الثقة بالنفس :** حيث يمتلك المقومات الذاتية والقدرات الفكرية على إنشاء مشروعات الأعمال،وذلك من خلال الاعتماد على الذات والإمكانيات الفردية وقدرته على التفكير الإداري واتخاذ القرارات لحل المشاكل ومواجهة التحديات المستقبلية وذلك بسبب وجود حالة من الثقة بالنفس والاطمئنان لقدراتهم وثقتهم بها .

ج- **الاستعداد والميل نحو المخاطر:** لقد أشارت مختلف التعاريف إلى أن المقاول هو الشخص المخاطر أو متحمل المخاطر ،لذلك فإن أهم ميزة في المقاول هو الميل نحو المخاطرة لذلك نجد أن المؤسسات

الصغيرة والمتوسطة التي يديرها رجل واحد هو صاحب المؤسسة هي أكثر ميلا للمخاطرة من المؤسسات الكبيرة .

د- الاندفاع إلى العمل: عادة ما يظهر المقاولون مستوى الاندفاع نحوى العمل أعلى من الآخرين حتى إن هذا الاندفاع والحماس يأخذ شكل العناد والرغبة في العمل الصعب.

ه- الثقافة العامة: هذه الثقافة لا تخص ميدان المهنة التي يقوم بها المقاول فقط، وإنما هي مستمدة من الخارج أي من المحيط الخارجي، هذا المحيط يساهم بشكل كبير في تحديد المهنة والخبرة المراد الحصول عليها من طرف المقاول وتسهيل سير المؤسسة.

## 2 - مدخل نظري حول الصادرات

نظرا لأهمية الدور الذي تلعبه الصادرات عامة في اقتصاديات الدول كعمول لهذه الاقتصاديات بالعملة الصعبة، فإن تنوع هذه الصادرات وترقيتها بات أمرا ضروريا وهدفا أساسيا تطمح إليه أغلب الدول، خاصة بالنسبة للدول النامية التي تعتمد عليها كمحرك لتنميتها الاقتصادية.

### 2-1- تعريف التصدير

التصدير هو عملية هامة تتدخل في مراحل النشاط التجاري للمؤسسة الاقتصادية، وهو ركيزة تنموية فعالة بالنسبة لمختلف الدول، ولقد تعددت مفاهيم التصدير بين مختلف الباحثين وسيتم إبراز أهمها فيما يلي :

- 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 . (فريدة النجار، 2008، ص15)
- ويعرف التصدير أيضا على أنه عملية بيع للسلع والخدمات للدول الأخرى. (محمد مدحت غربي، 2002، ص121)
- التصدير هو بيع أقصى ما يمكن من الإنتاج الوطني للخارج، للحصول على أكبر قدر ممكن رؤوس الأموال الأجنبية . (محمد عبد الرزاق، 2011، ص50)
- كما يعرف التصدير بأنه: "الأسلوب الأكثر انتشارا في التجارة العالمية، ويعتبر أسلوبا مرنا وسهل الاستخدام، والتصدير لا يحتاج إلى استثمارات مالية كبيرة وبأقل ما يمكن من الموارد البشرية المتاحة". (جعفر عبد الله موسى إدريس، 2013، ص226)
- كما يعرف التصدير بأنه: " هو عملية بيع وإرسال سلع والخدمات الوطنية إلى الخارج". (عادل عبد المهدي، 2007، ص141)

وعليه فإن التصدير يحقق ميزتين أساسيتين هما: (بشار لزهل، جارديت جونز، 2010، ص269)

- ✓ عدم تحمل تكاليف إنشاء تسهيلات إنتاجية في السوق الأجنبي، و هي تكاليف عادة ما تكون كبيرة ؛
- ✓ إن هذا الأسلوب قد يتماشى مع رغبة الشركة في تحقيق اقتصاديات الحجم الكبير، و الموقع الاقتصادي المفضل بالنسبة للشركة .

مما سبق، فإن التصدير هو بيع المنتجات المتنوعة من طرف المؤسسات المحلية إلى خارج الدولة، وهو أسهل وسيلة للمؤسسات في اقتحام الأسواق الأجنبية.

من خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف التصدير كالاتي : هو أنه جملة من الوسائل والمهام التي تتخذها المؤسسة لإيصال منتوجاتها من السوق المحلي إلى السوق الأجنبي، من قبل الأعوان المقيمين إلى الأعوان الغير

المقيمين، ويعتبر عملية معقدة بحيث تستوجب تدخل الاختصاصات المختلفة، كالتسويق، التأمين، التمويل والنقل والتمويل وهذا ما يستلزم تجنيد كل طاقات المؤسسة.

## 2-2- أهمية التصدير

للتصدير أهمية بالغة في تطوير وازدهار اقتصاديات الدول، وتهدف عملية التصدير إلى الرقي والنهوض بالدول وتحقيق الرفاه لمجتمعاتها، وتتمثل أهمية التصدير فيما يلي : (وصاف سعدي، 2004، ص02)

- التصدير هو فرصة لزيادة حصة الدولة أو المؤسسة في السوق العالمية؛
- تحفز منافسة المصدرين على تعديل منتجاتهم لتصبح أكثر ملائمة لاحتياجات السوق، مما يؤدي إلى تحسين مستوى المعرفة والكيفية التقنية لديهم ؛
- التصدير هو المخرج مما تعاني منه الكثير من المؤسسات من فائض طاقات الإنتاج وفي المخزون نتيجة معوقات التسويق المحلي؛
- تخفيف المنافسة المحلية من خلال التوسع في الأسواق الأجنبية ؛
- تزيد تنوع الصادرات فضلا من كونه هدفا بحد ذاته من تنوع مصادر الدخل الوطني ويدعم الميزان التجاري، و يجلب العملات الأجنبية ويزيد من تشغيل العمالة الوطنية ؛
- تزداد ضرورة التصدير مع كون المشروعات الوطنية تعتمد إلى حد كبير على استيراد الخدمات والمواد والمعدات من الخارج، و في الاستيراد ينبغي أن يقابله تصدير للمنتجات لتعويض آثار التمويل بالعملات القابلة للتحويل ؛
- ينظر دائما للتصدير على أنه قاطرة النمو الاقتصادي، مع الأخذ بعين الاعتبار المتغيرات الاقتصادية العالمية الحالية والمستقبلية ؛
- مواجهة التطورات التي شهدتها الأسواق المحلية والعالمية والمنافسة بين الدول المتقدمة وسعي الشركات المتزايدة لفتح المزيد من الأسواق الخارجية، لتستطيع الصمود في وجه المنافسة القوية؛
- تعمل الصادرات على جلب المزيد من الاستثمارات الأجنبية، حيث ترتبط الصادرات والاستثمارات بعلاقات تشابكية تبادلية، فالاستثمار يأتي بالتكنولوجيا الحديثة التي تساهم في تنوع المنتج وتحسين جودته وربطه بالأسواق الخارجية، والصادرات تسمح بزيادة رأس المال الذي يؤدي إلى التوسع في الإنتاج وإنشاء صناعات جديدة ؛
- توفير الاحتياجات من النقد الأجنبي والتي استخدامها في عمليات الاستيراد .

## 2-3- أهداف التصدير

إن أهداف التصدير تتمثل في الآتي : (عبد الحميد حمشة، 2013، ص51)

### أولا : الأهداف المرتبطة بالاستراتيجية التجارية

- تجاوز السوق الوطني المشبعة؛
- توزيع جغرافي للمخاطر؛
- التكيف مع المنافسة ؛
- التواجد في السوق الدولية .

### ثانيا : الأهداف المرتبطة بالجانب المالي

- الزيادة في رقم الأعمال؛

- رفع الهوامش المرדودية والإيرادات العامة ؛
- رفع مردودية رؤوس الأموال المستثمرة ؛
- تسمح المنافسة من الرفع من فعالية التسيير المالي للمؤسسة.

### ثالثا: الأهداف المرتبطة بتحسين شروط الإنتاج

- تحسين قدرات الإنتاج بالمؤسسة ؛
- استغلال الامتيازات المتوفرة ؛
- خفض الكلفة الإنتاجية ؛
- رفع من جهود البحث والتطوير.

## 2-4- أنواع التصدير وأولويات لإنجاحه

إن أنواع التصدير والأولويات لإنجاحه تتمثل في

### أولاً: أنواع التصدير

للتصدير عدة أنواع تتمثل فيما يلي:

#### أ- الصادرات المنظورة والصادرات الغير منظورة

يمكن تقسيم الصادرات إلى نوعين صادرات منظورة (visible) وصادرات غير منظورة (invisible)، وذلك على أساس معيار كونها مرئية أو غير مرئية عند خروجها من البلد المنتج وهي : (عطاء الله بن طيرش، 2017، ص74)

✓ **الصادرات المنظورة (visible):** تشمل السلع والبضائع التي يبيعها المقيمون في دولة ما إلى المقيمون في دولة أخرى، وتنتقل إليهم عبر الحدود وتسمى بالصادرات المنظورة أو المرئية لأنها تقع تحت بصر رجال الجمارك حيث يمكنهم مشاهدتها ومعاينتها ويحصونها في سجلاتهم

✓ **الصادرات الغير منظورة (invisible):** تشمل خدمات عدة وتتم بين المقيمين في الدولة والمقيمين في الخارج وتتمثل في خدمات النقل، التأمين، السياحة، كذلك تشمل النفقات الدبلوماسية، مدفوعات البريد، الهبات... إلخ. زاد إلى غير ذلك تصدير رؤوس الأموال العائدات إلى الاحتكارات المالية العالمية من بلد إلى آخر، قصد زيادة أرباح هذه الاحتكارات وتعزيز مراكزها الاقتصادية والسياسية في الأسواق توسيع طرائق منها، إصدار أو شراء أوراق تجارية أو التزامات أو أسهم أجنبية، منح قروض لتمويل شركات تابعة في الخارج .

#### ب- الصادرات المؤقتة والدائمة

تم هذا التصنيف على أساس بقائها بصفة مؤقتة خارج البلد المنتج أو بصفة دائمة وهي : (مصطفى عوادي، 2017، ص02)

✓ **الصادرات المؤقتة:** هي تلك البضائع أو الأموال التي يتم تصديرها إلى الخارج لمدة معينة من الزمن، ثم يعاد سترادها من بينها المنتجات التي يراد تقديمها إلى المعارض أو الصالونات الدولية أو المؤتمرات، ومواد وأجهزة وآلات ضرورية من أجل القيام ببعض الأعمال في الخارج والأجهزة والآلات المراد إصلاحها في الخارج .

✓ **الصادرات الدائمة:** هي تلك المنتجات التي يتم تصديرها بصفة دائمة دون إعادتها، وأيضا يقصد بها مجموع البضائع الجديدة التي تخرج بصفة نهائية من الإقليم الجمركي .

**ج- الصادرات المباشرة والغير مباشرة)**

يمكن التمييز بين هذين النوعين من خلال ما يلي:

- ✓ **التصدير المباشر:** هي طريقة عادة تخص المؤسسات التي لديها طلب مستمر من زبائنها الأجانب، فتفضل هذه المؤسسات التكفل المباشر بهذه الطلبات عوض المرور عبر الوسطاء، وتتميز بأنها تتطلب أكثر استثمارات، ومخاطر وأرباح أكبر في حالة الاستغلال الأمثل لموارد المؤسسة. (فرحات غول، 2008، ص191)
- ✓ **التصدير الغير مباشر:** يتم التصدير الغير مباشر باستخدام أنواع مختلفة من المؤسسات التسويقية المستقلة والتعاونية التي تقع في السوق المحلية، و يقوم هذا الشكل في الدخول للأسواق الخارجية على وجود طرف وسيط ينوب عن الشركة في التصدير إلى الأسواق الخارجية. (الضمور هاني حامد، 2004، ص341)

**ثانيا : الأولويات لإنجاح التصدير**

تتمثل الأولويات لإنجاح التصدير فيما يلي:

**أ- الاستراتيجية : تتمثل في : (لخلف عثمان، 2004، ص12)**

- يجب على المصدر أن تكون له نظرة حول منتوجه وحول السوق المستهدفة ؛
- قبل عملية التصدير يجب على الشركة أن تحفز نفسها وذلك بالاستفسار حول شروط التعاملات الدولية؛
- ينصح بالتشخيص للتصدير، وهذا من أجل تقييم قدرة الشركة على التعامل على المستوى الدولي.
- ب- الإنتاج:** يتمثل في (وديع عدنان محمد، وديع عدنان، 2003، ص11)
- المعرفة والتحكم في التكاليف للتمكن من تحديد الأسعار من خلال التفاوض مع الزبون ؛
- أدوات تسيير الإنتاج ( الوقت والمنهجية) تسمح لرئيس الشركة بإنتاج السلع والخدمات في الأجل التي تتطلبها عملية التصدير؛
- تكيف المنتجات مع متطلبات السوق المستهدفة.

**ج- التمويل يتمثل في (وديع عدنان محمد، وديع عدنان ، 2003 ، ص11)**

- التحكم في التمويل من أجل تلبية طلبات الزبون الأجنبي في الأجل المحددة ، وذلك من خلال تجهيز المخازن وتجهيتها وفق المعايير المتفق عليها ، و الحرص على عدم إتلاف المنتج ، إضافة إلى تجهيز المنتج كما ونوعا ليكون جاهزا لتسميته وفق معايير الجودة المتعارف عليها دوليا في الأجل المحددة .
- د- التسويق :** ينصح أن يكون المسؤول عن التصدير ملم بتقنيات التجارة الدولية وذلك من خلال معرفة جميع الأمور المتعلقة بالتسويق من خطوات وضروريات ، وظروف التجارة الدولية ومعرفة منافذ التسويق ليكون جاهزا لتسويق البضاعة . ([www.algex.dz](http://www.algex.dz) 15 :00.2020)
- هـ- المالية :** أن تتوفر وسائل مالية من أجل تحسين عملية التصدير ( أموال خاصة ،قروض بنكية ،تسبيقات على الفواتير، قروض التمويل المسبق للصادرات ) والمسؤول عن المؤسسة يجب أن يحرص على توفير الأموال سواء كانت خاصة أو عن طريق القروض، وبدون الأموال لا يمكن للمؤسسة حتى نشاطها فما بالك التفكير في عملية التصدير . ([www.difaf.fourmactif/montada.com](http://www.difaf.fourmactif/montada.com) 12:00.2020)
- و- سعر التصدير :** يعتبر سعر التصدير من بين أهم الأمور والأولويات لإنجاح عملة التصدير ، وبالتالي من واجب المسؤول عن المؤسسة المصدرة الإلمام بجميع الأمور المتعلقة بكيفية تحديد الأسعار وما هي

الأسس التي تقام عليها تحديد الأسعار، وأسعار المنتجات المنافسة على المستوى الدولي ومن حيث أن :  
(www.difaf.fourmactif/montada.com 16:30.2020)

- الأسعار المتوقعة في الأسواق الأجنبية ليست بالضرورة نفس الأسعار المتداولة في السوق المحلي؛
- لتحديد سعر التصدير، يجب الأخذ في الحسبان تكاليف الإنتاج، السوق المنافسة، أسعار الصرف

ز- اللوجستيك تتمثل في : (بن دبدب عبد الرشيد، 2003، ص44)

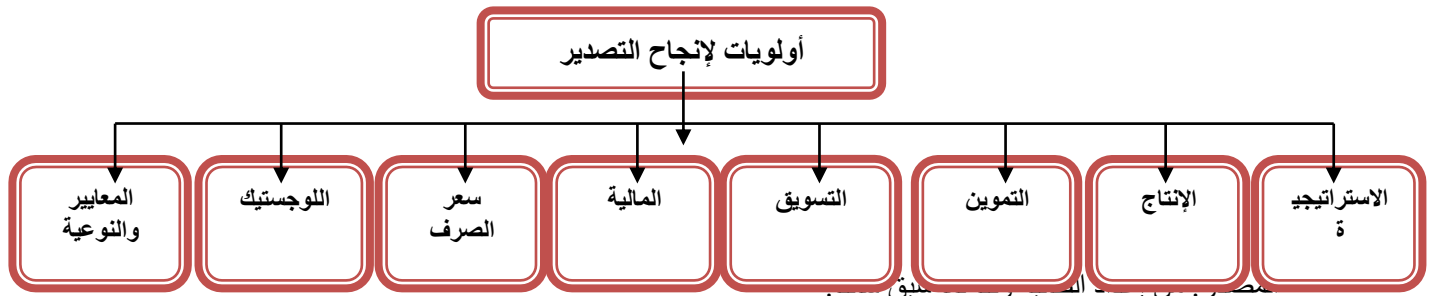
- ويقصد به جميع الأنشطة التي تقوم بها المؤسسة المراد تصدير منتجاتها وربطها بالمتعاملين الخارجيين من خلال تدبير امور النقل من المؤسسة إلى الميناء، نفس الشيء بالنسبة لعملية العبور من الدولة المصدرة إلى نظيرتها المستوردة، إضافة إلى كيفية تخزين البضائع ورفعها ؛

- توقع القيود المتعلقة باللوجستيك داخل المؤسسة وعند المتعاملين الخارجيين ( النقل، العبور، الرفع، التخزين، الإيجار ... ) .

ح- المعايير والنوعية: تتمثل في المنتج الموجه للتصدير وتغليفه يجب أن يحترمها المعايير الدولية المفروضة من طرف بلد الوجهة، كما يجب ان يستجيب لمتطلبات الزبون . (بن دبدب عبد الرشيد، 2003، ص52)

والشكل رقم (01) يلخص أولويات لإنجاح التصدير السالفة الذكر

الشكل رقم (01) : أولويات لإنجاح التصدير



## 2-5- عوامل نجاح التصدير

بما أن عملية التصدير تعتبر من العمليات الحيوية الضرورية في تنمية اقتصاديات دول العالم وتطويرها، ولنجاح هذه العملية لابد من توافر العديد من العوامل المختلفة التي تشجعها وتدعمها لآبد من توافر العديد من العوامل المختلفة التي تشجعها وتدعمها، ويتعين على الدولة من خلال الخطة المنتهجة في سياستها اتجاه عملية التصدير الأخذ ببعين الاعتبار لمختلف هذه العوامل، وذلك لتحقيق الأهداف المسطرة على المدى القصير والطويل، ومن بين هذه العوامل : ( محمد بن دليم القحطاني، 2007، ص139).

### أولاً: التزام الإدارة المشرفة

إن التزام الإدارة المشرفة على التصدير عامل من عوامل نجاح الأساسية للتصدير، فلا بد أن يظهر مدى التزام أصحاب الشركة المصدرة اتجاه الخطة التي وضعوها للتصدير عن طريق تخصيص الموارد اللازمة لتشجيع إتمام هذه الخطة بنجاح، وعليها وضع الاستراتيجيات والخطط وتطبيق أنظمة تأكيد الجودة والرقابة والتدقيق والمراجعة والإشراف ورسم الأطر الزمنية وتصميم مسار عملية التصدير من خلال الطرق العادية والحرية، وأهم مبدأ في هذا العامل هو مقدرة الإدارة على وضع الأهداف والغايات المترابطة والمتصلة بعملية التصدير.

### ثانياً: الدعم المادي

حيث أنه لا بد أن يتم تخصيص ميزانية خاصة لتغطية جميع الأنشطة الترويجية ، فالشركة التي تريد أن تقوم بالتصدير لا بد لها من توفير ميزانية من أجل أن تغطي رأس المال المطلوب كاملا ، وأن يتم الإنفاق على تطوير المنتج وتغطية أساليب البيع بمختلف أساليب السداد .

### ثالثا : التعاقد مع خبراء التصدير

إذا كانت الشركة تنوي الدخول بشكل قوي في السوق العالمية ، وإذا لم يكن لديها الخبرة الكافية ، فإن التعاقد مع أصحاب الخبرة الذين يكونون على دراية كافية بقواعد وإجراءات التصدير ، وكذا بثقافة ولغة البلد الذي يصدر إليه ، كل هذا يساعد على التواصل بشكل مثالي وسريع .

### رابعا : القدرة الإنتاجية

إن عملية بيع أي منتج في الأسواق العالمية يحتاج توفير القدرة على إنتاج كميات كثيرة من هذا المنتج وتوفير تلك الكميات مع توافر العديد من العوامل منها المكان والمعدات اللازمة ومواد الخام ، و اليد العاملة كل ما تحتاجه عملية الإنتاج .

### خامسا : متطلبات جودة السلعة

يجب الربط بين المواصفات القياسية للسلعة أو الخدمة القابلة للتصدير مع عوامل تنافسية ، وهناك ثلاثة أسس تتحكم في جودة السلعة أو الخدمة وهي :

✓ جودة السلعة من حيث النوع.

✓ جودة السلعة من حيث السعر.

✓ جودة السلعة من حيث الكم والخدمة التي يقدمها المصدر.

### سادسا : طرق ومنهجية التسويق

هناك بنود متعددة في هذا العامل ولكن أهمها عاملين الأول يتعلق بدراسة السوق والمقدرة للوصول إلى المعلومات والاستنتاجات والتحليلات الصحيحة وهذا مرتبط بالعامل الأول ، و أما الثاني فيتعلق بوجود قنوات التوزيع في الأسواق الخارجية ، وقنوات التوزيع من أكثر العوامل حساسية لكونها تؤثر مباشرة في عملية التصدير .

لتكون عملية التصدير ناجحة لا بد من القيام بثلاثة وظائف رئيسية وهي تحليل الجدوى، تخطيط الدخول إلى السوق الأجنبي والتنفيذ، وتشمل هذه الوظائف الخطوات الموالية:

أ- تحليل الجدوى: ويتم فيها تحليل الأداء المحلي وتقييم قدرات الشركة ، وكذا دراسة العوامل السكانية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية للأسواق المستهدفة ، كما أنه في هذه الوظيفة يتم استشارة خبراء التجارة الدولية في التسويق ، التموين ، النواحي القانونية واللوجستية .

ب- تخطيط الدخول إلى السوق الأجنبية : حيث يجب القيام بأبحاث السوق في جميع النواحي وتقييم هذه الأبحاث ، مع القيام بالتخطيط ورسم استراتيجية دخول السوق المستهدفة ، كما يجب الالتزام بمتطلبات السوق المستهدفة من تراخيص ، مواصفات ، وشهادات طبية ، والحرص على تحظير ملف لبراءة الاختراع الضرورية ، وحماية الحقوق الملكية والعلامات التجارية ، والعمل على تحديد الضرائب والتعريفات والرسوم والحصص أو أية عوائق تجارية غير ضريبية أخرى ، ووضع جدول الأسعار للسلع أو الخدمات المراد تصديرها .

ج- تنفيذ الدخول إلى السوق الأجنبي : ومن خلال وظيفة التنفيذ يتم تحديد وسائل التوزيع وطرق التسويق ، وكذا اختيار ممثلي المبيعات وطرق البيع ، ومناقشة الوسائل المالية والحصول على التغطية التأمينية ثم إنهاء الأوراق المطلوبة والازمة لعملية التصدير ، مع تغليف المنتج ووضع الملصقات عليه والقيام بعملية الشحن .

وتظهر ملامح النجاح لعملية التصدير من خلال : (محمد بن دليم القحطاني، مرجع سبق ذكره ،ص141)

- مدى التطور الفعلي للهيكال السلعي والخدمات المصدرة ليحقق هذا التطور قدر أكبر من التنوع؛

- مدى التنوع الفعلي في نطاق الأسواق الخارجية وبالتالي مدى تقلل الاعتماد على عدد محدود من الأسواق الرئيسية التقليدية مع ما يصاحب هذا الاعتماد من ضغوط سياسة واقتصادية؛

- مدى القدرة على تحقيق زيادة مطردة في حصيلة الصادرات من سلع وخدمات تقليدية وجديدة، دون أن يترتب على ذلك زيادة في التكلفة، وخاصة بالنسبة لعوامل الإنتاج النادرة نسبيا؛

- مدى استقرار وانتظام التصدير إلى مختلف الأسواق الخارجية، مما يدعم الموقف التنافسي في تلك الأسواق ليساعد على زيادة حصتها منها.

## 2-6 محددات التصدير

يعد نشاط التصدير من أهم الأنشطة التي تمارسها الدول من أجل زيادة النمو الاقتصادي وتحقيق الاستقرار والرفاه الاجتماعي، ولكن مع تزايد حدة المنافسة أصبح نشاط التصدير يواجه بعض التحديات والمشاكل أدت إلى إضعاف القدرة التنافسية للمنتجات جعلتها في صورة غير متكافئة مع مثيلاتها في الأسواق الخارجية، ومن خلال الدراسات النظرية والميدانية يتضح أن هناك ثلاثة أنواع من المشاكل تختلف حسب مصدرها، سواء كانت ناتجة عن الإجراءات والقوانين أو المحيط الداخلي للمؤسسة أو بسبب الإجراءات داخل الأسواق الخارجية، ويمكن توضيحها فيما يلي : (قاسمي الأخضر، 2014، ص88)

### أولاً: المشاكل الرسمية

- قصور المساعدات الرسمية المحلية في التغلب على مشاكل التصدير.
- التزام الإدارة العليا غير كاف للتغلب على الصعوبات الأولية أو المتطلبات المالية للتصدير .
- ضعف الأجهزة الضريبية في دعم الشركات المصدرة للمنتجات.
- عدم مساندة القوانين المحلية في توجيه التصدير.
- ارتفاع أسعار العملية المحلية مقابل العملات الأجنبية في أسواق التصدير .
- غياب مؤسسات تمويل الصادرات.
- عدم اكتمال وضع مواصفات موحدة للبضائع المصدرة.
- القصور في عدد الشركات المحلية لترقية الصادرات.

### ثانياً: المشاكل الداخلية

- تركيز الجهود الإدارية على الأسواق المحلية على حساب الأسواق الخارجية .
- الفشل في الحصول على استشارة متميزة في التصدير، وعدم إعداد استراتيجية دولية أو خطة تسويقية قبل البدء بعملية التصدير .
- محدودية المواد المالية التي تساعد على التوسع في الأسواق الخارجية .
- عدم كفاية المنتج المحلي للتوسع في التصدير الخارجي .
- نقص المعلومات عن الأسواق الخارجية.
- نقص الخبرة في مجال التسويق الدولي.
- عدم العناية باختيار ممثلي المبيعات أو الموزعين بالخارج.
- عدم الرغبة بتعديل المنتجات تتماشى مع التنظيم والأداء الثقافي للبلدان الأجنبية.
- الفشل في كتابة نصوص الخدمة، المبيعات، الكفالة بالغات الأجنبية.
- الفشل في تأمين خدمات ما بعد البيع .

### ثالثاً: المشاكل الخارجية

- المنافسة بين المؤسسات داخل الأسواق الخارجية.
- محدودية منافذ التوزيع في الأسواق الدولية .
- عدم وضوح اللوائح والإجراءات المتعلقة بالتصدير في الأسواق الخارجية .
- زيادة التعريف الجمركية على السلع الخارجية في الأسواق العالمية .
- ارتفاع درجة المخاطرة عند ممارسة البيع في الأسواق الخارجية

- اختلاف اللغة وعوامل البيئة التسويقية الخارجية عن البيئة المحلية.
- سياسة الإغراق التي تمارسها الشركات الأجنبية.
- اختلاف طريقة استخدام البضائع المحلية عنها في الأسواق الخارجية.
- المنافسة القوية من طرف الشركات المتعددة الجنسيات.

### 3- دور المقاولاتية في ترقية الصادرات

تلعب المقاولاتية دورا كبيرا في الحياة الاقتصادية للدول، وخاصة في زيادة صادرات هاته الدول نحو العالم الخارجي، وبالتالي ارتفاع المؤشرات الاقتصادية الكلية .

#### 3-1- مساهمة المقاولاتية في تنمية الصادرات

تحظى المقاولاتية بدور فعال في تنمية الصادرات، ويرجع ذلك إلى عدة عوامل تكسب السلع والخدمات التي تقدمها ميزة تصديرية : ( سليمان بوفاسة وموسى سعداوي، 2015، ص15)

- منتجاتها عادة ما يظهر فيها فن ومهارات العمل اليدوي الذي يتلقى قبولا ورواجا في أسواق التصدير؛
- اعتمادها على فنون إنتاجية كثيفة العمل مما يخفض من تكلفة الوحدة المنتجة وبالتالي تكتسب ميزة تنافسية في أسواق التصدير؛
- تمتعها بقدرة أكبر من المرونة في التحول من نشاط لآخر ومن خط إنتاج لآخر ومن سوق لآخر لانخفاض حجم إنتاجها نسبيا علة المدى القصير.

- ويمكن لمنتجاتها أن تجد طريقها لأسواق الصادرات من خلال ثلاث قنوات:

\* صادرات مباشرة؛

\* صادرات غير مباشرة من خلال الوسطاء؛

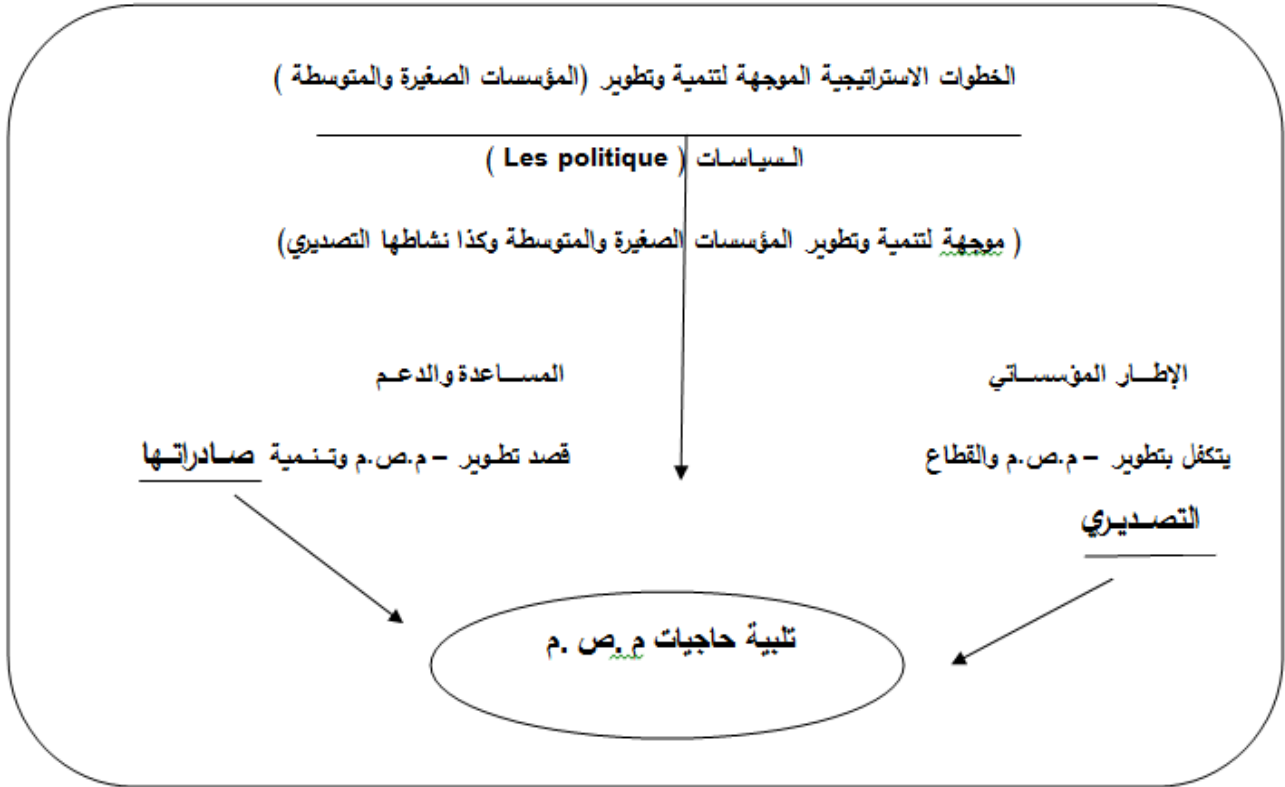
\* الاندماج المادي بواسطة المصنعين الكبار.

كما تساهم المقاولاتية إسهاما كبيرا في التصدير لمعظم الدول الصناعية حيث تتجاوز حصتها من الصادرات 50% في إيطاليا وبين 40% - 46% في الدانيمارك وسويسرا ، و 30% في فرنسا والنرويج وهولندا ، و تصل إلى 40% في كوريا وبلدان شرق آسيا وإلى 50% في الصين وترتفع هذه الحصة إذا تضمنت الإحصاءات الجزء من صادرات المؤسسات الكبيرة الذي تم التعاقد عليه من الباطن مع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كما في حالة الصادرات من السيارات.

على الرغم مما سبق يمكن للمقاولاتية أن تساهم في تخفيض حدة العجز في الميزان التجاري فتستطيع باستخدام أفضل أنواع الفنون الإنتاجية أن تساهم في التصدير مباشر في إنتاج مكونات السلع التي تتجه للتصدير. كما يمكن أن تساهم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي يعمل بها أكثر من عشرة عمال في زيادة صادرات العديد من المنتجات المختلفة بشكل مباشر عن طريق إنتاج السلع والمنتجات النهائية أو بشكل غير مباشر عن طريق قيامها بإمداد المؤسسات الكبيرة باحتياجاتها من الأجزاء تامة الصنع أو السلع نصف المصنعة والتي تستخدمها المؤسسات الكبيرة كمدخل للمنتج النهائي وذلك بأسعار تنافسية تمكنها من المنافسة.

بينما تتمتع المقاولاتية 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 المقاولاتية تقدم الدعم والمساعدة ، وهي وكالات تابعة للدولة مثل الدواوين الوطنية لترقية الصادرات ، غرفة التجارة الوطنية ، دوائر التجارة والشركات التجارية الخاصة ، وتساهم هذه الوكالات بقسط كبير في إنجاح عملية التصدير . والشكل رقم (02) يبين العلاقة بين المؤسسات الصغيرة و المتوسطة (المقاولاتية) والصادرات التي أشرنا إليها أنفا.

الشكل رقم (02):العلاقة بين المؤسسات الصغيرة والصادرات



المصدر: حمشة عبد الحميد،(2013)، 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 ، اقتصاد دولي ،جامعة محمد خيضر - بسكرة ،ص63

## الخلاصة

لم تحظى المقاولاتية بالاهتمام الكبير من طرف الباحثين بسبب اختلاف آرائهم وأفكارهم نحو المسير وظهور المؤسسات الكبيرة، والأزمة الاقتصادية التي واجهتها المؤسسات الكبيرة ؛ لكن ابتداء من منتصف السبعينات عاد المقاولاتية لتظهر بقوة على الساحة الاقتصادية بعد الاقتران بضرورة تشجيع عملية إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كحل يمكن الاعتماد عليه للتخفيف من الانعكاسات السلبية لهذه الأزمة. كما أن عودة المقاولاتية إلى الواجهة عاد الباحثون لطرح مختلف الدراسات التي تناولت المقاولاتية، دراسات انحصرت معظمها ولفترة طويلة من الزمن في العديد من المحاولات لتعريف المقاول، ونظرا لعجز مختلف المقاربات على توضيح مفهوم المقاولاتية تفتن الباحثون في آخر المطاف إلى ضرورة الانتقال من التركيز على المقاول إلى التركيز على ما يحدث فعلا في المقاولاتية، مما ساهم في إزالة الكثير من الغموض الذي كانت تلف الظاهرة، وسمح بإخراجها من مجالات ضيقة ومحدودة إلى مجال شامل لمختلف المقاربات . كما أن للتصدير أهمية قصوى في اقتصاد أي دولة، ويعتبرها البعض قضية مجتمعية تفرض نفسها على المسارات الاقتصادية لتلك المجتمعات، وهو أحد الآليات الهامة لزيادة معدلات نمو الناتج المحلي الخام من خلال توسيع نطاق المؤسسات المقاولاتية، التي تعد من بين أهم عناصر النفوذ إلى الخارج، و التوسع في التصدير الذي يساعد عموما على إزالة العراقل التي تقف أمام التنمية الاقتصادية.

# الجانب التطبيقي :

دراسة تحليلية لإحصائيات خاصة بالمقاوالاتية والصادرات  
خارج قطاع المحروقات في الجزائر خلال الفترة  
2018-2001

## تمهيد :

إن الاهتمام الكبير من طرف غالبية الدول خاصة النامية بالمقاولاتية أي بقطاع المؤسسات المقاولاتية يعكس أهمية هذه الأخيرة في استغلالها كحل لعلاج عديد الأزمات الاقتصادية والاجتماعية وكذلك الدفع بوتيرة التنمية الاقتصادية وحتى الاجتماعية، كما أصبحت تشكل بديلا هاما من بدائل التصدير؛ الجزائر وعلى غرار هذه الدول بذلت مشوارا هاما في هذا السياق خاصة وظهور أزمة انخفاض أسعار البترول التي تمثل نسبة شبه كلية من صادراتها.

ونظرا للصعوبات التي ذكرناها في المقدمة، اقتصرنا دراستنا التطبيقية على تحليل بعض الإحصائيات التي توفرت لدينا الخاصة بالمقاولاتية والصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر؛ بالإضافة إلى إجراء مقابلة غير الهاتف مع مسؤول في وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات التقليدية والوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (ALGEX).

وعليه سوف نتطرق في هذا الجانب إلى ثلاثة عناصر :

- 1 - دراسة إحصائية تحليلية لتطوير عدد المؤسسات المقاولاتية في الجزائر.
- 2- مساهمة المؤسسات المقاولاتية في زيادة الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات.
- 3- المشاكل والمعوقات التي تواجه المؤسسات المقاولاتية للتصدير.

## 1 - دراسة إحصائية تحليلية لتطوير عدد المؤسسات المقاولاتية في الجزائر

لقد شهد تعداد وتوزيع المؤسسات المقاولاتية تطورا ملحوظا ابتداء من سنة 2001 م، والذي اقترن بصدور القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، والذي يعتبر نقطة تحول في مسار هذا القطاع ، هذا التطور لم يأتي وليد الصدفة بل جاء كنتاج لجهود الجزائر المبذولة في إطار تهيئة المناخ العام لهذا النوع من المؤسسات .

### 1-1 تطور تعداد المؤسسات المقاولاتية في الجزائر خلال الفترة (2001-2018)

عرف تعداد المؤسسات المقاولاتية في الجزائر تطور بالغ الأهمية ابتداء من سنة 2001 وذلك راجع لمجهودات الدولة لإجراءات الدعم المختلفة للمقاولاتية وتسهيل إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، والجدول التالي يوضح تطور عدد المؤسسات المقاولاتية في الجزائر خلال الفترة (2001-2018) .

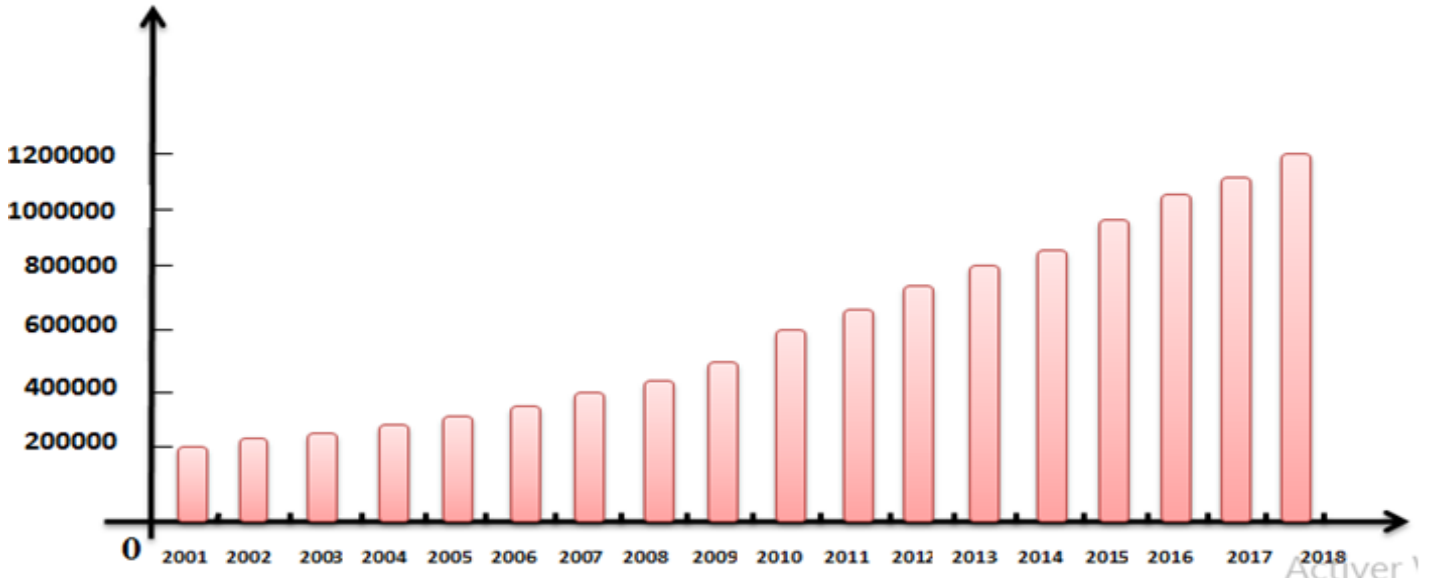
جدول رقم (02): تطور عدد المؤسسات المقاولاتية في الجزائر خلال الفترة 2018-2001

| السنة | عدد المؤسسات |
|-------|--------------|
| 2001  | 179893       |
| 2002  | 261863       |

|         |      |
|---------|------|
| 288587  | 2003 |
| 312959  | 2004 |
| 342788  | 2005 |
| 376767  | 2006 |
| 410959  | 2007 |
| 519526  | 2008 |
| 625069  | 2009 |
| 619072  | 2010 |
| 659309  | 2011 |
| 687386  | 2012 |
| 747934  | 2013 |
| 820738  | 2014 |
| 896811  | 2015 |
| 1014075 | 2016 |
| 1074503 | 2017 |
| 1093170 | 2018 |

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على نشرات وزارة الصناعة والمناجم الخاصة بالسنوات 2018-2001

يمكن توضيح الجدول السابق من خلال الشكل رقم 03 التالي:  
شكل رقم (03): تطور عدد المؤسسات المقاولاتية في الجزائر خلال الفترة 2018-2001



المصدر: من إعداد الطلبة بناء على معطيات الجدول رقم 02 السابق

من خلال الشكل رقم (03) نلاحظ النمو المستمر لعدد المؤسسات المقاولاتية حيث انتقل من 245842 مؤسسة سنة 2001 إلى 1093170 مؤسسة مع نهاية سنة 2018، ويمكن إرجاع الزيادة في تعداد المؤسسات المقاولاتية إلى السياسة الاقتصادية التي بنتها الدولة بهدف ترقية وتطوير هذا القطاع في المجال الاقتصادية التي تبنتها الدولة بهدف ترقية وتطوير هذا القطاع من الناحية الاقتصادية، من خلال مختلف الاجراءات التحفيزية التي تم تبنيها منذ إنشاء وزارة خاصة بقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة سنة 1994م، وهذا بهدف تهيئة المحيط

الملائم والظروف المواتية لترقية نشاطها، من خلال إنشاء هياكل خاصة بها ووضع ترسانة من القوانين والتشريعات التي تهدف إلى دعمها وكانت البداية مع صدور القانون الخاص بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة سنة 2001 م .

### 1-2 تطور تعداد المؤسسات المقاولاتية حسب قطاعات النشاط المهيمنة

يشهد نشاط المؤسسات المقاولاتية في الجزائر تباينا واضحا من حيث توزيع هذه المؤسسات من قطاع لآخر وعليه اخترنا أهم القطاعات المهيمنة لفترة 2001-2018

#### أولاً: تطور تعداد المؤسسات المقاولاتية حسب قطاعات النشاط المهيمنة خلال الفترة 2001-2011

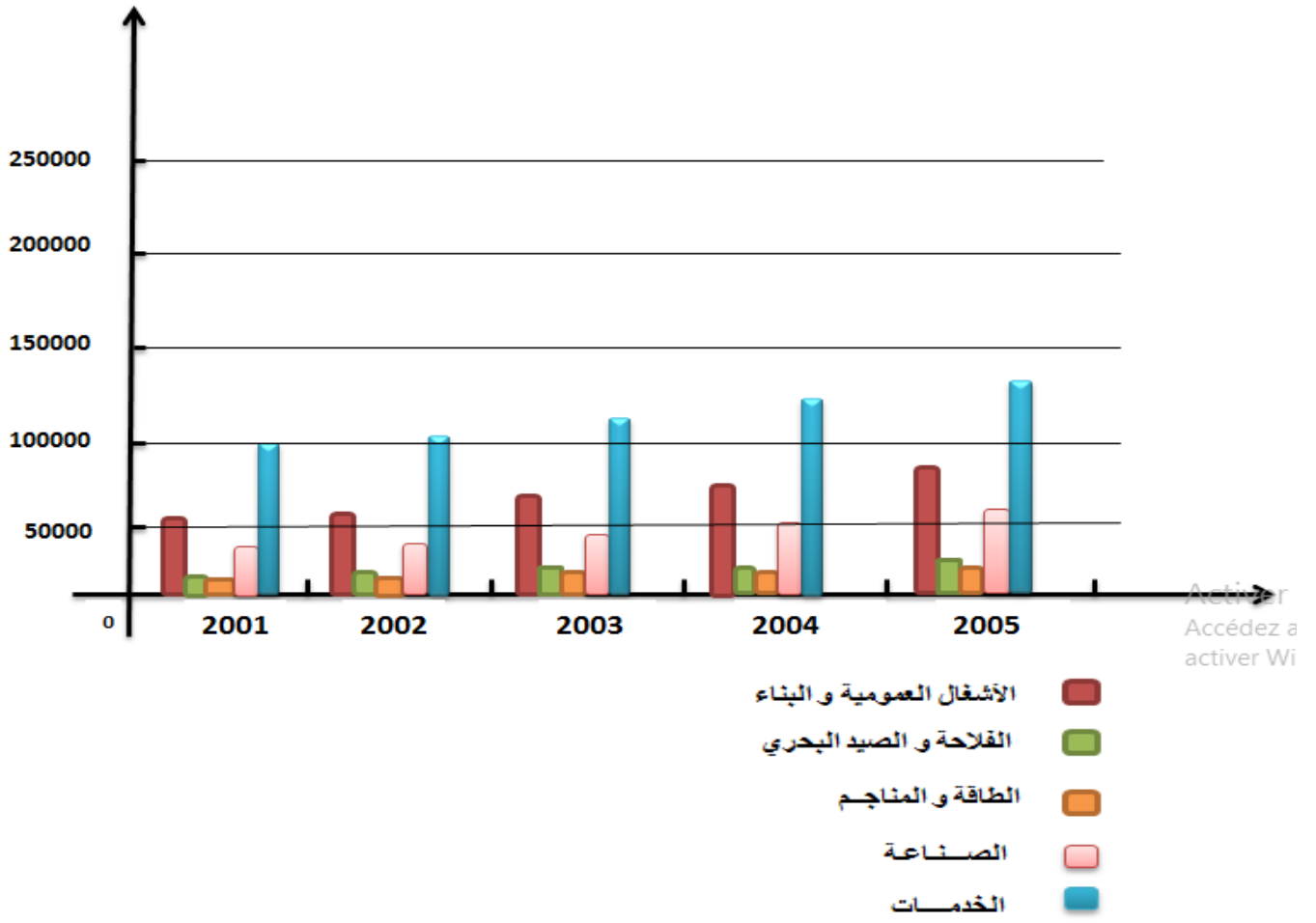
من خلال دراسة توزيع المؤسسات المقاولاتية حسب أهم القطاعات المهيمنة في الفترة 2001-2011 نجد أن المؤسسات المقاولاتية الناشطة في مجال الخدمات تمثل أكبر نسبة وذلك يعود للبرامج الضخمة المسطرة من طرف الدولة في هذا القطاع مما شجع على قيام مقاولات خاصة في هذا المجال خاصة فيما يتعلق ببرامج السكن وكذا الطرقات والتي تدخل ضمن مخططات التنمية والإنعاش الاقتصادي، والجدول رقم(03) يوضح ذلك:

جدول رقم (03): تطورات تعداد المؤسسات المقاولاتية حسب قطاعات النشاط المهيمنة فترة 2001-2011.

| 2011   | 2010   | 2009   | 2008   | 2007   | 2006   | 2005   | 2004   | 2003   | 2002   | 2001   |                                 |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------------------------------|
| 135752 | 129762 | 122238 | 111978 | 100250 | 90702  | 80716  | 7998   | 71292  | 68940  | 61241  | البناء و<br>الأشغال<br>العمومية |
| 4006   | 3806   | 3642   | 3599   | 3401   | 3186   | 2947   | 2468   | 1945   | 1820   | 1798   | الزراعة و<br>الصيد<br>البحري    |
| 1956   | 1870   | 1775   | 16650  | 1565   | 1450   | 1350   | 1309   | 1245   | 1198   | 1155   | الطاقة و<br>المناجم             |
| 63890  | 61228  | 58803  | 56568  | 53579  | 50586  | 48185  | 44125  | 40391  | 34958  | 30813  | الصناعة                         |
| 186157 | 172653 | 159444 | 147582 | 135151 | 123782 | 112644 | 111132 | 101980 | 100542 | 100219 | الخدمات                         |

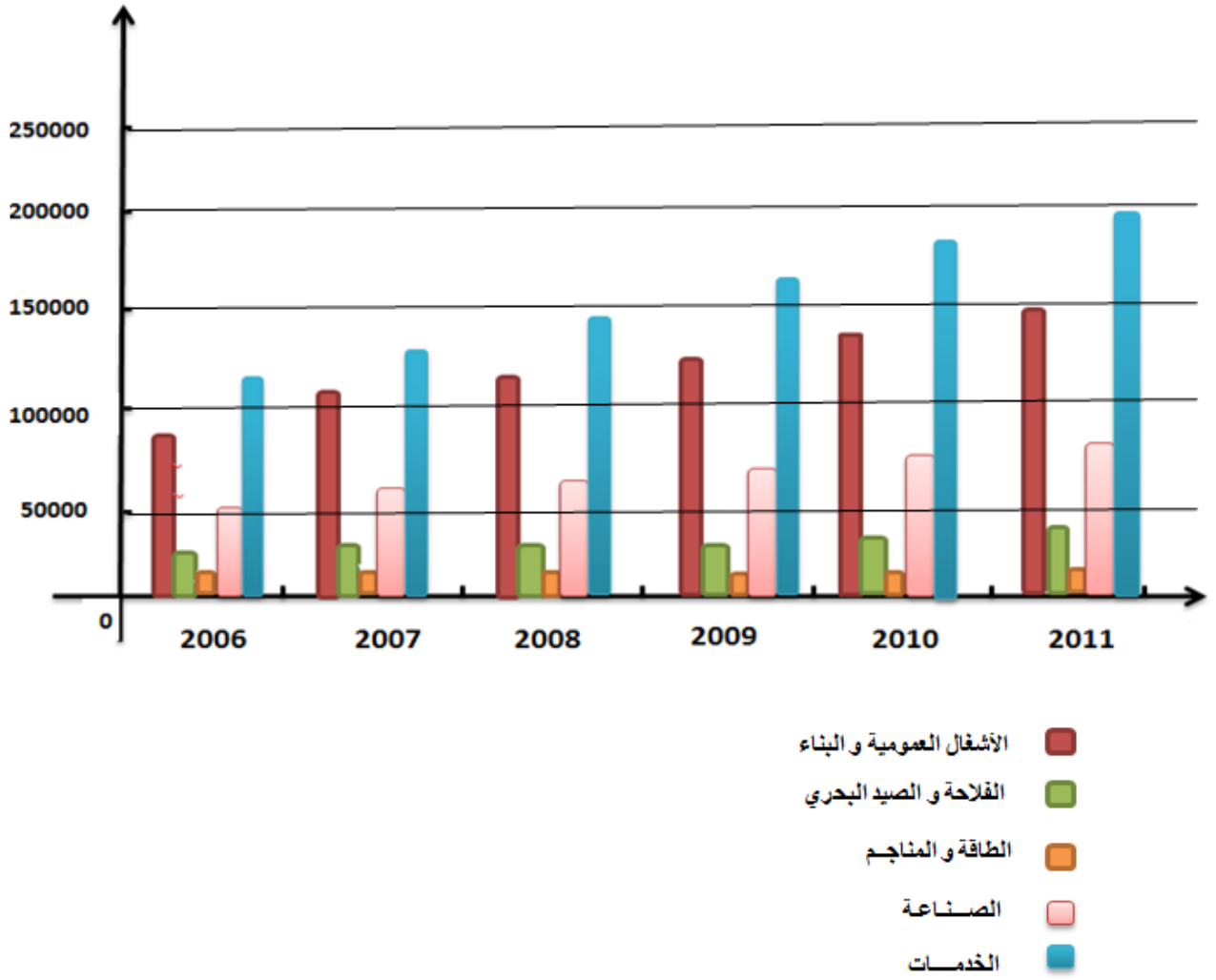
المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على نشرات وزارة الصناعة والمناجم الخاصة بالسنوات 2001-2018 يمكن توضيح الجدول السابق من خلال الشكلين التاليين

شكل رقم (04): توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب قطاعات النشاط المهيمنة لفترة 2001-2005



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على معطيات الجدول السابق

شكل رقم (05): توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب قطاعات النشاط المهيمنة لفترة 2001-2011



المصدر: من إعداد الطلبة بناء على معطيات الجدول السابق

من خلال معطيات الجدول رقم (03): والشكلين السابقين نلاحظ زيادة لتعداد المؤسسات المقاولاتية سنة بعد سنة في جميع القطاعات ، ويمثل قطاع الخدمات الصادرة بنسبة 45 % من مجموع المؤسسات المقاولاتية ، خاصة فيما يتعلق الأمر بخدمات التجارة والتوزيع وكذا خدمات النقل والمواصلات وخدمات العائلات حيث أنشأت خلال الفترة 2001-2011 ما يقارب 85938 مؤسسة ليصل إلى حدود 186157 في 2011 بعد أن كان 100219 في سنة 2009، و يليه بعد ذلك قطاع البناء والأشغال العمومية بنسبة 34 % والذي شهد إنعاشا هو الآخر ويعود ذلك إلى سياسة الدولة الراغبة في تدارك التأخر الموجود على مستوى هذا القطاع لاسيما مشاريع السكن والعمران والطرق مما شجع قيام المقاولات الخاصة نظرا لضخامة حجم المشاريع المسجلة في إطار برامج الإنعاش الاقتصادي

-أما الصناعة ( وأهمها الصناعات الغذائية ) فبنسبة 18.5 % ، أما الزراعة والصيد البحري فهي لا تمثل سوى نسبة ضئيلة مقارنة بباقي الأنشطة وعلى الرغم من الحركة الكبيرة التي يشهدها قطاع المؤسسات المقاولاتية في مختلف فروع النشاط ، إلا أنها لا تخرج عن نطاق التمركز في بعض الفروع الرئيسية كالأشغال العمومية وبعض الخدمات ، ويمكن أن يعود السبب في ذلك إلى احتكار المؤسسات الكبرى لبعض النشاطات المحورية والسيادية في الدولة على غرار قطاع الطاقة والمحروقات .

**ثانياً: تطورات تعداد المؤسسات المقاولاتية حسب قطاعات النشاط المهيمنة لفترة 2012-2018**  
الجدول التالي يبين توزيع المؤسسات المقاولاتية حسب أهم القطاعات المهيمنة في الفترة 2012-2018:

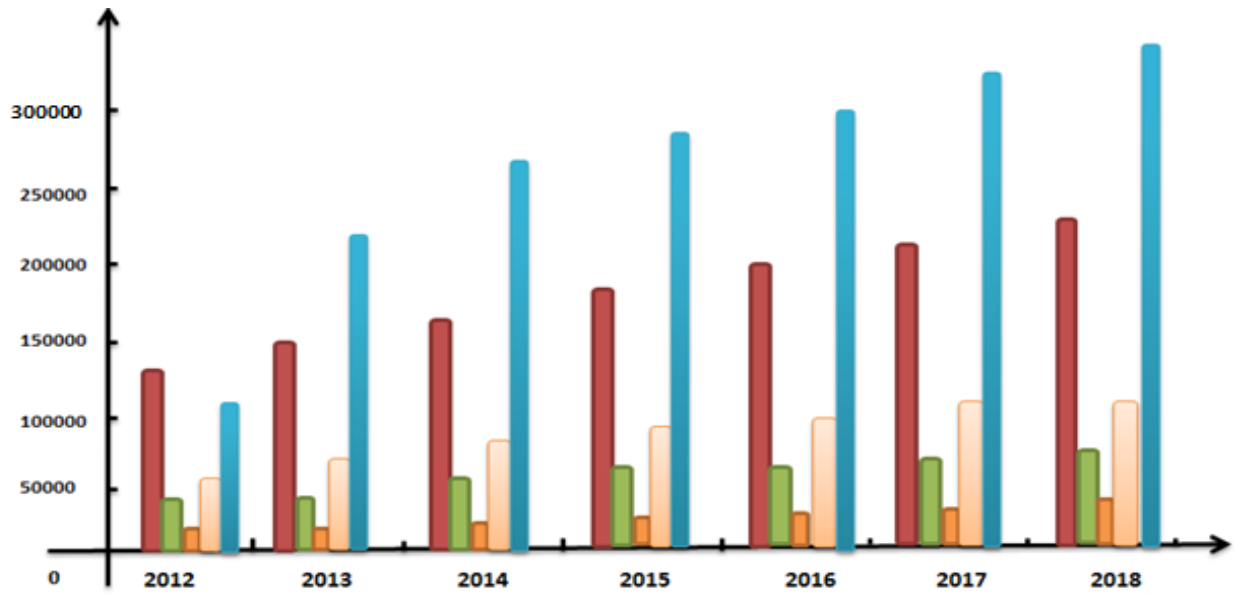
جدول رقم (04): تطورات تعداد المؤسسات المقاولاتية حسب قطاعات النشاط المهيمنة لفترة 2012-2018

| 2018   | 2017   | 2016   | 2015   | 2014   | 2013   | 2012   |                          |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------------------------|
| 182477 | 177727 | 169124 | 168557 | 159775 | 150910 | 142222 | الأشغال العمومية والبناء |
| 6877   | 6476   | 7024   | 5625   | 5038   | 4616   | 4277   | الزراعة وصيد البحري      |
| 2936   | 2846   | 2713   | 2639   | 2439   | 2259   | 2052   | الطاقة والمناجم          |
| 97728  | 94888  | 92275  | 83701  | 78108  | 70373  | 67517  | الصناعة                  |
| 338201 | 316114 | 298692 | 277379 | 259622 | 228592 | 104049 | الخدمات                  |

Source: bulletin d'information statistique de la PME de ministère de l'industrie et des mines 2012-2018.

يمكن توضيح جدول رقم (04) من خلال الشكل رقم (06) كالتالي:

الشكل رقم (06): توزيع المؤسسات المقاولاتية حسب قطاعات النشاط المهيمنة 2012-2018



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على معطيات الجدول السابق

شهدت هذه الفترة استمرار زيادة تعداد المؤسسات المقاولاتية بنفس الوتيرة تقريبا وفي نفس القطاعات المهيمنة في السنوات السابقة ( الفترة المدروسة سابقا) والتي تضمنت بداية البرنامج الوطني التأهيلي 2010-2014 الذي خصص له مبلغ مالي قدره بأكثر من 380 مليار دج والذي هدف إلى إنشاء 200 ألف مؤسسة مقاولاتية جديدة. وعليه وحسب الجدول والشكل البياني السابقين نلاحظ استمرار تزايد تعداد المؤسسات المقاولاتية وهيمنة قطاع الخدمات متضمنا خدمات التجارة بالدرجة الأولى وخدمات النقل والمواصلات وخدمات العائلات ، وبلغت الزيادة خلال هذه الفترة المدروسة 32% ، يليه مباشرة قطاع البناء والأشغال العمومية الذي انتعش هو الآخر جراء برامج التنمية والبناء وفك العزلة ليأتي بعد ذلك قطاع الصناعة والتي تضمن الصناعات الغذائية بالدرجة الأولى، وباقي القطاعات فتشهد تزايد بطيئا كقطاع الفلاحة والصيد البحري ويعود ذلك إلى تباينه الجوهري أي من منطقة إلى أخرى فنجد نشاط الصيد مثلا مقتصرًا على المناطق الساحلية فقط .

### 1-3- تطورات توزيع المؤسسات المقاولاتية حسب المناطق

#### أولا: توزيع المؤسسات المقاولاتية حسب المناطق لفترة 2001-2011

- يمكن توضيح توزيع المؤسسات المقاولاتية من خلال الجدول التالي:

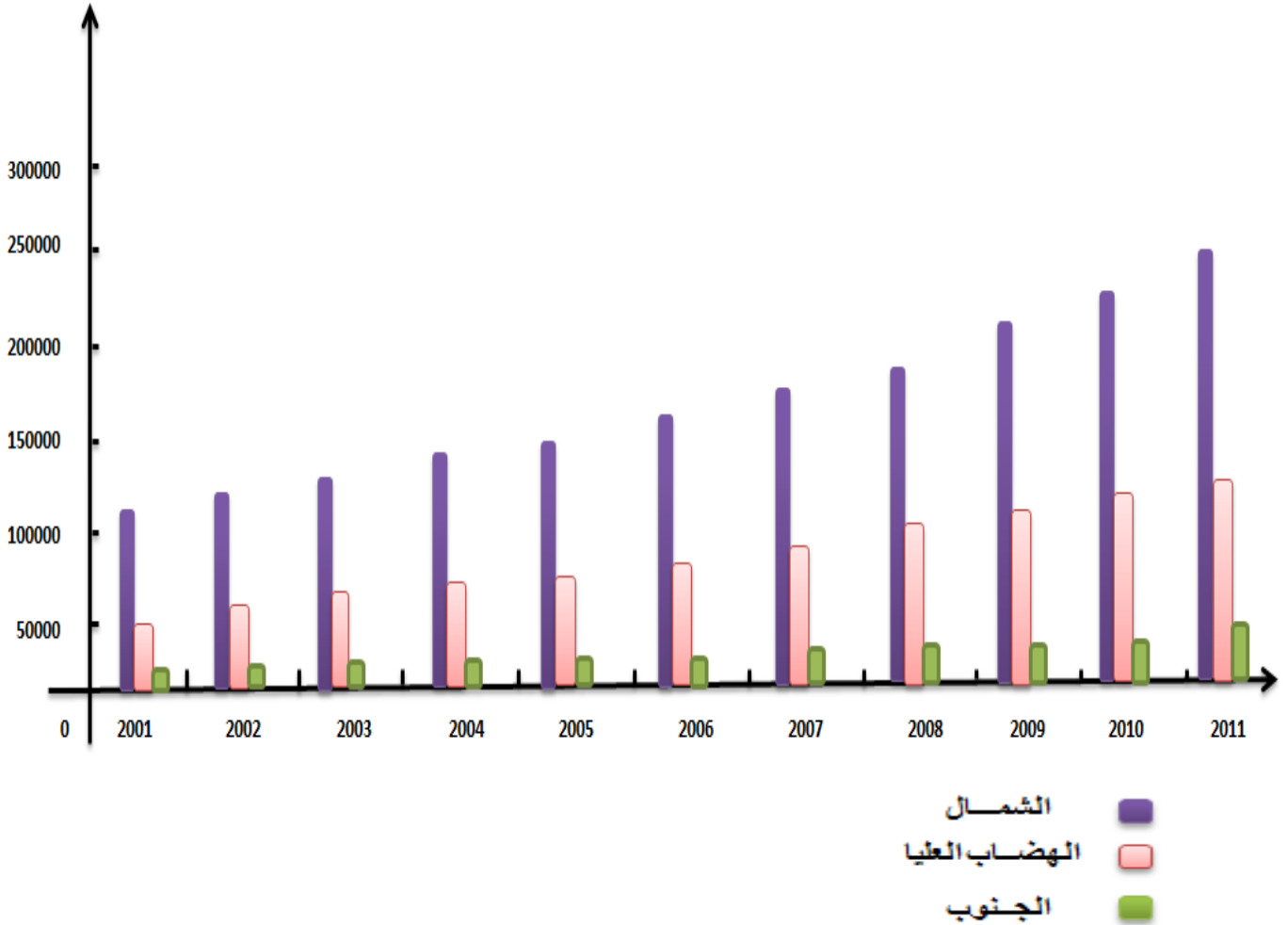
#### جدول رقم (05): توزيع المؤسسات المقاولاتية حسب المناطق فترة 2001-2011

| 2011   | 2010   | 2009   | 2008   | 2007   | 2006   | 2005   | 2004   | 2003   | 2002   | 2001   |                 |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-----------------|
| 232664 | 214728 | 205875 | 193483 | 177730 | 153492 | 149964 | 145321 | 139854 | 136932 | 128821 | الشمال          |
| 119146 | 109981 | 105085 | 96345  | 87666  | 80072  | 72076  | 70091  | 68914  | 63245  | 53214  | الهضاب<br>الغيا |
| 39951  | 36659  | 34960  | 31550  | 28550  | 26242  | 23802  | 21945  | 20042  | 19854  | 17997  | الجنوب          |

Source:bulletin d'information statistique de la PME de ministère de l'industrie et des mines 2012-2018.

يمكن توضيح الجدول رقم(05) السابق من خلال الشكل رقم(07) التالي:

شكل رقم(07): توزيع المؤسسات المقاولاتية حسب المناطق فترة 2001-2011



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على معطيات الجدول السابق

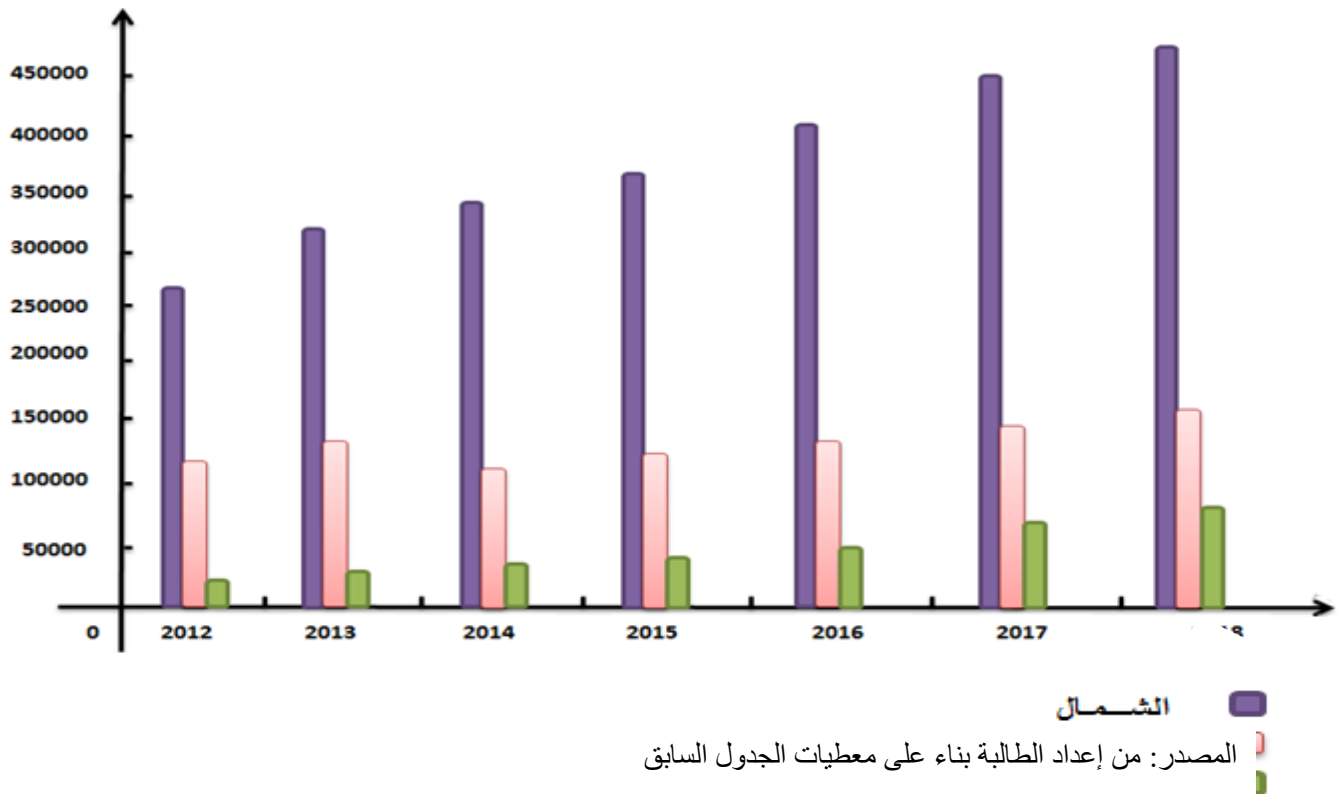
من خلال الجدول رقم(05) والشكل البياني رقم(07) تبين أن المؤسسات المقاولاتية في الجزائر تتركز بكثرة في مناطق محددة دون غيرها من المناطق الأخرى فهي تتوزع على 10 ولايات بنسبة تفوق النصف من إجمالي تعداد المؤسسات الكلي بينما يتوزع الباقي على 38 ولاية المتبقية، وتتركز المؤسسات المقاولاتية أساسا في المناطق الشمالية من الوطن حيث بلغ عدد المؤسسات 232664 مؤسسة سنة 2011 حيث تتوزع على المدن الكبرى ومن أمثلها: الجزائر، وهران، تيزي وزو، بجاية، تيبازة، بومرداس، البليدة، قسنطينة، عنابة، تليها منطقة الهضاب العليا التي سجلت 119146 مؤسسة ثم تأتي منطقة الجنوب سجلت 39951 مؤسسة، ويرجع هذا إلى وجود حركية كبيرة ونشاط اقتصادي واسع في منطقة الشمال إلى جانب ارتفاع الكثافة السكانية فيها بخلاف مناطق الهضاب العليا والجنوب.

**ثانيا: توزيع المؤسسات المقاولاتية حسب المناطق فترة 2012-2018**  
**جدول رقم (06): توزيع المؤسسات المقاولاتية حسب المناطق فترة 2012-2018.**

| 2018   | 2017   | 2016   | 2015   | 2014   | 2013   | 2012   |               |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------------|
| 489932 | 459143 | 401231 | 361160 | 344405 | 262423 | 248985 | الشمال        |
| 149557 | 133842 | 126051 | 114116 | 108912 | 134960 | 128136 | الهضاب العليا |
| 60702  | 57093  | 50104  | 45599  | 43672  | 44581  | 42816  | الجنوب        |

Source: bulletin d'information statistique de la PME de ministère de l'industrie et des mines 2012-2018.

يمكن توضيح الجدول رقم (06) السابق من خلال الشكل رقم (08) التالي:  
شكل رقم (08): توزيع المؤسسات المقاولاتية حسب المناطق فترة 2012-2018



أيد تعداد المؤسسات المقاولاتية بنفس الوتيرة تقريبا مع هيمنة المنطقة الشمالية من

الوطن.

من خلال الجدول والشكل البياني السابقين نلاحظ وجود اختلال في التوازن من حيث التوزيع للمؤسسات المقاولاتية عبر المناطق حيث تحتل المنطقة الشمالية المرتبة الأولى من حيث تمركز هذه المؤسسات، لتحتل الهضاب العليا المرتبة الثانية في حين يحتل الجنوب المرتبة الثالثة، ويتضح من الجدول أن المؤسسات

المقاولاتية نهاية 2018 قد بلغت 489932 مؤسسة وتليها منطقة الهضاب العليا ب 149557 مؤسسة لتحتل جهة الجنوب المرتبة الأخيرة بتعداد 60702 مؤسسة .

## 2- مساهمة المؤسسات المقاولاتية في زيادة الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات

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

## 1-2- علاقة تطور تعداد المؤسسات المقاولاتية وتطور الصادرات خارج قطاع المحروقات خلال الفترة 2001-2018

إن توزيع مصادر الثروة من أهم ميزات المؤسسات المقاولاتية التي تعمل على خلق التميز والإضافة غير أن واقعها في الجزائر مناقض تماما لما هو منتظر منه.

## أولا : تطور تعداد المؤسسات المقاولاتية وتطور قيمة الصادرات خارج قطاع المحروقات خلال الفترة 2001-2011

يوضح الجدول التالي العلاقة التي تربط تطور المؤسسات المقاولاتية والصادرات خارج قطاع المحروقات خلال الفترة 2001-2011 :

## جدول رقم (07): تطورات تعداد المؤسسات المقاولاتية والصادرات خارج قطاع المحروقات للفترة 2001-2011

الوحدة: مليون دولار أمريكي

| السنوات | تعداد المؤسسات المقاولاتية | نسبة التطور % | تطور المحروقات | التطور % |
|---------|----------------------------|---------------|----------------|----------|
| 2001    | 179893                     | 12.78         | 648.26         | 5.92     |
| 2002    | 261863                     | 45.97         | 758.53         | 17.01    |
| 2003    | 288587                     | 10.21         | 672.61         | 11.33-   |
| 2004    | 312954                     | 8.45          | 758.76         | 12.89    |
| 2005    | 342788                     | 9.53          | 907.24         | 19.57    |
| 2006    | 376767                     | 10            | 1185           | 21.5     |
| 2007    | 410959                     | 9             | 1309           | 9.5      |
| 2008    | 519526                     | 20            | 1893           | 30       |
| 2009    | 625069                     | 13.07         | 1232           | 50-      |
| 2010    | 619072                     | 0.96-         | 1369           | 10       |
| 2011    | 659309                     | 6.5           | 2163           | 36       |

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على إحصائيات وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات التقليدية والوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (ALGEX).

من خلال الجدول والشكل السابقين أعلاه نلاحظ أن هناك تباين في تطور تعداد المؤسسات المقاولاتية والصادرات خارج قطاع المحروقات فنلاحظ على سبيل المثال نمو المؤسسات المقاولاتية بين سنتي 2001 و 2002 قدر ب 45.57% مقابل ذلك نمو الصادرات خارج المحروقات بنسبة 17.01% ولكن بين سنتي 2002 و 2003 نلاحظ نمو المؤسسات المقاولاتية قد أصبح 10.21% مقابل ذلك نمو الصادرات خارج المحروقات أصبح بنسبة- 11.33% وبالتالي هذا التباين يفسر بأن قطاع المؤسسات المقاولاتية مازال متوجه نحو التنمية المحلية.

كذلك الملاحظ في الجدول أعلاه أن تطور تعداد المؤسسات المقاولاتية بالمقارنة مع تطورات تعداد الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات لها تأثير يمكن أن يوصف بالطفيف حيث تطور خلال فترة 2005-2011 تعداد المؤسسات المقاولاتية بما يقارب 316521 مؤسسة، بما نسبته 50%، كما عرفت

الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات تطورا يمكن أن يوصف بالبطيء خلال نفس الفترة بما نسبته 57% دون إهمال التراجع بين عامي 2008 و2009 ، وهو ما يعكس وجود علاقة ترابط طردية لكن ضعيفة بين تطور تعداد المؤسسات المقاولاتية والصادرات خارج قطاع المحروقات ، ومن أهم أسباب ذلك في هذه الفترة الاهتمام الكبير بهذه المشروعات بداية الألفيات فقط ، خاصة ما يعرف بالقانون التوجيهي سنة 2001.

**ثانياً: تطور تعداد المؤسسات المقاولاتية وتطور قيمة الصادرات خارج المحروقات خلال الفترة 2012-2018.**

يوضح الجدول التالي العلاقة التي تربط تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصادرات خارج قطاع المحروقات خلال الفترة 2012-2018:

**جدول رقم (08): يمثل تطور تعداد المؤسسات المقاولاتية والصادرات خارج قطاع المحروقات لفترة 2012-2018.**

| السنوات | تطور المؤسسات المقاولاتية | نسبة التطور % | الوحدة: مليون دولار أمريكي |        |
|---------|---------------------------|---------------|----------------------------|--------|
|         |                           |               | تطور المحروقات             | تطور % |
| 2012    | 687386                    | 5.53          | 1878                       | 40-    |
| 2013    | 747934                    | 8.5           | 1011                       | 85-    |
| 2014    | 820738                    | 9             | 1370                       | 40     |
| 2015    | 896811                    | 8.5           | 2335                       | 41     |
| 2016    | 1014075                   | 11.5          | 1391                       | 61-    |
| 2017    | 1074503                   | 5.3           | 1367                       | 11-    |
| 2018    | 1093170                   | 4.2           | 877                        | 71-    |

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على إحصائيات وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات التقليدية والوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (ALGEX).

من خلال إحصائيات الجدول والشكل السابقين أعلاه فإن الأمر لا يختلف كثيرا عن الفترة السابقة من الدراسة من حيث تطور تعداد المؤسسات المقاولاتية من سنة لأخرى حيث بلغت نسبة التطور من سنة 2012-2018 إلى 62% أي بوتيرة أكثر من وتيرة الفترة السابقة من الدراسة في حين عرفت الصادرات خارج قطاع المحروقات تقهقرا واضحا حيث لم تتجاوز الـ 7% طوال سنوات الدراسة بل انخفضت بما نسبته 85% ما بين سنتي 2012 و2013 بالرغم من ارتفاع عدد المؤسسات المقاولاتية بنسبة 8.5% في نفس الفترة وهذا ما يؤكد تراجع وعدم استمرار فعالية المؤسسات المقاولاتية في التصدير الكلي وخارج قطاع المحروقات وكذا فشل مخططات الحكومة في الدفع بهذه المشروعات نحو التجارة الخارجية بشكل فعال خلال السنوات الأخيرة.

## 2-2 توجه المؤسسات المقاولاتية والصادرات خارج قطاع المحروقات.

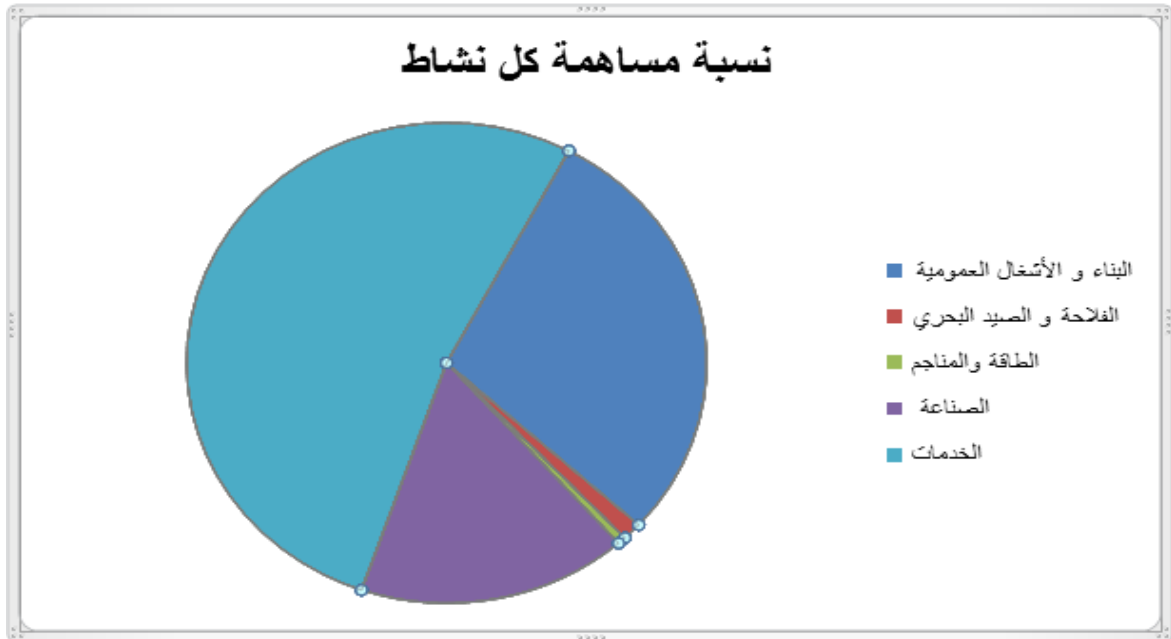
يمثل إنتاج (منتجات) المؤسسات المقاولاتية محدودية واضحة ويظهر ذلك من خلال الجدول رقم (09) التالي:

**جدول رقم (09): توجهات قطاع المؤسسات المقاولاتية والصادرات خارج قطاع المحروقات سنة 2018.**

| قطاعات نشاط المؤسسات المقاولاتية | البناء والأشغال العمومية | الزراعة والصيد البحري  | الطاقة والمناجم | الصناعة                | الخدمات    |
|----------------------------------|--------------------------|------------------------|-----------------|------------------------|------------|
| نسبة هيمنة كل نشاط               | 29%                      | 1.2%                   | 0.53%           | 16.80%                 | 52.47%     |
| توزيع الصادرات خارج المحروقات    | منتجات نصف مصنعة         | منتجات التجهيز الصناعي | سلع غذائية      | سلع التصدير غير غذائية | منتجات خام |
| نسبة كل إنتاج                    | 72.75%                   | 2.5%                   | 10%             | 0.75%                  | 14         |

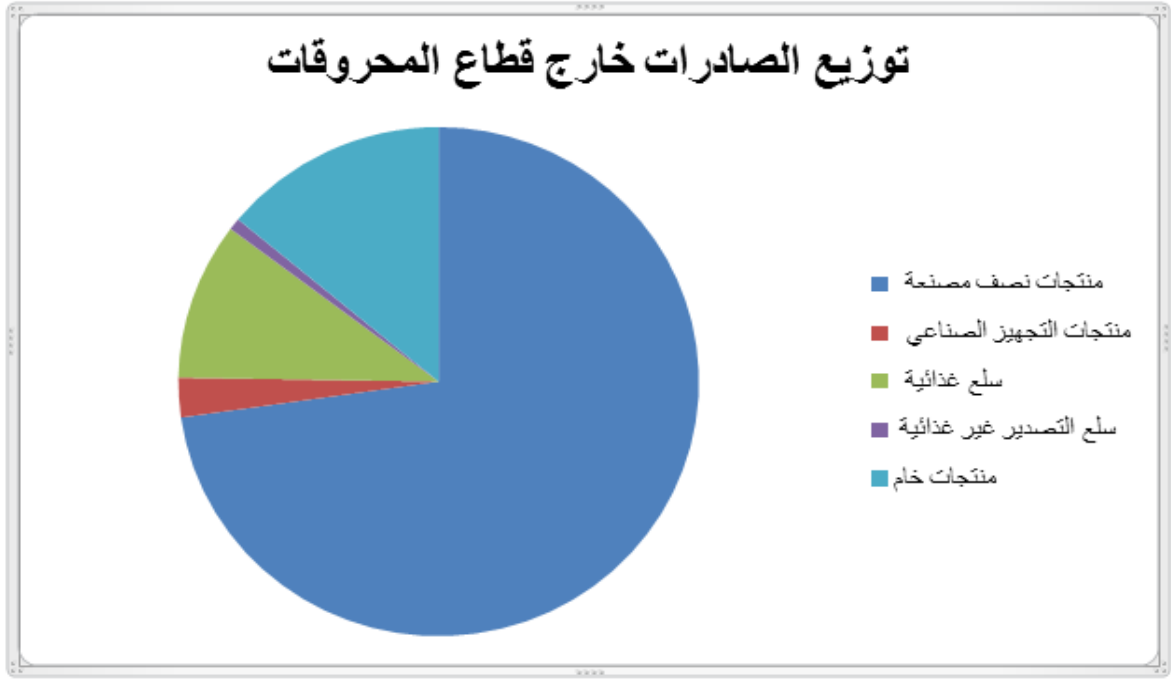
المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على إحصائيات وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات التقليدية والوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (ALGEX).

يمكن توضيح الجدول رقم (09) السابق من خلال الشكلين 12 و 13 التاليين:  
شكل رقم (12) : يمثل نسبة هيمنة كل قطاعات نشاط المؤسسات المقاولاتية



المصدر: من إعداد الطلبة بناء على معطيات الجدول

الشكل رقم (13): يمثل توزيع الصادرات خارج قطاع المحروقات



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على معطيات

من خلال إحصائيات الجدول والشكلين السابقين أعلاه نلاحظ أن التباين الكبير الحاصل للمؤسسات المقاولاتية وضالة تطور الصادرات خارج قطاع المحروقات وبناء على معطيات الجداول السابقة فقد اخترنا إدراج هذا العنصر لتوضيح مساهمة المؤسسات المقاولاتية الجزائرية في زيادة التصدير خارج قطاع المحروقات ، ومن خلال الجدول أعلاه الذي يوضح قطاعات الأنشطة التي تهيمن عليها المؤسسات المقاولاتية والتوزيع السلعي لأهم الصادرات خارج قطاع المحروقات لسنة 2018 يمكن ملاحظة ما يلي :

\* تمثل المنتجات نصف المصنعة ما نسبته 72.75% حيث تتكون في مجملها من مشتقات البترول كالزيوت البترولية والمواد الآتية من تقطير النفط.

\* منتجات التجهيز الصناعي تشكل ما نسبته 2.5% حيث تتمثل في منتجات تحويل الحديد والرصاص والنحاس.

\* تمثل السلع الغذائية نسبة ضئيلة حيث تقدر صادراتها ب 10% وتتمثل في سلع زراعية كسكر القصب أو الشمندر والتمور والعجائن ومشتقاتها وبعض العصائر والمشروبات الغازية .

\* كما تمثل سلع التصدير غير الغذائية نسبة ضئيلة جدا حيث تقدر ب0.75% وتتمثل في بعض أسلاك التوصيل وآلات الغسل أما صادرات المنتجات الخام فتتمثل في الفوسفات وبعض الجلود المدبوغة.

مما سبق تبين توجهات نشاط المؤسسات المقاولاتية فهي دائما متوجهة بشكل كبير نحو قطاع الخدمات أي بنسبة 52.47%، ويلبها قطاع البناء والأشغال العمومية بنسبة 29% وهي القطاعات البعيدة كل البعد عن التصدير وهو ما يفسر ضعف وهامشية التصدير خارج قطاع المحروقات في الجزائر بسبب تركيز هذه المشروعات في قطاعات محلية النشاط فقط ؛حيث تبقى مساهمة المؤسسات المقاولاتية في زيادة التصدير محصورة في ثلاث قطاعات وبنسب شبه منعدمة في قطاع الصناعة والذي بدوره يتمثل في الصناعات الغذائية المتجسدة في العجائن والعصائر والمشروبات ، وقطاع الفلاحة والصيد البحري الذي تتمثل منتجاتها في الخضر والفواكه والجلود ،أما القطاع الآخر فيتمثل في الطاقة والمناجم حيث يتجسد دور المؤسسات المقاولاتية في بعض الصناعات الاستخراجية وذلك بسبب هيمنة المؤسسات الكبرى .

في الأخير نستخلص أن مساهمة المؤسسات المقاولاتية الجزائرية في زيادة التصدير خارج قطاع المحروقات جد ضعيفة ومحدودة حيث تمثل نسبة مجهرية وتتركز في قطاعات محلية النشاط كالخدمات والبناء والأشغال العمومية وهذا ما يجعلها بعيدة عن التجارة الخارجية وفي نفس الوقت تعيق دخولها عالم التصدير،بالإضافة إلى وجود عدة مشاكل ومعوقات تواجهها.

- مما سبق يتم رفض فرضية الدراسة التي تنص على أن: " إن المقاولاتية تساهم بزيادة معتبرة في الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات" ، حيث أثبتت الدراسة على أن المقاولاتية تساهم بزيادة ضعيفة ومحدودة في الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات.

### 3- المشاكل والمعوقات التي تواجه المؤسسات المقاولاتية للتصدير في الجزائر

لمعرفة الأسباب والمشاكل التي تعيق المؤسسات المقاولاتية أو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في خوض غمار التصدير إلى الخارج، تم إجراء مقابلة غير الهاتف مع مسؤول في وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات التقليدية والوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (ALGEX). نظرا لظروف العمل في ظل انتشار جائحة كوفيد 19 ، اكتفينا بطرح السؤال التالي :  
ما هي أهم المشاكل والمعوقات التي تواجه المؤسسات المقاولاتية أو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية للتصدير في الجزائر؟

فكانت الإجابة كالتالي:

أوضحت مختلف الدراسات والإحصائيات على وجود انحرافات وعدم تحقيق الأهداف المسطرة، التي سعت لتحقيقها الدولة الجزائرية لزيادة وترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات بواسطة دعم المؤسسات المقاولاتية أو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، حيث تبقى تعاني من عدة مشاكل ومعوقات دون وصولها للتصدير بالشكل المنتظر وعليه سنورد أهم وأبرز هذه المشاكل في التالي:

#### أولا: غياب التشجيع الكافي والدعم المعنوي

نظرا لعدم الاهتمام و التشجيع الكافي للابتكارات و المبادرات الفردية التي يقوم غالبية الشباب خصوصا خريجي الجامعات من أصحاب المؤسسات المقاولاتية و كذلك عدم توفير الدعم و الحماية الفكرية، فهذا من نجاحها و في نفس الوقت يعرضها للفشل و الاندثار و الهجرة في أغلب الأحيان .

#### ثانيا: المشاكل التنظيمية والإدارية

تؤثر المحسوبية و الرشوة و الفساد الإداري و البيروقراطية على مجمل المعاملات الإدارية والتنظيمية في الجزائر، وحيث يثبط من عزيمة المستثمرين و يحد من قدرات المؤسسات المقاولاتية بصفة خاصة والمؤسسات الاقتصادية بصفة عامة ، والذي يتطلب إنشائها عدة تعقيدات وتراخيص وموافقات ويمكن إرجاع ذلك إلى صعوبة الإجراءات الإدارية والتنفيذية والتماطل فيها يتعلق بقبول المشروع ، زيادة على التباطؤ في إدراج النصوص القانونية والتشريعية تحكم آليات التصدير والمنافسة وكذا المعاملات التجارية وشروط ممارسة الأنشطة الاستغلالية، بالرغم من إجراءات الحكومة في التخفيف من الأعباء الضريبية و الجبائية وتنشيط الصندوق الخاص بترقية الصادرات، إلى جانب غياب استراتيجية تصديرية بعيدة المدى.

#### ثالثا : مشاكل الدعم اللوجستي

تتطلب عملية تصدير أي منتج معين مرونة بين مختلف مراحل العملية التصديرية وهذا ما يتناقض مع الواقع من حيث خدمات التخزين ، المناولة ، النقل، حيث يعاني و يشكو العديد من المصدرين من محدودية طاقات الشحن وخير مثال على ذلك عجز الحكومة عن التصدير التمور بصفة مستمرة .

#### رابعا : مشاكل التمويل والدعم المالي

يعتبر الشق المالي جوهر الانطلاقة في أي مشروع وباعتبار غالبية المؤسسات المقاولاتية في الجزائر ذي ملكية خاصة، فإن المشكلة الكبيرة تتمثل في حصولها على التمويل اللازم باعتبار رداءة الخدمات المصرفية وصعوبة الحصول على القروض وارتفاع أسعار الفائدة المرتبطة بها وكذا التسيير البيروقراطي المتقشي في البنوك العمومية ، وغياب المرافقة البنكية ، إلى جانب افتقار أصحاب المؤسسات المقاولاتية إلى الخبرات التسيير المالي مما يتطلب مخاطرة أكبر .

#### خامسا: مشاكل المنتجات المستوردة

كما تتصف و تعرف السوق الجزائرية تدفقا فوضويا للسلع الأجنبية بمعنى غياب الحماية للمنتج المحلي حيث تستورد المنتجات غالبا ما يوجد جنيس لها محليا خاصة ما تعلق الأمر بالسلع الصناعية والتي تكون بمواصفات عالمية وبأسعار تنافسية مما يرهن نجاح واستمرار المؤسسات المقاولاتية في التسويق لمنتجاتها خاصة وانعدام الثقة في المنتج المحلي من طرف المستهلك الجزائري .

#### سادسا : غياب سياسة سعرية تنافسية

من أجل نجاح المؤسسة في ترويجها لمنتج معين لا بد من أن يتركز على سياسة سعرية تنافسية وهذا ما يتناقض مع الواقع الجزائري، حيث تعرف المنتجات الجزائرية ارتفاعا كبيرا مقارنة بنظيرتها من الدول الأجنبية بسبب عدم استفادتها من عنصر اقتصاديات الحجم وعدم استغلالها العقلاني لطاقت الإنتاج كما يرجع هذا إلى تبعية مدخلاتها للخارج فيما يتعلق بالمواد الأولية .

#### سابعاً: غياب الخبرة التسويقية

تعاني المؤسسات المقاولاتية في الجزائر من عدم الإلمام بمبادئ التسويق حيث تفتقد الوعي التسويقي وكذا نقص الكفاءات، وفقدان الخبرة في هذا المجال وذلك لانعدام مجلس إدارة مسوقين فعالين وكوادر بشرية مؤهلة باعتبار بساطة الهيكل التنظيمي لهذه المشروعات، إضافة إلى ذلك غياب الدورات التكوينية في هذا المجال وكذا غياب حس وثقافة التصدير، كما تفتقد هذه المشروعات إلى الدراسات المتعلقة بجوانب السوق لصعوبة وعدم وجود شبكة للمعلومات، كما هذا ساهم في جعل المنتجات الجزائرية تعجز عن إيجاد موضع قدم لها ضمن الأسواق الدولية .

#### ثامنا : عدم مطابقة المنتج المحلي للمواصفات الدولية

إن اعتماد المؤسسات المقاولاتية في الجزائر على معدات بسيطة وتكنولوجيا غير متطورة إلى جانب افتقادها لعنصر النوعية و الجودة و الإتقان وكذا القيود البيئية، يحد بشكل كبير من مزاياها التنافسية في الأسواق الدولية، كما أن معظم الدول المتعاملة مع الجزائر في إطار اتفاقيات وعقود البيوع الدولية تطبق بعض الشروط والمواصفات ( مثل الاتحاد الأوربي) حيث عدم توفرها لا تسمح باستيراد هذا المنتج مما يجعله موجه للسوق المحلية .

## الخلاصة

من خلال دراستنا لهذا الجانب التطبيقي يتضح لنا التطور الكبير للمؤسسات المقاولاتية في الجزائر خلال الفترة المدروسة، حيث تطورت بنسب ملحوظة دون إهمال حالة اللاتوازن في توزيعها الجهوي والنشاطي، كما تعرفنا على تطور الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات خلال نفس الفترة ومساهمة المؤسسات المقاولاتية في زيادتها وتنميتها حيث تتركز في قطاعات يمكن أن توصف بمحلية النشاط حيث يقف في وجه دخولها عالم التصدير مع وجود عدة مشاكل وعراقيل تحد من إمكانية تحقيقها للأهداف المنتظرة منها .

# الختامة

## الخاتمة

من خلال دراستنا النظرية والتطبيقية، حاولنا التعرف على المقاولاتية ومساهمتها في زيادة الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات، باعتبار ان المشروعات المقاولاتية أو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أصبحت تلعب دورا كبيرا في مختلف اقتصاديات دول العالم، وكذا الفعالية الكبيرة وقدرتها على خلق التميز والإضافة والتأقلم مع نشاطها في ظل الظروف والتغيرات الطارئة وكذا الدولية، من أجل تدعيم التصدير الذي يمثل قاطرة النمو الاقتصادي لأي بلد.

رغم الاهتمام والدعم الكبيرين التي تتمتع به المشروعات المقاولاتية أو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من قبل الدولة الجزائرية، إلا أنها مازالت دون المستوى المطلوب منها، بالرغم من توفير المناخ الملائم لها ودفعها نحو التطور وذلك من خلال عدة وسائل ومخططات، غير أن فعاليتها وقدرتها على المساهمة الفعلية في زيادة الصادرات خارج قطاع المحروقات لم تحقق الأهداف المطلوبة والمنتظرة وذلك نتيجة مجموعة من العراقيل والمشاكل التي تعيق عملها، لذا ينبغي على القائمين بهذا القطاع تبني سياسة واضحة المعالم تأخذ في طياتها إصلاحات جذرية لتتجاوز المشاكل والعراقيل التي تؤثر على المشروعات المقاولاتية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتحد من قدرتها على المنافسة وهو ما يؤثر سلبا على مساهمتها في زيادة الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات.

### أولا : نتائج الدراسة

إن أهم النتائج التي تم التوصل إليها نوردها في التالي :

\* أثبتت الدراسة على أن المقاولاتية تساهم بزيادة ضعيفة ومحدودة في الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات؛

\* تعاني الصادرات الجزائرية إشكالية التبعية لقطاع المحروقات فهي مهيمنة بشكل شبه كلي، بالرغم من مختلف الجهود المبذولة لترقيتها بالاعتماد على المؤسسات المقاولاتية أو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في زيادة الصادرات خارج قطاع المحروقات، حيث لم تساهم بالشكل المنتظر منها ويبقى إنتاجها موجه لسوق المحلية بشكل كبير؛

\* ترتبط الصادرات ارتباطا وثيقا بالنمو الاقتصادي فهي محرك لنموه وهذا ما يعكس الاهتمام الكبير بها في الفكر الاقتصادي على مر الزمن؛

\* بدأ قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر يساهم في الصادرات، إلى أنها تعتبر ضئيلة مقارنة بالصادرات الإجمالية وهذا رغم الإجراءات والمحفزات والهيكل التي تدعم المؤسسات المصدرة والتي تفكر في التصدير والدليل على هذا وجود عدة برامج؛

\* يعرف توزيع المؤسسات المقاولاتية أو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تذبذبا واختلالا كبيرا من حيث التوزيع الجهوي في الجزائر حيث تتركز معظمها في الجهة الشمالية من الوطن فيما تتركز بنسبة متوسطة في الهضاب العليا، أما منطقة الجنوب فتعرف تمرزا ضعيفا، أما فيما يخص توجهات نشاطها، فهي تتوجه بكثرة نحو أنشطة الخدمات، إذ هذا القطاع مهيم من أكبر من نصف تعداد الإجمالي للمؤسسات، تليها مؤسسات البناء والأشغال العمومية بما يقارب الثلث؛

\* تواجه المؤسسات المقاولاتية أو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية مجموعة من المعوقات والمشاكل التي تعيق تصديرها ومن أهمها غياب الدعم اللوجستي والدعم المالي وكذا إشكالية غياب الخبرات التسويقية.

### ثانيا: الاقتراحات

أخيرا يمكن تقديم جملة من الاقتراحات والتوصيات لمخططي السياسات الاقتصادية نذكر منها:

\* تعزيز اتفاقيات وبرامج التعاون سواء الثنائية أو الإقليمية، حتى تتمكن المؤسسات المقاولاتية أو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من الدخول في الأسواق الخارجية والاستفادة من التجارب الدولية في هذا المجال؛

\* تقديم الدعم المالي وتسهيل الإجراءات التمويلية والاهتمام بإجراء الدورات التدريبية والتسويقية لأصحاب المؤسسات المقاولاتية أو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خاصة في مجال التسويق والتسيير؛

\* غرس ثقافة التصدير لتشجيع تدويل نشاط المؤسسات المقاولاتية أو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وحثها على إنتاج منتجات تنافسية يمكن أن توجه للأسواق العالمية وذلك عن طريق التغطية التأمينية المناسبة والحوافز الضريبية والجبائية المناسبين؛

## الخاتمة

- \* تشجيع إنشاء وتوفير الشركات المتخصصة في تسويق وتصدير منتجات المشروعات الصغيرة والمتوسطة لتوفير تمويل ذاتي لها؛
- \* ضرورة الاهتمام بإنشاء شبكة متكاملة من المعلومات المرتبطة بالتصدير حتى يتمكن المصدر من الاطلاع على كافة تطورات الأسعار العالمية ومن ثم رسم خطة تصديرية ؛
- \* غرس ثقافة التسويق الدولي لدى مسيري المؤسسات باعتبارها أبرز العوامل المؤثرة في توجه المؤسسة نحو التصدير، من خلال إقامة دورات تدريبية لها؛
- \* الاستعمال المكثف للإنترنت والتقنيات الحديثة للإعلام والاتصال لتمكين المؤسسة من التفوق ، خاصة في مجال التسويق الإلكتروني .

### ثالثا: آفاق الدراسة

- بعد دراسة مختلف الجوانب التي ترتبط بمساهمة المؤسسات المقاولاتية أو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في زيادة الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات، فإننا نعتقد أن الموضوع يتسع لإشكاليات أخرى جديرة بالبحث والدراسة نورد منها:
- دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنويع الصادرات الجزائرية ؛
  - إشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر ؛
  - دور الحوافز الجبائية والضريبية في ترقية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

# المراجع

### أولاً: المراجع باللغة العربية

#### أ – الكتب :

1. بشار لزهل و جارديت جونز، (2010)، الإدارة الاستراتيجية "مدخل متكامل" ، الطبعة الأولى ، دار المريخ للنشر و التوزيع ،الرياض ، المملكة العربية السعودية .
2. جعفر عبد الله موسى إدريس، (2013)، الإدارة الاستراتيجية ، الطبعة الأولى ، دار ناشرون و مكنتبات خوارزم العلمية ،عمان، الأردن .
3. زكية مقري و نعيمة يحيوي ، (2015)، التسويق الاستراتيجي ، الطبعة الأولى ، دار الراية للنشر والتوزيع ،عمان، الأردن.
4. مجدي عوض مبارك، (2009)، الريادة في الأعمال، الطبعة الأولى، عالم الكتب الحديث، عمان، الأردن.
5. محمد مدحت غربي، (2002)، الواردات والصادرات والتعريفات الجمركية مع دراسة للسوق العربية المشتركة، الطبعة الأولى، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، مصر.
6. محمد عبد الرزاق، (2011)، الاقتصاد المصرفي والتصدير ، الطبعة الأولى، الدار الجامعية للنشر والتوزيع ،عمان، الأردن .
7. عادل عبد المهدي، (2007)، الموسوعة الاقتصادية، الطبعة الأولى، الدار الجامعية الإسكندرية، مصر.
8. /- فريد النجار،(2008)، التصدير المعاصر و التحالفات الاستراتيجية ، الطبعة الأولى، الدار الجامعية ،الإسكندرية، مصر.
9. رابح خوني ورقبة حساني،(2008) ، المؤسسات الصغيرة و مشكلات تمويلها ، الطبعة الأولى، إيتراك للنشر والتوزيع ،بسكرة ، الجزائر .
10. الضمور هاني حامد،(2004) ، التسويق الدولي ، الطبعة الثانية ، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان ، الأردن .
11. غول فرحات،(2008) ، التسويق الدولي مفاهيم و أساس النجاح في الأسواق العالمية ، الطبعة الأولى، دار الخلدونية للنشر و التوزيع ،الجزائر .

#### ب – الرسائل والأطروحات :

12. بداوي سفيان ، (2015) ، ثقافة المقالة لدى شباب الجزائري المقاول، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص علوم الاجتماع التنمية البشرية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان ، الجزائر .
13. بن دبدب عبد الرشيد، (2003)، تنظيم وتطوير التجارة الخارجية حالة الجزائر، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر 02، الجزائر.
14. بن طيرش عطاء الله،(2017) ، تعزيز الميزة التنافسية للصادرات خارج المحروقات في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية ،جامعة عماري ثليجي الأغواط ، الجزائر.
15. الجودي محمد على ،(2015)، نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي ، أطروحة مقدمة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة ، الجزائر .
16. حمشة عبد الحميد،(2013)، دور تحرير التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج المحروقات في ظل التطورات الراهنة، دراسة حالة الجزائر ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، اقتصاد دولي، جامعة محمد خيضر ، بسكرة، الجزائر.
17. لخلف عثمان،(2004)، واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وسبل دعمها وتنميتها حالة الجزائر، رسالة دكتوراه، غير منشورة ،جامعة الجزائر 03، الجزائر.
18. سليمة سلام،(2004) ، ثقافة المؤسسة والتغيير ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ،كلية علوم الاقتصاد والتسيير الجامعة الجزائرية ،الجزائر .
19. قاسمي الأخضر،(2014)، أثر الصادرات غير النفطية على النمو الاقتصادي في الجزائر دراسة مستقبلية حول تنويع الاقتصاد الجزائري ،مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية،كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر.

### ج - الملتقيات :

20. بلقاسم ماضي و عبير حفيفي، (05أفريل2010)، ثقافة المؤسسة و المقاولاتية، مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول المقاولاتية، جامعة بسكرة، الجزائر.
21. وصاف سعدي (20/21/20أفريل2004)، نحو استراتيجية تسويقية فعالة في قطاع التصدير، ورقة عمل مقدمة في الملتقى الوطني حول الصادرات الاقتصادية في الجزائر والممارسة التسويقية، المركز الجامعي بشار، الجزائر.
22. يحيوي مفيدة، (6/7/8أفريل2010)، إنشاء مؤسسة مقاولاتية، مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول المقاولاتية، التكوين و فرص الأعمال، كلية علوم الاقتصاد و التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر.
23. محمد بن دليم القحطاني، (2007)، كيف يمكن التعرف على مدى جاهزية المؤسسات العربية لتصدير منتجاتها إلى الأسواق العالمية، الملتقى العربي الخامس في التسويق الدولي المنعقد في تونس، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، الجزائر.
24. عوادي مصطفى، (2011)، الملتقى الوطني حول إشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر.
25. العربي يتقوي، (03أفريل2010)، دور حضانات الأعمال في بناء القدرة التنافسية في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة كنموذج للمقاولاتية، مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول المقاولاتية التكوين و خوض الأعمال.
26. خذري توفيق وحسين طاهر، (2013)، المقاول كخيار فعال لنجاح المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الجزائرية المسارات و المحددات، مداخلة ضمن الملتقى الوطني حول واقع و آفاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر، جامعة الوادي، الجزائر.

### د- المجالات :

27. أبو بكر صكري وسمير محمد جلاب و علي شطة، (2017)، واقع التعليم المقاولاتي في الجزائر الإنجازات و الطموحات، مجلة اقتصاديات المال و الأعمال، العدد 4، الجزائر.
28. وديع عدنان محمد و وديع عدنان، (2003)، القدرة التنافسية و قياسها، مجلة التنمية، العدد 24، المعهد العربي للتخطيط، الجزائر.
29. لفقيه حمزة، (2015)، دور التكوين في دعم المقاولاتية لدى الأفراد، جامعة برج بوعريريج، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 12، المجلد 01، الجزائر.
30. مجدوب بحوص وعمار كريس، (2017)، استراتيجية الذكاء الاقتصادي للاستدامة المقاولاتية مع الإشارة لحالة الجزائر، مجلة اقتصاديات المال و الأعمال العدد 21، الجزائر.
31. سليمان بوفاسة و موسى سعداوي، (2015)، أهمية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الحد من مشكلة البطالة دراسة عن ولاية المدية، مجلة علوم الاقتصاد و التسيير و التجارة جامعة الجزائر، العدد 31، الجزائر.

### هـ- المواقع الإلكترونية:

32. [www.freefandatio.be](http://www.freefandatio.be).

33. [www.algex.dz](http://www.algex.dz).

34. [www.difaf.fourmactif/montada.com](http://www.difaf.fourmactif/montada.com).

### ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

Catherine Leger (1997), le profil du créateur d'entreprise, edition l'harmattan, Canada..35

Alain Fayolle, (2004), entrepreneuriat, dunod, paris, France.. 36

# المُلخَص

## المخلص :

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على مساهمة المقاولاتية في زيادة الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات، حيث تم اختيار المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كأحد الركائز التي سوف يعتمد عليها للرفع من الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات، أي خلق قطاع تصديري يعتمد على سلع مصنعة عوض الاعتماد على مواد استخراجية خام .

الجزائر وعلى غرار العديد من الدول النامية اهتمت بهذه المشروعات ، قصد زيادة وترقية صادراتها خارج قطاع المحروقات وتنويعها ومنه فإن ضرورة البحث عن بدائل تنموية خيار لا مفر منه ، خاصة مع استمرار أزمة انخفاض أسعار البترول.

ركزت دراستنا على تحليل إحصائيات ومعطيات خاصة بهذا الموضوع؛توصلت نتائج هذه الدراسة إلى أن : المقاولاتية متمثلة في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تساهم في زيادة الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات ولكن بنسبة ضئيلة مقارنة بالصادرات الإجمالية حيث لم تساهم بالشكل المنتظر منها لأسباب وعراقيل ومشاكل ادارية وغيرها أدت إلى استحالة تصديرها.

كما خلصت الدراسة إلى جملة من الاقتراحات : ضرورة فتح فروع للهيئات التي تدعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال التصدير عبر كافة التراب الوطني، غرس ثقافة التسويق الدولي لدى مسيري المؤسسات الصغيرة والمتوسطة باعتبارها أبرز العوامل المؤثرة في توجه المؤسسة نحو التصدير من خلال إقامة دورات تدريبية لها .

**الكلمات المفتاحية:** المقاولاتية، الصادرات خارج قطاع المحروقات، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

## Abstract:

This study is aimed to shed light on the contribution of entrepreneurship in increasing the exports of Algeria outside hydrocarbons, where the small and medium companies were chosen as one of the pillars that will depend on it to increase Algerian exports outside hydrocarbons. Moreover, creating an export sector based on manufactured goods rather than relying on raw extractive materials. Like many developing countries, Algeria devoted attention to these projects to increase and promote its exports outside hydrocarbons and diversify it. Hence, the need to search for developmental alternatives is an unavoidable choice; especially, with the continuing crisis of low oil prices.

Furthermore, this research focused on the analysis of Statistics and data about the subject matter. The results of this study have come to the conclusion that: Enterprises in the small and medium-sized enterprise sector contribute to an increase in Algerian exports outside the fuel sector, but only slightly compared to total exports, as they did not contribute as expected for reasons, obstacles, and administrative problems, etc. that made





# الفهر س

| فهرس المحتويات |  |
|----------------|--|
| الصفحة         | العنوان  |
|                | الاستهلال  |
|                | شكر و تقدير  |
|                | الإهداء  |
| أ - د          | مقدمة  |
|                | <b>الجانب النظري : مدخل نظري حول المقاولاتية والصادرات</b> |
| 06             | تمهيد  |
| 07             | 1 - ماهية المقاولاتية                                      |
| 07             | 1-1 تعريف المقاولاتية                                      |
| 08             | 2-1 مصطلحات ذات علاقة بالمقاولاتية                         |
| 08             | أولا : الثقافة المقاولاتية                                 |
| 09             | ثانيا : روح المقاولاتية                                    |
| 09             | ثالثا : العملية المقاولاتية                                |
| 10             | رابعا : المقاول المؤسسة                                    |
| 11             | 3-1 أهمية و دور المقاولاتية                                |
| 11             | أولا : أهمية المقاولاتية                                   |
| 12             | ثانيا : دور المقاولاتية                                    |
| 13             | 4-1 ماهية المقاول  |
| 13             | أولا : تعريف المقاول                                       |
| 14             | ثانيا : خصائص المقاول                                      |
| 14             | 2- مدخل نظري حول الصادرات                                  |
| 14             | 1-2 تعريف التصدير  |
| 15             | 2-2 أهمية التصدير  |

|    |  |  |
|----|--|--|
| 16 | 3-2 أهداف التصدير  |  |
| 16 | أولا : الأهداف المرتبطة بالاستراتيجية التجارية   |  |
| 17 | ثانيا : الأهداف المرتبطة بالجانب المالي  |  |
| 17 | ثالثا : الأهداف المرتبطة بتحسين شروط الإنتاج   |  |
| 17 | 4-2 أنواع التصدير و أولويات لإنجاحه  |  |
| 17 | أولا: أنواع التصدير  |  |
| 19 | ثانيا : الأولويات لإنجاح التصدير   |  |
| 21 | 5-2 عوامل نجاح التصدير   |  |
| 21 | أولا: التزام الإدارة المشرفة   |  |
| 21 | ثانيا: الدعم المادي  |  |
| 21 | ثالثا: التعاقد مع خبراء التصدير  |  |
| 21 | رابعا: القدرة الإنتاجية  |  |
| 21 | خامسا: متطلبات جودة السلعة   |  |
| 22 | سادسا: طرق و منهجية التسويق  |  |
| 23 | 6-2 محددات التصدير   |  |
| 23 | أولا: المشاكل الرسمية  |  |
| 23 | ثانيا: المشاكل الداخلية  |  |
| 24 | ثالثا : المشاكل خارجية   |  |
| 24 | 3 – دور المقاولاتية في ترقية الصادرات  |  |
| 24 | 1-3 مساهمة المقاولاتية في تنمية الصادرات   |  |
| 27 | الخلاصة  |  |
|    | <b>الجانب التطبيقي</b>   |  |
| 29 | تمهد   |  |
| 30 | 1 – دراسة إحصائية تحليلية لتطور عدد المؤسسات المقاولاتية في الجزائر                                  |  |
| 30 | 1-1 تطور تعداد المؤسسات المقاولاتية في الجزائر خلال الفترة (2001-2018)                               |  |
| 32 | 2-1 تطور تعداد المؤسسات المقاولاتية حسب قطاعات النشاط المهيمنة                                       |  |
| 32 | أولا: تطور تعداد المؤسسات المقاولاتية حسب قطاعات النشاط المهيمنة خلال فترة (2001-2011)               |  |
| 35 | ثانيا: تطورات تعداد المؤسسات المقاولاتية حسب قطاعات النشاط المهيمنة خلال الفترة (2012-2018)          |  |
| 37 | 3-1 تطورات وتوزيع المؤسسات المقاولاتية حسب المناطق   |  |
| 37 | أولا: توزيع المؤسسات المقاولاتية حسب المناطق لفترة (2001-2011)                                       |  |
| 37 | ثانيا: توزيع المؤسسات المقاولاتية حسب المناطق لفترة (2012-2018)                                      |  |
| 40 | 2 - مساهمة المؤسسات المقاولاتية في زيادة الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات                      |  |
| 40 | 1-2 علاقة تطور تعداد المؤسسات المقاولاتية وتطور الصادرات خارج قطاع المحروقات خلال الفترة (2001-2018) |  |
| 40 | أولا: تطور تعداد المؤسسات المقاولاتية و قيمة الصادرات خارج قطاع المحروقات خلال الفترة (2001-2011)    |  |
| 41 | ثانيا: تطور تعداد المؤسسات المقاولاتية و قيمة الصادرات خارج قطاع المحروقات خلال الفترة (2011-2018)   |  |

|    |   |  |  |
|----|---|--|--|
| 42 | 2-2 توجه المؤسسات المقاولاتية و الصادرات خارج قطاع المحروقات      |  |  |
| 46 | 3 – المشاكل و المعيقات التي تواجه المؤسسات المقاولاتية في التصدير |  |  |
| 46 | أولاً: المشاكل التنظيمية و الإدارية                               |  |  |
| 46 | ثانياً: مشاكل الدعم المالي  |  |  |
| 46 | ثالثاً: مشكلة الدعم اللوجستي                                      |  |  |
| 46 | رابعاً: إشكالية المنتجات المستوردة                                |  |  |
| 47 | خامساً: غياب الخبرة التسويقية                                     |  |  |
| 47 | سادساً : غياب سياسة سعرية تنافسية                                 |  |  |
| 47 | سابعاً : عدم مطابقة المنتج المحلي مع المواصفات العالمية           |  |  |
| 47 | ثامناً: غياب الدعم المعنوي و التشجيع                              |  |  |
| 48 | الخلاصة   |  |  |
| 50 | الخاتمة   |  |  |
| 53 | المراجع   |  |  |
| 57 | الملخص  |  |  |
| 60 | الفهرس  |  |  |