

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

ميدان: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم
التسيير

فرع: العلوم التجارية

تخصص: مالية وتجارة دولية.



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم
التسيير.

قسم العلوم التجارية.

رقم:

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي

إعداد الطالبة: فاطمة زهرة مزراق

تحت عنوان

إمكانية ترقية الصادرات في الجزائر للخروج من التبعية لقطاع

المحروقات

دراسة تحليلية للفترة 2010-2019

لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة محمد بوضياف - المسيلة	د.
مشرفا ومقررا	جامعة محمد بوضياف - المسيلة	د. قليل نبيل
مناقشا	جامعة محمد بوضياف - المسيلة	د.

السنة الجامعية: 2020/2019 م.



شكر وتقدير



بعد إتمام هذا العمل، لا يسعني إلا أن أحمد الله عز وجل، على أن أمدني بالقوة والصبر على مواصلة هذه الدراسة وإتمامها، وأتقدم بجزيل الشكر وعظيم التقدير إلى كل من ساهم من بعيد أو من قريب في إخراج هذا العمل إلى النور، وأخص بالذكر الأستاذ الفاضل الدكتور "قليل نبيل"، الذي تفضل بالإشراف على هذه المذكرة ولم يبخل علي بنصائحه وتوجيهاته، التي كانت لي نعم السند طوال مدة إعداد الدراسة كما لا أنسى كل من ساهم معي من بعيد أو قريب في أداء هذا العمل.

الطالبة: فاطمة زهرة مزراق





أهدي هذا العمل إلى سر النجاح والفلاح

إلى التي حملتني وهنا على وهن ووفرت لي شروط الراحة التامة

أمي العزيزة حفظها الله

إلى الذي كان سببا في حياتي وفيما وصلت إليه

أبي كان الله معه

إلى رفقاء الدرب الذين كانوا بمثابة إخوتي، زملائي وأصدقائي الأعزاء

إلى من جمعتني بهم الحياة في ذاكرتي ولم تسعهم مذكرتي وغرسوا في قلبي ولم

ينسهم قلبي

إلى كل هؤلاء وبأسمى معاني الوفاء أهدي هذا العمل.

الطالبة: فاطمة زهرة مزراق

الصفحة	فهرس المحتويات
-	الشكر والتقدير
-	الإهداء
I	فهرس المحتويات
III	قائمة الجداول
IV	قائمة الأشكال
أ-هـ	مقدمة
	الفصل الأول: الإطار العام للتجارة الخارجية والصادرات.
8	المبحث الأول: ماهية التجارة الخارجية.
8	المطلب الأول: مفهوم وأهمية التجارة الخارجية.
11	المطلب الثاني: نظريات التجارة الخارجية.
16	المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في التجارة الخارجية.
17	المبحث الثاني: الصادرات مفاهيم واستراتيجيات.
18	المطلب الأول: مفهوم التصدير أهميته وطرقه.
22	المطلب الثاني: مؤشرات تنافسية الصادرات.
24	المطلب الثالث: استراتيجية تنمية الصادرات والبيئة الخارجية له.
28	المبحث الثالث: أثر التجارة الخارجية على الصادرات.
28	المطلب الأول: العلاقة بين الصادرات والتجارة الخارجية.
29	المطلب الثاني: الآثار الاقتصادية للتجارة الخارجية.
	الفصل الثاني: تجارب دولية رائدة في مجال تنمية الصادرات.
35	المبحث الأول: استراتيجية التوغل في الأسواق الخارجية.
35	المطلب الأول: طرق التصدير الى الخارج.
38	المطلب الثاني: برامج تنمية الصادرات.
40	المطلب الثالث: العقبات التي تواجه الصادرات في الدول النامية.
42	المبحث الثاني: تجربة سنغافورة في تنمية الصادرات.
42	المطلب الأول: واقع اقتصاد سنغافورة.
43	المطلب الثاني: واقع الصادرات في دولة سنغافورة.
44	المطلب الثالث: العوامل التي أدت نجاح اقتصاد سنغافورة.

47	المبحث الثالث: التجربة التركية في تنمية الصادرات.
47	المطلب الأول: واقع الاقتصاد التركي.
48	المطلب الثاني: واقع الصادرات التركية.
51	المطلب الثالث: العوامل التي أدت الى نجاح اقتصاد تركيا.
	الفصل الثالث: واقع الصادرات خارج المحروقات في الجزائر
57	المبحث الأول: إجراءات ترقية الصادرات خارج المحروقات
57	المطلب الأول: الإطار القانوني والتأميني
59	المطلب الثاني: الإطار المؤسسي والتنظيمي
60	المطلب الثالث: الهيئات الداعمة للتصدير في الجزائر
65	المبحث الثاني: واقع قطاع التصدير خارج المحروقات في الجزائر
65	المطلب الأول: تطور قيمة صادرات الجزائر خلال الفترة (2010-2019)
68	المطلب الثاني: الهيكل السلي للصادرات الجزائرية
70	المطلب الثالث: التوزيع الجغرافي للصادرات الجزائرية
72	المبحث الثالث: الحلول الممكنة للعراقيل التي تواجه الصادرات الجزائرية
72	المطلب الأول: المشاكل والصعوبات على المستوى الاقتصادي
74	المطلب الثاني: المشاكل والصعوبات على المستوى السياسي
75	المطلب الثالث: آفاق تنمية وتشجيع قطاع الصادرات خارج المحروقات
86	الخاتمة
91	قائمة المراجع والمصادر
-	الملخص

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
12	نظرية التكاليف المطلقة	01
13	نظرية المزايا النسبية	02
44	تطور قيمة الصادرات لدولة سنغافورة خلال الفترة (2013-2019)	03
49	تطور قيمة الصادرات لدولة تركيا خلال الفترة (2013-2019)	04
50	التوزيع السلعي للصادرات التركية	05
66	تطور قيمة الصادرات في الجزائر خلال الفترة (2010-2019)	06
68	التوزيع السلعي للصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات (2010-2018)	07
70	التوزيع الجغرافي للصادرات الجزائرية خلال الفترة (2016-2017)	08

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
19	عملية التصدير المباشر	01
44	تطور قيمة الصادرات في سنغافورة للفترة (2013-2019)	02
49	تطور قيمة الصادرات في تركيا للفترة (2013-2019)	03
68	تطور قيمة الصادرات في الجزائر للفترة (2010-2019)	04
69	التوزيع السلعي للصادرات في الجزائر للفترة (2010-2018)	05
71	التوزيع الجغرافي للصادرات في الجزائر للفترة (2010-2018)	06

مقدمة

تلعب التجارة الخارجية دورا هاما في تفعيل اقتصاديات الدول وذلك من خلال ما تقوم به من إسهامات في عملية التنمية الاقتصادية وزيادة معدلات الناتج الوطن وهذا بدعم التوسع وتشجيع الرغبات الاستهلاكية بين دول العالم من خلال عمليات الاستيراد والتصدير.

واعتبرت الصادرات قاطرة للتنمية الاقتصادية وعامل من عوامل ازدهار البلدان استنادا إلى مقولة أكبر الاقتصاديين آدم سميث: " إن ثراء الدول مبني على تطوير الصادرات و فقرها مبني على اعتمادها على الواردات" ، حيث يعتبر هذا الأخير من أهم المؤشرات التي تفرق بين تقدم الدول وتخلفها، حيث يعمل التصدير على تحقيق أقصى درجات التصنيع والنمو ويرتبط بتحقيق التخصيص الأمثل للموارد الاقتصادية المتاحة للمجتمع، الأمر الذي يسرع من عملية التنمية الاقتصادية وهو على هذا النحو يحتل أهمية كبيرة في مجال بناء و إصلاح الهيكل الاقتصادي للدولة.

وبما أن الجزائر جزء من هذا المحيط فقد عملت على تحرير تجارتها الخارجية لمواكبة عملية الاندماج الدولي وقد تزامنت مع الإصلاحات الهيكلية العميقة التي شرعت فيها الجزائر بحجة الانفتاح على الخارج لتحقيق الإنعاش الاقتصادي و إزالة التشوهات البنوية العالقة بالاقتصاد الوطني في جانبيه الداخلي والخارجي والجزئي والكلي، وهذا ما يتجلى من خلال الترسانة القانونية لتمكين المؤسسات من النمو في ظل نظام منفتح لضمان عملية النجاح في التنمية الاقتصادية وذلك لترقية الصادرات خارج المحروقات تحسبا للأزمات المالية الدولية التي تنعكس سلبا على أسعار المحروقات.

1_ إشكالية الدراسة:

مع المكانة التي تحتلها التجارة الخارجية في المعاملات الاقتصادية الدولية وكذلك في تطوير قطاع الصادرات، ومع تزايد التوجه نحو حرية التجارة للإسراع في عملية الاندماج العالمي خصوصا للجزائر ومع انتهاج الدولة لعدة سياسات وإجراءات لمواكبة هذا التوجه لترقية الصادرات خارج المحروقات على غرار الخوصصة وترقية الاستثمار الأجنبي المباشر وتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وإصلاح النظام القانوني والمؤسستي في هذا المجال. يطرح الإشكال الآتي:

ما هو واقع الصادرات في الجزائر؟ وماهي سبل ترقيتها؟

التساؤلات الفرعية:

- _ ما هي مقومات التجارة الخارجية؟ وكيف تؤثر على اتجاه الصادرات؟
- _ كيف نجحت دول رائدة مثل سنغافورة وتركيا في ترقية صادراتها؟
- _ ما وضع التصدير خارج قطاع المحروقات في الجزائر؟ وما آفاق تشجيعه وتنميته؟

2_ فرضيات الدراسة:

للإجابة على التساؤلات السابقة اعتمدنا على الفرضيات التالية:

- _ تقوم التجارة الخارجية على عدة نظريات تبحث في دراسة وتحليل المشكلة الاقتصادية في إطارها الدولي، وفي أسس التبادل التجاري، كما أنها تأثر على عملية التصدير من خلال المساهمة في تحفيز النمو وزيادة الإنتاج وتنشيط مختلف العمليات الاقتصادية.
- _ نجحت دول رائدة مثل سنغافورة وتركيا في ترقية الصادرات، بسبب الإرادة السياسية التي تجسدت في وضع سياسات فعالة جعلت منها دولا منتجة ومصدرة للمنتجات المصنعة، بعدما كانت دولا نامية منتجة ومصدرة للمواد القاعدية.
- _ على الرغم من المجهودات التي تبذلها الحكومة الجزائرية في تقليص التبعية لقطاع المحروقات، إلا أنها باءت بالفشل الذريع ولم تكفل بالنجاح المنشود، وهذا بسبب غياب إرادة سياسية قائمة على ترقية الصادرات خارج المحروقات.

3_ أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى:

- _ إبراز الدور المهم الذي تلعبه الصادرات في حماية الاقتصاد الوطني من أي أزمات مستقبلية تنتج عن انهيار أسعار البترول.
- _ إيجاد حلول للمشاكل والعراقيل التي يعاني منها الاقتصاد الوطني من أجل النهوض بقطاع الصادرات خارج المحروقات.

4_ أهمية الدراسة:

تكتسي هذه الدراسة أهميتها من خلال الضرورة الملحة لإعادة هيكلة قطاع الصادرات الوطنية، بما يضمن ويوفر مكانة مهمة لمختلف القطاعات والتي بدورها ستضمن تنويع مصادر الدخل الوطني ومن ثم عدم الاعتماد الكلي على مداخل المحروقات التي تعتبر مورد طاقي غير متجدد، وهي الحقيقة التي وعتها الدولة وتعمل على تجسيدها.

5_ منهج الدراسة:

اعتمدنا في هذه الدراسة على **المنهج الوصفي التحليلي**، نظرا لكونه يتماشى مع هذه الدراسة من خلال تحليل مجموعة من الجداول والبيانات الواردة فيها، بما يساعد على تكوين نتائج دقيقة تسمح ببناء قاعدة متينة للانطلاق في البحث عن الحلول والعلاجات المناسبة للتحويل من اقتصاد ريعي إلى اقتصاد مصدر، بالإضافة إلى ذلك استعملنا **منهج دراسة الحالة** من خلال الإشارة إلى حالة الاقتصاد الجزائري على وجه الخصوص.

6_ حدود الدراسة:

تم إنجاز هذه الدراسة ضمن الحدود التالية:

- ✓ حدود مكانية: دراستنا لهذه الحالة في دولة الجزائر.
- ✓ حدود زمانية: تمتد فترة الدراسة لهذا الموضوع ما بين الفترة (2010_2019).

7_ أسباب اختيار الموضوع:

يعود سبب اختيارنا لموضوع هذا البحث لعلاقته الوثيقة بالواقع الاقتصادي في الجزائر في ظل التطورات الاقتصادية العالمية الراهنة، وذلك في ظل سعي الدولة الجزائرية إلى بناء اقتصاد متنوع وقوي نتيجة التقلبات التي تشهدها أسعار النفط، حيث برزت الحاجة إلى معرفة الطاقات التصديرية خارج المحروقات في القطاع الصناعي بالنظر إلى ضالة نسبة الصادرات الصناعية لإجمالي الصادرات وما يشكله هذا الأمر من خطر على الاقتصاد الوطني.

8_ الدراسات السابقة:

لقد تم الاطلاع على عدد من الدراسات والأبحاث والكتب ذات العلاقة بالموضوع قيد الدراسة، أو ذات العلاقة ببعض يمكن إيجاز أهمها في حدود اطلعنا فيما يلي:

✓ دراسة وصاف سعدي، أثر تنمية الصادرات الغير نفطية على النمو الاقتصادي في البلدان النامية، الحوافز والعوائق، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2004.

تطرق فيها لدور الصادرات في العملية التنموية بالإضافة إلى الإشارة إلى أسباب تبني العديد من الدول النامية لاستراتيجية التصنيع من أجل النمو بهدف تنمية الصادرات غير النفطية، كما ناقشت الدراسة نظام الحوافز ومدى فعاليته في تشجيع وتنمية الصادرات، وخلصت الدراسة أن الأساليب المتبعة في تسويق التصدير من أسباب تدني قيمة الصادرات غير النفطية الجزائرية، بالإضافة إلى تأثير العوامل الخارجية في عدم القدرة على الوصول إلى الأسواق الخارجية بالنسبة للدول محل الدراسة (مصر، السعودية، الجزائر).

✓ دراسة إيزام خالد، ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر. (الإجراءات، الوسائل، الأهداف)، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2006

تطرق فيها إلى إبراز توجه سياسة التصدير من خلال المبادلات الهادفة لترقية الصادرات خارج المحروقات كأهم الوسائل والإجراءات المطروحة، من خلال برنامج إنعاش وترقية هذه الصادرات من قبل الدولة، إلا أنه لاحظ أنها تبقى غير كافية وهذا نظرا لنقص بعض الجوانب الاقتصادية والتي تعتبر ضرورية لترقية قطاع التصدير.

✓ دراسة رشيد يوسف، سياسة التصدير كأداة للتقويم الهيكلي، حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة وهران، 2008

تطرق فيها إلى ضرورة إصلاح هياكل الإنتاج والاستثمار لترقية التصدير، وتعزيز تواجد المنتجات الجزائرية داخل الأسواق العالمية، كما تعرض الباحث فيها لعنصر تصحيح السياسات التجارية كآلية لترشيد الواردات وترقية الصادرات الصناعية، كم خلصت الدراسة إلى ضرورة تنويع القطاع التصديري في ظل أحادية التصدير بحيث أن صحة التنمية في الجزائر مرتبطة بقوة وكثافة المنتجات المصدرة خارج المحروقات.

9_ موقع الدراسة من الدراسات السابقة:

ما يميز دراستنا عن الدراسات السابقة، قمنا بتقييم الصادرات في الجزائر بعد تراجع أسعار المحروقات، بالإضافة إلى مختلف الصعوبات والعراقيل التي تواجه هذا القطاع، وأهم السياسات التي انتهجتها الدولة للولوج لهذا القطاع.

10_ هيكل البحث:

سنحاول من خلال بحثنا هذا المحافظة على التسلسل المنطقي والتدرج في طرح الأفكار قدر الإمكان، لذلك قسمنا البحث إلى ثلاثة فصول، خصصنا الفصل الأول والثاني للإطار النظري، بدراسة متغيرات الدراسة من الناحية النظرية، وخصص الفصل الثالث لدراسة حالة الجزائر، وكانت فحوى الدراسة كما يلي:

الفصل الأول: تناولنا فيه مدخل نظري حول التجارة الخارجية والصادرات، حاولنا الإلمام بالجوانب النظرية التي تتعلق بكل من التجارة الخارجية والصادرات بصفة عامة، وكيفية تأثير التجارة الخارجية على الصادرات، وذلك في ثلاث مباحث، جاء في المبحث الأول ماهية التجارة الخارجية، وفي المبحث الثاني الصادرات مفاهيم واستراتيجيات، أما المبحث الثالث فتناول تأثير التجارة الخارجية على الصادرات.

الفصل الثاني: تناولنا أهم استراتيجيات التصدير التي استطاعت الدول من خلالها التوغل في الأسواق الأجنبية، وتطرقنا إلى بعض التجارب الدولية الرائدة في مجال تنمية الصادرات كذلك من خلال ثلاث مباحث أيضا، جاء في المبحث الأول استراتيجية التوغل في الأسواق الأجنبية، وفي المبحث الثاني تجربة سنغافورة في تنمية الصادرات، أما المبحث الثالث تجربة تركيا في تنمية الصادرات.

الفصل الثالث: فسنتناول من خلاله تحليل واقع الصادرات خارج المحروقات في الجزائر، وكذا الصعوبات والعراقيل التي يواجهها قطاع التصدير، بالإضافة إلى أهم الإجراءات والوسائل والحوافز التي من الممكن أن يؤدي تطبيقها إلى المساهمة في ترقية وتنمية الصادرات خارج المحروقات، وذلك من خلال ثلاث مباحث جاء في المبحث الأول إجراءات ترقية الصادرات خارج المحروقات، المبحث الثاني واقع الصادرات خارج المحروقات في الجزائر، أما المبحث الثالث فتناول الحلول الممكنة للعراقيل التي تواجه الصادرات الجزائرية.

الفصل الأول

الإطار العام للتجارة الخارجية والصادرات

تمهيد:

تحتل التجارة الخارجية مكانة هامة في اقتصاديات مختلف الدول، إذ ليس بإمكان أي دولة العيش بمعزل عن الدول الأخرى، لأنها لا تستطيع إنتاج وتلبية كل حاجيات أفرادها، فالتجارة الخارجية تقوم على أساس وجود الفوارق المختلفة في الإمكانيات والموارد الطبيعية ومختلف القدرات، كالقدرات التقنية والتكنولوجية والظروف الجغرافية بين الدول، والهدف من إقامة التبادل الخارجي عند أي دولة، هو محاولة زيادة الدخل الوطني وذلك من أجل رفع مستويات المعيشة وتحقيق النمو الاقتصادي، حيث تؤكد للدول النامية ضرورة التوجه نحو الخارج نتيجة ارتفاع نسبة تدويل الأنشطة الإنتاجية والتسويقية، وأصبح التصدير يلعب دورا مهما لأي دولة لمواكبة هذه المستجدات، فكلما زادت صادرات هذه الدول على حساب وارداتها ساهم ذلك في زيادة دفع معدلات النمو عندها، والتنوع في مصدر الدخل، وتطور الاقتصاد الوطني.

من هذا المنطلق ومن خلال الطرح السابق نلاحظ العلاقة الوثيقة الموجودة بين هذه المفاهيم، وهذا ما سنحاول توضيحه أكثر في هذا الفصل وذلك من خلال المباحث التالية:

المبحث الأول: ماهية التجارة الخارجية

المبحث الثاني: الصادرات، مفاهيم واستراتيجيات

المبحث الثالث: أثر التجارة الخارجية على الصادرات

المبحث الأول: ماهية التجارة الخارجية

ترتكز التجارة الخارجية على دراسة العلاقات الاقتصادية الدولية من خلال التبادل التجاري بين الدول فلا يمكن لدولة ما أن تستقل باقتصادها عن بقية العالم سواء كانت متقدمة أو نامية، وهذا لتعدد حاجات الأفراد وتباين توزيع المواد والمنتجات بين الدول، كل هذه العوامل ساهمت في ظهور ونمو التجارة الخارجية.

المطلب الأول: مفهوم وأهمية التجارة الخارجية

تعتبر التجارة عامة على أنها أحد فروع علم الاقتصاد التي تختص بدراسة المعاملات الاقتصادية الدولية، متمثلة في حركات السلع والخدمات ورؤوس الأموال بين الدول المختلفة، فضلا عن سياسات التجارة التي تطبقها دول العالم للتأثير في حركات السلع والخدمات ورؤوس الأموال بين الدول المختلفة.

الفرع الأول: مفهوم التجارة الخارجية

استعمل لفظ التجارة الخارجية لأول مرة في الفترة التي سادت فيها نظرية التجارة الحرة عندما كانت البلدان الصناعية تبحث عن منافذ خارجية لمنتجاتها، وعن مصادر للمواد الأولية في المستعمرات أو في البلدان الأجنبية.

تشكل التجارة الخارجية مسألة مركزية في العلاقات بين الدول، ففي الماضي كانت سببا من أسباب الحروب، أما اليوم فإنها أهم أسباب التقارب بين الدول، كما أنها تسمح لهذه الدول أن تستهلك أكثر مما تنتج بمواردها الخاصة إضافة إلى توسيع منافذ التوزيع لبيع منتجاتها¹.

تعددت تعاريف التجارة الخارجية وتتنوع إلا أن كل هذه التعاريف تبقى تنصب في خانة واحدة وهي محاولة إعطاء تعريف واضح وشامل للتجارة الخارجية.

ومن هذه التعاريف نذكر:

التعريف الأول: تعرف التجارة الخارجية على أنها " منظومة العلاقات السلعية النقدية التي تتكون من مجموعة التجارة الخارجية لبلدان العالم كافة"².

التعريف الثاني: "هي عملية التبادل التجاري في السلع والخدمات وغيرها من عناصر الإنتاج المختلفة بين عدة دول، بهدف تحقيق منافع متبادلة لأطراف التبادل"³.

التعريف الثالث: "هي فرع من فروع علم الاقتصاد والذي يهتم بدراسة الصفقات الاقتصادية الجارية عبر الحدود الوطنية"¹.

¹ LAZARY, le commerce international a la portée de tous, ouvrage imprime a compte d'auteur, 2005, page 12.

² محمد دياب، التجارة الدولية في عصر العولمة، دار المنهل اللبناني، بيروت، 2010، ص 09.

³ محمد جميل خالد، أساسيات الاقتصاد الدولي، الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص 217.

التعريف الرابع: " كما لا يقتصر مفهوم التجارة الخارجية على الصادرات والواردات فقط، أي التبادل السلعي الدولي، بل تشتمل وبصورة مؤكدة على التجارة المنظورة أي التبادل الخدمي الدولي"².
من التعاريف السابقة نستنتج أن التجارة الخارجية عبارة عن مختلف عمليات التبادل التجاري الخارجي سواء في صور سلع أو أفراد أو رؤوس أموال بين أفراد يقطنون وحدات سياسية مختلفة بهدف إشباع أكبر حاجات ممكنة.

الفرع الثاني: أهمية التجارة الخارجية

تلعب التجارة الخارجية دورا هاما في معظم الاقتصاديات الدولية فتوفر للاقتصاد ما يحتاج إليه من سلع وخدمات غير متوفرة محليا من خلال نشاط الاستيراد، وفي نفس الوقت تمكنه من التخلص مما لديه من فوائض من السلع والخدمات المختلفة من خلال نشاط التصدير، وتؤثر هذه النشاطات الاستيرادية والتصديرية بدورها على الأسواق المادية السلعية (الإنتاج، الدخل والعمالة)، وعلى الأسواق النقدية والمالية (أسواق النقود والصراف الأجنبي)³.

ساهمت اتفاقيات تحرير التجارة الدولية والإقليمية على مدى الخمسة عقود الأخيرة في زيادة درجة الترابط بين دول العالم إلى تعاضم كبير في حجم التدفقات السلعية والنقدية بين الدول مما ضاعف من تأثير التجارة على اقتصاديات مختلف دول العالم، حيث تتجلى أهمية التجارة الخارجية فيما يلي:

_ تساعد في توسيع القدرة التسويقية عن طريق فتح أسواق جديدة أمام منتجات الدول، وتربطها مع بعضها البعض؛

_ تساعد في زيادة رفاهية البلد عن طريق توسيع مجالات الاستهلاك والاستثمار؛

_ تعد مؤشرا هاما على قدرة الدولة الإنتاجية والتنافسية في السوق الدولية وذلك لارتباط هذا المؤشر بالإمكانيات الإنتاجية المتاحة، وقدرة الدولة على التصدير، ومستويات الدخل فيها وقدرتها كذلك على الاستيراد، وانعكاس ذلك على رصيد الدولة من العملات الأجنبية ومالها من آثار على الميزان التجاري.

¹ رائد فاضل جويد، النظرية الحديثة في التجارة الخارجية، مجلة الدراسات التاريخية والحضارية، الأردن، العدد 17، 2013، ص 122.

² محمود عبد الرزاق، الاقتصاد الدولي والتجارة الخارجية، الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، مصر 2010، ص 11.

³ طالب محمد عوض، التجارة الدولية نظريات وسياسات، دار وائل للنشر، الأردن، 2004، ص 14.

الفرع الثالث: أسباب قيام التجارة الخارجية

هناك عدة أسباب وعوامل أدت إلى انتهاج سياسة التجارة الخارجية التي لها دور مهم في تنظيم العلاقات الاقتصادية الدولية بين الدول هي¹:

- صعوبة تحقيق الاكتفاء الذاتي في كل السلع وذلك بسبب المزايدات الطبيعية والمكتسبة؛
- التخصيص الدولي واختلاف تكاليف الإنتاج؛
- اختلاف ظروف الإنتاج، فما يصلح إنتاجه وزراعته في المناطق ذات المناخ الموسمي كالمرور والقهوة لا يصلح في مناخ آخر؛
- وجود فائض أو عجز في الإنتاج المحلي، مما يتطلب تصدير الفائض أو استيراد العجز منه؛
- تفاوت أسعار السلع والخدمات بين الدول نتيجة تفاوت أسعار عوامل الإنتاج؛
- اختلاف مستوى التكنولوجيا المستخدمة في الإنتاج من دولة إلى أخرى؛
- اختلاف ميول وأذواق المستهلكين وتفضيلهم لبعض السلع والخدمات دون غيرها؛
- السعي لرفع مستوى المعيشة محليا وزيادة الدخل القومي؛

الفرع الرابع: هيكل التجارة الخارجية

للتجارة الخارجية دور هام في معظم اقتصاديات الدول لأنها توفر اقتصاد معين ما يحتاجه من السلع والخدمات المختلفة من خلال نشاط الاستيراد، وتمكنه من التخلص من فوائض السلع والخدمات من خلال التصدير، لذا تعتبر الصادرات والواردات أساس التبادل التجاري بشكل عام، ويظهر ذلك من خلال ما تصدره الدول لتوسيع سوقها الخارجي، وما تستورده لتحقيق الاكتفاء فيما تحتاجه، وبالتالي تقوم على عنصرين أساسيين ألا وهما²:

1_ التصدير:

يعتبر ضرورة لتحقيق الإيرادات بالنسبة لكل دولة تنتج سلع وخدمات، والمنظور الاقتصادي للتصدير هو عبارة عن تدفق السلع المنتجة محليا وتصريف الفائض منها إلى الخارج للحصول على العملة الصعبة، والزيادة في الدخل الوطني، وبالتالي إضافة قوة جديدة للإنفاق الكلي، حيث بزيادة الصادرات يحصل المصدرين على الدخل الإضافي الذي يدفعهم إلى الزيادة في إنتاجهم.

¹ مديحة بن زكري بن علو، شيبان نصيرة، دور إعادة تأطير إصلاح قطاع التجارة الخارجية في تنمية الاقتصاد الوطني الجزائري، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، الجزائر، العدد الثالث، 2019، ص 54.

² محمد يونس، اقتصاديات دولية، جامعة الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2002، ص 29.

2_ الاستيراد:

عبارة عن الشراء من خارج الحدود الجغرافية للبلد المستورد، وهو الإنفاق الكلي، حيث يؤدي الاستيراد إلى سحب جزء من القوة الشرائية الوطنية التي يتم إنفاقها على السلع و الخدمات الأجنبية، الأمر الذي يضاعف من تيار الإنفاق في الداخل ويزيد قوة الشراء في الخارج، وهناك نوعان، النوع الأول يتمثل في الواردات الملموسة كالسلع، أما الثاني فيشمل الواردات غير الملموسة المتمثلة في الخدمات السياحية.

المطلب الثاني: نظريات التجارة الخارجية

تبحث نظريات التجارة الخارجية في دراسة وتحليل المشكلة الاقتصادية في إطارها الدولي، وفي أسس التبادل التجاري الذي يعود بالفائدة على طرفي المبادلة، وكيفية تفاعل مجموعة من الاقتصاديات القومية المتبادلة والمتداخلة مع بعضها البعض من أجل تخصيص الموارد المحدودة على الحاجات الإنسانية المتعددة، ومن خلال هذا المطلب سنتطرق إلى النظريات التي ظهرت من أجل الوصول إلى تفسيرات أكثر واقعية لقيام التجارة الخارجية.

الفرع الأول: النظرية التقليدية في التجارة الدولية

من روادها آدم سميث، دافيد ريكاردو، جون ستيوارت ميل.

1_ نظرية التكاليف المطلقة لآدم سميث

العالم الاقتصادي الشهير " آدم سميث " هو الأول الذي حاول تفسير أسباب قيام التجارة الخارجية في كتابه الشهير ثروة الأمم المتحدة، الذي أصدره عام 1776 في نيويورك، حيث استخدم " آدم سميث " مفهوم الفرق المطلق في التكاليف الإنتاجية بين الدول، أو ما أصبح يعرف بالميزة المطلقة، وبافتراضه أن كل دولة يمكن أن تنتج سلعة معينة إذا كانت تتمتع بميزة مطلقة، أو بنفقة مطلقة أقل، الأمر الذي دعا إلى التخصص والتقسيم الدولي للعمل، وهذا كاف لقيام التجارة الخارجية بين تلك الدولة والدول الأخرى، والتي تتمتع بميزات مطلقة أو نفقات مطلقة أقل في إنتاج سلع أخرى.

قام كذلك بإعداد جدول رقمي يبين فيه ذلك، فافتراض دولتين هما: إنجلترا والبرتغال، سلعتين هما القماش والقمح، وثمان هاتين السلعتين قبل قيام التجارة بينهما كان¹:

1 جمال الدين عويسات، العلاقات الاقتصادية الدولية للتنمية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2006، ص36_38.

الجدول رقم: (01) نظرية التكاليف المطلقة

المنتج		الدولة
السكر	القمح	
03 دولار للوحدة	04 دولار للوحدة	إنجلترا
06 دولار للوحدة	02 دولار للوحدة	البرتغال

المصدر: جمال الدين عويصات، العلاقات الاقتصادية الدولية للتنمية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2006، ص 36_38.

يبدو من المثل أن ثمن القماش في إنجلترا أقل منه في البرتغال، الأمر الذي يؤدي إلى قيام منتجي القماش في إنجلترا لتصديره إلى البرتغال، وارتفاع ثمن القمح عنه في البرتغال، يحمل منتجي القمح على تصديره، وسوف تكون نتيجة ذلك اتساع سوق القماش أمام المنتجين الإنجليز، وسوق القمح أمام المنتجين البرتغاليين.

وذلك بإضافة سوق البرتغال للأولى وسوق إنجلترا للثانية، وهكذا يزداد مدى تقسيم العمل في صناعة القماش في إنجلترا وفي صناعة القماش في البرتغال، مما يؤدي إلى زيادة إنتاجية للعمل في الدولتين، وبالتالي إلى زيادة الناتج الكلي بهما، وبهذا يمكن لكل دولة أن تحصل على حاجتها من السلعة من أكفاً المصادر الإنتاجية وأرخصها.

ولكن إذا كان لدولة ما ميزة مطلقة في إنتاج السلعتين والدولة الأخرى ليس لها أي ميزة مطلقة في إحداها، فهل ستظل التجارة الدولية ممكنة بين الدولتين؟

هل ستحقق مكاسب متبادلة للدولتين من قيام التجارة الدولية؟

إن نظرية الميزة المطلقة لـ " آدم سميث " لم توضح ذلك وتفسره، في حين جاءت بعد ذلك نظرية المزايا النسبية لـ " دافيد ريكاردو " لتوضح ذلك.

2_ نظرية التكاليف النسبية

وضع دافيد ريكاردو هذه النظرية عام 1817 وأكملها من بعد جون ستيوارت ميل ثم آخرين، ورغم أن هذه النظرية قد وضعت منذ أكثر من 190 عام إلا أنها مازالت تحتل مكانا بارزا في تفسير قيام التجارة الدولية¹.

¹ السيد محمد السريتي، اقتصاديات التجارة الخارجية، مؤسسة رؤية للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، مصر، 2009، ص 30.

تقوم نظرية المزايا النسبية بتوضيح فرض مفسر يقرر ما هو سبب قيام التجارة الدولية، وكما بين ريكاردو بأن نمط التجارة الخارجية يتحدد على أساس تخصص كل دولة في إنتاج السلع التي تنتجها بنفقة نسبية أقل واستيراد السلع التي تنتجها بنفقة نسبية أعلى، بالاعتماد على نظرية العمل في القيمة كميّار لتحديد قيم السلع المتبادلة دولياً، لذلك يجب على كل دولة أن تتخصص من خلال تحويل الموارد داخلياً لإنتاج السلع التي تتمتع فيها بميزة نسبية وقد اعتمد على عدة فرضيات أساسية هي¹:

- _ سيادة المنافسة الكاملة في الأسواق داخلياً وخارجياً، التوظيف الكامل لعناصر الإنتاج؛
- _ الحرية التامة لعناصر الإنتاج على المستوى الداخلي؛
- _ تماثل الأذواق لدى المستهلكين في الدول المختلفة؛

فيما يلي يتم توضيح مساهمة دافيد ريكاردو في نظرية المزايا النسبية باعتباره أهم مساهم فيها حيث اعتمدت نظرية ريكاردو على الفرضيات السابقة إضافة إليها الفرضيات التي تسمى بالفرضيات التحليلية وهي²:

- _ وجود دولتين فقط: أي أن التجارة تتم بين دولتين فقط وذلك للتبسيط؛
 - _ وجود سلعتين فقط: أي أن كل دولة تقوم بإنتاج سلعتين فقط وذلك للتبسيط؛
 - _ ثبات مستوى التقدم التكنولوجي، العمل، العنصر الوحيد المحدد لقيمة السلع المختلفة؛
 - _ إن التبادل الدولي يتم بين الدولتين على أساس مبادلة واحدة بوحدة؛
- وقد استخدم دافيد ريكاردو مثال الميزة النسبية في سلعتين في بلدين كما هو مبين في الجدول الموالي:

الجدول رقم: (02) يوضح نظرية المزايا النسبية

معدل التبادل	عدد وحدات العمل لكل وحدة ملابس	عدد وحدات العمل لكل وحدة قمح	
1 ملابس = 1,2 قمح	100	120	بريطانيا
1 ملابس = 0,88 قمح	90	80	الولايات م الأمريكية

المصدر: محمد عبد العزيز، مصطفى شيحة، النقود والبنوك والعلاقات الاقتصادية الدولية، مصر بدون سنة، ص 346.

نستنتج من المثال السابق أن الولايات المتحدة الأمريكية لديها ميزة مطلقة على بريطانيا في كل من سلعتي القمح والملابس ولكن لدى و.م.أ ميزة نسبية في إنتاج القمح أكثر من الميزة النسبية في إنتاج الملابس لهذا فإن الو.م.أ تتخصص في إنتاج القمح وتستورد الملابس من بريطانيا والعكس صحيح بالنسبة

¹ محمد سيد عابد، التجارة الدولية، مكتبة الإشعاع الفنية، الطبعة الأولى، مصر، 2001، ص 39.

² غنية بن حركو، نظريات التجارة الدولية، مطبوعة موجهة لطلبة السنة الثالثة اقتصاد دولي، جامعة عبد الحميد مهري، قسنطينة، 2018-2019،

لبريطانيا حيث تخصص في إنتاج الملابس وهذه الطريقة سوف تحقق منافع التبادل التجاري بينهما، وطبقاً لنظرية الميزة النسبية للتكلفة فإن التجارة الحرة بين البلدان تشجع التخصص على نطاق واسع بالإضافة إلى الفائدتين التاليتين¹:

_ تحقيق درجة عالية من تكافؤ الأسعار بين البلدان نتيجة للتبادل التجاري بينهما.

_ تحقيق أقصى درجة من تخصيص الموارد في العالم، وهذا من شأنه تحقيق أقصى إنتاج ممكن.

من بين الانتقادات التي وجهت لهذه النظرية هي ما يلي:

_ عدم سيادة المنافسة الكاملة في الأسواق داخلياً وخارجياً؛

_ عدم تحقق التوظيف الكامل لعناصر الإنتاج؛

_ عدم قدرة عناصر الإنتاج على التحرك بحرية كاملة على المستوى الداخلي؛

_ عدم تماثل الأذواق؛

_ افتراض النظرية حالة السكون في تحليلها².

_ تبقى نظرية دافيد ريكاردو رغم الانتقادات تتميز بتحليل سليم ومتماسك في التجارة الدولية بناء على

المكاسب التي تنتج عن هذا التخصص.

3_ نظرية القيم الدولية

كان لجون ستيوارت ميل دور كبير في تحليل قانون النفقات النسبية في علاقته بنسبة التبادل في التجارة الدولية وفي إبراز أهمية الطلب في كل من البلدين في تحديد النقطة التي تستقر عندها نسبة التبادل الدولية، فوفقاً لهذه النظرية يحدد معدل التبادل الدولي الطلب المتبادل من جانب كل دولة على منتجات الدولة الأخرى، ومعدل التبادل الذي يحقق التوازن في التجارة الدولية هو ذلك المعدل الذي يجعل قيمة صادرات وواردات كل دولة متساوية، ويتوقف تحديد معدل التبادل الدولي عند ستيوارت ميل على قوة طلب الدولة على ناتج الدولة الأخرى ومرونة هذا الطلب³.

الفرع الثاني: النظرية الحديثة في التجارة الدولية (هيكشر وأولين)

تعد نظرية هيكشر وأولين امتداداً لنظرية النفقات النسبية، ذلك لأن هذه الأخيرة فسرت قيام التجارة الخارجية، وأرجعت ذلك إلى اختلاف النفقات النسبية لإنتاج السلع، أما نظرية هيكشر وأولين فإنها توضح

¹ محمد عبد العزيز، مصطفى شححة، النقود والبنوك والعلاقات الاقتصادية الدولية، مصر، بدون سنة، ص 346.

² سامي عفيف حاتم، مرجع سبق ذكره، ص 115.

³ زينب حسين عوض الله، الاقتصاد الدولي، دار الجامعة الجديدة، الطبعة الأولى، مصر، 2004، ص 36.

تفسير أسباب اختلاف النفقات النسبية للسلع المختلفة، ومن هنا نقول إن هذه النظرية تعتبر مكملة لنظرية النفقات النسبية وليست بديلة لها¹.

تتمثل أهم الأفكار التي جاءت بها فيما يلي²:

_ الاختلاف في الوفرة النسبية لعوامل الإنتاج بين الدول هي التي تؤدي إلى قيام التجارة الدولية، إذ أن لكل دولة ميزة نسبية عندما تنتج وتصدر تلك السلع، والتي تحتاج إلى عامل الإنتاج الأكثر وفرة نسبية فيها، وبالمقابل فإن تكون لهذه الدولة الميزة بالنسبة للسلع التي يحتاج إنتاجها إلى عامل الإنتاج الأكثر ندرة فيها، وبالتالي ستستورد الدولة هذه السلعة من الخارج؛

_ اعتبر هيكتشر أن اختلاف التكاليف النسبية بين الدول مرتبط باختلاف إنتاجها؛

_ عند قيام التجارة فإن صادرات كل دولة ستكون من السلع التي تكون هناك وفرة نسبية في عوامل إنتاجها بالنسبة لغيرها من الدول، وذلك لأن تكلفة إنتاجها منخفضة وبالتالي أسعارها ستكون منخفضة نسبيًا عن الأسعار السائدة في الدول الأخرى، أما وارداتها فستكون من السلع التي يحتاج إنتاجها إلى عوامل الإنتاج غير الموجودة كليًا، أو تعاني فيها الدولة من عجز نسبي، وبالتالي فإن السبب الأساسي لقيام التبادل الخارجي بين دولتين هو إمكانية الحصول على السلعة من الخارج بتكلفة أقل من تكلفة إنتاجها محليًا.

تفرعت نظرية هيكتشر وأولين إلى النظريات التالية³:

1_ نظرية هبات عناصر الإنتاج

حسب هذه النظرية رفض أولين الفروض التي تقوم على أساس أن العمل أساسًا لقيمة السلعة، وأنه يجب تطبيق الأسعار وأثمان عوامل الإنتاج على أساس نظرية القيمة، فالتفاوت في قيمة السلع لا يرجع إلى التفاوت فيما أنفق على السلعة من عمل، ولكن فيما أنفق من عناصر الإنتاج على السلعة، وبين أن التجارة الدولية تقوم نتيجة لا للتفاوت النسبي بين تكاليف الإنتاج، وإنما تقوم للتفاوت بين الدول في أسعار عوامل الإنتاج وبالتالي في أسعار السلع المنتجة.

¹ أحمد فتحي خليل الخضراوي، الاقتصاد الدولي، دار فاروس العلمية، الإسكندرية، مصر، 2017، ص107.

² شقيري نوري موسى وآخرون، التمويل الدولي ونظريات التجارة الخارجية، دار المسيرة، الأردن، 2015، ص38.

³ فتيحة بن صابر، التجارة الخارجية وأثرها على التنمية الاقتصادية للدول النامية، مجلة المشكاة في الاقتصاد والتنمية والقانون، الجزائر، العدد 08، السنة 2018، ص46.

2_ نظرية ستولبر _ سامويلسون

درست النظرية أثر تغير أسعار السلع على دخول عوامل الإنتاج، وقد أثبتت أن زيادة الأسعار النسبية المحلية لإحدى السلع، سوف تؤدي إلى زيادة الدخل الحقيقي لعامل الإنتاج الذي يستخدم بكثافة في إنتاج تلك السلعة، وبالتالي فإن ارتفاع السعر المحلي لهذه السلعة مقارنة بالسلعة الأخرى سيحفز المنتجين على زيادة إنتاجها.

3_ نظرية تعادل أسعار عوامل الإنتاج (سامو يلسون)

في عام 1984 توصل سامويلسون إلى ما أطلق عليه الاقتصاديون نظرية (هيكشر_ أولين_ سامويلسون) في تعادل أسعار عوامل الإنتاج بين الدول، ووفقا لهذه النظرية فإن الوفرة في عوامل الإنتاج تؤدي إلى قيام التجارة الدولية، إلى معادلة الأسعار النسبية والمطلقة لعوامل الإنتاج المتجانسة بين الدول.

4_ نظرية جون هيكس

درس جون هيكس عام 1953 أثر التقدم التكنولوجي على التجارة الدولية، في حالة وجود دولتين يتصف اقتصاد الدولة الأولى بالنمو والدولة الثانية بالسكون، استنتج عندها هيكس أن التقدم العلمي في الدولة ذات الاقتصاد النامي يمكن أن يؤدي إلى الأضرار بشروط التجارة الدولية فيها، خصوصا إذا تحقق هذا التقدم في صناعاتها التصديرية، كما يمكن أن يؤدي إلى تحقيقها لمكاسب في شروط التبادل الخارجي، إذا اتجه هذا التقدم إلى صناعاتها المنافسة للواردات.

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في التجارة الخارجية

هناك عدة عوامل من شأنها التأثير في التجارة الخارجية، ومن أهم هذه العوامل نذكر¹:

1_ انتقال الأيدي العاملة

هناك بعض العناصر التي تؤثر على انتقال الأيدي العاملة من دولة إلى أخرى مما يؤثر في التجارة الخارجية، والتي يمكن حصرها في الآتي:

_ تفاوت الأجور من دولة إلى أخرى وهو راجع إلى تفاوت المستوى الاقتصادي بين الدول؛

_ الندرة النسبية والندرة المطلقة للعمالة؛

_ اختلاف درجة المهارة على المستوى العالمي بالنسبة للأيدي العاملة؛

_ العوامل السياسية كالحروب لها تأثير على العمالة مما يجر تحويلات النقود وتأثر القدرة الشرائية؛

¹ وهيبه صوطة، راوية قالمي، آليات تمويل التجارة الخارجية في الاقتصاد الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية، جامعة قلمة،

2_ رأس المال

يعتبر رأس المال أيضا من العوامل المؤثرة على التجارة الخارجية، ويشمل:

_ سعر الفائدة الحقيقي أي انتقال رأس المال يكون تبعا لمعدل الفائدة المرتفع؛

_ سعر الخصم حيث إذا كانت نسبة الخصم منخفضة فإنها تكون مشجعة لانتقال رؤوس الأموال؛

_ سعر الصرف حيث رأس المال الذي ترتفع قيمة عملته عالميا يزيد الطلب عليه من الدول الأخرى، ويزيد

حجم التبادل والحوافز على الاستثمار في هذه البلدان؛

3_ التكنولوجيا

ساهمت التكنولوجيا الحديثة والمتطورة في التأثير على التجارة الخارجية من كل جوانبها حيث أن اختراع آلات جديدة يساهم في الإنتاج والتغلب على مشاكل الأيدي العاملة، ويوفر الجهد، التكاليف، الوقت، والجودة وبالتالي تحقيق الاكتفاء الذاتي، ومن ثم تصريف الفائض من الإنتاج للخارج، أيضا استخدام التكنولوجيا الحديثة في تسويق المنتجات عالميا كلها عوامل مؤثرة على التبادل التجاري.

إضافة إلى هذه العوامل نجد أن ظهور الدول الحديثة، والتجمعات الجهوية، وكذا المنظمات الدولية

والانفتاح الاقتصادي كلها عوامل أثرت هي الأخرى على التجارة الخارجية¹.

مما سبق نلاحظ أن للتجارة الخارجية أهمية بالغة في الربط بين مختلف دول العالم فمن خلال تطرقنا في هذا المبحث إلى التعاريف المختلفة للتجارة الخارجية وكذا أهميتها وأهم النظريات التي تقوم عليها هاته الأخيرة والعوامل المؤثرة فيها، فقد بات من المستحيل على أي دولة سواء كانت نامية أو متقدمة أن تتعزل بنفسها عن العالم الخارجي، وذلك راجع إلى احتياجات الدولة من المواد الضرورية للإنتاج لا تتوفر عليها أو لوجود فائض على مستوى نشاطها الاقتصادي مما يحتم عليها اللجوء إلى التبادل التجاري بينها وبين دول أخرى، هذا ما يسمى بالصادرات والواردات.

المبحث الثاني: الصادرات مفاهيم واستراتيجيات

يعتبر التصدير منذ زمن طويل من القضايا الأساسية التي أولتها الدول أهمية كبيرة وذلك بالنظر إلى الدور الذي كان يلعبه في جلب الثروة حيث برزت أهم أفكار التجاربيين في هذا المجال ثم تلتها مدارس متعددة أعطت له أهمية كبيرة على غرار المدرسة الكلاسيكية التي هي الأخرى قدمت عدة إسهامات للسعي وراء تطوير نشاط التصدير في العالم باتخاذ عدة سياسات واستراتيجيات تتناسب مع واقع وإمكانيات الدول

¹ زيرمي نعيمة، التجارة الخارجية الجزائرية من الاقتصاد المخطط الى اقتصاد السوق، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في التسيير الدولي، جامعة أبو بكر بالقايد، تلمسان، 2011-2012، ص30.

وهذا ما عملت به العديد من الدول النامية من خلال تجاربها بالاعتماد على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة واستغلال الميزة النسبية المحلية.

المطلب الأول: مفهوم التصدير، أهميته وطرقه

لعملية التصدير أهمية وأهداف مختلفة في سياسات الدول الراغبة في تحقيق التنمية الاقتصادية مما جعله يختص بدراسات العديد من المفكرين الاقتصاديين وفي هذا المطلب سيتم عرض أهم تعريفات التصدير ومدى أهميته.

الفرع الأول: تعريف التصدير

أ_ هو قدرة الدولة ومؤسساتها على تحقيق تدفقات سلعية وخدمية، ومعلوماتية ومالية، وسياحية وبشرية إلى دول وأسواق عالمية ودولية أخرى، بغرض تحقيق أهداف الصادرات من أرباح وقيمة مضافة وتوسع ونمو وانتشار فرص عمل والتعرف على ثقافات أخرى وتكنولوجيات جديدة وغيرها¹.

ب_ هو وسيلة من خلالها يتم تحقيق الرفاهية وكذلك اقتحام الأسواق الخارجية وخلق علاقة جيدة بين البلدان الأخرى².

ج_ هو عبارة عن بيع للمنتجات من دولة لأخرى، وفق نظام معترف به وقوانين ونظم تدعم الاستيراد من جانب الدول المستهلكة والتصدير من جانب الدول المصدرة³.

د_ يعتبر كذلك "تلك العمليات التي تتعلق بالسلع والخدمات التي يؤديها بصفة نهائية المقيمون والغير مقيمين في البلد"⁴.

مما سبق إن عملية التصدير هي سلع وخدمات وأصول رأسمالية تباع إلى دول خارجية منتقلة من الدول المنتجة لها، وتمثل الصادرات حقنا داخل التدفق الدائري للدخل القومي وتزيد من الدخل الفعلي والإنتاج.

الفرع الثاني: طرق التصدير

يعد التصدير من بين أبسط أشكال الدخول للأسواق الخارجية، لأنه يتضمن أقل نسبة من المخاطر بالمقارنة مع الأشكال الأخرى، كالاستثمار الأجنبي المباشر، والتحالفات الاستراتيجية.....إلخ وللتصدير أسلوبين مختلفين هما التصدير المباشر والتصدير غير المباشر.

¹ فريد النجار، تسويق الصادرات العربية، دار قباء، القاهرة، 2002، ص15.

² حنان قندوز، ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2007_2008، ص 9.

³ وثام بغياني، تحفيز التصدير للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مجلة بحوث جامعة الجزائر 1، الجزائر، العدد 13، 2018، ص 11.

⁴ السواعي خالد محمد، التجارة والتنمية، دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2006، ص38.

- أ_ المصدر: حيث يقوم بشراء المنتجات المصنعة، ومن ثم بيعها للخارج لحسابه الخاص.
- ب_ وكالة التصدير المحلية: تعمل على البحث عن الأسواق الخارجية للسلع المحلية، والتفاوض مع المستوردين الأجانب، مقابل عمولة معينة.
- ج_ المنظمة التعاونية: تقوم بالأنشطة التصديرية نيابة عن عدة منتجين، وتكون هذه الأنشطة تحت سيطرتها الإدارية، وغالبا ما يستعين بهذه المنظمة منتجي السلع الأساسية أو الأولية كالمنتجات الزراعية أو الحيوانية.

الفرع الثالث: أهمية التصدير

يمثل التصدير أهمية كبرى في اقتصاديات مختلف الدول، وهو أحد العوامل الأساسية للتنمية الاقتصادية، فلمدة طويلة من الزمن اعتبره أصحاب النظرية التجارية وسيلة فعالة لتحقيق معدلات النمو الموجودة، كما أعتبر طريقة ناجعة لجمع أكبر قدر ممكن من العملة الصعبة، فأهميته تتمثل في كونه مورد هام من موارد العملة الصعبة، وهناك من يرى أن التصدير مرتبط بحجم سوق الإنتاج الذي كلما زاد اضطرت مختلف المؤسسات والشركات إلى مضاعفة الإنتاج قصد تغطية هذه الزيادة في السوق ثم بعد ذلك يتم تصريف الفائض إلى الخارج عن طريق التصدير².

الجدير بالذكر أن ارتفاع معدل النمو الاقتصادي الناتج عن زيادة الصادرات يصاحبه تغيرات في أنماط الاستهلاك التكنولوجي، وغير ذلك من التغيرات التي تؤدي بدورها إلى إمكانية زيادة ونمو معدل الصادرات من جديد، وهذا ما يبين العلاقة المتبادلة والمتداخلة بين معدل نمو الصادرات ومعدل نمو الدخل الوطني، وهو ما يؤكد على نمو الصادرات التي كثيرا ما ينعكس ضعفها بعدم توازن ميزان المدفوعات لكثير من الدول النامية، ولهذا يجب أن تعتبر الصادرات وتنميتها في الدول النامية من بين الأهداف الاقتصادية الأساسية لهذه الدول، وعلى هذا الأساس أصبح يعتبر قطاع الصادرات المحرك الأساسي لعملية التنمية بأي دولة³.

تتجلى أهمية التصدير من خلال ما يلي:

أولا: خلق فرص عمل جديدة

للتصدير أهمية كبرى في اقتصاديات مختلف الدول، ووسيلة فعالة في خلق فرص عمل جديدة، والنظريات الاقتصادية في عمومها تقترح بأن الصادرات تستخدم وبشدة عوامل إنتاج بوفرة كبيرة وفي الاقتصاد الوافر

¹ محمد جاسم الصميدعي، استراتيجيات التسويق مدخل كمي تحليلي، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2000، ص286.

² فوزي نعيمة، عبد الحكيم غراس، التجارة الدولية، دروس في قانون الأعمال الدولي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1999، ص67.

³ شهرزاد بروين، محددات الصادرات الصناعية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص تسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2017-

بالقوة العاملة، لأن زيادة الصادرات تؤدي إلى زيادة الطلب على السلع المحلية والخدمات، بحيث تمكن هذه الأخيرة من النمو إلى أقصى كفايتها الإنتاجية، مما يؤدي إلى توظيف عدد كبير من العمال وبالتالي التقليل من نسبة البطالة.

إن تحول الطلب الخارجي إلى السلع المنتجة محليا يعمل على إنتاج هذه السلع وبالتالي زيادة فرص الاستثمار المريح والذي يؤدي بدوره إلى ارتفاع حجم العمالة.

يؤكد الدور الذي يمكن أن تلعبه الصادرات في توفير فرص العمل، أن كل مليار دولار من الصادرات يضيف نحو 270 ألف فرصة عمل جديدة، وقد استطاعت دول مثل: كوريا وتايوان والصين من خلال نشاط التصدير تحقيق نمو سريع في العمالة حتى وصلت إلى حد التشغيل الكامل، وأصبحت هذه الدول لا تواجه في الواقع مشاكل في البطالة، وتفرغت تماما لإعادة تأهيل قوة العمل بها لأنشطة أكثر إنتاجية وكفاءة¹.

ثانيا: إصلاح العجز في ميزان المدفوعات

تلعب الصادرات دورا مباشرا في معالجة الخلل في الميزان التجاري، وبالتالي ميزان المدفوعات باعتبارها أحد الموارد الرئيسية للنقد الأجنبي، مما يؤثر بصورة مباشرة على التوازن المالي والاستقرار النقدي للعملة المحلية وأسعار الصرف².

ثالثا: جذب الاستثمار الأجنبي والمحلي

يتضح من تجارب الدول الناجحة في التصدير أهمية دور الاستثمار الذي يعتبر بمثابة المحرك الأساسي لنجاح عملية التصدير، حيث ترجع أهمية الاستثمارات المحلية الأجنبية إلى أن هناك علاقة تبادلية بينها وبين التصدير، فالاستثمار الأجنبي يأتي بالتكنولوجيا الحديثة والخبرة في الإدارة، بالإضافة إلى الارتباط بالأسواق العالمية، حيث يسمح تواجد رأس المال وتوافره بالتوسع في الإنتاج وتنوع المنتج وتحسين جودته، كما تساهم التكنولوجيا الحديثة في تطوير المنتج وخفض تكلفة الإنتاج.

يمكن القول إن الاستثمار يساهم في زيادة الإنتاجية، وفي إنشاء صناعات جديدة وتحسين القدرة التنافسية للصناعات القائمة، وربط المنتجين المحليين بالأسواق الدولية، كما أن وجود قطاع تصديري قوي سيعمل على جذب المزيد من التدفقات الاستثمارية التي تترجم في شكل زيادة في الصادرات الحسية والسلعية، وتقوم بدورها في جذب استثمارات جديدة.

¹ رضوان عبد الحميد، سياسات تنمية الصادرات سلسلة تجارب دولية ناجحة في مجال التصدير، مجلة إدارة التحليل والمعلومات التجارية، الإمارات العربية، العدد1، 2009، ص 12.

² موقع وزارة التجارة والصناعة لجمهورية مصر العربية، استراتيجية تنمية الصادرات، منشور على الموقع: www.tradeegypt.com أطلع عليه

رابعاً: تحقيق معدلات نمو مطردة

الاهتمام بالصادرات ينبع من وجود تحدي رئيسي يواجه الاقتصاد المحلي، وهو تحقيق معدلات نمو اقتصادية مطردة قادرة على خلق فرص عمل جديدة للحد من البطالة وتوفير مصادر للعملة الأجنبية، وعلى الرغم من أن هناك أساليب عديدة لتتويج مصادر العملات الأجنبية، إلا أنه لا يوجد سوى مصدر واحد وهو التصدير، قادر على خلق فرص عمل بالكم والاستمرارية المطلوبة لتحقيق معدلات نمو متواصلة ومرتفعة.

العلاقة بين التوجه التصديري للسياسة الاقتصادية وجذب استثمارات محلية وأجنبية جديدة لا تتحقق إلا بعد فترة زمنية طويلة، و يتأكد المستثمر الأجنبي أو المحلي من استمرار التوجه التصديري من سنة بعد أخرى، وعندما تستقر قناعة المستثمر بأن السياسة الاقتصادية توجهت بلا رجعة للتصدير، وقتها فقط سوف تؤتي السياسة الاقتصادية التصديرية ثمارها في دعم التصدير وجذب الاستثمارات المحلية الأجنبية، ويكون هذا بمثابة خلق حلقة مفرغة حميدة بين الاستثمارات والصادرات، تأتي بالمزيد من الصادرات مما يقوي من التوجه التصديري للسياسة الاقتصادية.

المطلب الثاني: مؤشرات تنافسية الصادرات

يتناول هذا العنصر أهم المؤشرات المتعلقة بالصادرات، باعتبار أن القدرة التصديرية هي من أهم العوامل المحددة لقدرة الدولة على الاستيراد من جهة، وباعتبارها تعكس بشكل قوي طبيعة البنية الاقتصادية لدولة من جهة أخرى، ومن بين هذه المؤشرات ما يلي¹:

أولاً: نسبة الصادرات إلى الناتج المحلي الإجمالي للدولة

باعتبار أنه كلما خصصت الدولة جزءا كبيرا من إنتاجها للتصدير، كان ذلك دليلا على اعتماد كبير للدولة على الخارج، وعلى اندماجها في التقسيم الدولي للعمل الذي تسيطر عليه الرأسمالية العالمية اندماجا كبيرا.

غير أنه يجب الاحتياط ضد التفسيرات الميكانيكية لارتفاع نسبة الصادرات إلى الناتج، فقد ترتفع هذه النسبة أيضا في تلك الظروف التي تريد فيها الدولة الحصول على النقد الأجنبي الضروري لاستيراد السلع الاستثمارية والتقنية اللازمة لإقامة قاعدة إنتاجية تمهد لاستقلالها على المدى البعيد، فالعبرة هنا هي بنمط استخدام حصيلة الصادرات.

¹ وليد ببيبي، سمية صلعة، حتمية ترقية الصادرات غير النفطية في الجزائر، مجلة المالية والأسواق، المركز الجامعي نور البشير البيض، الجزائر، العدد 1، 2019، ص 464_465.

ثانيا: نسبة تغطية الصادرات للواردات

العبرة ليست بارتفاع نسبة الصادرات وحدها، أو بارتفاع نسبة الواردات وحدها، وإنما يجب أن يضاف إلى هذا وذاك عامل آخر يتمثل في مدى التناسب بين الصادرات والواردات، أو مدى قدرة الصادرات على الوفاء بقيمة حاجات الدولة من الواردات، حتى لا تضطر للاستدانة والوقوع في تبعية الديون الأجنبية، وربما يكون من المناسب في بعض الظروف إيجاد نسبة حصيلة الصادرات إلى الواردات الجارية، أي إلى جملة الواردات مع استبعاد الواردات من السلع الرأسمالية.

ثالثا: درجة التركيز السلعي للصادرات

نقصد به مدى غلبة الوزن النسبي لسلعة أو مجموعة من السلع التصديرية للدولة على جملة صادراتها، فعندما ترتفع نسبة سلعة أو عدد قليل من السلع التصديرية إلى جملة صادرات الدولة ارتفاعا يتخطى النسبة التي يمكن اعتبارها نسبة مأمونة تزداد احتمالات الحرج في وضع الدولة، وتزداد احتمالات ضعف مقدرتها على المساومة ومن ثم تزداد احتمالات تبعيتها للخارج.

رابعا: النسبة التي تخصص للتصدير من الإنتاج المحلي أو المجموعة السلعية الرئيسية

بعبارة أخرى نسبة ما يخصص من الإنتاج المحلي للاستخدام المحلي، سواء لأغراض الاستهلاك النهائي أو لأغراض التصنيع، ويعتبر هذا المؤشر من المؤشرات ذات الأهمية الكبرى في التعبير عن مدى تكامل الاقتصاد المحلي من زاوية التقارب بين نمط الإنتاج ونمط الاستهلاك.

خامسا: مؤشر التركيز الجغرافي للصادرات

الغرض من هذا المؤشر التعرف على مدى اعتماد البلد موضوع الدراسة على بلد أو عدد قليل من البلدان أو كتلة من التكتلات العالمية في تصريف صادراته، وقد تمت صياغته عبر تركيبة من ثلاث مؤشرات فرعية وهي:

1 _ النصيب النسبي في جملة صادرات الدولة صاحبة النسبة الأكبر في شراء المنتوجات التصديرية للدول المهيمنة؛

2 _ النصيب النسبي في جملة الصادرات للدولة صاحبة النسبة الأكبر في شراء المنتوجات التصديرية للدول المعنية؛

3 _ النصيب النسبي في جملة الصادرات لأهم خمس دول في استيعاب صادرات الدولة المعنية.

المطلب الثالث: استراتيجية تنمية الصادرات والبيئة الخارجية له

يعتبر التصدير ركيزة أساسية وهامة في حياة المؤسسة أو الشركة المصدرة على وجه الخصوص، وفي اقتصاديات الدول التي توجد فيها هذه المؤسسات على وجه العموم، كما أن له درجات متفاوتة من الالتزام وتعرضه وتحدده عدة اعتبارات، لكن الشيء المهم على الشركات والمؤسسات المصدرة هو اتباع أنجع الاستراتيجيات المتعلقة بالتصدير، بالإضافة إلى الإلمام بمختلف الظروف المحيطة به والتي من شأنها أن تؤثر فيه.

الفرع الأول: استراتيجية تنمية الصادرات

تتطلب تنمية الصادرات حزمة متكاملة في مختلف المجالات، سواء مجال الاستثمار أو الإنتاج أو السياسات المالية والنقدية أو التسويق مع العمل على توفير مجموعة من الحوافز للمصدرين وحل مشاكلهم، ويجب أن تتسم هذه السياسات بالمرونة لتلائم وتواكب التغيرات في أسواق التصدير، وهو ما يتطلب وضع استراتيجية شاملة لتنمية الصادرات، تأخذ في اعتبارها المراحل المختلفة لإتمام العملية التصديرية، ويختلف نموذج استراتيجية تنمية الصادرات من دولة لأخرى نتيجة لاختلاف الظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية لكل دولة، إلا أنه توجد جملة من المتطلبات تتفق حولها أغلب الدول في إرساء استراتيجية محكمة لتنمية صادراتها نوردها فيما يلي¹:

أ_ تنوع الاقتصاد الوطني كخطوة أولى نحو التصدير

تعتبر عملية التصدير هي جزء لا يتجزأ من عملية الإنتاج، فبدون نسيج اقتصادي وطني ونظام إنتاجي وطني قوي لا يمكن أن يكون هناك تصدير، فوظيفة التصدير تعزز بطبيعتها من خلال الإنتاج الوطني، من هذه المقاربة لابد من تعزيز السياسة الوطنية المتبعة من طرف السلطات العمومية لإحلال الواردات عن طريق الإنتاج الوطني، وتوجيهه شيئاً فشيئاً نحو الأسواق الخارجية.

ب_ الإطار المؤسسي

يقصد به الإنشاء والاعتماد على مجموعة من المؤسسات التي تخدم عملية التصدير وتنهض به سواء ما تعلق منها بترويج الصادرات أو المنتجات الموجهة للتصدير أو ما يتعلق بتمويل الصادرات أو ما يتعلق بتبادل المعلومات التجارية وإنشاء المعارض والمحافل الدولية وغيرها.

ج_ الإطار التشريعي والتنظيمي

¹ فتيحة قشرو، توجه الدول النامية نحو استراتيجية تنمية الصادرات في ظل التحولات الاقتصادية العالمية، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، جامعة لونيبي علي_البليدة 02، العدد 18، 2017، ص 102_103.

ويقصد به جملة من القوانين والإجراءات والتنظيمات التي توطر نشاط التصدير وتحدد ضوابطه وتعطيها الطابع القانوني محليا ودوليا.

د_ جودة المنتج

إقامة نظم فحص السلع التي سوف يتم تصديرها وذلك لضمان الجودة المناسبة للأسواق الخارجية للحفاظ على سمعة المنتج من خلال وضع نظام الجودة أو من خلال إقامة الندوات الداخلية ومعارض الترويج لجودة السلع وجودة التصميم، والالتزام بمعايير الجودة والنوعية العالمية (معايير الإيزو للجودة، البيئة).

حيث أن التطورات التي عرفتها المواصفات المرتبطة بالجودة على المستوى العالمي، تعدت كونها مسألة تتعلق بالمنتج في حد ذاته (سواء سلعة أو خدمة)، إلى كونها مسألة تتعلق بنظام الإدارة ككل، ومن قضية تهم المؤسسة إلى قضية وطنية تهم الدولة ثم إلى قضية دولية تهم المجتمع الدولي بكامله، هذا التطور أدى إلى نشأة المنظمة العالمية للمواصفات (إيزو) لتحمل على عاتقها مسؤولية وضع مواصفات عالمية للجودة من أجل توفير مستوى مقبول وموحد دوليا للجودة في مختلف الميادين، سواء تعلق الأمر بجودة المنتجات أو أنظمة إدارة الجودة أو سلامة البيئة وغيرها.

هـ_ إيجاد سياسة تمويلية وائتمانية ناجحة لتغطية الصادرات الصناعية

تسهم عملية توفير التمويل اللازم للصادرات بشكل بارز في تحفيز الصادرات، من خلال ما يلي:

- التسهيلات التي تمنح للمصدرين سواء في المراحل السابقة أو اللاحقة لشحن البضائع؛

- خفض تكلفة تمويل الصادرات؛

- إعفاء المصدرين من الرسوم البنكية المرتبطة بعمليات التصدير؛

- تمويل الاستثمارات الأجنبية في الدول، مع التركيز على تمويل بعض الصادرات ذات الأهمية الكبرى

وتشجيع الاقتراض بسعر فائدة منخفض أو بدون فوائد أحيانا؛

و_ التأمين على الصادرات

الغرض من إنشاء نظام تأمين على الصادرات لتعويض الخسائر المحتمل تحققها من جراء العملية

التصديرية، لاسيما نظام تأمين اعتمادات التصدير، تقلبات سعر الصرف وضمانات التصدير.

ز_ إنشاء المناطق الحرة والمناطق الصناعية التصديرية

الهدف من إنشاء هذه المناطق في إطار استراتيجية تنمية الصادرات هو جذب الاستثمارات الموجهة للتصدير والعمل على توفير الخدمات الأساسية التي تحتاجها هذه الصناعات بأسعار مدعمة، وكذا تحديد مستويات الأجور بما لا يؤدي إلى ارتفاع تكاليف الإنتاج.

ح_ تشجيع الاستيراد وتسهيله بهدف إعادة التصدير

ذلك من خلال تسهيل وتبسيط إجراءات التموين بالسلع الوسيطة التي تدخل في إنتاج السلع الموجهة للتصدير، وكذا تخفيض تكاليف الحصول على بعض هذه المداخلات، أو يكون ذلك عن طريق نظام إعادة التموين بالإعفاء والذي هو من الأنظمة الجمركية الاقتصادية.

ط_ إصلاح القطاع المصرفي

تستعمل أدوات السياسة النقدية المختلفة بغرض تحفيز نمو الصادرات مع توفير التمويل اللازم لدعم القطاع الصناعي، ومن ثم زيادة الصادرات الصناعية وتوفير الخدمات البنكية المتكاملة التي تتطلبها عملية التصدير¹.

الفرع الثاني: البيئة الخارجية للتصدير (الصادرات)

نجاح عملية التصدير في الأسواق الدولية يتوقف على عدة عوامل يطلق عليها البيئة الخارجية المحيطة به، وهي مختلفة عما هو موجود في السوق المحلية وهذا نتيجة الاتجاه المتزايد نحو عولمة السوق.

أ_ البيئة الاقتصادية

للعوامل الاقتصادية تأثير كبير على عملية التصدير في السوق الدولية، حيث أن خصائص التركيبة السكانية وأنماط الاستهلاك في الدول المراد التعامل معها ونسبة الفائدة ومدى وجود ركود أو إنعاش اقتصادي يؤثر بشكل كبير على طبيعة عملية التصدير في الأسواق الدولية، بالإضافة إلى ذلك فإن توفير بنية تحتية متنوعة تعد عاملا مهما في عملية التصدير، فعملية الولوج في السوق الدولي تعتمد بشكل كبير على الخدمات المقدمة في السوق كالنقل والاتصال والطاقة.....إلخ.

وكذلك دراسة الوضع الاقتصادي للدولة من حيث مستويات الإنتاج والخدمات ومستويات الدخل والعمالة ومدى استخدام التكنولوجيا وتطور البنية التحتية والتي تصبو في الأخير إلى معرفة مكانة الدولة هل هي متطورة مثل و.م.أ وفرنسا وألمانيا أم نامية كالجزائر ومصر..... إلخ.

¹ حسان بخيت، تحليل أثر الاستثمار الاجنبي المباشر على تنمية الصادرات، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة أبو بكر بالقعيد، تلمسان، 2017-2018، ص 120.

ب_ البيئة الاجتماعية والثقافية

تتمثل البيئة الاجتماعية والثقافية لعملية التصدير في كل ما يحيط بها من عادات وتقاليد وقيم وممارسات موروثية ومكتسبة، حيث أنها تمثل ردود أفعال متباينة ومواقف مختلفة في كل دول العالم، إذ نجد أن ما هو مقبول في دولة ما قد يكون مرفوضاً في دولة أخرى.

تعتبر دراسة البيئة الاجتماعية والثقافية ذات أهمية كبيرة من أجل التعرف على مميزات وخصائص ورغبات المستهلك في مختلف الدول لكي يتفاعل المصدر معها وفق ما يراه ويؤمن به أفراد الدولة وليس كما يراه هو ذاته.

فنجاح عملية التصدير يتوقف على فهم ثقافة الآخر من مختلف جوانبها باعتبار أن الثقافة هي أسلوب للحياة أو نمط للتفكير لكل مجتمع من المجتمعات أو كما يعرفها معجم أكسفورد على أنها "كل السلوكيات والقيم المكتسبة التي تنتقل إلى الفرد عن طريق العيش في مجتمع معين".

ج_ البيئة السياسية والقانونية

يعتبر الاستقرار السياسي من أهم الشروط اللازمة لممارسة أنشطة التصدير وهذا نتيجة لاختلاف البيئات القانونية والسياسية من دولة لأخرى، وعليه فإن رجل التصدير (دولة، منظمة) عليه أن يدرك تماماً الإطار السياسي والتشريعي الذي يمارس فيه نشاطه، حيث نقصد هنا بالإطار السياسي هيكل وفلسفة النظم السياسية الحاكمة للدول من ملكي إلى جمهوري.....إلخ، والمواقف العامة تجاه الأنشطة الأجنبية في كل دولة من طرف هذه النظم السياسية حيث نجد أن الهيكل السياسي للدول المختلفة يلعب دوراً واضحاً في تحديد الفلسفة السياسية للدولة وهي من الأمور الهامة لرجل التصدير حيث أنه هناك هياكل سياسية تعمل على تشجيع دور القطاع الخاص في الحياة الاقتصادية مع أقل قدر من القيود على ممارسة النشاط، وهناك من تتجه إلى وضع العديد من القيود التنظيمية للممارسة الأنشطة المختلفة¹.

د_ البيئة القانونية الدولية

تتمثل في مجموع المعاهدات والاتفاقيات والمؤتمرات الدولية التي تكتسب قوة القانون، وهي تؤثر على نشاط التصدير منها المنظمة الدولية لحماية الحقوق الصناعية، الاتفاقية الدولية لتسجيل العلامات التجارية، المنظمة الدولية للتوحيد القياسي، صندوق النقد الدولي والبنك العالمي ومنظمة التجارة العالمية والتكتلات الاقتصادية. ISO

¹ محمد بن حوحو، دور إستراتيجية التسويق في اقتحام الأسواق الدولية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة البليدة، 2008، ص 38.

ينبغي على رجل التصدير إعداد خطة كاملة توضح كافة الحقائق السياسية والنظم الاقتصادية والفلسفات السائدة والتي تؤثر على القرارات الخاصة بالتصدير وهذا من أجل تفادي الوقوع في المخاطر السياسية المختلفة.

نستنتج مما سبق 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 من خلال توسيع نطاق السوق والذي يعد النفاذ إلى الخارج أهم عناصره فالتوسع في التصدير عموماً يساعد على إزالة العوائق أمام التنمية الاقتصادية.

المبحث الثالث: أثر التجارة الخارجية على الصادرات

تعتبر التجارة الخارجية إحدى أهم الأنشطة الاقتصادية، فهي تؤثر بشكل كبير في العملية التنموية ككل من خلال المساهمة في تحفيز النمو وزيادة الإنتاج وتنشيط مختلف العمليات الاقتصادية، وتتأثر بالسياسات الموضوعية على شكل معايير وضوابط لتنظيم العملية التنموية وتوجيهها، وبالتالي فإن الحديث عن العلاقة بين التجارة الخارجية والصادرات يقودنا إلى التساؤل عن آثار التجارة على أهم الجوانب والأبعاد المشكلة لهذه الأخيرة¹.

المطلب الأول: العلاقة بين الصادرات والتجارة الخارجية

هناك الكثير من الآليات التي يتم من خلالها التأثير المتبادل بين التجارة الخارجية والصادرات، فزيادة الصادرات من شأنها تعظيم نمو الناتج المحلي الإجمالي ضمن مطابقة الناتج حسب الإنفاق، وكذلك خفض الواردات، كما أن تنامي الصناعات الموجهة للصادرات من شأنها تعظيم فرص العمل وكذا تعظيم الأجرور وبالتالي التعظيم من نمو الناتج ضمن مطابقة الناتج حسب الدخل.

بالإضافة إلى تعاضم القيمة المضافة للقطاع الصناعي الموجهة للصادرات والتي من شأنها أن تعظم نمو الناتج ضمن مطابقة القيمة المضافة، أضف إلى ذلك التأثيرات غير المباشرة بفعل التأثيرات على الإنتاجية باعتبارها مصدراً رئيسياً من مصادر النمو، وعلى إعادة تخصيص الموارد بشكل أكثر كفاءة، وغيرها من الآليات غير المباشرة².

¹ حاج حمو يمينة، أولاد صالح عامرية، أثر التجارة على النمو الاقتصادي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، جامعة أحمد دراية أدرار، 2017_2018، ص 21.

² إبراهيم ريان، يوسف باهي، دور التجارة الخارجية في تحقيق التنمية المستدامة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، جامعة حمه لخضر، الوادي، 2017، 2016، ص 45.

تعرضت كثير من الدراسات للعلاقة بين الصادرات والتجارة الخارجية، فقد أشار "فيشر" إلى العلاقة بين سياسة إحلال الواردات (الاستغناء عن ما كان يستورد سابقا من خلال إنتاجه محليا) والتأثير الإيجابي على النمو بعد الحرب العالمية الثانية وكذلك تأثير سياسة تشجيع الصادرات فيما بعد على النمو، ويستشهد "فيشر" بالدراسات التي بدأت منذ تسعينات وثمانينات القرن الماضي من قبل منظمة التعاون الأوروبي والتنمية والمكتب الوطني للبحوث الاقتصادية في الولايات المتحدة الأمريكية والبنك الدولي فيما بعد، والتي أشارت إلى دور سياسة تشجيع الصادرات في تعزيز معدل النمو ومن جهة أخرى يشير "فيشر" إلى أنه كلما زادت درجة الانفتاح كلما تعزز النمو وزيادة الصادرات وكذا الدخل.

المطلب الثاني: الآثار الاقتصادية للتجارة الخارجية

إن إمكانية التجارة كانت ولا تزال إحدى أهم الوسائل التي حسنت طرق الإنتاج مما أدى إلى تحقيق أرباح أكبر، تأتي بالأساس من أهم التغييرات والتحسينات في الهيكل الإنتاجي ككل والذي فرضه المحيط التنافسي الذي خلقته التجارة والذي يتأثر بدوره بشروطها مثل الحواجز الجمركية وتكاليف النقل ومختلف التكاليف التجارية الأخرى¹.

الفرع الأول: التجارة والنمو

يمكن أن نعدد أهم المساهمات التي يمكن أن تقدمها التجارة لتحقيق النمو الاقتصادي فيما يلي²:
أ _ تؤدي التجارة إلى الاستغلال الكامل للموارد المحلية غير المستغلة، فمن خلال التجارة يمكن للدولة أن تنتقل من نقطة الإنتاج الضعيف وعدم الاستغلال الكامل لمواردها بسبب نقص الطلب داخل إقليمها إلى نقطة الإنتاج والاستغلال الأكبر لمواردها بفضل الطلب الخارجي على منتجاتها، أي الصادرات؛
ب _ من خلال توسيع الحجم السوقي فإن ذلك سيساعد في تعزيز التخصيص، وهو ما فتى يتعزز من عام لآخر خاصة في ميدان الصناعات الخفيفة والدقيقة في الاقتصاديات الناشئة كتايبوان، هونكونغ، وسنغافورة؛

ج _ التجارة الخارجية هي وسيلة لانتقال الأفكار والتكنولوجيات الجديدة، والطرق التسييرية المتقدمة؛
د _ التجارة الخارجية تحفز وتسهل تدفق الاستثمارات الأجنبية من الدول المتقدمة إلى الاقتصاديات الناشئة والصغيرة والتي تكون مرفقة بطرق التسيير المتقدمة والمهارات، والتي تسهم في تحفيز النمو والتقدم الاقتصادي والبشري؛

¹ بورحلة ميلود، بوطوبة محمد، أثر الصادرات على النمو الاقتصادي، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 13، الجزائر، 2013 ص 207.

² فليح حسن خلف، العولمة الاقتصادية، عالم الكتاب الحديث للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2010، ص 349_350.

هـ_ تعتبر التجارة سلاحا فعالا ضد الاحتكار، لأنها تعتبر مشجعا للمنتجين المحليين قصد تطوير إنتاجهم ومواجهة المنافسة الأجنبية، وهو ما يساهم في إبقاء أسعار وتكاليف السلع الوسيطة ونصف المصنعة المستعملة في الإنتاج المحلي منخفضة نوعا ما.

الفرع الثاني: التبادلات التجارية وسيلة لنقل التكنولوجيا وتعزيز التخصص

التبادلات التجارية تسهل انتقال المعارف المحتويات أصلا في السلع المتبادلة، فعندما تشتري حاسوبا مثلا، تشتري بذلك جزءا من البحث والمعرفة التي ساهمت في صناعة وبيع المنتج النهائي ومختلف مكوناته، لأن مختلف المنتجات والخدمات هي عبارة في الأصل عن مهارات ومعارف.

فإن أصيب الجهاز الذي اشتريته بعطب ما وكان المصلح للعطب هو نفسه الصانع المتواجد بالخارج فأنت بذلك تستورد خدمة لما بعد البيع.

تعتبر غالبية بلدان العالم التكنولوجيات الأجنبية المستوردة عماد الإنتاج المحلي وبالتالي من أهم محفزات النمو.

الفرع الثالث: الانفتاح التجاري بين الدول المتقدمة والدول الأقل تقدما

حرية حركة السلع وانتقالها عبر العالم من خلال التجارة الخارجية، وإعفاؤها من القيود الكمية والتعريفية الجمركية، وكافة الإجراءات التي تحد من حركة انتقالها يمكن أن تؤدي إلى¹:
أ_ أن الدول المتقدمة تحصل على ما يلبي احتياجاتها من مستلزمات إنتاجها واستهلاكها ومن خلال الجهات التي تعمل فيها وعن طريق الاستيراد من الدول الأخرى، ومنها الدول النامية، وفي الغالب تحصل على استيرادها بأفضل الشروط وأقل الأسعار نتيجة تحرير التجارة وإلغاء التعريفية الجمركية وكافة أشكال القيود التي تعيق حرية الاستيراد.

ب_ إن انتقال السلع وحركتها بتصديرها من الدول المتقدمة إلى الدول النامية والذي يتسع في ظل العولمة الاقتصادية بتحرير التجارة الخارجية وإزالة كافة ما يقيد التصدير، مما يعني توفر السلع المنتجة في الدول المتقدمة في أسواق الدول النامية نتيجة عولمة الأسواق، وهو الأمر الذي يؤدي إلى تفوق السلع المنتجة في الدول المتقدمة على السلع المنتجة في الدول النامية، وبالتالي منافستها في أسواق هذه الدول الأقل تقدما بحكم امتلاك منتجات الدول المتقدمة للسعر الأدنى والنوعية الأفضل بسبب الأحجام الكبيرة لإنتاجها والكفاءة التي ترافق إنتاجها.

¹ فليح حسن خلف، مرجع سبق ذكره، ص 351_352.

ج_ إن ضعف القدرة التنافسية لمنتجات الدول النامية، أسعارها المرتفعة ونوعيتها الأدنى وبسبب ارتفاع تكاليف إنتاجها والناجمة عن الأحجام الصغيرة في إنتاجها، وانخفاض الكفاءة من هذا الإنتاج، وهو الأمر الذي لا يقضي فقط على ما هو قائم من إنتاج محلي، وإنما يقضي حتى على مجرد التفكير في إقامة إنتاج محلي بسبب ضعف القدرات والإمكانات التي لا تتيح لإنتاجها المحلي قدرة المنافسة مع منتجات الدول المتقدمة، ليس في الأسواق العالمية فحسب بل حتى في أسواقها المحلية.

د_ إن التجارة الحرة وغير المقيدة، تتيح للدول المتقدمة الحصول على مستلزمات إنتاجها عن طريق الاستيراد الحر وتوفر لها إمكانية تصريف إنتاجها في السوق المعولمة التي تغطي العالم كله، وهو ما يتيح لها استمرار عملية التطور على حساب إعاقة عملية التطور في الدول الأقل تقدماً، خاصة وأن هيمنة الدول المتقدمة وسيطرتها على التجارة الخارجية استيراداً وتصديراً وخدمات و من خلال شركاتها العملاقة دولية النشاط، يتيح لها الحصول على ما تستورده بأفضل الشروط وأقل الأسعار، وتفرض ما تراه من شروط وأسعار على ما تصدره، وهو الأمر الذي ينجم عنه انتفاع أكبر للدول المتقدمة من تحرير التجارة الخارجية، وإلحاق ضرر أكبر بالدول النامية الأقل تقدماً نتيجة لذلك.

خلاصة :

من خلال ما سبق، لاحظنا أن موضوع التجارة الخارجية يحظى بأهمية بالغة، وذلك نظراً للدور الذي تلعبه في اقتصاديات مختلف الدول، ولقد تطرقنا في هذا الفصل إلى مختلف النظريات التي تتناول موضوع التجارة الخارجية، والتي تبناها مختلف الاقتصاديين وسعو من خلالها إلى تفسير الغاية من التبادل الخارجي، ومختلف العوامل المساعدة على قيام هذا التبادل الخارجي، والتي يعتبر أساسها مبدأ التخصص الدولي.

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 السوق، الذي يعد أهم عنصر للنفوذ إلى الخارج، والتوسع في التصدير يساعد عموماً على إزالة العراقيل التي تقف أمام التنمية الاقتصادية.

الفصل الثاني

التوغل في الأسواق الخارجية من خلال تجارب دولية
رائدة

تمهيد:

تلعب الصادرات دورا أساسيا في تسريع النمو الاقتصادي ومن ثمة التنمية الاقتصادية مما جعل ذلك الدور موضوعا لعدد من الدراسات التي سعت إلى تحديده، فقد احتلت الصادرات دورا بارزا في مختلف المدارس الفكرية، فقد حققت هذه الدول تطورا سمح بانتقالها من دول نامية منتجة ومصدرة للمواد القاعدية إلى دول منتجة ومصدرة للمنتجات المصنعة، إلا أن ظهور هذه الدول على الساحة الدولية كان في فترات متباعدة، لهذا اخترنا نموذجا رائدا في تجربة تنوع التصدير وهي دول جنوب شرق آسيا والتي أبهر نموها السريع العديد من الاقتصاديين الذين ذهبوا يبحثون عن أسباب نجاحها في التنمية والتصدير . وبالتالي سيتم تناول في خضم هذا الفصل أهم الاستراتيجيات المتبعة في مجال الصادرات من أجل التوغل في الأسواق الخارجية كما أننا سنخرج في هذه الدراسة إلى أهم التجارب الدولية الرائدة في مجال تنمية الصادرات وفق التقسيم التالي:

المبحث الأول: استراتيجية التوغل في الأسواق الأجنبية

المبحث الثاني: تجربة سنغافورة في تنمية الصادرات

المبحث الثالث: تجربة تركيا في تنمية الصادرات

المبحث الأول: استراتيجية التوغل في الأسواق الأجنبية

إن بلورة استراتيجية واضحة لتطوير الصادرات يتطلب تحديد خطط واضحة للتنمية، واستغلال فرص السوق العالمية، فلم يصبح التخطيط يقتصر على ما تتحده القدرات المحلية، بل يجب التعرف على الظروف الدولية ومنافذ الدخول للأسواق الأجنبية.

المطلب الأول: طرق التصدير إلى الخارج

نظرا للتعدد والاختلاف في أساليب الدخول إلى الأسواق العالمية، سنتطرق إلى الأشكال الأكثر شيوعا واستخداما في السوق الدولي.

1_ التصدير بأنواعه: يعتبر التصدير من أبسط الطرق التي تستطيع المؤسسة الدخول بها إلى الأسواق الأجنبية، وقد تم التطرق إلى تعاريفه وأنواعه في الفصل الأول المبحث الأول.

فالتصدير يحتاج إلى الحد الأدنى من رأس المال مقارنة بالبدائل الأخرى، فهو لا يتطلب تغيير جذري في خط منتجات المؤسسة بل تغييرات بسيطة تتماشى مع احتياجات السوق الأجنبي، أو تغيير في هيكلها التنظيمي، أو الاستراتيجية المسطرة¹.

2_ الاتفاقيات التعاقدية: هي عبارة عن اتفاق طويل الأجل بين شركة في دولة وشركة في دولة أخرى، يتم بمقتضاها نقل التكنولوجيا، المعرفة، دون استثمارات في أصول مادية من طرف الشركة، ومن أهم الاتفاقيات التعاقدية نذكر ما يلي²:

أ_ عقود التراخيص: يقصد بعقود التراخيص أن تقوم الشركة مانحة الترخيص بالسماح لشركة أخرى (المرخص لها)، بحق استعمال براءة الاختراع، الملكية الفكرية، العلامة التجارية، التكنولوجيا، طرق وأساليب الإنتاج، حقوق النشر والتأليف..... إلخ، مقابل أجر متفق عليه.

ب_ عقود الامتياز: هو شكل خاص من أشكال عقود التراخيص، بحيث تقوم شركة بمنح امتياز أداء عمل معين لشركة في دولة أخرى، تحت الاسم التجاري للشركة صاحبة الامتياز، خلال فترة زمنية معينة، مقابل الحصول على عائد مالي.

ج_ عقود التصنيع وعقود الإدارة: عقود التصنيع عبارة عن اتفاقية مبرمة بين المؤسسات الدولية، وإحدى المؤسسات الوطنية (عامة، خاصة) بالدولة المضيفة، يتم بمقتضى هذا الاتفاق التصنيع في السوق الأجنبية

¹ خالد محمد السواعي، التجارة والتنمية، دار المناهج، الطبعة الأولى، الأردن، 2005، ص 38.

² عمرو خير الدين، التسويق الدولي، دار النهضة العربية، جمهورية مصر العربية، 2004، ص 52.

الفصل الثاني: التوغل في الأسواق الخارجية من خلال تجارب دولية رائدة.

بواسطة وكيل، حيث يتم إنتاج منتج من قبل المؤسسة الدولية على أن تقوم هذه الأخيرة بنقل التكنولوجيا، والمساعدة الفنية.

أما عقود الإدارة فهي عبارة عن اتفاقية، يتم بمقتضاها تفويض مؤسسة أجنبية بإدارة مؤسسة وطنية صناعية أو خدمية، دون أن يكون للمؤسسة الأجنبية السلطة في اتخاذ القرارات الاستثمارية، وعادة ما تبرم عقود إدارة المؤسسات الصناعية في إطار توريد معدات المصانع، في حين تبرم عقود المؤسسات الخدمية لإدارة العمليات اليومية، ويتضمن الاتفاق على أن تحصل المؤسسة الأجنبية على نسبة محدودة من الأرباح الصافية، أو من عائد مبيعات المؤسسة التي يبرم معها الاتفاق¹.

د_ عقود تسليم المفتاح أو السلعة: ترتبط عقود تسليم المفتاح ببناء المشروعات الكبرى في الدول النامية، حيث تلتزم الشركة الدولية ببناء مشروع متكامل حتى مرحلة التشغيل، وتسليمه إلى المالك، بالإضافة إلى الالتزام بتدريب العاملين الفنيين لتشغيل المشروع، وإمداده بالمعدات والآلات اللازمة.

هـ_ صفقات التعاقد من الباطن: يصعب في بعض الأحيان أن تقوم الشركات بجميع العمليات، فعادة ما يقتصر نشاطها على بيع الخدمة الهندسية، أو إدارة المشروع، أو تسويق المنتجات..... إلخ، حيث تسعى الشركات إلى التعاقد من الباطن على الأنشطة التي لا تقوم بتنفيذها مع مقاولين آخرين لتنفيذ المرحلة أو النشاط المعهود إليهم.

تتطوي صفقات التعاقد من الباطن عن اتفاقية بين وحدتين إنتاجيتين، يقوم أحد الأطراف (مقاول الباطن) بإنتاج سلعة، أو توريد أو تصدير للطرف الأول (الأصيل)، ويقوم هذا الأخير باستخدامها لإنتاج السلعة بصورتها النهائية وبعلاقتها التجارية، أو قد يكون الاتفاق المشار إليه بناء على أن يقوم الأصيل بتوريد المقاول من الباطن بالمواد الخام اللازمة لتصنيع مكونات السلعة، ثم يقوم بعد ذلك بتوريدها إلى الأصيل.

3_ الاستثمار الأجنبي المباشر:

كثيرا من منظمات الأعمال، تفضل الدخول إلى الأسواق الدولية عن طريق التملك الجزئي أو المطلق للمشاريع الاستثمارية في البلدان المضيفة، سواء كانت للتسويق، للبيع، للتصنيع والإنتاج، أو أي نوع من النشاط الإنتاجي أو الخدمي، ويمكن تقسيم الاستثمار الأجنبي المباشر إلى:

¹ يحي سعيد علي عيد، بحوث التسويق والمصدر الناجح، دار الأمين للنشر والتوزيع، البلد مجهول، 2000، ص114.

أ_ الاستثمار المشترك: هو أحد مشروعات الأعمال الذي يمتلكه أو يشترك فيه طرفان، أو أكثر من دولتين مختلفتين، بصفة دائمة، حيث لا تقتصر المشاركة على حصة رأس المال فقط، بل يمتد إلى الإدارة، الخبرة، براءة الاختراع، أو العلامة التجارية.

ب_ الاستثمارات المملوكة بالكامل للمستثمر الأجنبي: يعتبر أكثر أنواع الاستثمارات الأجنبية تفضيلاً لدى الشركات المتعددة الجنسيات، هذه الطريقة تقوم ببناء على عملية نقل لمنشأة بأكملها إلى سوق دولي معين، أو بعبارة أخرى نقل مهاراتها الإدارية والفنية والتسويقية والتمويلية إلى بلد مستهدف في شكل منشأة تحت سيطرتها الكاملة، من شأنه أن يمكن الشركة من استغلال ميزتها التنافسية بالكامل، هذا النوع تتردد عليه وترفضه حكومات الدول المضيفة خوفاً من التبعية الاقتصادية وما يترتب عليها من آثار سياسية محلية ودولية، وكذا الحذر من احتمال احتكار الشركات متعددة الجنسيات لأسواق الدول المضيفة.

4_ التحالفات الاستراتيجية:

يقصد بالتحالفات الاستراتيجية التعاون على المنافسة التي قد تؤدي إلى خروج أحد الأطراف من السوق، وقد يؤدي التحالف إلى التعاون والسيطرة على المخاطر والتهديدات، أيضاً المشاركة في الأرباح والمنافع والمكاسب الملموسة وغير الملموسة¹.

تتطوي التحالفات الاستراتيجية على مجموعة واسعة من العلاقات التعاقدية بين شركات كبيرة وأخرى صغيرة، بشأن مشروع معين، يكون منتجاً جديداً أو تطوير تكنولوجيا مستحدثة، لتحقيق هدف استراتيجي محدد لكل طرف من أطراف العقد.

إن التحالفات الاستراتيجية قد تكون تكنولوجية، إنتاجية، تسويقية.

أ_ تحالفات استراتيجية تكنولوجية: تعتبر التكنولوجيا المتقدمة المحرك الأول في اقتصاد أي دولة، ووسيلة لتحقيق توسعات في الأسواق الدولية، يتضح ذلك من خلال ظهور عدد هائل من الاختراعات والمنتجات الجديدة، مما دفع بالشركات كثيفة التكنولوجيا بتكوين تحالفات استراتيجية مع الحلفاء الأجانب، لغرض الحفاظ على التنافسية في الأسواق العالمية، مثل اليابان، الهند، ماليزيا، وسنغافورة.

ب_ تحالفات استراتيجية إنتاجية: تجذب المزايا المطلقة أو النسبية لدولة أو شركة ما رجال الأعمال، والمستثمرين للدخول في مشاركات وتعاونيات في الإنتاج خارج حدود الدولة للتقرب من الأسواق، المواد الخام والطاقة، أو أسواق المال والتكنولوجيا، ومثال على ذلك التحالف الاستراتيجي بين شركتي جنرال موتورز،

¹ فريد النجار، التحالفات الاستراتيجية من المنافسة إلى التعاون، أبتراك للنشر والتوزيع، مصر، 2002، ص 14.

تويوتا، حيث يتيح ذلك الفرصة للأولى تعلم المعرفة الإنتاجية الخاصة بشركة تويوتا في مجال صناعة السيارات الصغيرة ومتوسطة الحجم، في المقابل مساعدة هذه الأخيرة الدخول إلى الأسواق الأمريكية.

ج- تحالفات استراتيجية تسويقية: تظهر أهمية التحالفات الاستراتيجية التسويقية التي تركز على الاستفادة من نظام التوزيع الخاص بالطرف الآخر، ويظهر ذلك جليا بعد انضمام الدول إلى اتفاقية الجات، يجبرها على الدخول في تحالفات تجارية، وفتح الأسواق والعمل على تحرير التجارة من القيود الكمية الجمركية، هذه التحالفات بين الأسواق تظهر عند إنشاء مناطق التجارة الحرة، فالتحالفات التسويقية تؤدي إلى تقاسم الأسواق العالمية بين أطراف التحالف بدلا من التنافس والصراعات.

المطلب الثاني: برامج تنمية الصادرات

تنمية الصادرات لا بد وأن تركز منذ البداية على استراتيجية واضحة ومتكاملة وإعداد برامج لتنمية الصادرات تكون أداة هامة لتنميتها بحيث يحدد البرنامج الأهداف الرئيسية لجهود تنمية الصادرات كما يحدد الإجراءات التنفيذية لتحقيق هذه الأهداف بالإضافة إلى تحديد مسؤوليات للقطاع الحكومي والقطاع العام والقطاعات الأخرى لتنفيذ هذه المسؤوليات. ولهذا فإن تحديد برامج تنمية الصادرات يتطلب ما يلي¹:

1_ تحليل موقف الصادرات: وذلك بأن يتم إجراء تحليل كامل للموقف التصديري لكل قطاع ولكل صناعة بحيث يعطي هذا التحليل صورة واضحة للإمكانيات التصديرية وذلك بالنسبة لكل من إمكانيات الإنتاج القائمة والقادرة على إنتاج سلع للتصدير وكذلك تحديد الإمكانيات الاستثمارية في المصانع الجديدة والتي يمكن أن تنتج جزءا من إنتاجها للتصدير، كذلك يجب دراسة الأسواق الخارجية خاصة الأسواق التي تقدم تفضيلات جمركية كما يجري تحليل لكل سوق من هذه الأسواق من ناحية اتجاهات الطلب، المنافسة، الرسوم الجمركية، القيود غير الجمركية، أسعار الصرف الأجنبي ومنافذ التوزيع للصادرات.

2_ تحديد الأولويات السلعية: والتي تقوم على الاختيار والانتقاء وغالبا ما تتضمن اختيار عدد من الصناعات أو أوجه النشاط التي تتطلب من الدولة الرعاية الخاصة وذلك باختيار عدد من السلع غير التقليدية للتصدير وخاصة تلك التي تتمتع فيها بميزة تنافسية.

3_ تحديد الأولويات الجغرافية: هذا الأمر يتطلب ضرورة إعداد البحوث التسويقية لوضع أولويات جغرافية للصادرات في ضوء الأولويات السلعية، ويهدف إلى أن يأخذ المنتج في حسابه أنواق الأسواق الخارجية واحتياجاتها واستعمالاتها للسلعة وتوفير الصيانة للسلع الصناعية التي تتطلب ذلك.

¹ مصطفى محمود، التصدير والاستيراد علميا وعمليا، دار النهضة العربية، القاهرة، 2003، ص 324-325.

4_ الأنشطة والخدمات التصديرية: وتتمثل فيما يلي:

أ_ الحوافز: وتشمل على:

_ حوافز ضريبية والتي تكون على هيئة استرجاع لجزء من ضرائب الإنتاج.

_ حوافز مالية وهي عبارة عن مساعدات مالية تقدم للمصدرين لتمويل دراسات السوق والبحوث

التسويقية.....إلخ.

ب_ تمويل الصادرات: ويتمثل في توفير التمويل بشروط مناسبة وذلك من خلال توفير موارد مالية كافية لأغراض التصدير، بحيث تكون بأسعار وشروط تفضيلية كما ينقسم التمويل التصديري إلى نوعين من النشاط، فالأول هو تمويل النشاط الخارجي للتجارة الخارجية سواء قبل أو بعد التصدير، والثاني هو توفير تمويل متوسط وطويل الأجل لإنشاء مشروعات تصديرية جديدة أو التوسع في المشروعات القائمة.

ج_ إقامة نظام للمعلومات التجارية: إذ لا يمكن اتخاذ قرارات دون توفير قدر معين من المعلومات وبالتالي يجب أن يوجد نظام معلومات يفيد الحكومة والنظام وقطاع الأعمال وهذا أساسي لنجاح أي سياسة لتنشيط الصادرات بحيث توفر المعلومات إمكانية الإنتاج المحلي والفرص التسويقية بالأسواق الخارجية.

د_ تأمين تمويل الصادرات: إن المنافسة في السوق الدولية أدت إلى الاتجاه نحو إعطاء مزيد من التسهيلات في الدفع للمستورد الأجنبي إذ أصبحت هذه الأخيرة أحد أهم عناصر التسويق الخارجي (التصدير).

ج_ دراسة السوق والبحوث التسويقية: إذ تهتم دراسة السوق بالمعلومات الخاصة بالعرض لمعرفة ظروف الإنتاج وإمكانيات التصدير وتحليل تلك الإمكانيات وأهم المشاكل التي تعوقها وحجم الإنتاج الحالي، في حين أن المعلومات الخاصة بالطلب تختص باتجاهات الأسواق الخارجية والحالة التنافسية للسلعة والمعلومات عن المستهلك الخارجي من حيث خصائص وطبائع وطرق التسويق..... إلخ.

هـ_ الخدمات التنظيمية والتسويقية الأخرى: وتشمل الإعلام الآلي الذي يعتبر وسيلة اتصال بين المنتج والمستورد (المستهلك النهائي) إذ يمكن أن يوجه الإعلام لكل من السوق الداخلي والسوق الخارجي فعلى المستوى الداخلي يكون اهتمامه ببرنامج تنمية الصادرات من خلال خلق الوعي لدى المصدرين.

أما على المستوى الخارجي فيكون اهتمامه بالمستهلك وخصائص السلعة والفوائد التي تعود على المستهلك جراء استخدامها. بالإضافة إلى أهمية الاشتراك المباشر للمستهلكين ودراسة السوق واختيار السلع المراد تسويقها.

و_ الخدمات الاستشارية: إذ تقدم في الأنشطة المختلفة مثل التأمينات واختيار وسائل المواصلات، ترتيب بعض خدمات الشحن أو تحسينها وتسهيلات التخزين.

المطلب الثالث: العقبات التي تواجه الصادرات في الدول النامية

إن الاتجاه إلى تنمية الصادرات الصناعية أصبح الطريق الحتمي لبلوغ أهداف التنمية الاقتصادية، التي قال عنها كارل ماركس "أن التصنيع هو جوهر عملية التنمية الاقتصادية " وأن الدول النامية ترى الدول المتقدمة صورة المستقبل.

في هذا الشأن يمكن أن نقسم العقبات التي تواجه الصادرات الصناعية إلى قسمين فرعيين، يتجه القسم الأول إلى تحليل العقبات التي تواجه الصادرات الصناعية من جانب الطلب، في حين يتعرض القسم الثاني إلى طائفة العقبات التي تواجه الصادرات الصناعية من جانب العرض وفيما يلي تحليل مختصر لهذه العقبات:

1_ العقبات التي تواجه الصادرات من جانب الطلب¹

تنقسم العقبات التي تواجه الصادرات للدول النامية من جانب الطلب إلى مجموعتين: تشير المجموعة الأولى إلى العقبات الحمائية بكافة أشكالها سواء كانت تعريفية أو غير تعريفية، وما يرتبط بها من آثار كبيرة في درجة تدفق الصادرات الصناعية للدول المتقدمة، أما المجموعة الثانية فتختص ببيان تحديات المنافسة الخارجية التي تواجهها الصادرات الصناعية للدول النامية عند محاولتها دخول الأسواق العالمية.

بالنسبة للحماية التجارية التي تواجه الصادرات الصناعية للدول النامية عند دخولها أسواق الدول المتقدمة، نجد هيكل الحماية التعريفية للدول المتقدمة يختص بمجموعة من الخصائص تشكل في مجموعها عقبات تحول دون نمو الصادرات الصناعية للدول النامية في أسواق هذه الدول المتقدمة خاصة في الفترات التي سبقت جهود منظمة الأمم المتحدة للتجارة والتنمية للتخفيف من وطأة هذه الصورة الحمائية من خلال إتباع الدول المتقدمة لفكرة النظام المعمم للتفضيلات الجمركية.

وتتلخص أهم الخصائص الحمائية في ثلاث خصائص أساسية:

أ_ ارتفاع معدلات التعريفية الإسمية على الواردات على الدول النامية مقارنة بمعدلات التعريفية التي تفرض على الواردات من دول أخرى.

ويعتبر ذلك تحيزاً في هيكل تعريفات الدول المتقدمة ضد الواردات الصناعية من الدول النامية.

ب_ تزايد معدلات الحماية الفعلية عن الإسمية بالنسبة للواردات من السلع الصناعية للدول النامية، مع ملاحظة أن الحماية المفروضة على السلع المستوردة من الدول النامية تكون أعلى من مثيلاتها المستوردة من الدول المتقدمة الأخرى.

¹ شهرزاد بروين، محددات الصادرات الصناعية، مرجع سبق ذكره، ص 120-122.

جـ_ التصاعد التعريفي بارتفاع درجات التصنيع على وجود تحيز ضد صادرات الدول النامية من السلع المصنعة، أما في مجال الحماية غير التعريفية وهي عبارة عن الممارسات التي اتبعتها الدول المتقدمة في شكل تطبيق نظم كمية وإدارية وصحية للحماية عرفت اصطلاحاً بالحماية الجديدة.

ومما سبق يمكننا القول أن صادرات الدول النامية إلى الدول المتقدمة قد خضعت للعديد من القيود غير التعريفية، مما أدى إلى انخفاض معدلات نمو الصادرات الصناعية للدول النامية.

أما المجموعة الثانية من العقبات المتعلقة بجانب الطلب، فإنها في المقام الأول بالتحديات التي تفرضها المنافسة الخارجية والتي تعاني منها الصادرات الصناعية للدول النامية عند محاولتها الولوج في أسواق الدول المتقدمة والتي تضعها في موقف غير متكافئ، حيث تأتي خطورة المنافسة من عدم التكافؤ في الأسواق العالمية بين المنتجات الصناعية للدول النامية والمنتجات المماثلة للدول المتقدمة في جانبي السعر والجودة، وفي واقع الأمر نلاحظ أن الاتجاه العالمي نحو خفض أو إلغاء القيود التعريفية يرتبط بارتفاع درجة المنافسة الخارجية حيث أصبح المجال أوسع لتنافس المنتجات سواء في السوق المحلي أو الخارجي ويسود مبدأ البقاء للأصلح، أي أن السوق لن يقبل إلا مستوى معين من الكفاءة والجودة والسعر التنافسي، وبالتالي فعنصر المنافسة الخارجية أصبح يمثل إحدى العقبات الهامة أمام الصادرات الصناعية للدول النامية، ونتيجة للتطورات الاقتصادية العالمية الجديدة أصبحت المنافسة الخارجية تمثل عائقاً أكبر أمام صادرات الدول النامية، وأصبح لزاماً على هذه الدول التصدي لهذه المنافسة من خلال تقديم منتجات تتميز بجودة وكفاءة عالية وسعر تنافسي حتى تستطيع النفاذ للأسواق العالمية، وليس أدل على ذلك تجربة دول جنوب شرق آسيا حديثة العهد بالتصنيع والتي استطاعت الخروج بمنتجاتها الصناعية إلى الأسواق العالمية ومواجهة المنافسة في تلك الأسواق من خلال تقديم منتجات مرتفعة الجودة منخفضة التكلفة.

2_ العقبات التي تواجه الصادرات من جانب العرض

تعاني الدول النامية من مجموعة من العقبات الخاصة بتتمية صادراتها الصناعية من جانب العرض، وترتبط هذه العقبات بالموصفات الفنية للإنتاج، ومستويات التكلفة، والجودة، والسعر، وعلى غرار ما اتبعناه من قبل فإنه يمكن تقسيم هذه العقبات إلى عدد من المجموعات الفرعية التالية:

_ هيكل الإنتاج الصناعي؛

_ التبعية التكنولوجية؛

_ السياسات والإجراءات الخاصة بالصادرات؛

_ أنشطة التسويق الدولي.

نستنتج مما سبق لا شك في أن الكثير من الدول النامية ماتزال تعاني من حدة المشكلة الاقتصادية وهذا ما يدفعها إلى إعادة النظر بنموذج التنمية المناسب لها، لذلك أصبحت سياسة التوجه إلى الخارج أو استراتيجية التوغل في الأسواق الخارجية من خلال الصادرات التي تحظى في الوقت الحاضر بموقع بارز من بين اهتمامات السياسات الاقتصادية لكافة الدول المتقدمة منها والنامية على حد سواء، وأصبح تطور الصادرات خيارا استراتيجيا للتنمية.

المبحث الثاني: تجربة سنغافورة في تنمية الصادرات.

تتقدم الدول من خلال تقدم اقتصادها في مختلف الأصعدة كالاقتصاد على التصنيع وتحسين ميزانها التجاري المتمثل في زيادة صادراتها وتخفيض وارداتها وتحسين إنتاجها المحلي الإجمالي وبالقضاء على الفقر والبطالة بين سكانها والتحكم في معدلات التضخم، وتلعب الصادرات دورا هاما في تقدم اقتصاد أي دولة، وسنغافورة مثال الدولة القوية بفضل قوة اقتصادها الذي جعلها من بين أهم الدول في العالم¹.

المطلب الأول: واقع اقتصاد سنغافورة

قبل خمسين عاما كانت سنغافورة بلدا متخلفا، يزرع سكانه في الفقر المدقع، مع مستويات عالية من البطالة، إذ كان يعيش 70% من شعبها في مناطق مزدحمة ضيقة، وبأوضاع غاية في السوء، حيث بلغ معدل البطالة 14%، وكان الناتج المحلي الإجمالي للفرد أقل من 320 دولار أمريكي، وكان نصف السكان من الأميين.

اليوم هي واحدة من أسرع الاقتصاديات نموا في العالم، وقد ارتفع الناتج المحلي الإجمالي للفرد الواحد بنسبة لا تصدق، إذ وصل إلى 60 ألف دولار أمريكي، مما جعلها سادس أكبر معدل للناتج المحلي للفرد في العالم، وفقا لبيانات وكالة الاستخبارات المركزية، مع معدل للبطالة 2% فقط².

يعتبر الاقتصاد السنغافوري من الاقتصاديات الناجحة والمتطورة والقائمة على نظام السوق الحر، لذا تحتل دولة سنغافورة مكانة مرموقة عالميا وفق التقارير الدولية التي تصدر عن المنظمات والهيئات، حيث يحتل الاقتصاد السنغافوري المرتبة الأولى من بين 189 بلدا، ويصنف اقتصادها على أنه الأكثر انفتاحا على مستوى العالم لذلك أكسبها نموها القوي لقب "النمر الآسيوي" حيث يعتمد أساسا على الصادرات خاصة في قطاع الصناعات التحويلية وفيما يلي أهم الصناعات التي تشتهر بها سنغافورة³:

¹ عبد الرحمان بن سانية، بعض تجارب الانطلاق الاقتصادي في الدول النامية، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، العدد 11، 2011، ص 75.

² ابتسام محمد العامري، التجربة التنموية في سنغافورة، مجلة بحوث الشرق الأوسط، جامعة بغداد، العدد 45، 2015، ص 274.

³ عبد الحفيظ حمزة، لطفي دنبري، التجربة السنغافورية في تجاوز الفقر وتحقيق التنمية، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة العربي بن مهيدي أم بواقي، العدد 04، 2019، ص 76.

1_ الصناعات التحويلية: يعد قطاع الصناعات التحويلية أكبر قطاع صناعي في سنغافورة، حيث

يساهم بنسبة 20%، 25%، من الناتج المحلي الإجمالي السنوي ويشمل الإلكترونيات، والكيمائيات والعلوم الطبية الحيوية واللوجستيات وهندسة النقل.

في عام 2017، نما قطاع الصناعات التحويلية بنسبة 35%، خاصة في قطاعات الإلكترونيات والهندسة الدقيقة.

2_ الصناعات المالية: تتمتع صناعة الخدمات المالية بنمو مستقر بسبب البيئة المؤيدة للأعمال في

سنغافورة، كما يعتبر سوق الخدمات المالية، الذي يضم أكثر من 200 مصرف ومحور إقليمي مفضل لكثير من شركات الخدمات المالية العالمية.

تشمل الصناعات الناشئة التي تقدم مساهمات كبيرة لاقتصاد سنغافورة التكنولوجيا الطبية وهندسة الفضاء والطاقة النظيفة والرعاية الصحية وتطوير المحتوى.

3_ التكنولوجيا الحيوية: تعزز سنغافورة صناعة التكنولوجيا الحيوية، حيث تم استثمار مئات الملايين من

الدولارات في هذا القطاع لبناء البنية التحتية وتمويل الأبحاث والتطوير وتوظيف كبار العلماء الدوليين في سنغافورة.

4_ صناعة الطاقة: تعد سنغافورة بمثابة مركز رئيسي لتجارة النفط في آسيا، حيث تشكل صناعة النفط

5% من إجمالي الناتج المحلي لسنغافورة، باعتبارها واحدة من المراكز الثلاثة الأولى لتكرير الصادرات في العالم.

5_ صناعة السياحة: تعد السياحة في سنغافورة واحدة من أكبر قطاعات الخدمات حيث تجذب ملايين

السياح كل عام، فجاذبيتها الثقافية تعكس تاريخها الاستعماري والأعراق الصينية والماليزية والهندية والعربية.

المطلب الثاني: واقع الصادرات في دولة سنغافورة

بلغ الناتج المحلي الإجمالي في سنغافورة 364,16 مليار دولار ويعد حجم الناتج المحلي الإجمالي مرتفعاً بالنسبة لدولة مثل سنغافورة حجم سكانها قليل حيث يبلغ 5,5 مليون نسمة لا تتجاوز البطالة بها 2,1% وتقوم بتصدير العديد من الصناعات مثل الإلكترونيات والاتصالات والأدوية والكيمائيات بالإضافة إلى المكنينة والمعدات وتبلغ صادراتها 329,7 مليون دولار أمريكي.

على غرار سنوات ماضية مثلاً ففي الفترة ما بين 1970 إلى غاية 1980 كان حجم إنتاجها ما بين 1,92 إلى 11,90 مليار دولار فقط لكن وبفضل مجموعة من الاستراتيجيات المتبعة سنشير إليها لاحقاً استطاعت هذه الأخيرة أن تطور من حجم إنتاجها وكذا صادراتها.

الفصل الثاني: التوغل في الأسواق الخارجية من خلال تجارب دولية رائدة.

وفيما يلي قيمة الصادرات التي حققتها الدولة خلال الفترة ما بين 2013_2019:

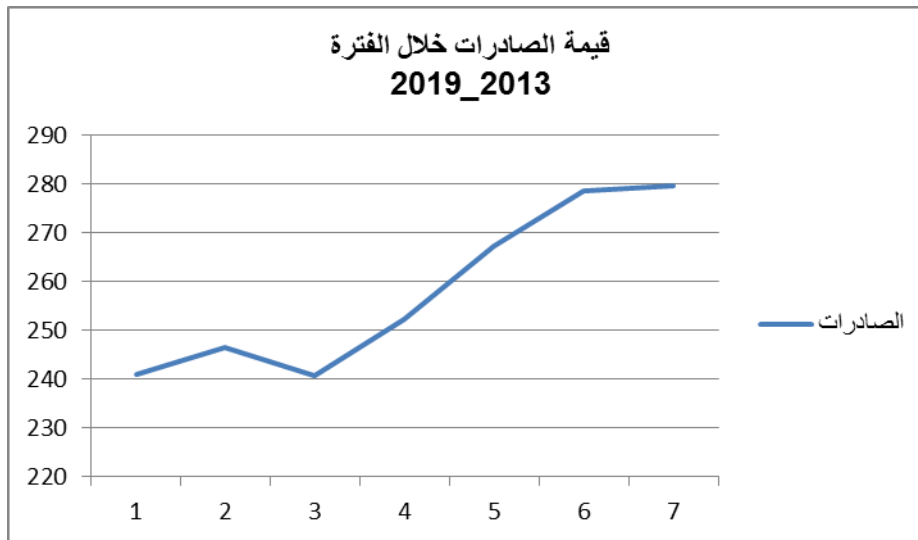
جدول رقم (03) يوضح تطور الصادرات لدولة سنغافورة خلال الفترة 2010_2019

السنة	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
قيمة الصادرات (بالمليون دولار)	241,10	246,54	240,72	252,40	267,16	278,48	279,50

المصدر: اعتمادا على بيانات البنك الدولي www.albankaldawli.org، تاريخ الاطلاع 2020_08_24 الساعة: 18:23

من الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة الصادرات في دولة سنغافورة في تزايد مستمر كل سنة حيث وصلت أوجها في الفترة ما بين 2018_2019 حيث سجلت ما قيمته 278,48 مليون دولار خلال سنة 2018 و279,50 مليون دولار خلال سنة 2019 في حين أنها تراجعت سنة 2015 بنسبة أقل مقارنة مع سنة 2014 لكنها واصلت في التزايد في سنتي 2016_2017 هذا دليل على أن صادرات دولة سنغافورة في تطور كل سنة. ويمكن تلخيص الجدول أعلاه في المنحنى البياني التالي:

الشكل رقم (02) التمثيل البياني لقيمة الصادرات خلال الفترة 2013_2019



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على معطيات الجدول السابق.

المطلب الثالث: العوامل التي أدت إلى نجاح اقتصاد سنغافورة

انتقلت سنغافورة نقلة تاريخية عملاقة من دولة متخلفة مليئة بالمظاهرات ينتشر فيها الظلم والنهب إلى دولة متقدمة وواحدة من أغنى دول العالم وأكثرها تقدما، والمؤشرات الاقتصادية التي أشرنا لها سابقا أكدت على قوة هذا النمر الآسيوي من حيث قوته الاقتصادية، وفيما يلي أهم الأسباب والعوامل التي أدت إلى تطورها.

الفرع الأول: التحفيز التي قدمتها الدولة

أ _ تعتبر سنغافورة نقطة جذب للمواهب الأجنبية، لأن الرواتب عالية بشكل عام في هذا البلد، حيث أن 45 % منهم أو نصفهم تقريبا يتقاضون رواتب سنوية تزيد عن ربع مليون دولار سنغافوري (أي ما يعادل 183 ألف و 295 دولار أمريكي) هذا ما أدى إلى توافد الكثير من المواهب إليها؛

ب _ ما دمت تملك رخصة التوظيف، وكانت تدعى سابقا تأشيرة عمل، فإن جميع الضروريات والأساسيات، مثل فتح حساب في بنك محلي، وبطاقات الائتمان وخدمات الإنترنت ستوفر لك بسرعة؛

ج _ تعود قوة جاذبية سنغافورة جزئيا لكونها أشبه بالملاذ الآمن من الضرائب، وفي جميع الأحوال فإنها معقولة، فلن تدفع أية ضريبة إذا ما قضيت أقل من 183 يوما خلال العام في البلاد، فالتكاليف باهظة لكن الضرائب أقل بكثير مما في الدول الغربية.

د _ تدرك الحكومة أهمية إشراك القطاع الخاص في القرارات الخاصة بالسياسات، وقد شجعت منافسة القطاع الخاص أطراف الصناعيين الفاعلين على أن يصبحوا أكثر مهارة من الناحية التجارية.

كما جذبت الحكومة المستثمرين إلى سنغافورة من خلال توفير المناخ المواتي للاستثمار، وتقديم الحوافز الملائمة لإشراك القطاع الخاص، واليوم أصبح هناك 20 من أكبر 25 شركة للخدمات اللوجستية في العالم تدير عملياتها العالمية أو الإقليمية من سنغافورة، وقد حفز وجود العديد من الشركات المحلية على محاكاة المعايير الدولية.

كما يوصي بإجراء مشاورا مكثفة مع القطاع الخاص قبل التصديق على الاستثمارات العامة وذلك للتيقن من تلبية البنية التحتية التي يجري إنشاؤها للاحتياجات الفعلية للنشاط، كما تشجع الحكومة القطاع الخاص على الاستثمار في البنية التحتية التكميلية.

هـ _ الاستثمار في القطاع العقاري في سنغافورة من أفضل الطرق وأكثرها امانا لتحصيل العوائد المالية نسبيا وهذا من بين الحوافز لجذب المستثمرين في سنغافورة، حيث ان شراء المستثمرين وتملكهم لعقارات خاصة بهم في المناطق المزدهرة يمكن أن يؤدي إلى تدفق إيرادات تأجير عالية نسبيا لزيادة وارتفاع الطلب على هذه العقارات، ونظرا لاستقرار سنغافورة السياسي والذي ساعد كثيرا على نمو اقتصادها فإن العقارات تمتاز بارتفاع قيمتها بشكل كبير ومستمر مع مرور الزمن، ففي حالة شراء وتملك أي عقار الآن في سنغافورة يمكن بيعه بسعر أعلى جدا في المستقبل.

و _ تم بناء الاقتصاد في سنغافورة من خلال تشجيع تنويع القطاعات الاقتصادية في الدولة، مثل القطاع المالي، قطاع الطاقة و قطاعات التقنية الحيوية والملاحة والنقل، وتكنولوجيا المعلومات والسياحة، وقد أدى

الفصل الثاني: التوغل في الأسواق الخارجية من خلال تجارب دولية رائدة.

هذا إلى تشكيل فرص اقتصادية وبيئة استثمارية متنوعة وكبيرة للمستثمرين، وقام هذا التنوع بالإضافة إلى إنشاء العديد من المدن والحدائق الصناعية بالمساعدة في تطوير وإنشاء نظام اقتصادي يعد من الأكثر أمنا في العالم.

الفرع الثاني: المقومات التي ساعدت على نجاحها

وفيما يلي أهم مقومات هذا الاقتصاد الذي صنع منها دولة قوية¹:

أ_ موقعها الاستراتيجي ومرفأها الطبيعي، يقع عند مدخل مضيق ملقا، والذي تمر عبره 40% من التجارة البحرية العالمية، لقد كان موقعا تجاريا مهما في القرن الرابع عشر وفي عام 2018 هي في قلب واحدة من أكثر المناطق ديناميكية في العالم.

ب _ رحبت سنغافورة بالتجارة والاستثمار الأجنبي، ووجدت الشركات متعددة الجنسيات سنغافورة مركزا طبيعيا وتم تشجيعها على التوسع والازدهار.

ج _ تطوير الأداء التكنولوجي، ففي ظل الدور المركزي الذي يؤديه الابتكار والتقدم التكنولوجي في التنمية الاقتصادية الوطنية والعالمية إذ أصبحت مصدرا رئيسيا للقدرة التنافسية وإنشاء الثروة وتعزيز النمو الاقتصادي.

د _ أهمية المياه في سنغافورة أصبحت تلك المدينة الدولة الصغيرة حاضنة لأكبر ميناء للحاويات العابرة في العالم، حيث تربط بأكثر من 600 ميناء في العالم.

هـ_ في قطاع الطيران، يجري وضع خطط لمضاعفة سعة المطار ويتم تشجيع شركات الشحن الجوي على استخدام سنغافورة من خلال بنية تحتية وإجراءات متخصصة، ومن ثم أقيم مجمع الخدمات اللوجستية بالمطار لاستقبال البضائع المعرضة للتلف، والمرافق الإقليمية السريعة للتعامل مع أنشطة التجارة الإلكترونية المتزايدة، كما يتلقى العمال التدريب المنتظم الذي يمكنهم من مواكبة التقنيات الجديدة وامتلاك المهارات اللازمة للتعامل مع مختلف أنواع الشحنات، على سبيل المثال، كان أحد مراكز الشحن البارد في المطار هو أول مركز في العالم يحصل على شهادة المعتمدين المستقلين في الخدمات اللوجستية الدوائية Pharma CEIV التي يمنحها الاتحاد الدولي للنقل الدولي IATA للمتميزين في التعامل مع الشحنات الدوائية.

كل هذه المقومات وغيرها من المقومات الأخرى كان لها الأثر الكبير في رسم خريطة التحول والانتقال من دولة فقيرة ومتخلفة تعيش على هامش التاريخ لتتحول إلى عملاق اقتصادي يحظى بالاحترام الكبير على المستوى الدولي.

¹ ابتسام محمد العامري، التجربة التنموية في سنغافورة، مرجع سبق ذكره، ص 277.

نلاحظ مما سبق أن للصادرات تأثير كبير على التجارة الخارجية، بحيث تساهم هذه الأخيرة في رفع معدلات النمو الاقتصادي من خلال تنويع الأنشطة الصناعية وخلق قيم مضافة، بالإضافة إلى الزيادة في نصيب الفرد من الدخل، وبالتالي زيادة في ثروة البلد.

تجربة سنغافورة أكبر مثال على ذلك من خلال تنمية صادراتها فقد أصبح اقتصادها من أهم الاقتصاديات في العالم، فقد سطرت أكبر قصة نجاح اقتصادي في العالم وأصبح صعودها الاقتصادي نموذجا يحتذى به دوليا.

المبحث الثالث: التجربة التركية في تنمية الصادرات.

تقوم الرؤية الاقتصادية التي اعتمدها تركيا في نهضتها على تفعيل كافة العلاقات الاقتصادية داخل الدولة، بحيث يتم تفعيل كل الإمكانيات على أكمل قدرة، وأفضل إنتاج، وأوسع تسويق، وأكبر ربح مالي ونجاح معنوي، ولقد استهدفت هذه الرؤية تحقيق التوازن الاقتصادي للدولة ومواطنيها، وبناء ذلك على قواعد واضحة ومريحة وربحية معا، بفضل هذه السياسات وغيرها استطاعت هذه الدولة أن تسترجع سيادتها واقتصادها القوي الذي جعل منها عملاقا عالميا¹.

المطلب الأول: واقع الاقتصاد التركي

لقد شهدت تركيا تغيرا جذريا في سياستها الاقتصادية منذ عقد الثمانينات من القرن العشرين أين تم التحول من اقتصاد موجه قائم على توجيه الإنتاج نحو إشباع حاجيات السوق المحلي إلى اقتصاد يركز على آليات السوق والانفتاح التجاري من خلال تسطير استراتيجية مهمة تعمل على تنمية الصادرات، ويمكن إرجاع حيثيات هذا التحول إلى تراكم المشاكل الاقتصادية التي تعرضت إليها تركيا أواخر السبعينات من القرن العشرين من جراء اعتمادها على سياسة صناعية مدعومة بمفهوم إحلال الواردات².

تعد تركيا اليوم ضمن الشريحة العليا من البلدان متوسطة الدخل، مع ناتج محلي إجمالي قدره 799,54 مليار دولار، مما يضعها في المركز 17 كقوة اقتصادية عالمية، استطاعت في أقل من عقد من الزمان أن تضاعف نصيب الفرد من الدخل ثلاث مرات تقريبا، والآن يتجاوز الدخل 10,5 آلاف دولار سنويا.

كما أنها أصبحت مصدرا ذا ثقة للسلع الاستهلاكية ذات الجودة العالية، وهي الآن أكبر منتج في أوروبا لأجهزة التلفزيون، والمركبات التجارية الخفيفة، كما أن سلعها تمر إلى داخل السوق الألماني، بسبب دقتها.

¹ محمد زاهد جول، التجربة النهضوية التركية، مركز نهاء للبحوث والدراسات، الطبعة الأولى، بيروت، 2013، ص 119.

² سامي عفيف حاتم، الاتجاهات الحديثة في الاقتصاد الدولي والتجارة الدولية، مرجع سبق ذكره، ص 369.

تعد تركيا ثامن أكبر منتج للمواد الغذائية في العالم والوجبة السياحية السادسة الأكثر شعبي، كما أن 43 شركة من أكبر شركة إنشاءات عالمية تركية.

قفزت الصادرات التركية بنسبة هائلة في خلال الحقبة الأردوغانية، وبلغت 325% في السنوات العشر حتى 2012. بين عامي 2002 و 2007 نما الاقتصاد التركي بمعدل 6,8% سنويا، لكن منذ ذلك الحين وهو متقلب ومتواضع، لكن بعدها عاد للنمو بعد أن تراجع بنسبة 3,5% عاد للارتفاع بنسبة 4,2% سنة 2015 متخطيا التوقعات في هذا العام ومدعوما بالاستهلاك المحلي الذي ارتفع كثيرا بسبب السياحة حيث استقبلت أكثر من 24 مليون زائر لتركيا، ساهموا بعائدات تتجاوز 18 مليار دولار، ليواصل الارتفاع في السنوات الأخيرة بنسب متفاوتة¹.

المطلب الثاني: واقع الصادرات التركية

من خلال دراسة النتائج المترتبة على تطبيق برنامج الإصلاح الاقتصادي التركي الذي تضمن حزمة من السياسات العمومية، فإن النجاح المهم الذي حققه هو تحقيق دفعة قوية للصادرات التركية، حيث وصلت إلى أوجها سنة 2008 بتحقيقها مبلغ قدره 132027 مليون دولار أمريكي، لتتخفص بعدها في سنة 2009 على إثر الأزمة الاقتصادية العالمية، ثم لتعود للارتفاع من جديد في سنة 2010 أين قدرت 113883 مليون دولار أمريكي، ولعل أهم ما يميز الصادرات التركية هي سيطرة المنتجات الصناعية أو مانوفاكتورية على حصة كبيرة فيها، حيث قدرت الصادرات الصناعية بـ 88 مليون دولار أمريكي سنة 2010 (إحصائيات سنة 2011) مشكلة بذلك نسبة 77,27% من إجمالي الصادرات ولنفس السنة قدر مؤشر تنويع الصادرات بـ 0,457 (كلما كان مؤشر التنويع أقرب من الصفر كلما كانت تتمتع الصادرات بتنويع أكبر) أين قابله تصدير 258 منتج (إحصائيات سنة 2011)².

بلغت صادرات تركيا في عام 2019 حوالي 108,5 مليار دولار أمريكي، محققة بذلك زيادة بمعدل 6,8% حيث بلغت قيمة الصادرات التركية إلى دول العالم في عام 2018 حوالي 168,3 مليار دولار أمريكي.

وفيما يلي قيمة الصادرات التركية خلال الفترة (2013_2019)

¹ عبد السلام عبد اللاوي، أهمية تشجيع الاستثمار المحلي الأجنبي في تحقيق التنمية الشاملة، تركيا نموذجا، مجلة المشكاة في الاقتصاد والتنمية، العدد 09، 2019، ص 227.

² محمود حامد محمود عبد الرزاق، تكنولوجيا المعلومات وزيادة الصادرات ودعم التنمية الصناعية، مكتبة الحرية، القاهرة، 2006، ص 68-69.

جدول رقم: (04) يوضح قيمة الصادرات التركية خلال الفترة (2019_2013)

السنوات	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013
قيمة الصادرات (بالمليون دولار)	408,20	405,96	388,33	357,06	343,96	340,61	323,47

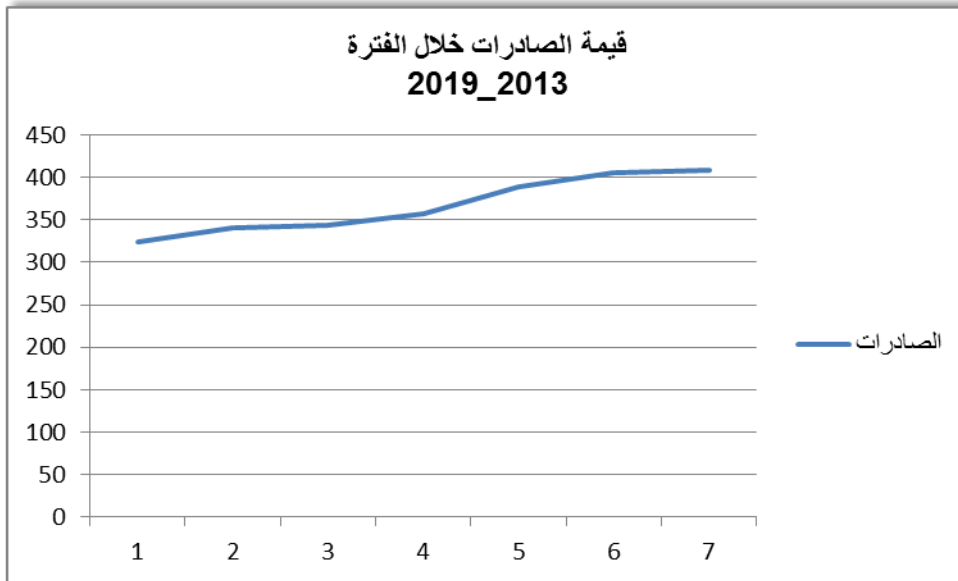
المصدر: www.fanarturk.com ، تاريخ الاطلاع 2020/08/11، الساعة 17:52

من هذا الجدول نلاحظ أن قطاع الصادرات في تزايد مستمر كل سنة حيث بلغت أوجها في سنة 2019 بلغت قيمتها 408,20 مليون دولار، وقد حققت تركيا تقدما بنحو 21%، وإن استمر هذا القطاع بالنمو وفق ما هو مخطط له فستكون قيمة مجموعة صادرات تركيا في عام 2023 حوالي 215 مليار دولار أمريكي على أقل التقديرات المتوقعة.

وبالعودة إلى إحصائيات صادرات تركيا 2019 فقد صدرت إسطنبول النسبة الأكبر مقارنة ببقية ولايات تركيا، حيث حققت إسطنبول خلال العام الماضي تصدير بضائع بقيمة 12,2 مليار دولار أمريكي. بينما كانت الولاية الثانية من ناحية حجم الصادرات التركية إلى دول العالم هي ولاية بورصة والتي صدرت ما قيمته 1,6 مليار دولار أمريكي، وفي المرتبة الثالثة حلت ولاية أزمير بتصدير حوالي 1,3 مليار دولار أمريكي.

ويمكن تلخيص بيانات الجدول السابق في المنحنى البياني التالي:

الشكل رقم (03) التمثيل البياني لقيمة الصادرات خلال الفترة 2019_2013



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على معطيات الجدول السابق.

3 _ أهم الصادرات التركية:

بحسب صندوق النقد الدولي فإن أهم صادرات تركيا إلى دول العالم مع قيمة ما صدرته تركيا منها بالدولار الأمريكي موضح في الجدول التالي:

جدول رقم: (05) يبين أهم الصادرات التركية لدول العالم

الصادرات التركية	قيمتها	نسبتها من إجمالي الصادرات في تركيا
المركبات	19,8 مليار دولار	13,9%
الماكينات	12,4 مليار دولار	8,7%
المجوهرات والمعادن الثمينة	12,2 مليار دولار	8,5%
الإكسسوار والملابس (المحاكاة والمنسوجة)	8,9 مليار دولار	6,2%
المعدات والآلات الكهربائية	7,8 مليار دولار	5,5%
الحديد والصلب	6,2 مليار دولار	4,3%
الإكسسوار والألبسة (غير المحاكاة والمنسوجة)	5,9 مليار دولار	4,2%
البلاستيك والمواد البلاستيكية	5 مليار دولار	3,5%
مواد حديدية وفولاذية	5 مليار دولار	3,5%
فواكه ومكسرات	3,9 مليار دولار	2,7%

المصدر: بناء على موقع صندوق النقد الدولي www.imf.org، تاريخ الاطلاع 2020_08_11، على الساعة: 21:43

أهم الصادرات التركية التي تسعى تركيا لزيادة نسبتها هي الصناعات العسكرية، حيث بلغت قيمة صادراتها من الصناعات العسكرية حوالي 3 مليار دولار أمريكي، وضمن رؤية 2023 أن تبلغ الصادرات العسكرية التركية حوالي 25 مليار دولار أمريكي خلال 2023¹. كذلك أن صادرات تركيا من الموبيليا والأثاث المنزلي قد بلغت في عام 2019 حوالي 3,2 مليار دولار أمريكي، وتحتل تركيا اليوم مكانا مرموقا في صناعة الأثاث وتصديره. بالنسبة لصادراتها من الحيوانات والمنتجات الحيوانية وخاصة الألبان ومشتقات الحليب قد وصلت إلى حوالي 900 مليون دولار أمريكي خلال عام 2019.

¹ www.imf.org، أطلع عليه بتاريخ 2020/08/11، الساعة 21:43.

المطلب الثالث: العوامل التي أدت إلى نجاح اقتصاد تركيا

سطرت الحكومة التركية عدة إصلاحات اقتصادية والتي حملت في طياتها مجموعة من السياسات العمومية بغرض تجاوز المصاعب الاقتصادية التي كانت تواجهها مسبقاً، وهذا من خلال تنمية صادراتها وتمثل هذه السياسات على النحو التالي¹:

أ_ الحوافز الجمركية وتمثل في منح إعفاء جمركي كامل لمستلزمات ومتطلبات السلع المخصصة للتصدير وحتى مواد التعبئة والتغليف، مع تسخير أيضا الحكومة التركية عدة تسهيلات فيما يخص إجراءات التصدير من حيث استيراد الضرائب الجمركية لنظام الدروبال والتاكس ربيت.

ب _ الحوافز الضريبية وتمثل في إعفاء ضريبي شامل لكافة الأنشطة والصفقات المتعلقة بالتصدير.

ج _ توفير إطار مؤسسي لتوفير المعلومات اللازمة للمصدرين، وذلك من خلال إنشاء مركز تنمية الصادرات التركي سنة 1960 فضلا عن إنشاء الغرف التجارية التركية وإنشاء مجلس للعلاقات التجارية الخارجية لتنمية تبادل المعلومات التجارية عام 1986.

د _ تمويل وضمان الصادرات الصناعية من خلال خفض معدلات الفائدة على القروض الاستثمارية للقطاعات الإنتاجية.

هـ _ إصلاح سياسة سعر الصرف من خلال العملة الوطنية من أجل التأثير في الطلب العالي بما يسمح بزيادة الصادرات التركية.

و _ الحوافز الاستثمارية وتمثل في عدم فرض قيود على تحويل الأرباح إلى الخارج أو إلى إعادة تحويل رأس المال المستثمر.

وبالإضافة إلى هذه الإصلاحات فقد خصصت الحكومة التركية نفقات وبرامج موجهة إلى مختلف القطاعات، حيث خصص أكثر من 40% من مجموع البرامج (31 برنامج) نحو تشجيع الاستثمارات في إطار القطاع الصناعي وكما مثلت الإعانات المرخصة لصالح الاستثمارات المادية أكثر من 70% من مجموع الإعانات المعلومة سنة 1992، فهذه الإعانات هي في صالح الصادرات، والتجارة الخارجية، لأنها مرتبطة بالمؤسسات الصناعية والتي تهدف بالأساس إلى دعم أسعار المنتجات المصدرة، فترقية الصادرات هي الهدف الثاني ذات الأولوية في ظل الإعانات العمومية التي تصب في صالح الصناعة المانوفكتورية.

اعتمد حزب العدالة والتنمية على رؤية اقتصادية شاملة، تقوم هذه الرؤية على عدة عوامل ساهمت كذلك في جعل اقتصاد تركيا من بين الاقتصاديات العالمية نذكر منها:

¹ شعبان رأفت محمد، نضم تمويل وضمان ائتمان الصادرات، دار النهضة العربية، القاهرة، 2005، ص 580-581.

الفصل الثاني: التوغل في الأسواق الخارجية من خلال تجارب دولية رائدة.

- 1_ تفعيل كافة العلاقات الاقتصادية داخل الدولة، وتفعيل كل الإمكانيات على أكمل قدر، وأفضل إنتاج، وأوسع تسويق، وأكبر قدر مالي ونجاح معنوي.
- 2_ تصويب علاقة الفاعلية والإنتاج، ومعايرها وفترة العائد المالي، وتحقيق السمعة المعنوية الحسنة للدولة وشعبها وشركاتها، وعدالة معدل الاستثمار والضريبة والتسهيلات والقدرة الشرائية.
- 3_ تخفيض نسبة البطالة والتضخم ومعالجة قضية الفقر، والحد منها لأقل مستوى ممكن، وتوفير بيئة محفزة على العمل والإنتاج لرجال الاعمال والعمال على حد سواء.
- 4_ تحقيق التوازن الاقتصادي للدولة ومواطنيها، وبناء ذلك على قواعد واضحة ومريحة وربحية معا.
- 5_ دعم التنسيق بين الهيئات التي تقوم بتوزيع القطاع الاستثماري، والإشراف عليه، وضمان قيام هذه الهيئات بإشراف فعلي مؤثر.
- 6_ اتخاذ التدابير اللازمة لزيادة القوة التنافسية الدولية للقطاع الاستثماري؛
- 7_ تشجيع نظام التأمين الخاص، لحماية الإمكانيات والموارد التي تمتلكها الوحدات الاقتصادية في تركيا، لتوفير الموارد المالية التي يحتاجها الاقتصاد، بالإضافة إلى تطوير ونشر ثقافة التأمين في مجال إنتاج السلع والخدمات والأنشطة المهنية، من أجل رفع مستوى جودة الإنتاج والخدمات وتطوير حقوق المسؤولية في تركيا؛
- 8_ فرض نظام رقابة مالي على المؤسسات الحكومية والميزانية، من أجل تسديد الديون المترتبة على تركيا للبنك المركزي، وقد استطاعت الحكومة تسديد الدين الحكومي للبنك المركزي؛
- 9_ محاربة الفساد وقد ذكر الرئيس أردوغان أكثر من مرة أنه قبل أي شيء أوقف الفساد الذي كان مستشرياً في الدولة بل وأقال نصف حكومته، كما ذكر تقرير للبنك عام 2004 أن الفساد كما يهدر 67% من دخل الدولة التركية؛
- 10_ السياسة المالية ومحاربة التضخم، استطاعت الحكومة ان تجعل معدل التضخم ما بين عامي 2007_2014 نحو 2,4 % فقط، بعد أن كانت هذه النسبة 29,7 % عام 2002، وذلك من خلال إجراءات عديدة؛ منها رفع الأصفار من أمام الليرة التركية؛
- 11_ مكافحة التهرب الضريبي والتجارة غير المسجلة: إذا تمكنت الحكومة من تأسيس جهاز رقابة حقيقي في هذا المجال، وفر لها ملايين الدولارات التي كانت تضيع من ميزانية الدولة بسبب التهرب الضريبي؛

12_ الشركات الاقتصادية والخصخصة: اعتمدت الحكومة على الشركات الخاصة من أجل تفعيل المنافسة، وتقليل الفساد إلى الحد الأدنى، إذ استطاعت أن تجعل قيمة الشركات المباعة بالخصخصة 58,9 مليار دولار، بعد أن كانت مقدرة بنحو 8,1 مليارات دولار؛

13_ تسهيل الاستثمار وإنجاز المشاريع: عملت حكومة حزب العدالة والتنمية على تسهيل الاستثمار داخل تركيا بالنسبة للأجانب من خلال تسهيل إقامة الشركات، وسهولة المعاملات، وأدت الاتحادات الاقتصادية دورا كبيرا في تنظيم الحركة التصنيعية الإنتاجية، وأقامت الدولة علاقات قوية ومؤثرة مع هذه الاتحادات¹.

من خلال ما سبق تعتبر تجربة تركيا الاقتصادية فريدة من نوعها، كونها استطاعت خلال سنوات قليلة أن تصبح واحدة من أعلى البلدان جذبا للاستثمارات الخارجية، وأكثرها نشاطا في الاستثمارات المحلية فهي بذلك أسرع البلدان نموا في المؤشرات الاقتصادية، والسبب وراء كل هذا تمتعها بحالة من الاستقرار السياسي الحقيقي على مدى الثلاثة عشر عاما الماضية، كما أن لدى حكومتها أهدافا واضحة، حكومة تعرف كيف تخطط لأن يكون اقتصادها ضمن أقوى اقتصاديات 20 دولة حول العالم، بل وضمن خامس أكبر اقتصاديات في العالم خلال سنوات قليلة.

¹ موقع المعهد المصري للدراسات: www.eipss.eg.org تم الاطلاع عليه بتاريخ: 06_09_2020 على الساعة: 21:49.

خلاصة:

نستنتج مما سبق، أن ترقية الصادرات كإحدى استراتيجيات التنمية الاقتصادية تلعب دورا بارزا في تنمية القدرات التصديرية للدول من خلال مجموعة من الإجراءات والوسائل بغرض تمكين صادرات بلد ما من اختراق الأسواق الدولية، ورفع الأداء التصديري على مستوى المؤسسات الناشطة في قطاع التصدير، وهذا يمر حتما بتطوير القدرات التنظيمية والإنتاجية للمؤسسة والتغيير الهيكلي للاقتصاد بشكل عام.

تحتاج عملية ترقية الصادرات إلى تسخير كل الجهود المتاحة وتوفير حزمة متكاملة من الآليات في مختلف المجالات سواء في مجال الإنتاج أو الاستثمار أو التسويق، مع العمل على تقديم مجموعة من الحوافز للمصدرين وحل مختلف المشاكل والمخاطر التي تواجههم في الأسواق الدولية، فتجارب كل من سنغافورة، وتركيا في مجال تنمية الصادرات توضح أنها اتبعت استراتيجيات تجارية وصناعية ناجحة وأن كل منها تبنى سياسة تنمية الصادرات في إطار استراتيجية رشيدة لتحقيق النمو الاقتصادي والتنمية، وهكذا جذبت هذه التجارب أنظار العالم، حيث وفي غضون ثلاثة عقود انتقلت هذه البلدان من قائمة النامية إلى تصنيفها واعتبارها دولا صناعية عالمية.

إن عملة اعتماد استراتيجية معينة لترقية الصادرات في الدول النامية تواجه عددا من المشكلات التي تعيق أداؤها، وتضعف من كفاءة مؤسساتها مما يؤثر سلبا على قطاع التصدير، وقد تنوعت هذه المشكلات ما بين مشكلات داخلية خاصة بانخفاض مستويات جودة المنتجات الموجهة للتصدير، وبين مشكلات خارجية مرتبطة بالحوجز التقنية التي تفرضها الدول المستوردة على المنتجات المصدرة إليها لحماية منتجاتها المحليين، من هنا تبرز ضرورة اهتمام الدول ومؤسساتها المصدرة بترقية صادراتها ومسايرة الأنظمة الحديثة في إدارتها، إذا ما أرادت أن تبوء مكانة مرموقة على المستوى الدولي ودفع عجلة التنمية.

الفصل الثالث

واقع الصادرات خارج المحروقات في الجزائر

تمهيد:

نظرا لأهمية الدور الذي تلعبه الصادرات عامة في اقتصاديات الدول كمول لهذه الاقتصاديات بالعملة الصعبة، فإن تنويع هذه الصادرات وترقيتها خارج المحروقات بات أمرا ضروريا وهدفا أساسيا تطمح إليه أغلب الدول النامية بما فيها الجزائر، خصوصا بعد التجربة التي مرت بها هذه الدول إثر التقلبات التي حدثت في أسعار النفط على امتداد الثلاث عقود الماضية، وما كان لذلك من آثار سلبية على الاقتصاد نتيجة انخفاض إيرادات هذه الدول من العملة الصعبة.

إن الحديث عن ترقية الصادرات خارج المحروقات منها يقتضي تسليط الضوء على واقع الصادرات بشكل عام من خلال عرض تطورها ونموها وتركزها الجغرافي، ويأتي بعد ذلك البحث في وضع الصادرات خارج المحروقات الجزائرية والتحديات التي تواجهها ومتطلبات تنميتها وتفعيلها عن طريق مختلف الإجراءات في إطار الانضمام إلى مختلف التكتلات الاقتصادية.

سنتناول في هذا الفصل أهم الإجراءات المتبعة لترقية الصادرات في الجزائر، كما أننا سنعرج لواقع الصادرات خارج المحروقات ومختلف المشاكل والصعوبات التي تواجهها هاته الأخيرة، وإيجاد الحلول الممكنة لذلك من خلال التقسيم التالي لمباحث الفصل:

المبحث الأول: إجراءات ترقية الصادرات خارج المحروقات

المبحث الثاني: واقع الصادرات خارج المحروقات في الجزائر

المبحث الثالث: الحلول الممكنة للعراقيل التي تواجه الصادرات الجزائرية

المبحث الأول: إجراءات ترقية الصادرات خارج المحروقات

هناك إجراءات عديدة اتخذت من أجل ترقية الصادرات خارج المحروقات، والتي مست الإطار القانوني والإطار التأميني والتمويلي، والإطار المؤسساتي والتنظيمي.

المطلب الأول: الإطار القانوني والتأميني

لقد عمدت الجزائر إلى تنظيم التجارة الخارجية عبر أحكام مؤطرة، لذلك وضعت قوانين خاصة لتنظيم نشاط الاستيراد والتصدير، والتي جاءت لإعطاء الإنتاج والسوق الوطنية الحماية اللازمة للمنتوجات المستوردة والمصدرة، وفق الخصوصيات التي ينفرد بها قانون الاستيراد والتصدير.

الفرع الأول: الإطار القانوني

أنشئ سنة 1991 إطار تشريعي يكرس تحري التجارة الخارجية، ويحدد الاستثناءات الخاصة، مع إدماج الانشغالات المتمثلة في حماية الإنتاج الوطني وترقية الصادرات بفضل إجراءات متوافقة مع التزامات الجزائر مع قواعد التجارة العالمية، فمع بروز فكرة تغيير نمط التوجه الاقتصادي مع نهاية الثمانينات من اقتصاد مخطط قائم على احتكار الدولة لوسائل الإنتاج إلى نمط اقتصاد السوق، بات حتميا إنهاء احتكار عمليات الاستيراد والتصدير.

إن التغييرات الاقتصادية على مستوى التجارة الخارجية التي مرت بها الجزائر خاصة بعد الأزمة النفطية الأخيرة وضعتها أمام حتمية اللجوء إلى حلول من أجل مجابهة هذه الوضعية من خلال سن قوانين وإجراءات جديدة تهدف إلى ضبط نشاط الاستيراد والتصدير وهذا عن طريق إدخال نظام التراخيص للاستيراد والتصدير، وما يمكن الإشارة إليه أن هذه القوانين تحظى بالدعم من قوانين أخرى من أجل تنظيم نشاط الاستيراد وسنذكر مجموعة من القوانين أو المراسيم التي جاءت لتنظيم وترقية التجارة الخارجية ما يلي¹:

1_ المرسوم التنفيذي رقم 174_04 مؤرخ في 23 ربيع الثاني عام 1425 الموافق لـ 12 يونيو سنة 2004 يتضمن إنشاء الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية وتنظيمها وسيورها (الجريدة الرسمية رقم 39 المؤرخة في 16 جوان 2004).

2_ المرسوم الرئاسي رقم 159_05 المؤرخ في 18 ربيع الأول عام 1426 الموافق لـ 27 أبريل سنة 2005 والمتضمن التصديق على الاتفاق الأوروبي المتوسطي لتأسيس شراكة بين الجمهورية الجزائرية الديمقراطية من جهة والمجموعة الأوربية والدول الأعضاء فيها من جهة أخرى، الموقع ببالونسيا يوم 22 أبريل سنة 2002.

¹ موقع وزارة التجارة: www.commerce.gov.dz تم الاطلاع عليه بتاريخ: 2020/09/03، على الساعة: 10:22.

3_ المرسوم الرئاسي رقم 223_04 المؤرخ في 16 جمادى الثانية عام 1425 الموافق لـ 3 سبتمبر سنة 2004 والمتضمن التصديق على إتفاقية تيسير وتنمية التبادل التجاري بين الدول العربية المحررة بتونس يوم 22 ربيع الثاني عام 1401 الموافق لـ 27 فبراير سنة 1981(الجريدة الرسمية رقم 49 المؤرخة في 08 أوت 2004).

4_ مرسوم تنفيذي رقم 202_17 مؤرخ في 22 يونيو سنة 2017، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 15_306 المؤرخ في 6 ديسمبر سنة 2015 الذي يحدد شروط وكيفيات تطبيق أنظمة رخص الاستيراد والتصدير للمنتجات والبضائع.

5_ المرسوم التنفيذي رقم 230_18 مؤرخ في 15 محرم عام 1440 الموافق لـ 25 سبتمبر سنة 2018، يحدد كيفيات إعداد وضبط قائمة البضائع الخاضعة للرسم الإضافي المؤقت والوقائي ومعدلات الرسوم المتعلقة بها. (الجريدة الرسمية رقم 57 المؤرخة في 26 سبتمبر 2018).

6_ المرسوم التنفيذي رقم 207_18 مؤرخ في 14 ربيع الأول عام 1440 الموافق لـ 2 أبريل 2018، يحدد شروط تصدير بعض المنتجات والمواد والبضائع (الجريدة الرسمية رقم 22 المؤرخة في 4 أبريل 2018).

7_ المرسوم التنفيذي رقم 12_19 المؤرخ في 24 جانفي 2019، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 18_02 المؤرخ في 7 يناير 2018 والمتضمن تعيين البضائع موضوع التقييد عند الاستيراد والتصدير.

الفرع الثاني: الإطار التأميني والتمويلي

أنشئ نظام جديد لضمان الصادرات مع بداية 1996 تديره الشركة الجزائرية لضمان الصادرات CAGEX حيث يتم بموجب هذا النظام تأمين الشركات المصدرة من الأخطاء التجارية وغير التجارية وأخطار الكوارث الطبيعية، إضافة إلى المشاركة في المعارض الدولية واستكشاف أسواق جديدة، وهذا ما يجعل المؤسسات المعنية بالتصدير تشجع لاقتحام الأسواق الخارجية، ولتعويض المخاطر التي تواجه المصدرين بصفة عامة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة المصدرة على وجه الخصوص أثناء العملية التصديرية، والتي لا تشملها نظم التأمين الأخرى، تقوم الدولة بإنشاء نظام لتأمين الصادرات، أو ما يسمى بنظام تأمين القرض عند التصدير، حيث تشرف على إدارة هذا النظام مؤسسة مختصة، كالشركة الفرنسية لتأمين التجارة الخارجية COFACE ، والهيئة الإيطالية لتأمين القرض عند التصدير SACE، والشركة التونسية لتأمين التجارة الخارجية COTUNACE، والشركة المصرية لضمان الصادرات، والشركة الجزائرية لتأمين وضمان الصادرات CAGEX، بهدف تأمين المؤسسات المصدرة من المخاطر السياسية والتجارية،

والكوارث الطبيعية، والبحث عن أسواق جديدة، والتقلبات في أسعار الصرفإلى غير ذلك من أخطار التصدير) يتم وضع تسهيلات خاصة بالنسبة للتأمين على صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، تتمثل في نسبة أقساط صغيرة ومدة تعويض قصيرة وتغطية تأمينية جيدة)، هذا ما يجعل المؤسسات المعنية بالتصدير تشجع لاقتحام الأسواق الخارجية¹.

الجانب التمويلي تقدم قروض للمؤسسات الراغبة في التصدير سواء لاستيراد المواد الأولية الداخلة في المنتجات المعدة للتصدير، أو أثناء العملية التصديرية (تغطية 80% من مصاريف النقل)، أو بإنشاء الشباك الوحيد على مستوى البنوك لتسهيل العمليات المالية للمصدرين.

كما تم تأسيس الصندوق الخاص لترقية الصادرات FSPE بموجب قانون المالية لسنة 1996، حيث تخصص موارده لتقديم الدعم المالي للمصدرين في نشاطات ترقية وتسويق منتوجاتهم في الأسواق الخارجية، كما تمنح إعانات الدولة عن طريق الصندوق الخاص لترقية الصادرات لفائدة أي شركة مقيمة تقوم بإنتاج ثروات أو تقدم خدمات، ولكل تاجر مسجل بصفة منتظمة في السجل التجاري وينشط في مجال التصدير.

المطلب الثاني: الإطار المؤسسي والتنظيمي

تتمثل الإجراءات الحكومية في إنشاء الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة CACI، والشركة الجزائرية للأسواق والمعارض SAFEX، والمركز الوطني لمراقبة الجودة والرزم CACQE، والمركز الوطني للسجل التجاري CNRC، والجمعية الوطنية للمصدرين الجزائريين، وقامت وزارة التجارة بتأسيس لجنة دائمة متعددة القطاعات سنة 1997 تتمثل مهامها في إعداد برنامج سنوي رسمي لمشاركة الجزائر في التظاهرات الاقتصادية بالخارج، والسهر على تطبيق هذا البرنامج.

فيما يتعلق بترقية الصادرات خارج المحروقات فقد جاء الأمر 04/03 المؤرخ في 2003/07/17 الذي تضمن وجهة نظر مؤسساتية عبر إنشاء هيئة وطنية تتكفل بترقية التجارة الخارجية ALGEX، حيث تتمتع بصلاحيات إنشاء مكاتب ربط وتمثيل وتوسع تجاري في الخارج بغرض مساندة دخول المؤسسات الوطنية في الأسواق الخارجية، كما تم إنشاء دار المصدر مؤخرًا للتكفل بأنشطة المصدرين.

إضافة إلى ذلك فإن قانون المالية لسنة 2010 تضمن مجموعة من الإجراءات الجديدة التي لها صلة بتنظيم قطاع التجارة الخارجية الذي كان يعرف نوعًا من الفوضى، وهذه الإجراءات تتمثل في استخدام البنوك

¹ وصاف سعدي، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتنمية الصادرات دراسة حالة الجزائر، مداخلة الملتقى الوطني الأول حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في التنمية، الأوغاط 8_9 أبريل، 2002.

الاعتماد المستندي في عملية التجارة الخارجية، والذي جعل المعاملات التجارية شفافة أكثر فأكثر، حيث يسمح بتفادي ظاهرة تبييض الأموال، وتمكين الدولة من مراقبة حركية سيولة الأموال.

على الرغم من أن هذا القانون أثار حفيظة بعض المتعاملين الاقتصاديين الخواص، ورفضهم لإجراءاته بتبريرات غير واقعية، كون إجراءات قانون المالية لسنة 2010 هي أحكام تنظيمية معتمدة في الدول المتقدمة والمنفتحة اقتصاديا، ولا تشكل قيودا على التجارة الخارجية، حيث تشير الإحصائيات إلى أن ما بين 70 إلى 80 بالمائة من التجارة الخارجية تطبق هذه التقنية التي تحتوي على مجموعة من الضمانات لكل من المشتري والبائع، أي أن هذا الأخير يتسلم ثمن البضاعة في الوقت المناسب، وفي المقابل المشتري يقتني بضاعته كما هي وبنفس المواصفات المطلوبة، إذا كان هناك دفتر الشروط، زيادة على ذلك فإن هناك ضمانات للمتدخلين الأربعة، وهم (المشتري وبنك المشتري) و (البائع وبنك البائع) لدى البنوك، وتكون هناك التزامات بين كل الأطراف، وينبغي أن يكون مقابل مادي لدى البنك، إضافة إلى العمل على تعظيم دور القطاع الخاص (الخصخصة)، وتأهيله لممارسة فعالة في مسيرة التنمية، بعد إخفاق القطاع العام في تحقيق الأهداف المنشودة، ولقد عرف البنك الدولي الخصخصة على أنها "زيادة مشاركة القطاع الخاص في إدارة ملكية الأنشطة والأصول التي تسيطر عليها الحكومة أو تمتلكها بهدف تحسين الكفاءة الإنتاجية لما يخدم أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية¹.

المطلب الثالث: الهيئات الداعمة للتصدير في الجزائر

تعتبر تنمية الصادرات قضية استراتيجية، تؤدي إلى وجود مصادر أساسية يمكن الاعتماد عليها لتوفير الاحتياجات من النقد الأجنبي بشكل منظم، لا سيما و أن المصادر الأخرى (صادرات المواد الأولية) لا تتصف بالاستقرار والاستمرارية، لأجل هذا تسعى العديد من الدول النامية، ومنها الجزائر، إلى التركيز على سياسة تشجيع الصادرات، انطلاقا من هذا يصبح قيام اقتصاد تصديري غير تقليدي من المهام الأولى لأجهزة التخطيط ورسم السياسات وإنشاء هيئات داعمة له.

الفرع الأول: وزارة التجارة الوطنية

تقوم في الميدان الخارجي بما يلي (وزارة لتجارة):

- _ المساهمة في وضع الإطار المؤسسي والتنظيمي المتعلق بالمبادلات التجارية الخارجية وإعداد الاتفاقيات التجارية والتفاوض بالتعاون مع الهيئات المعنية ومتابعتها وتنفيذها؛
- _ تنشيط وتحفيز النشاطات التجارية الخارجية الثنائية ومتعددة الأطراف؛

¹ مصطفى الفار، الإدارة المالية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 188.

_ السهر على التسيير النشط للميزان التجاري؛

_ تشجيع الصادرات وتسويق الإنتاج الوطني من السلع والخدمات في الأسواق الخارجية.

كما كشف الوزير المنتدب المكلف بالتجارة الخارجية، عيسى بكاي عن تحديد أربعة مجالات اقتصادية ستعتمد في وضع استراتيجية وطنية لترقية الصادرات خارج المحروقات.

أوضح أن القطاعات التي تم تحديدها تتمثل في الصناعات الغذائية والمنتجات الصيدلانية، إضافة إلى التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال المطورة من طرف المؤسسات الناشئة وأخيرا قطع غيار المركبات.

أضاف السيد بكاي أن التجارة الخارجية لا تتعش في ظل غياب الاستثمار المنتج، مؤكدا أنه من أجل تغيير معطيات الميزان التجاري الحالي التي تبرز تبعية الاقتصاد الوطني بشكل شبه مطلق للمحروقات فإنه

يجب تشجيع الاستثمار وتطوير الفلاحة، والمؤسسات الناشئة التي تنشط في مجال التكنولوجيات الحديثة، في ذات السياق ذكر بالإجراء المدرج في إطار قانون المالية لسنة 2020 والمتعلق بإلغاء قاعدة الاستثمار

51/49 بالنسبة للقطاعات غير الاستراتيجية، مما سيؤدي حسب إعطائه دفع للاستثمار في الجزائر.

وإلى جانب هذه الإجراءات، ستقوم وزارة التجارة بالتكفل بانشغالات المصدرين الحقيقيين خاصة فيما يتعلق

بالتتمويل واللوجستيك وتقليل تكاليف النقل إضافة إلى تعزيز سبل الترويج للمنتج الوطني¹.

الفرع الثاني: الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية " ALGEX "

تعد الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية مؤسسة عمومية ذات طابع إداري، وقد تأسست سنة

2004 بموجب المرسوم التنفيذي رقم 04_174 المؤرخ في 12 جوان 2004².

تعتمد هذه الوكالة سياسة توسيع المبادلات التجارية والاندماج الدولي، كما تؤدي دور الوسيط بين

مؤسسات الدولة والمصدرين الجزائريين، وتعد وكالة "ALGEX" أداة عمومية مفضلة لترقية وتنمية الصادرات خارج المحروقات من أجل دعم الجهود المبذولة من قبل الشركات، وذلك بوضع السياسات

والاستراتيجيات العمومية من أجل ترقية وتنمية الصادرات خارج قطاع المحروقات.

من مهام الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية:

أ_ تقوم ALGEX بإرشاد وتوجيه المؤسسات الوطنية فيما يخص الأسواق الخارجية عن طريق التحليلات

والدراسات الاستشرافية وتحليل قدرات الأسواق؛

¹ موقع وزارة التجارة: www.commerce.gov.dz ، تاريخ الاطلاع 03_09_2020، الساعة: 17:25.

² الموقع الرسمي للوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية: www.algex.dz أطلع عليه بتاريخ 01_09_2020 على الساعة: 12:48.

ب_ كما تضع تحت تصرفهم فضاء استقبال واستماع "دار المصدر" من أجل طرح كافة انشغالاتهم وتساؤلاتهم، بمساعدة فريق مؤهل موضوع تحت تصرفهم من أجل مساعدتهم فيما يخص توفير المعلومات الاقتصادية والتجارية واليقظة القانونية؛

ج_ تعمل الوكالة على تنويع استراتيجياتها التصديرية في تحديد وتثمين الإمكانيات التصديرية الوطنية من خلال الدراسات واللقاءات المختلفة المخصصة للتصدير؛

د_ وأخيرا تضع "ALGEX" تحت تصرف المؤسسات شبكتها وشبكة شركائها الوطنيين والدوليين من أجل علاقات عمل مختلفة.

الفرع الثالث: الصندوق الخاص لترقية الصادرات " FSPE "

تم تأسيس الصندوق الوطني الخاص لترقية الصادرات " FSPE " بموجب قانون المالية لسنة 1996، حيث تخصص موارده لتقديم الدعم المالي للمصدرين في نشاطات ترقية وتسويق منتوجاتهم في الأسواق الخارجية.

كما تمنح إعانات الدولة عن طريق الصندوق الخاص لترقية الصادرات لفائدة أي شركة مقيمة تقوم بإنتاج ثروات أو تقديم خدمات، ولكل تاجر مسجل بصفة منتظمة في السجل التجاري وينشط في مجال التصدير يتم تحديد مبلغ إعانة الدولة المتاحة بإشراف وزارة التجارة، وحسب نسب تحدد مسبقا وفقا للموارد المتوفرة¹.

هناك خمسة مجالات إعانة مقررة:

_ التكفل الجزئي بمصاريف المشاركة في المعارض بالخارج؛

_ جزء من تكاليف دراسة الأسواق الخارجية؛

_ تكاليف النقل الدولي لرفع و شحن البضائع بالموانئ الجزائرية والموجهة للتصدير؛

_ تمويل التكاليف المتعلقة بتكثيف المنتجات في الأسواق الخارجية.

الفرع الرابع: الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير

أنشئت الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير سنة 1971، وهي مؤسسة ذات طابع اقتصادي تقوم أساسا بمهام تنمية المبادلات التجارية والزيادة في قيمتها من خلال ترقية الصادرات وترشيد الواردات، ولها مهام أخرى منها:

¹ الموقع الرسمي للصندوق الخاص لترقية الصادرات www.fspe.dz أطلع عليه بتاريخ 01_09_2020 على الساعة 13:39.

أ_ ترقية الصادرات، وهذا عن طريق توفير كل الظروف والعوامل المساعدة على ذلك مثل دراسة السوق، وسائل الإشهار..... إلخ؛

ب_ تساهم في الاتصال الوثيق مع المتعاملين الاقتصاديين لإحصاء المنتجات الموجهة للتصدير والتخطيط لقدرات تصديرية جديدة؛

ج _ تنشيط التصدير وتشجيعه لدى المتعاملين الاقتصاديين من خلال تزويدهم بالخدمات والاستثمارات؛

د_ تقدم وتنتشر المقاييس الاقتصادية والمالية لنوع المنتجات المرغوب في تصديرها والمطلوبة قصد تسهيل اتخاذ القرار؛

إضافة إلى المعارض الخاصة خارج البلاد.

الفرع الخامس: الجزائرية لتأمين الصادرات "CAGEX":

أنشئت الشركة الجزائرية لتأمين وضمان الصادرات وفق المرسوم التنفيذي رقم 06_09 المؤرخ في

10 جانفي 1996، والمتعلق بتأمين القرض عند التصدير، وهي شركة مساهمة أنشئت من قبل عدة بنوك:

• البنك الوطني الجزائري؛

• القرض الشعبي الجزائري؛

ومن شركات التأمين نجد:

• الشركة الوطنية للتأمين وإعادة التأمين؛

• الصندوق الوطني لإعادة التأمين؛

• الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي.

ومن مهام الشركة الجزائرية لتأمين وضمان الصادرات نذكر منها:

• مساعدة المصدرين على تعبئة الوسائل المادية اللازمة لتطوير قطاع التصدير؛

• تسيير عجز الزبائن المصدرين عن الدفع؛

• ضمان الدفع عند التمويل.

كما تقوم CAGEX بتأمين المخاطر الناجمة عن عمليات التصدير، والتي من أهمها:

• المخاطر التجارية: المتمثلة في عدم القدرة على الدفع للمشتري الأجنبي وتعويض وتغطية الديون.

• المخاطر السياسية: يمكن أن تأخذ هذه المخاطر أشكالا مختلفة كحدوث حرب أهلية أو اضطرابات

مماثلة في بلد إقامة المشتري، أو قرارات مالية تقشفية قد تتخذها سلطات البلد المعني.

- **مخاطر عدم التحويل:** تنتج عادة من الاختلاف في مجال التشريعات والقوانين السائدة في بلد المشتري، والتي تؤدي إلى تأخير أو عدم تسديد الالتزامات.
 - مخاطر الكوارث الطبيعية.
 - مخاطر خاصة بتكلفة البحث ودراسة الأسواق الخارجية.
 - لا تغطي الشركة الجزائرية لتأمين و ضمان الصادرات المخاطر الآتية:
 - الخسائر الناجمة عن المخاطر التي لا يغطيها عقد التأمين؛
 - نسبة المخاطر التي يتم توليها من قبل المؤمن له، أي النسبة غير المؤمن عليها؛
 - الخسائر الناجمة عن عدم الامتثال للقوانين المعمول بها في البلاد التي يقيم فيها البائع أو المشتري.
- ونلاحظ أنه يدفع التعويض في غضون 60 يوما بعد الفترة المطال انتظارها، والتي تتراوح ما بين 2 إلى 6 أشهر على حسب المبلغ فيما يخص المستحقات الناجمة عن المخاطر التجارية، السياسية، والكوارث الطبيعية، بسبب عدم نقل الأموال التي تم دفعها محليا من قبل المشتري.
- النسبة المضمونة: وتطلق على جزء من المخاطر التي تتحملها شركات التأمين، وتقدر بـ:
- 80% لتغطية المخاطر التجارية؛
 - 90% لتغطية المخاطر السياسية وما شابهها.
- من حيث الائتمان الداخلي الخاص بالشركات، والذي يقدر بـ: 70%.
- الفرع السادس: الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة " CACI "**
- أنشئت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 96_93 المؤرخ في 03 مارس 1996 والمتضمن إنشاء الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة، وتعتبر هذه المؤسسة مؤسمة عمومية ذات طابع تجاري صناعي، تقوم هذه الغرفة حسب المادة 05 من المرسوم بما يلي¹:
- تزويد السلطات العمومية بمبادرة منها أو بناء على طلب من هذه السلطات بالأراء والاقتراحات في المسائل التي تهتم بالأنشطة التجارية أو الصناعية أو الخدمية؛
 - تقوم بتنظيم المشاركة في التظاهرات الاقتصادية داخل الوطن وخارجه، ولاسيما المعارض والندوات التي يكون الهدف منها ترقية النشاطات الاقتصادية وتطوير المبادلات التجارية مع الخارج؛

¹ الموقع الرسمي للغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة: www.caci.dz أطلع عليه بتاريخ 2020_09_01 على الساعة: 14:32

- تقييم علاقات التعاون والتبادل، وتبرم اتفاقيات مع الهيئات الدولية التي لها نفس الطبيعة، كما لها مهام إدارية تتمثل في:
- إصدار أي وثيقة أو شهادة يطلبها المتعاملون الاقتصاديون في الجزائر أو خارجها؛
- تقوم بالتكوين وتحسين المستوى والمعلومات لدى المؤسسات الاقتصادية؛
- تتجز كل الأعمال والدراسات المساعدة على تطوير المنتجات والخدمات مع الأسواق الخارجية.

مما سبق، نقول إن العبرة بالتطبيق وليس بالتنظير فنسبة 5% للصادرات خارج المحروقات تعتبر من أضعف النسب الموجودة في العالم، وكل الإجراءات والتدابير التي اتخذت من قبل الدولة فشلت لتعقدتها وبطنها، فغياب استراتيجية واضحة ومتكاملة ومتناسقة لترقية الصادرات خارج المحروقات كرافد تنموي هي حجر العثرة والعقبة التي تقف وراء عجز الاقتصاد الوطني عن توفير منتجات قابلة للتصدير، إذ تعزي إلى وجود مشكلات تنظيمية وهيكلية حرجة ساهمت في تراجع الأداء التصديري، وهي على درجة عالية من الخطورة تمس بجوهر عملية التصدير.

المبحث الثاني: واقع قطاع التصدير خارج المحروقات في الجزائر

يتوقف دور التجارة الخارجية كمصدر للتمويل في أي بلد على الاعتماد وبدرجة كبيرة على حجم وتكوين صادراته وشروط تجارته، فكلما كان حجم الصادرات كبيرا نسبيا ويتكون من منتجات وسلع تتمتع بأسواق دولية وبأسعار مرتفعة كلما ازدادت قوة هذا البلد على زيادة الصادرات، إضافة إلى هيكل الواردات، ذلك ما يتطلب من الدول النامية تعزيز قدرتها التصديرية وتقليل الواردات من السلع غير الضرورية مع الحصول على شروط مستقرة وملائمة.

الجزائر كباقي الدول النامية يعتبر اقتصادها منفتحا على العالم الخارجي، حيث ترتفع نسبة الواردات من السلع والخدمات بصورة متنامية إلى إجمالي الإنتاج الداخلي الخام¹.

المطلب الأول: تطور قيمة صادرات الجزائر في الفترة (2010-2019)

على الرغم من الجهود التي تبذلها الحكومة الجزائرية في تقليص التبعية لقطاع المحروقات، إلا أنها باءت بالفشل الذريع ولم تكلل بالنجاح المنشود ولم تحقق النتائج المرجوة، وعلى الرغم كذلك من رغبة الحكومات المتعاقبة منذ عقدين في تحقيق عائدات خارج المحروقات بـ 3 مليار دولار إلا أن هذه القيمة بقيت

¹ سفيان عبد العزيز، دعم وتطور القطاع الخاص كآلية لترقية التجارة الخارجية خارج المحروقات، مجلة بحوث اقتصادية عربية، العددان 61، 62، 2013، ص 170

الفصل الثالث:..... واقع الصادرات خارج المحروقات في الجزائر.

بعيدة المنال بلغة الأرقام، حيث يبقى البترول والغاز الطبيعي يتصدران أهم مبيعات الجزائر نحو العالم الخارجي، وتبقى الصادرات خارج المحروقات مهمشة في حجم ضئيل.

حيث سجلت الصادرات غير النفطية قبل سنة 1992 أي الفترة ما بين (1970_1991) تذبذبا شديدا، حيث عرفت انخفاضا تارة وارتفاعا تارة أخرى وقد سجلت أدنى قيمة في وسط الفترة بالضبط سنة 1979 وسجلت أعلى قيمة في سنة 1991، وهذا راجع لغياب أهداف لتنمية الصادرات غير النفطية_ كما سبق وأشرنا، بعدها أي في سنة 1992 نمت الصادرات بشكل مضطرب وحقت ارتفاعا متزايدا من سنة إلى أخرى ولم تعرف الانخفاض أي خلال الفترة من (1992_2010)، هذا إذا استثنينا التراجع الذي عرفته لسنوات 1998_2000_2010 فالانخفاض الذي عرفته الصادرات غير النفطية لسنة 2009 يعود أساسا إلى تراجع صادرات الجزائر من زيوت النافط، وهي زيوت ناجمة عن تقطير زيت الفحم من ما قيمته 551,11 مليون دولار أمريكي في سنة 2008 إلى ما قيمته 300,03 مليون دولار في سنة 2009 بنسبة انخفاض 45,56%،

وحتى الانخفاض الذي حصل سنة 2009 كان نتيجة الحكومة الجزائرية لوقف تصدير النفايات الحديدية التي تمثل نسبة كبيرة من الصادرات غير النفطية، لكن من الرغم من الجهود المبذولة من الدولة الجزائرية لتنمية الصادرات، لم تتجاوز الصادرات غير النفطية معدل 05% في أحسن الأحوال، فالحكومات المتوالية منذ التاريخ وإلى يومنا الحالي عملت على تسطير برامج بغرض تنمية الصادرات غير النفطية واستهدفت مبلغ 2 مليار دولار، إلا أن الهدف لم يجد طريقة للتحقق، ويبقى مبلغ الصادرات غير النفطية يتراوح ما بين 500 إلى 800 مليون دولار¹.

فيما يلي تطور الصادرات الجزائرية خلال الفترة ما بين (2010_2019)

جدول رقم: (06) يوضح تطور قيمة الصادرات في الجزائر خلال الفترة (2010_2019).

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
الصادرات خارج مجال المحروقات	967	1227	1153	1050	1634	1485	1391	1367	2830	2580
صادرات المحروقات	56121	71661	70584	63663	58362	33081	27918	33202	38953	33240
مجموع الصادرات	57088	72888	71737	64713	59996	34566	29309	34569	41783	35820
الواردات	38885	46927	51569	54984	59670	52649	49436	48980	46197	41930

¹ غربي رحمونة، ترقية الاستثمار خارج المحروقات لتحقيق تنمية اقتصادية، مذكرة ماستر في العلوم الاقتصادية، جامعة عين تيموشنت، 2013، ص 66.

المصدر: التقرير السنوي للتطور الاقتصادي والنقدي في الجزائر، بنك الجزائر 2005، 2010، 2017.

- النشرة الإحصائية لبنك الجزائر 2019.

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أن الصادرات خارج المحروقات في تزايد خلال السنوات من سنة 2010 إلى غاية سنة 2018، حيث بلغت ما قيمته 2830 مليون دولار خلال سنة 2018، لكن تراجعت في سنة 2019 حيث بلغت قيمتها 2580 مليون دولار وذلك بسبب العجز التجاري الذي مس هذا القطاع، والاعتماد على صادرات المحروقات التي تراجعت قيمتها كذلك خلال سنة 2019.

كما تشير إحصائيات وزارة التجارة أن العجز التجاري للجزائر قد بلغ 6.1 مليار دولار خلال سنة 2019 مقابل عجز قدر بـ 5 مليار دولار في سنة 2018 أي بارتفاع العجز بـ 1.1 مليار دولار بنسبة (22%) بين الفترتين.

كما انخفضت قيمة الصادرات إلى 35.820 مليار دولار سنة 2019 مقابل 41.783 مليار دولار خلال سنة 2018 أي بانخفاض قدره 6 مليار دولار، ويرجع السبب إلى انخفاض أسعار النفط في سنة 2019 مقارنة بسنة 2018، حيث تقلصت الصادرات النفطية من 38.953 مليار دولار سنة 2018 إلى 33.240 مليار دولار سنة 2019.

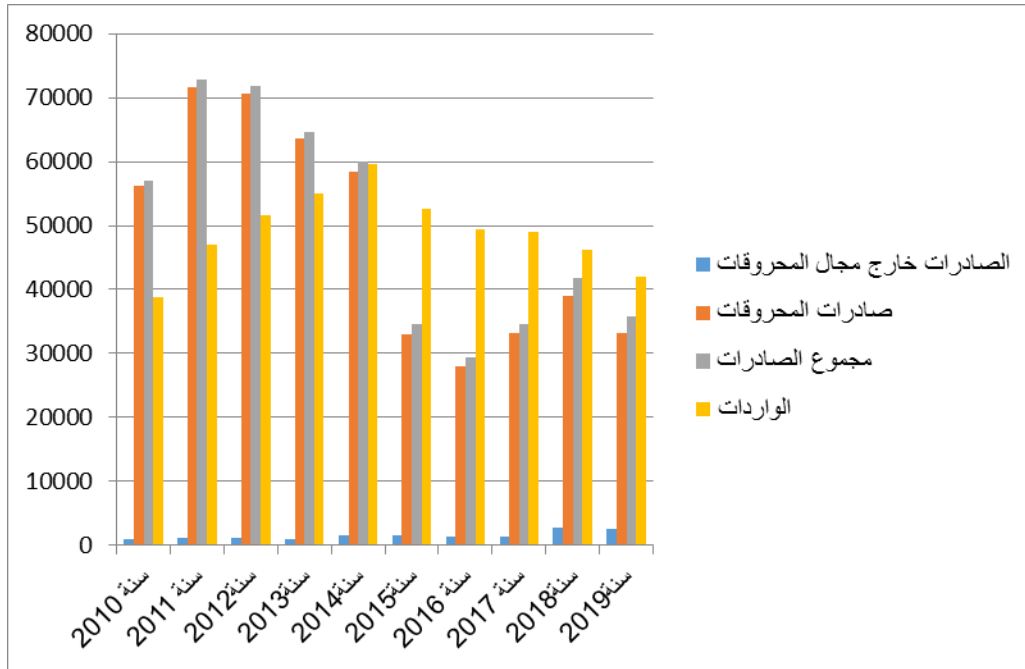
أما بالنسبة للواردات فشهدت هي الأخرى انخفاضا في سنة 2019 بالمقارنة مع سنة 2018، حيث تناقصت بوتيرة أقل وتقلصت من 46.197 مليار دولار سنة 2018 إلى 41.930 مليار دولار خلال سنة 2019، أي بانخفاض حوالي 4.26 مليار دولار، ويمكن تفسير هذا الانخفاض إلى الإجراءات الحكومية فيما يخص التجارة الخارجية والتي كان أبرزها منع استيراد بعض السلع والخدمات مع الرفع من التعريفة الجمركية من أجل كبح الواردات بالإضافة إلى استحداث نظام الرخص الذي من شأنه تقليص فاتورة الواردات.

من جهة أخرى نلاحظ أن الصادرات تضمن تغطية الواردات في حدود 85% في سنة 2019 مقابل 90% خلال سنة 2018، وبلغت الصادرات من المحروقات 38.90 مليار دولار خلال سنة 2018 التي تمثل 94.63 مجموع الصادرات البالغة 41.11 مليار دولار خلال سنة 2018 فيما بلغت المحروقات 33.240 مليار دولار من سنة 2019 بما يمثل 92% من إجمالي الصادرات.

وبشأن الصادرات خارج المحروقات تبقى دائما ضعيفة (4,5 % من الحجم الكلي للصادرات) والتي تراجعت أيضا إلى 2,83 مليار دولار خلال سنة 2019.

يمكن توضيح تطور قيمة الصادرات الجزائرية من خلال الشكل البياني التالي:

الشكل رقم(04) يبين تطور قيمة الصادرات خلال الفترة (2010-2019)



المصدر: من إعداد الطالبة استنادا إلى الجدول رقم (06)

المطلب الثاني: الهيكل السلعي للصادرات الجزائرية

يعد تطور وزيادة إجمالي السلع المصدرة ومدى وجود طلب عالي عليها مؤشر مهم يدل على قدرة الدولة على المحافظة على حصصها في الأسواق الدولية، وللوقوف على حقيقة تنوع الصادرات الجزائرية من حيث هيكلتها، حيث تمثل المحروقات أساس صادراتنا إلى الخارج فقد بلغت ما قيمته 35338 مليون دولار سنة 2018 من الإجمالي العام للصادرات مع ارتفاع قدره 6.4 بالمئة مقارنة مع سنة 2017.

يمكن توضيح التوزيع السلعي للصادرات الجزائرية خارج القطاع النفطي من خلال الجدول التالي¹:

الجدول رقم (07): التوزيع السلعي للصادرات الجزائرية خارج القطاع النفطي للفترة (2010-2018)

الوحدة: مليون دولار أمريكي

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018*	الحصة %
التغذية	351	355	315	404	323	238	326	350	373	0.89
التشحيم والطاقة	56121	71661	70584	63663	58362	33081	27918	33202	35338	84.57
المواد الخام	94	161	168	109	110	107	84	73	92	0.22
نصف مصنعة المواد	498	660	618	492	1173	1111	909	845	2242	5.36
المعدات والسلع الفلاجية	1	0	0	0	1	0	0	0	0	-
المعدات والسلع الصناعية	30	35	32	29	18	18	53	78	90	0.21

¹ إحصائيات وحصائل وزارة التجارة على الموقع: www.commerce.gov.dz، تاريخ الاطلاع: 2020_08_18، على الساعة 14:34

الفصل الثالث: واقع الصادرات خارج المحروقات في الجزائر.

0.079	33	20	18	11	11	16	19	16	30	سلع للاستهلاك غير الغذائي
100	41 783	34569	29310	34566	59996	64713	71736	72888	57091	مجموع الصادرات

المصدر: التقرير السنوي للتطور الاقتصادي والنقدي في الجزائر، بنك الجزائر، 2010، 2005، 2015، 2017؛

- النشرة الإحصائية لبنك الجزائر 2019؛

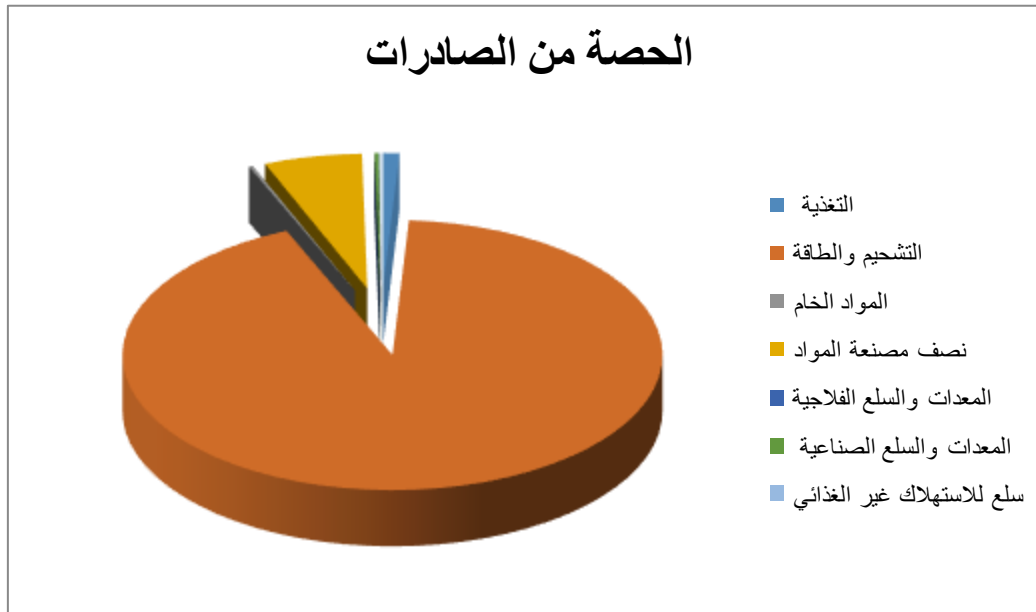
- الديوان الوطني للإحصائيات ONS.

نلاحظ من خلال الجدول السابق التوزيع السلعي للصادرات خارج المحروقات، حيث يتبين أن مجموعة

السلع التي يتم تصديرها خارج المحروقات تشمل أساسا ما يلي:

- المنتجات النصف مصنعة التي تمثل %5.36 من الحجم الإجمالي للصادرات أي ما يعادل 2242 مليون دولار أمريكي؛
 - السلع الغذائية بحصة %0.89 أي ما يعادل 373 مليون دولار أمريكي؛
 - المواد الخام بحصة %0.22 بقيمة مطلقة تقدر ب 92 مليون دولار أمريكي؛
 - سلع المعدات الصناعية والسلع الاستهلاكية غير الغذائية بحصص على التوالي %0.21 و%0.079 وبمبالغ على التوالي: 90 مليون دولار أمريكي و33 مليون دولار أمريكي.
- يمكن تمثيل معطيات الجدول السابق في الشكل التالي:

الشكل رقم(05) يمثل التوزيع السلعي للصادرات الجزائرية خارج القطاع النفطي للفترة(2010-2018)



المصدر: من إعداد الطالبة استنادا إلى بيانات الجدول رقم (07)

المطلب الثالث: التوزيع الجغرافي للصادرات الجزائرية

تعتبر الغاية الأساسية من دراسة التوزيع الجغرافي للصادرات الجزائرية، هو دراسة اتجاه الصادرات نحو التكتلات الاقتصادية والأقاليم والمناطق الاقتصادية، ويمكن توضيح ذلك من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (08) يمثل التوزيع الجغرافي لصادرات الجزائر خلال الفترة 2016_2017

الصادرات بالمليون دينار		الواردات بالمليون دينار		المناطق الجغرافية	
التطور %	السنة	التطور %	السنة	2016	2017*
	2016		2017*		
20.93	2 273 367,9	-8.45	2 252 486,5	2 460 200,0	دول الاتحاد الأوروبي
35.58	216 501,7	25.84	473 282,3	351 014,7	الدول الأوروبية الأخرى
23.32	283 647,7	7.9	369 006,5	339 854,4	دول أمريكا الجنوبية
66.55	429 145,3	6.59	1 425 587,3	1 337 359,1	آسيا
101.8	87 278,4	-19.05	170 168,5	210 229,0	الدول العربية
10.92	142 079,1	-14.43	65 647,0	76 708,7	الدول المغربية
72.78	13 474,8	-19.43	21 611,8	26 824,1	الدول الإفريقية
331.88	3445494,9	-21.03	4777789,9	4802190	المجموع

المصدر: موقع الديوان الوطني للإحصائيات WWW.ONS.DZ تاريخ الاطلاع 2020_08_20، على الساعة: 20:12

من الجدول أعلاه نستنتج أن دول الاتحاد الأوروبي تبقى دائما الشريك الرئيسي للجزائر بنسب على التوالي 47 % واردات و 65 % صادرات.

وبالمقارنة مع سنة 2016 سجلت الواردات القائمة من الاتحاد الأوروبي انخفاض بنسبة 8,45% حيث ارتفعت من 2 460 200.00 مليون دينار في سنة 2016 إلى 2 252 486.5 مليون دينار أي بنسبة 20,93%.

داخل هذه المنطقة تعتبر إيطاليا زبوننا الرئيسي والتي تشمل أكثر من 16,55 % من المبيعات الخارجية تليها اسبانيا بنسبة 12,33 % ثم فرنسا بنسبة 11,05%.

أما باقي المناطق فالمبادلات التجارية بينها وبين الجزائر تتسم بنسب منخفضة حيث:

- نسبة الواردات في دول آسيا تقدر بـ 6,59 % بحيث تظهر ارتفاعا طفيفا في قيمة الصادرات ما يقارب 6,59 % مجتازة من 1 337 359.10 مليون دينار إلى 1 425 587.30 مليون دينار خلال نفس الفترة.

الفصل الثالث:..... واقع الصادرات خارج المحروقات في الجزائر.

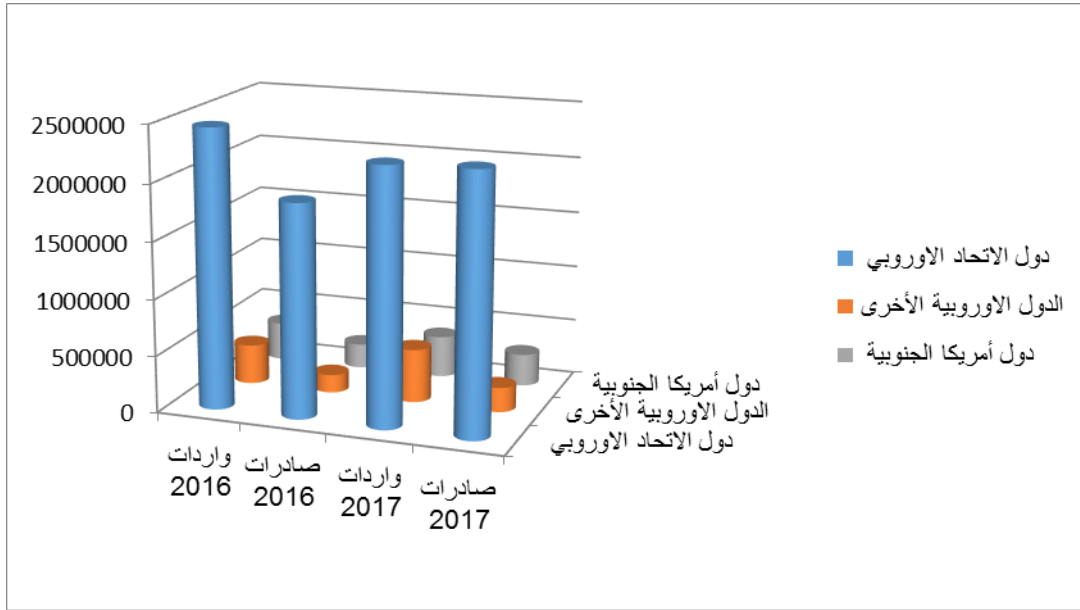
• سجل حجم التبادل مع دول المغرب العربي انخفاضا بما يقارب 14.43% مقارنة مع 2016 حيث اجتازت من 76 708.70 مليون دينار في عام 2016 ثم سجلت انخفاضا إلى 65 647.00 مليون دينار عام 2017.

• سجلت المبادلات التجارية مع الدول العربية انخفاضا أي بنسبة 19,05 %، حيث قدرت بـ 210 229.00 مليون دينار سنة 2016 ثم سجلت انخفاضا بقيمة 170 168.50 مليون دينار سنة 2017.

• وأخيرا سجلت المبادلات مع بلدان أمريكا زيادة طفيفة بنسبة 7,9 %، حيث قدرت بـ 339 854.40 مليون دينار سنة 2016، بعده سجلت زيادة بقيمة 339 006.50 مليون دينار سنة 2017.

فيما يلي الشكل رقم(06) يمثل التوزيع الجغرافي لصادرات الجزائر خلال الفترة 2016_2017

الشكل رقم(06) يمثل التوزيع الجغرافي لصادرات الجزائر خلال الفترة 2016_2017



المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات ONS.

مما سبق نلاحظ أنه رغم المجهودات المبذولة من السلطات العمومية في تفعيل المؤسسة الاقتصادية الجزائرية بالتصدير، إلا أن النتائج بقيت دون مستوى الآمال لغياب المناخ التنافسي والكفاءة الاقتصادية، إلى جانب ضعف ديناميكية النشاط الفلاحي والصناعي في الإنتاج، وتعتبر الصادرات خارج المحروقات ضعيفة للغاية ولم تتعدى في أحسن الحالات النسبة المرجوة.

لذلك سوف نخرج من خلال بحثنا هذا إلى مختلف المشاكل والصعوبات التي يعاني منها قطاع التصدير بالإضافة إلى إيجاد الحلول الممكنة من أجل ترقية هذا القطاع.

المبحث الثالث: الحلول الممكنة للعراقيل التي تواجه الصادرات الجزائرية.

تعتبر عملية التصدير منظومة مركبة ذات تشعبات وفروع، وتخضع لتغيرات دائمة بسبب التفاعلات والتكاملات بين البيئات الدولية، لذلك تظهر باستمرار مجموعات كبيرة من التحديات والعوائق التصديرية. بالنسبة للجزائر تعترض صادراتها خارج المحروقات عدة مشاكل مما أثر سلبا على قيمة هذه الصادرات، ومن ثم على الاقتصاد الجزائري¹.

المطلب الأول: مشاكل على مستوى الاقتصاد الوطني:

أدى الركود الكبير الذي عرفته الصادرات غير النفطية والذي دام لمدة طويلة، إلى الاعتقاد بأن الفشل قدر محتوم على الجزائر تم الرضوخ له، وهو ما ظهر على سلوك وتصرفات أغلبية الأعوان الاقتصاديين، فنشاط التصدير خارج المواد النفطية لم يساير الديناميكية التي عرفها الاقتصاد الوطني منذ الاستقلال، وحتى الأهداف المسطرة في برنامج الحكومات المتعاقبة خاصة في السنوات الأخيرة لم تحقق، وهو ما يدفعنا للتساؤل عن أسباب هذا الجمود وعن القطاعات المرشحة لرفع التحدي في هذا الشأن.

الفرع الأول: على مستوى القطاع الفلاحي

بالرغم من القدرات الطبيعية والبشرية التي تتوفر في القطاع الفلاحي في الجزائر، إلا أنه عاجز عن تحقيق الاكتفاء الذاتي وتغطية السوق الوطني، وتتحدى خطورة الأمر إلى تسجيل الجزائر تبعية كبيرة للخارج في المجال الغذائي، ومن ثم فإن إسهام القطاع الفلاحي في العملية التصديرية خارج النفط بنسب مقبولة، قد يبقى بعيد المنال في ظل المشاكل التي يعيشها ومن بين الأسباب التي أدت إلى تراجع القطاع الفلاحي وعجزه عن الوصول بمنتجاته إلى أسواق التصدير، نذكر ما يلي².

_ انتهاج الجزائر لسياسة الصناعات المصنعة والذي ترجم بإهمال غير متعمد للقطاع الفلاحي وهو ما أثر على تطور هذا القطاع الحساس، حتى الميزات النسبية التي كانت تحوزها الجزائر في هذا المجال تم تحطيمها كنتيجة لهذا الاختيار، بحيث تم إعطاء الأولوية في مجال الاستثمارات الحكومية لقطاع الصناعة على حساب الفلاحة.

_ الارتفاع المتزايد في نسبة النمو الديمغرافي، الذي أدى إلى زيادة الطلب على المواد والسلع الفلاحية والغذائية، مع تراجع الإنتاج الفلاحي وعدم استقراره.

_ تحسن أسعار البترول أدى إلى التفكير أكثر في الاستيراد من أجل سد حاجات السكان الغذائية، وعدم الدخول في إصلاح زراعي عميق.

¹ فريد النجار، تسويق الصادرات العربية، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص 107.

² وصاف سعيدي، مرجع سبق ذكره، ص112.

_ اعتماد القطاع الفلاحي على عامل الطبيعة والمناخ، فحتى لو توفرت الظروف المساعدة على تطوره (ظروف مالية، مادية، تقنية،)، فإن أي تقلب في الأحوال الجوية (نقص الأمطار مثلاً) يؤثر سلباً على الإنتاج الفلاحي.

الفرع الثاني: بالنسبة للقطاع الصناعي

تبنّت الجزائر بعد الاستقلال تنمية مستقلة تركز على بناء قطاع صناعي عمومي قوي، إلا أن السياسة الصناعية المنتهجة على التصنيع الشامل والمكثف لم تدم طويلاً، يرجع ذلك إلى تبعية الاقتصاد الجزائري الشبه الكلية للريع البترولي من جهة، ومن جهة أخرى لدور الدولة كمالك ومسير في نفس الوقت، مما أدى إلى تحويل المؤسسات العمومية للعمل وكأنها إدارات عمومية بعيدة عن تحقيق الهدف الاقتصادي للمؤسسة، وهو ما أدى بدوره إلى ضآلة في القيمة المضافة التي تحققها، إضافة إلى بقاء صادرات هذا القطاع عند مستويات دنيا وبالخصوص منها تلك الصناعات غير النفطية.

وترجع أسباب هذا التدهور في الصادرات الصناعية، وخاصة غير النفطية إلى ما يلي¹.

_ توجيه النظام الإنتاجي الصناعي للسوق الوطني، وبالتالي تم التركيز على منتجات لا تتكيف مع متطلبات الخارج، وهو الأمر الذي حد من إمكانية تصدير هذه المنتجات في ظل غياب استراتيجية للتصدير تعمل على ترقية الصادرات الصناعية غير النفطية ودعمها.

_ التنمية الكبيرة للخارج في مجال تمويل القطاع الصناعي، إذ أن إمدادات القطاع الصناعي الجزائري كانت تأتي من الخارج. هذه التبعية للخارج وفي ظل وجود ضائقة مالية في المدفوعات الخارجية، أدت إلى استعمال ضعيف للطاقة الإنتاجية المتوفرة (50% في المتوسط)، هذا إضافة إلى ضعف درجة التكامل الصناعي بين الصناعات المحلية، مما ساهم في ضعف الأداء الصناعي ومن ثم أثر ذلك على إمكانية التصدير للخارج.

وبخصوص النماذج التسييرية في المؤسسات الاقتصادية الصناعية، فإن هناك أسباب ضعف كثيرة تفسر الجمود الكبير الحاصل على مستوى الصادرات الصناعية، ويتجلى هذا الضعف في النقاط التالية²:

_ ضعف الأداء وانخفاض الإنتاجية؛

_ ضعف القدرة التنافسية؛

_ ارتفاع كلفة الإنتاج وعدم الاهتمام بالتنوع؛

¹ عبود زرقين، استراتيجية تنمية الصادرات الصناعية الجزائرية في ضوء الاندماج في النظام التجاري العالمي، المجلة العلمية المستقبل الاقتصادي، جامعة بومرداس، العدد الثاني، 2014، ص 123.

² العياشي زرزور، الاستراتيجية التنموية في الجزائر في ظل الإصلاحات الاقتصادية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة باجي مختار، عنابة، 2009_2010، ص 246.

_ عدم مرونة الجهاز الإنتاجي؛

_ ضعف التسويق بالمؤسسات الجزائرية.

المطلب الثاني: مشاكل على المستوى السياسي

من خلال هذا المطلب سنتطرق إلى مختلف المشاكل والصعوبات على المستوى الجزئي الخاص بالمؤسسات القائمة على ترقية الصادرات ومختلف العراقيل التي أدت إلى ضعف سياساتها الإدارية، وكذا المشاكل المرتبطة بالمحيط التشريعي وأهم الصعوبات العراقيل التي يواجهها هذا الأخير.

الفرع الأول: مشاكل على المستوى الجزئي

وتتمثل فيما يلي:

_ غياب سياسة محددة للأهداف وواضحة ومعلنة ومعروفة من طرف كل الدوائر والمستويات والمصالح والأفراد؛

_ تطبيق عشوائي وغير منظم لإجراءات العمل المنصوص عليها في نظام الجودة، بالإضافة إلى غياب نظام قادر على القياس المبني على الأساليب الإحصائية؛

_ عدم الأخذ بأسلوب نظام الجودة في مجال تحديد وتصميم المنتجات؛

_ عدم توافر نظام للمعلومات يتضمن كافة البيانات والإحصائيات التي تربط بالعملية الإنتاجية وموقع السلعة في السوق؛

_ غياب التحفيز المادي والمعنوي داخل المؤسسة، الأمر الذي قضى على كل فرص الإبداع والابتكار؛

_ عدم استجابة الهياكل التنظيمية الميكانيكية للتغيرات الحالية التي تحدث خارج حدود المؤسسة (البيئة الخارجية) منها تحرير المبادلات التجارية، التطور التكنولوجي والإعلام والاتصال، مما أدى إلى ضعف صناعة المؤسسات الجزائرية على مواجهة الهزات القوية التي تمارسها المؤسسات الاقتصادية العالمية.

مما سبق يتبين أن الجهاز الإنتاجي للاقتصاد الجزائري بمختلف مكوناته يفتقد للكفاءة التنافسية أو التنافسية الدولية، التي تؤهله لأن يتنافس ويكتسب مكانة دائمة في الأسواق المحلية والأجنبية، هذا ما يفسر ضعف مساهمة القطاع الصناعي وحتى الزراعي في حصة الصادرات خارج المحروقات، وبالمقابل الارتفاع المستمر نسبيا لحصة الواردات الجزائرية من المنتجات الصناعية والغذائية.

الفرع الثاني: المشاكل المرتبطة بالمحيط المؤسسي والتشريعي

يتميز المحيط المؤسسي التشريعي للصادرات خارج المحروقات بالخصائص التالية¹:

_ التشابك والتداخل في المهام الموكلة للهيئات والهيكل المدعمة لترقية الصادرات خارج المحروقات، بين الديوان الوطني لترقية التجارة الخارجية والغرفة الوطنية للتجارة، والشركة الوطنية للمعارض والتصدير، مما أدى إلى غياب التنسيق والتضارب في الأرقام المقدمة، وبالتالي صعوبة تحليل الواقع وإيجاد الحلول اللازمة، إضافة إلى عدم توفر معلومات قانونية وتشريعية دقيقة، مما يسهل من اتخاذ القرار فيما يخص ترقية الصادرات خارج المحروقات؛

_ غياب أدنى تنظيم للتواجد التجاري في الأسواق الخارجية بما يخدم الصادرات خارج المحروقات؛
_ وجود تنظيم وتنسيق غير كافيين بين المصدرين الجزائريين سواء على المستوى الوطني أو الخارجي؛
_ سوء استخدام وتوجيه الموارد المالية للصندوق الخاص لترقية الصادرات خارج المحروقات؛
_ ارتفاع تكاليف النقل الدولي مما يتسبب في ارتفاع تكلفة المنتج في السوق العالمي مما يؤثر على تنافسيته؛

_ عدم الاهتمام بوظيفة التسويق الدولي وما يمكن أن تقدمه من معلومات للمؤسسات، بحيث أصبح الحصول على المعلومات عن الأسواق الخارجية، من أهم المشكلات التي تواجه المصدر الجزائري نظرا لنقص خبرته بالدراسات التسويقية.

المطلب الثالث: آفاق تنمية وتشجيع قطاع الصادرات خارج المحروقات

إن تنويع هيكل الصادرات الجزائرية والقضاء على الاختلال الهيكلي لها بحيث يتم تعويض صادرات المحروقات شيئا فشيئا بصادرات متنوعة (صناعية، فلاحية، خدمات) هو ما اصطلح عليه باسم "ترقية الصادرات خارج المحروقات"، والترقية تشمل ثلاثة معاني مجتمعة فهي زيادة في كمية المنتجات حتى تصبح قابلة للتصدير، وإنتاج لمنتجات جديدة يكون الطلب الخارجي عليها فعالا، وذلك باتباع طرق واستراتيجيات لتنمية وتشجيع وترقية الصادرات خارج المحروقات.

الفرع الأول: بناء استراتيجية متكاملة لتنمية الصادرات خارج المحروقات

إن تحقيق تنمية حقيقية لا بد أن تأخذ بعين الاعتبار التشخيص العلمي الحقيقي للوضعية دون التستر وراء الأرقام الوهمية، فتشخيصنا السابق يبين بشكل جلي أن الجزائر لم تتقدم في مجال تنويع صادراتها خارج المحروقات بسبب تركيز استثمارها في القطاعات التي لا تمثل قوة تنافسية، كما أن التنمية لم تركز على

¹ جلال مسعد، الملتقى الوطني حول: ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر، يومي 11 و12 مارس 2014، جامعة مولود معمري تيزي وزو، ص16_17.

القطاعات التي لا تعرف عجزا مزمنا خاصة قطاع الصناعة التحويلية والزراعة، اللذان يكلفان الدولة فاتورة كبيرة سنويا من الواردات، ونعتقد من خلال دراستنا أن استراتيجية التنمية يجب أن تتوجه نحو هذين القطاعين.

أ_ بناء قطاع الصناعات التحويلية:

إن بناء استراتيجية التصدير يجب أن يكون من خلال بناء إنتاجية تقدم قيمة مضافة وقاعدة اقتصادية صلبة ومتجددة، ويمثل قطاع الصناعة التحويلية أحد الخيارات التي نراها مهمة لبناء الاستراتيجية. فالصناعة التحويلية تمثل أحد الروافد المهمة للاقتصاد العالمي، لما تمثله من قيمة عالية في النمو وكذا تغطية الاحتياجات المتزايدة للسكان من الصناعات المختلفة، هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإن المتمتعين في الواردات الجزائرية الحالية، يلاحظ أن أكبر قيمة لها تتمثل فيما يتعلق بمختلف الصناعات التحويلية، في حين أن الجزائر كانت تزخر في سنوات السبعينات بقدرات إنتاجية هامة سمحت لها بتغطية الاستهلاك المحلي وحتى بلوغ مراحل التصدير في البعض منها.

إن بناء قطاع الصناعة التحويلية يعتبر خيارا مصيريا بالنسبة للجزائر لكي تتمكن من تكوين قوة اقتصادية جديدة تمكنها أن تعوض قطاع المحروقات مستقبلا¹.

ومن أجل بناء قطاع كفاء للصناعة التحويلية يتطلب على الدولة الجزائرية القيام بـ:

_ بناء الاستثمار الصناعي:

تتطلب عملية تنمية وجذب الاستثمارات في القطاع الصناعي إجراءات عديدة أساسية، أهمها:

- التعاون مع هيئات تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والنشغيل لتحفيز الشباب المبادر للاستثمار في مجال الصناعة؛
- القيام بالترويج للاستثمار الصناعي في السياسة الحكومية للاستثمار؛
- التعاون مع الصناعيين لعرض مشاريع صناعية تساهم في التكامل الصناعي؛
- إنشاء وحدات خدمة المستثمر الصناعي، تقوم بتقديم المشورة الفنية وإعداد دراسات الجدوى الاقتصادية والفنية، وإعداد دراسات السوق، وتوفير المعلومات عن موردي الآلات والمعدات والمواد الأولية؛

• وضع خارطة استثمارية للمواد الأولية المتوفرة محليا؛

• وضع خطة للاستثمارات الصناعية المطلوبة تشجع على الاستثمار.

¹ بلقلة إبراهيم، واقع التنويع الاقتصادي في الدول العربية المصدرة للنفط ومتطلبات تفعيله، مجلة أبعاد اقتصادية، الجزائر، العدد 8، 2019، ص23_24.

_ بناء استراتيجية لصادرات الصناعة التحويلية:

تعتبر الصادرات التحويلية هي البديل الأساسي لتعويض الصادرات النفطية الجزائرية، وبالتالي فإن الاهتمام بها وتعزيز قدراتها حاجة ملحة في الوقت الحالي للاقتصاد الجزائري، وإن بناء استراتيجية تصديرية تكون باتباع الخطوات التالية:

- وضع خطة للترويج للمنتجات الوطنية في الأسواق العربية الإفريقية؛
- تنظيم المعارض بصفة دورية عن المنتجات الجزائرية؛
- توفير المعلومات الصحيحة والدقيقة عن المنتجات الجزائرية، وعن أسواق التصدير، ودعم قواعد المعلومات؛
- التنسيق مع الشركة الجزائرية للمعارض والشركات المنظمة للمعارض الخارجية، لتسهيل مشاركة الصناعيين في المعارض الخارجية؛
- العمل على وجود بعثات تجارية دائمة في الأسواق العالمية الكبرى؛
- تخصيص جزء من ميزانيات الغرف الصناعية لإقامة المعارض الخارجية؛
- إقامة الندوات المتعلقة بأساليب ومتطلبات التصدير.
- التوعية والتخطيط للاستفادة من الاتفاقيات التجارية الثنائية والجماعية مع الدول والتجمعات الاقتصادية، من أجل زيادة الصادرات؛
- وضع برنامج لتطوير الشراكات بين المؤسسات الجزائرية المنتجة، وشركات دولية مسوقة وشراكات استثمار مباشرة بين شركات جزائرية وشركات أجنبية.

ب_ بناء القطاع الزراعي:

يمثل القطاع الزراعي المجال الثنائي للتنمية في الجزائر، خاصة مع ارتفاع التكلفة الغذائية إلى أعلى مستوياتها في السنوات الأخيرة، فقد سخرت الدولة الكثير من الجهد والمال لتطوير القطاع إلا أن النتائج المحصل عليها تبقى متواضعة، ويحتاج القطاع إلى إعادة نظر جوهريّة تتطلب القيام بما يلي:

- دعم القطاع الفلاحي وذلك بجعل المزايا المقدمة تكون من خلال النتائج وليس بتوزيع المساعدات عشوائيا كما حصل في برنامج الدعم الفلاحي، الذي استهلك الكثير من المال دون أن يحقق ما هو مرجو منه؛
- وضع السياسات والبرامج الزراعية، يجب أن يكون وفق عملية واضحة، فإنه لا ينبغي البحث عن الزيادة في إنتاج الأغذية وذلك على حساب تآكل قاعدة الموارد الطبيعية، وإن المطلوب هو اتخاذ

إجراءات فعالة لإحياء التربة والموارد المائية، والمخزونات السمكية والغابات والغطاء النباتي الأخضر الذي لحقت به الأضرار بالفعل من جراء الممارسات الزراعية السابقة قليلة الحذر؛

- زيادة التركيز على حماية الموارد الطبيعية من أجل تحقيق التنمية المستدامة من خلال تحسين وتهيئة الأراضي القابلة للزراعة عن طريق الأساليب الزراعية الأفضل، وبخاصة إدخال التحسينات على التربة عن طريق التركيز على الأسمدة العضوية؛
- إن ابتكار السياسات والبرامج الانمائية يجب أن تستند إلى اللامركزية بالنسبة للخدمات، واتخاذ القرار وتوزيع المحاصيل والمنتجات واستراتيجيات تحسين البنية الأساسية وتعزيز فرص العمالة وتوليد الدخل في المناطق الريفية، وتشمل التحديات الأساسية أمام هذا المنهج الإنمائي الجديد في ضمان تقديم المشورة الإرشادية والإمداد بالمدخلات مثل: البذور المحسنة، والأسمدة وتقديم الائتمان لإتاحة الفرصة لأهالي الريف من تحديث تكنولوجيات الإنتاج والتخزين، وإنشاء شركات للتجهيز تزيد من قيمة المنتج الزراعي¹.

الفرع الثاني: دعم وتحفيز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على اقتحام الأسواق الدولية

سوف نقوم بمعالجة هذه النقطة من خلال استعراض أهم الحوافز التي يمكن تقديمها للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من أجل جعلها قادرة على اقتحام الأسواق الدولية، والتي تعد أحد الجوانب الهامة في مجال تشجيع الصادرات، وهي تهدف إلى رفع الأداء التنافسي لها، وتشمل العديد من المجالات نذكر منها:

أ_ **التمويل:** حيث تقوم العديد من الدول بتقديم التسهيلات والخدمات التمويلية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والكبيرة، سواء بالعملة المحلية أو العملة الصعبة من خلال إعطائها قروضا بمعدلات فائدة ميسرة أو مضمونة، بهدف السماح للمؤسسات ببلوغ الأسواق الخارجية ومنافسة المنتجات الدولية.

ب_ **التأمين:** تقوم الدول بإنشاء نظام لتأمين الصادرات وهذا من أجل تغطية المخاطر التي تواجه المصدرين أثناء العملية التصديرية، وفي هذا الإطار لابد على الدولة الجزائرية من العمل على تأسيس برنامج لتأمين الصادرات ضد المخاطر غير المتوقعة، والذي يسمح للمصدرين بزيادة صادراتهم من خلال تقليل المخاطر الدولية التي تواجههم في الأسواق الخارجية.

ج_ **السياسة الضريبية:** يجب العمل على منح تخفيضات على خروج السلع التصديرية، الأمر الذي يساعد على خفض تكلفة الإنتاج، وهو الشيء الذي يسمح لها أن تتمتع بميزة تنافسية في الأسواق الدولية.

د_ النقل والتوزيع: وهذا من خلال تقديم الدولة المساعدة لهذه المؤسسات في مجال نقل وتوزيع السلعة المراد تصديرها، الأمر الذي يجعل منتجاتها تتمتع بميزة تنافسية عند دخولها الأسواق الدولية.

ه_ نظام فحص السلع المصدرة لضمان الجودة المناسبة للأسواق الدولية:

وذلك من خلال وضع نظام للحفاظ على سمعة المنتج الوطني في الأسواق الخارجية، وذلك باستيفاء المواصفات القياسية الموضوعية من قبل وكلاء الفحص، وكذلك وضع نظام لمراقبة الجودة.

و_ منح مكافآت للمصدرين: كمنح تخفيضات معتبرة من الضرائب المباشرة لكل الدخل التي يتم الحصول عليها من التصدير أو إعفاء المصدرين من دفع الضرائب غير المباشرة على مدخلات الإنتاج المحلي والأجنبي، وهذا من أجل المساهمة في تدنية تكاليف تسويق الصادرات.

ز_ تبسيط إجراءات التصدير: وهذا من خلال اتخاذ إجراءات بسيطة وميسرة تساعد المصدرين على القيام بعملهم بكل سهولة ويسر، الأمر الذي يدفعهم إلى مضاعفة جهودهم في التصدير وتطوير قدراتهم الإدارية والتنظيمية في العملية التصديرية.

إضافة إلى هذا يمكن القيام بجهود كبيرة في سبيل عقد اتفاقيات ثنائية أو متعددة الأطراف كالاتحاد الأوروبي و AFTA، COMESA، NAFTA إلخ، من أجل دخول المنتجات الوطنية إلى أسواق هذه التكتلات وكذلك تخفيف القيود الجمركية.¹

الفرع الثالث: السياسات والإجراءات الواجب اتباعها لترقية الصادرات

من أجل النهوض بأي قطاع لا بد من اتخاذ إجراءات وسياسات معينة تعمل على تحسين وضعيته ونتائجه، ولذا فإن قطاع الصادرات الجزائرية يحتاج إلى ذلك، ولذلك يمكن التمييز بين ثلاثة أنواع من السياسات لتنمية قطاع الصادرات الجزائرية²:

أ_ السياسة الصناعية والتجارية التقليدية: تنقسم إلى قسمين:

- سياسة الدعم والإعانات: وتنقسم إلى سياسات مباشرة وسياسات غير مباشرة، فالمباشرة تتمثل في تقديم الدعم المالي للمصدرين أو إعفائهم من الضرائب، كالإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات وإعفاء مستلزمات الإنتاج الموجه للتصدير والمعاد تصديرها من الرسوم الجمركية، أو منحهم قروضا لتمويل الصادرات بفوائد ميسرة، أما سياسات الدعم غير المباشرة فتستهدف دعم خدمات المياه والكهرباء للأنشطة التصديرية، لكن هذه السياسة رغم أهميتها مرتبطة بعدم ارتباط

¹ وصاف سعدي، مرجع سبق ذكره، ص 24.

² مصطفى بابكر، الأساليب الحديثة لتنمية الصادرات، مجلة جسر التنمية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، العدد 50، 2016، ص 04_07.

الجزائر بالمنظمة العالمية للتجارة وعليه يجب استغلال المدة المتبقية قبل الانضمام للمنظمة في تفعيل سياسات الدعم بشكل مكثف مع الأخذ بعين الاعتبار:

أن يرتبط حجم الدعم المقدم للمشاريع التصديرية بمدى إنتاجيتها، رفع الدعم عن المنتجات التي لا تغطي أسعارها مستلزمات الإنتاج المستوردة، حجم الأسواق الخارجية المستهدفة، الاتفاقيات التجارية.

• **السياسات الجمركية:** تتعدد الأنظمة الجمركية التي تستعمل لتشجيع الأنشطة التصديرية ومن أهمها ما يلي:

_ **نظام الإيداع:** ويقصد به تجميد وإيقاف تحصيل الرسوم الجمركية المفروضة على مستلزمات إنتاج سلع التصدير لفترة زمنية محدودة.

_ **المناطق الحرة:** هي مناطق مخصصة لممارسة الأنشطة الصناعية والتجارية والخدماتية دون الخضوع للرسوم الجمركية وذلك تشجيعا للصناعات التصديرية، لهذا تسعى الدول لجعلها جذابة للاستثمارات بوضع عدة تسهيلات ومزايا وحوافز وإعفاءات ضريبية للمستثمرين، وقد بادرت السلطات الجزائرية بتوفير الأطر القانونية لإنشاء المناطق التصديرية الحرة في التراب الوطني من خلال المرسوم التنفيذي رقم 320/94 المؤرخ في 17/10/1994 المتعلق بالمناطق الحرة، ويتم فيها جميع العمليات التجارية كالاستيراد، والتصدير وإعادة التصدير، والتخزين، والتحويل، شرط أن توجه منتجات الشركات للتصدير مع السماح بتسويق جزء من السلع داخل الوطن وفق القوانين التي تنظم التجارة الخارجية.

ب_ السياسات الحديثة:

تكمن أهمية السياسات الحديثة لترقية الصادرات في عدم ملائمة السياسات التقليدية لدعم القدرة التنافسية للصادرات في الأسواق الخارجية ضمن نظام عالمي جديد يتميز بالهولمة وتحرير التجارة الدولية، ويمكن التمييز بين نوعين كالتالي:

_ **السياسة التوجيهية:** وهي السياسات التي تقوم بها الدولة من أجل نقل التقنيات وأساليب الإنتاج والتنظيم الحديث وتوفير مناخ تنافسي وبيئة ملائمة ومغرية للمستثمرين المحليين والأجانب على حد سواء بالاعتماد على قطاعات محورية يتم التركيز عليها لترقية وتطوير الصادرات، أي أن الدولة تقوم بإصلاحات وبرامج لترقية وتنمية صادرات قطاعات معينة بهدف تصدير منتجات جديدة بتكلفة منخفضة قادرة على منافسة المنتجات المماثلة في الأسواق العالمية.

لقد أصبح من الضروري الاعتماد على تنمية القدرة التصديرية للقطاعات المحورية في الجزائر لتنمية وتنشيط الصادرات من خلال عمليات تحديث الصناعة، وتطوير الزراعة، وتشجيع المنتجات البحرية.

_ السياسة الاستراتيجية: هي الخطط الاقتصادية التي تهدف إلى رفع القدرات التنافسية للقطاعات المحورية وتعزيز الصادرات في إطار ما هو مسموح به في الاتفاقيات التجارية الدولية، وتعتمد على الربط بين الحوافز المقدمة للصناعات وما تم تحقيقه بالفعل في جانب الصادرات من حيث الجودة، والزيادة في الحصص السوقية، والمستوى التكنولوجي والقيمة المضافة.

كما أن الاعتماد على تأمين ائتمان الصادرات لتغطية المخاطر التجارية وغير التجارية للقروض المرتبطة بعمليات التصدير بين الجزائر والدول المستوردة كون هذه الاستراتيجية محكمة لتنويع الاقتصاد¹.

الفرع الرابع: الإجراءات العملية المنتهجة لترقية الصادرات

إن الجزائر دولة ريعية تتأثر بتقلبات أسعار النفط، مما انعكس سلبا على مداخيلها، لوضع حد للتبعية للمنتج الواحد وضعت استراتيجية شاملة لتنمية الصادرات خارج المحروقات مما يجعلها قادرة على اقتحام الأسواق الدولية، حيث بدأت بتطبيق مجموعة من الإجراءات والسياسات تمثلت فيما يلي:

_ سياسة سعر الصرف: كان الهدف من التعديلات في سياسة سعر الصرف إعطاء القيمة الحقيقية الداخلية والخارجية للدينار الجزائري، وذلك عن طريق ترقية الصادرات خارج المحروقات والإقلال من الواردات حيث أن السعر المرتفع وغير الحقيقي للدينار الجزائري أدى إلى عجز الحساب الجاري الخارجي للدول.

_ تأمين وضممان الصادرات: بعدما كانت عن طريق شركات تأمين غير متخصصة، تم إنشاء نظام جديد لتأمين وضممان الصادرات بداية 1996 تديره الشركة الجزائرية لتأمين وضممان الصادرات من الأخطار التجارية وغير التجارية وإخطار الكوارث الطبيعية.

_ التحفيزات المالية: يعتبر قانون النقد والقرض 10/90 المؤرخ في 14 أبريل 1990 إصلاحا جذريا في المنظومة المالية والنقدية، لذا نجد أن بنك الجزائر قد قام بوضع عدة قواعد متعلقة بمعالجة وتسيير عمليات التجارة الخارجية لاسيما عمليات التصدير، وموازية مع ذلك عملت السلطات العمومية على وضع قواعد لتشجيع التصدير أهمها²:

¹ مريم حسناوي، حسين حساني، أهمية تأمين ائتمان الصادرات للمساهمة في تنويع الاقتصاد، مجلة أبعاد اقتصادية، الجزائر، العدد 7، 2017، ص

62.

² نفس المرجع، ص 63.

الفصل الثالث:..... واقع الصادرات خارج المحروقات في الجزائر.

_ تنفيذ المساعدات المالية من خلال الصندوق الخاص لترقية الصادرات، والذي تم إنشائه لغرض تقديم المساعدات المالية لعمليات التصدير؛

_ تمكين المصدرين من التحوط ضد مخاطر التصدير عن طريق الوكالة الجزائرية للتأمين وضمان الصادرات.

_ **التحفيّزات الجبائية للتصدير:** عرف النظام الجبائي تحولات وإصلاحات عديدة منذ سنة 1990 في إطار قوانين مالية والتي ما يلي:

_ تنظيم النشاط الاقتصادي من خلال تشريع قوانين جبائية للمتعاملين الاقتصاديين الذين يشتغلون في نفس النشاط؛

_ احترام التوازن الجبائي والحرص على المساواة بين المتعاملين في فرض الجبائية؛

_ الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة، والإعفاء من الرسم على أرباح الشركات.

خلاصة:

يعاني الاقتصاد الجزائري من تبعية مزمنة لقطاع المحروقات وهذا راجع لغياب استراتيجيات حقيقة بعيدة المدى في مجال ترقية الصادرات خارج المحروقات، وقد تبين من خلال استقراء الإحصائيات والبيانات الصادرة عن الهيئات الرسمية في الجزائر أن الصادرات الصناعية الجزائرية خارج قطاع المحروقات تلك 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 يتطلب من المؤسسات الصناعية الجزائرية الاهتمام بجودة منتوجاتها ومواصفاتها كي تمنحها ميزة تنافسية هامة تجعل فرصتها في تلقي طلبات من الأسواق الدولية عالية جدا، هذا فضلا عن بذل أقصى طاقتها البحثية ليكتسب إنتاجها ميزة تنافسية تسهل عملية الاختراق الدولية وكسب رضا المستهلكين.

ومن خلال دراستنا لهذا الفصل ومعرفتنا لمواقع الخلل في الاقتصاد الجزائري، ارتأينا إلى اتخاذ مجموعة من الحلول والتي يمكن أن نذكر من بينها:

_ يجب إجراء تغيير جذري في طبيعة النظام السياسي، وذلك لما حققه من نتائج سلبية، وتدهور في حالة الاقتصاد الوطني، وفشله في تحقيق تنمية شاملة للبلاد، وذلك بإجراء انتخابات نزيهة تعتمد على الكفاءات، وبعيدة كل البعد عن التزيف، تسمح ببناء دولة القانون في إطار سياسي وديمقراطي.

_ إن الخلل في التجربة الجزائرية يكمن في اعتماد أصحاب القرار على إيرادات المحروقات في حل جل المشاكل التي تواجههم (مشاكل الصناعة، مشاكل الزراعة، مشاكل اجتماعية..... إلخ)، أي لجوئهم دائما إلى الحل السهل الذي يمكنهم من تغطية عيوب السياسة المتبعة، وعدم التصدي لهذه المشاكل وحلها من جذورها، لذلك ومن أجل عدم تكرار هذا الخطأ الفادح يجب على الدولة أن تحدد نسبة تدخل الجباية البترولية في الجباية العامة، ويجب أن يكون ذلك بأمر رئاسي عن طريق القانون وليس فقط مجرد كلام يمكن اختراقه في أي وقت.

_ لا بد من التفكير عمليا بزيادة الصادرات من المنتجات المصنعة التي تتضمن قيمة مضافة كبيرة نسبيا، كالزراعة وصناعة السيارات والآليات، صناعة الأدوية، الصناعات الإلكترونية الدقيقة مثلا، وزيادة إيرادات صادرات الخدمات خاصة السياحة منها.

الختامة

من خلال هذه الدراسة، حاولنا أن نعطي تصورا للوضع الاقتصادية السائدة حاليا في الجزائر، والسياسة المنتهجة لترقية الصادرات خارج المحروقات، قبل أن نتطرق إلى تحليل النقائص والعراقيل التي تعترض نشاط التصدير، فالجزائر واحدة من الدول التي تعتمد في صادراتها على قطاع وحيد وهو المحروقات، وبسبب ارتفاع أسعار النفط عالميا ساعدها هذا على جلب العملة الصعبة، الأمر الذي أعاد بعضا من توازنات الاقتصاد، الذي عانى خلال فترة طويلة من الزمن الكساد الذي وصل إلى حده الأدنى. بسبب انهيار أسعار البترول، سارعت الدولة إلى تبني إجراءات استعجالية ترمي إلى إعادة الاعتبار لهذه الوظيفة، غير أن هذه السياسات التي ترمي إلى ترقية الصادرات خارج المحروقات، لم تكن في الواقع سوى حلولاً ترفيعية لمشاكل ظرفية تمر بها البلاد، ولم تصل الصادرات خارج المحروقات إلى بلوغ المستوى المرغوب والذي كان ينادي به أصحاب هذه السياسات.

ما يمكن استنتاجه، أن الجزائر لم تتخلص من التبعية للريع النفطي، ولن تستطيع أبداً التخلص منها، ذلك لأن كل الحكومات المتعاقبة على الدولة الجزائرية لم تتخذ قراراً صارماً يحد من استنزاف إيرادات المحروقات، فهذه الإيرادات تساعد السلطة على حل كل المشاكل الاقتصادية والسياسية وخاصة الاجتماعية، وبالتالي ستبقى الجزائر تسيير بنفس هذه الوتيرة إلى غاية انتهاء الريع النفطي وهنا ستحدث كارثة اقتصادية، نظراً لعدم وجود اقتصاد منتج ولا اعتماد الاقتصاد الجزائري على الاستيراد من الخارج بنسبة عالية جداً.

اختبار صحة الفرضيات:

قمنا بوضع عدة فرضيات تحت الاختبار لأجل القيام بهذه الدراسة، فكانت الإجابة كما يلي:

الفرضية الأولى: توصلنا إلى صحة هذه الفرضية باعتبار أن التجارة الخارجية من أهم الركائز التي يبنى عليها اقتصاد الدولة كونها تتيح له المجال للحصول على العملة الصعبة من خلال عمليات التبادل مع العالم الخارجي، وتقوم هذه الأخيرة على عدة نظريات تبحث في دراسة وتحليل المشكلة الاقتصادية، وأسس التبادل التجاري الذي يعود بالمنفعة على طرفي المبادلة، وكيفية تفاعل مجموعة من الاقتصاديات القومية المتباينة والمتداخلة مع بعضها البعض من أجل تخصيص الموارد المحدودة على الحاجات الإنسانية المتعددة، فالتجارة الخارجية عبارة عن جسر للتعامل مع دول العالم بما فيها الدول النامية التي أدركت الدور الفعال الذي تلعبه هذه الأخيرة في تقويم الاقتصاد الوطني.

كما أنها تؤثر بشكل كبير على عملية التصدير من خلال المساهمة في تحفيز النمو وزيادة الإنتاج وتنشيط مختلف العمليات الاقتصادية.

الفرضية الثانية: توصلنا إلى صحة هذه الفرضية، من خلال عرضنا لتجارب بعض الدول الناجحة في التصدير واعتمادها على سياسات صناعية وتجارية حديثة ومختلفة لتنمية صادراتها والتي يمكن من خلال تطبيقها أن ننجح في تذليل تلك العقبات التي تحول دون تطور الصادرات النفطية من خلال الدروس المستفادة من هذه التجارب مما يسمح ببناء استراتيجيات مستقبلية تركز على التجارة الخارجية، الأمر الذي يؤدي إلى توفير مناخ مناسب لزيادة معدلات الصادرات غير النفطية والنمو الاقتصادي للجزائر مستقبلا.

الفرضية الثالثة: توصلنا إلى صحة هذه الفرضية حيث أن واقع الصادرات في الجزائر من خلال بعض المؤشرات الإحصائية لم تصل بعد إلى المستوى المنشود، ولم تعط النتائج الملموسة المنتظرة خلال فترة الدراسة، لتضل متواضعة، بل وهامشية تمثل 5% من إجمالي الصادرات الجزائرية، ورغم الكم الهائل من التدابير المتخذة و الإجراءات المعتمدة، تطلب هذا الوضع تحليل مختلف العراقيل والحواجز التي تحول دون فعالية أكثر للتدابير المتخذة لدعم الصادرات خارج المحروقات، فمسألة ترقية الصادرات في الجزائر لا تقتصر فقط على منح الامتيازات والإعفاءات الضريبية وتسهيل إجراءات التصدير ، بل تتعداها لتشمل حزمة متكاملة من السياسات الصناعية والتجارية، ورفع كفاءة الأجهزة الاقتصادية والإدارية، وتبني فكرة حوكمة المؤسسات، وتوفير المرونة الكافية والخدمات المتميزة لهيئة البيئة والإطار السليم لترقية الصادرات، كي تلعب دورا محوريا في التنمية.

نتائج الدراسة:

في ضوء ما خلصت إليه الدراسة من اختبار للفرضيات، يمكن تقديم مجموعة من النتائج المتوصل إليها نوجزها فيما يلي:

_ إن تغيير الصادرات الجزائرية مرتبط بتشجيع الإنتاج الوطني المنتج للثروة؛

_ رغم الإجراءات التي حاولت الجزائر اتخاذها للرفع من قيمة الصادرات خارج المحروقات إلا أن هذه الأخيرة بقيت ترواح مكانها، وذلك لكون جميع الإجراءات الترقية، لم تصل إلى حد التغيير من بنية الاقتصاد الجزائري والتحسين من خصائصه الهيكلية، مع بقاء نفس الأعراض المرضية السابقة، النذرة، التبعية؛

_ الإطلاع على تجارب الدول الناشئة كدول جنوب شرق آسيا مثل سنغافورة، ماليزيا وكذلك دولة تركيا، ضروري لاستخلاص العبر من تجاربها في ميدان التصدير واندماجها في التجارة الدولية؛

_ الإطار التحفيزي للصادرات يوفر مناخا مناسباً للمستثمرين، قانون استثمار مناسب ومرن، تنظيمات ملائمة كاستقرار العملات، ضمان الحصول على العقار الصناعي. مع منح التسهيلات اللازمة والكافية للمؤسسات المصدرة ومرافقتها محليا وفي الأسواق الخارجية، حيث يبقى دور المؤسسات المساعدة في تدعيم الصادرات والصناعة في الجانب التوعوي والتحسيبي والمرافقة الإدارية.

التوصيات:

في ختام هذا البحث، يمكن تقديم مجموعة من التوصيات لتنمية الصادرات خارج المحروقات، وتجاوز الاقتصاد المبني على مصدر وحيد، كما يلي:

1_ العمل على الاقتداء بتجارب الدول التي استطاعت الخروج بالصادرات خارج المحروقات من دائرة التخلف؛

2_ ضرورة توفير شبكة متكاملة من المعلومات حول نشاط التصدير لخلق ربط بين المصدرين والأسواق الدولية ومعرفة الاتجاهات المنافسة بها. وبالتالي القيام برسم سياسة تصديرية بناء على مجموع المعلومات المتوفرة؛

3_ الاهتمام باستراتيجية المشروعات ذات التوجه للعملية التصديرية، وتوفير الإمكانيات والدعم اللازم لها لما تلعبه من دور هام في تنمية الصادرات خارج المحروقات؛

4_ نظرا لأهمية قطاع الصادرات خارج المحروقات فإن السلطات ملتزمة باستغلال مفاوضات الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة والاتفاق المبرم مع الاتحاد الأوروبي، لانتزاع أكبر قدر ممكن من الفرص لتنمية هذا القطاع لمجابهة المنافسة الأجنبية، وتوفير المناخ الاستثماري المحفز لجلب الاستثمار الأجنبي؛

5_ الاهتمام بالتسويق الدولي كمقاربة لتنمية الصادرات خارج المحروقات، بالنظر إلى التسويق على أنه من العوامل الأساسية لتحقيق موقف تنافسي متميز في بيئة الأعمال؛

6_ يجب حث البنوك التجارية على بذل المزيد من الاهتمام بالقيام بوظيفتها فيما يتعلق بتمويل الصادرات، حيث أن لهذا الدور أهمية بالغة بالنسبة للدول النامية التي تهدف لتنمية صادراتها خارج المحروقات؛

7_ وفي الأخير لتحقيق كل ما سبق من اقتراحات يجب أن تكون للدولة إرادة سياسية قائمة على ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر.

آفاق الدراسة:

إن العمل الذي قمنا بإنجازه حول الصادرات خارج قطاع المحروقات يتطلب بحثاً أكثر عمقا وتشعبا في المستقبل، تمس بالمجالات الآتية:

_ دراسة مستفيضة حول تطوير القطاعات الاقتصادية (صناعة، فلاحية، سياحة)؛

_ بحث حول جودة وسعر المنتج الجزائري كي يصبح منافسا في الأسواق العالمية؛

_ الشروع في وضع ورسم استراتيجية لتطوير قطاع الصادرات خارج المحروقات.

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية:

أولاً: الكتب

- 1_ أحمد فتحي، خليل الخضراوي، الاقتصاد الدولي، دار فاروس العلمية، الاسكندرية، مصر، 2017.
- 2_ السواعي خالد محمد، التجارة والتنمية، دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2006.
- 3_ السيد محمد السريتي، اقتصاديات التجارة الخارجية، مؤسسة رؤيا للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، مصر، 2009.
- 4_ زينب حسين عوض الله، الاقتصاد الدولي، دار الجامعة الجديدة، الطبعة الأولى، مصر، 2004.
- 5_ طالب محمد عوض، التجارة الدولية نظريات وسياسات، دار وائل للنشر، الأردن، 2004.
- 6_ يحيى سعيد، علي عيد، بحوث التسويق والمصدر الناجح، دار الأمين للنشر والتوزيع، البلد مجهول، 2000.
- 7- محمد جاسم، التجارة الدولية، دار الزهران، عمان، الأردن، 2006.
- 8_ محمد جاسم الصميدعي، استراتيجيات التسويق مدخل كمي تحليلي، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2000.
- 9_ محمد جميل خالد، أساسيات الاقتصاد الدولي، الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
- 10_ محمد دياب، التجارة الدولية في عصر العولمة، دار المنهل اللبناني، بيروت، 2010.
- 11_ محمد زاهد جول، التجربة النهضوية التركية، مركز نهاء للبحوث والدراسات، الطبعة الأولى، بيروت، 2013.
- 12_ محمد يونسى، اقتصاديات دولية، جامعة الاسكندرية، الطبعة الأولى، 2002.
- 13_ محمد سيد عابد، التجارة الدولية، مكتبة الاشعاع الفنية، الطبعة الأولى، مصر، 2001.
- 14_ محمد عبد العزيز، مصطفى شيحة، النقود والبنوك والعلاقات الاقتصادية الدولية، مصر، بدون سنة.
- 15_ مصطفى محمود، التصدير والاستيراد علميا وعمليا، دار النهضة العربية، القاهرة، 2003.
- 16_ محمود حامد، محمود عبد الرزاق، تكنولوجيا المعلومات وزيادة الصادرات ودعم التنمية الصناعية، مكتبة الحرية، القاهرة، 2006.
- 17_ مصطفى الفار، الإدارة المالية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
- 18_ مصطفى محمود، التصدير والاستيراد علميا وعمليا، دار النهضة العربية، القاهرة، 2003.

- 19_ سامي عفيف حاتم، اقتصاديات التجارة الدولية، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، مصر، 2003
- 20_ سعد غالب ياسين، الإدارة الدولية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002
- 21_ عمرو خير الدين، التسويق الدولي، دار النهضة العربية، جمهورية مصر العربية، 2004
- 22_ فليح حسن خلف، العولمة الاقتصادية، عالم الكتاب الحديث للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الاردن، 2010
- 23_ فريد النجار، التحالفات الاستراتيجية من المنافسة إلى التعاون، أبتراك للنشر والتوزيع، مصر، 2002
- 24_ فريد النجار، تسويق الصادرات العربية، دار قباء، القاهرة، 2002
- 25_ شعبان رأفت محمد، نظم وضمان ائتمان الصادرات، دار النهضة العربية، القاهرة، 2005
- 26_ شقيري نوري موسى وآخرون، التمويل الدولي ونظريات التجارة الخارجية، دار المسيرة، الأردن، 2015
- 27_ خالد محمد سواعي، التجارة والتنمية، دار المناهل، الطبعة الأولى، الأردن، 2005.
- ثانيا: المذكرات والأطروحات**
- 45_ العياشي زرار، الاستراتيجية التنموية في الجزائر في ظل الاصلاحات الاقتصادية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة باجي مختار، عنابة، 2009_2010.
- 46_ حسان بخيت، تحليل أثر الاستثمار الاجنبي المباشر على تنمية الصادرات، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة أبو بكر بالقايد، تلمسان، 2017_2018.
- 47_ شهرزاد بروين، محددات الصادرات الصناعية، اطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة أبو بكر بالقايد، تلمسان، 2017_2018.
- 48_ زيرمي نعيمة، التجارة الخارجية الجزائرية من الاقتصاد المخطط إلى اقتصاد السوق، مذكرة ماجستير في التسيير الدولي، جامعة أبو بكر بالقايد، تلمسان، 2011_2012.
- 49_ حنان قندوز، ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2007،2008.
- 50_ محمد بن حوحو، دور استراتيجية التسويق في اقتحام الأسواق الدولية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة البليدة، 2008.
- 51_ إبراهيم ريان، يوسف باهي، دور التجارة الخارجية في تحقيق التنمية المستدامة، مذكرة ماستر في العلوم التجارية، جامعة حمة لخضر، الوادي، 2016_2017

52_ وهيبه صوطة، راوية قالمي، آليات تمويل التجارة الخارجية في الاقتصاد الجزائري، مذكرة ماستر في العلوم الاقتصادية، جامعة قلمة، 2017_2018.

53_ حاج حمو يمينة، أولاد صالح عامرية، أثر التجارة على النمو الاقتصادي، مذكرة ماستر في العلوم الاقتصادية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2017_2018.

ثالثا: المجلات

28_ ابتسام محمد العامري، التجربة التنموية في سنغافورة، مجلة بحوث الشرق الأوسط، جامعة بغداد، العدد 45، 2015.

29_ بورحلة ميلود، بوطوبة محمد، أثر الصادرات على النمو الاقتصادي، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، العدد 13، الجزائر، 2013.

30_ بلقلة إبراهيم، واقع التموين الاقتصادي في الدول العربية المصدرة للنفط ومتطلبات تفعيله، مجلة أبعاد اقتصادية، الجزائر، العدد 8، 2019.

31_ وئام بغياني، تحفيز التصدير للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مجلة بحوث، جامعة الجزائر 1، العدد 13، 2018.

32_ وليد بيبي، سمية صلعة، حتمية ترقية الصادرات غير النفطية في الجزائر، مجلة المالية والأسواق، المركز الجامعي نور البشير، البيض، الجزائر، العدد 1، 2019.

33_ مديحة بن زكري بن علو، شيبان نصيرة، دور إعادة تأطير إصلاح قطاع التجارة الخارجية في تنمية الاقتصاد الوطني الجزائري، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، الجزائر، العدد 3، 2019.

34_ مصطفى بابكر، الأساليب الحديثة لتنمية الصادرات، مجلة جسر التنمية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، العدد 50، 2016.

35_ مريم حسناوي، حسين حساني، أهمية تأمين ائتمان الصادرات للمساهمة في تنويع الاقتصاد، مجلة أبعاد اقتصادية، الجزائر، العدد 7، 2017.

36_ سفيان عبد العزيز، دعم وتطور القطاع الخاص كآلية لترقية التجارة الخارجية خارج المحروقات، مجلة بحوث اقتصادية عربية، العددان 61_62، 2013.

37_ عبود زرقين، استراتيجية تنمية الصادرات الصناعية الجزائرية في ضوء الاندماج في النظام التجاري العالمي، المجلة العلمية المستقبل الاقتصادي، جامعة بومرداس، العدد 2، 2014.

38_ عبد السلام عبد اللاوي، أهمية تشجيع الاستثمار المحلي الأجنبي في تحقيق التنمية الشاملة تركيا نموذجا، مجلة المشكاة للاقتصاد والتنمية، العدد 9، 2019.

39_ عبد الحفيظ حمزة، لطفي دنبري، التجربة السنغافورية في تجاوز الفقر وتحقيق التنمية، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة العربي بن مهيدي أم بواقي، العدد 4، 2019.

40_ عبد الرحمان بن سانية، بعض تجارب الانطلاق الاقتصادي في الدول النامية، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، العدد 11، 2011.

41_ فتيحة بن صابر، التجارة الخارجية وآثارها على التنمية الاقتصادية للدول النامية، مجلة المشكاة في الاقتصاد والتنمية والقانون، الجزائر، العدد 8، 2018.

42_ فتيحة قشرو، توجه الدول النامية نحو استراتيجية تنمية الصادرات في ظل التحولات الاقتصادية العالمية، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، جامعة لونيبي علي البلدية 2، العدد 18، 2017.

43_ رائد فاضل جويد، النظرية الحديثة في التجارة الخارجية، مجلة الدراسات التاريخية والحضارية، الأردن، العدد 17، 2018.

44_ رضوان عبد الحميد، سياسات تنمية الصادرات سلسلة تجارب دولية ناجحة في مجال التصدير، مجلة إدارة التحليل والمعلومات التجارية، الإمارات العربية، العدد 1، 2009.

رابعاً: المحاضرات والملتقيات

54_ فوزي نعي، عبد الحكيم غراس، التجارة الدولية، دروس في قانون الأعمال الدولي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000.

55_ غنية بن حركو، نظريات التجارة الدولية، مطبوعة موجهة لطلبة السنة الثالثة اقتصاد دولي، جامعة عبد الحميد مهري، قسنطينة، 2018_2019.

56_ جلال مسعد، الملتقى الوطني حول: ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر، يومي 11 و12 مارس 2014، جامعة مولود معمري تيزي وزو.

57_ وصاف سعدي، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتنمية الصادرات دراسة حالة الجزائر، مداخلة الملتقى الوطني الاول حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في التنمية، الأغواط 8_9 أبريل، 2002

58_ طارق قندوز، قاسمي السعيد، ملتقى حول تحديات ورهانات واستراتيجيات ترقية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات، جامعة المسيلة، 2010.

خامساً: الكتب باللغة الأجنبية

59 -LAZARY، le commerce international a la portée de tous، ouvrage imprime a compte d'auteur, 2005.

سادساً: المواقع الإلكترونية

www.albankaldawli.org

60_ البنك الدولي على الموقع:

- www.ons.dz 61_ الديوان الوطني للإحصائيات
- www.algex.dz 62_ الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية
- www.fspe.dz 63_ الصندوق الخاص بترقية الصادرات
- www.caci.dz 64_ الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة
- www.tradeegypt.com 65_ وزارة التجارة والصناعة لجمهورية مصر العربية
- www.commerce.gov/dz 66_ وزارة التجارة الجزائرية
- www.imf.org 67_ صندوق النقد الدولي
- www.fanarturk.com 68_ الفنار تركيا

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة

هدفت دراستنا إلى بيان أهمية ترقية الصادرات في الجزائر، للخروج من التبعية لقطاع المحروقات وتمحورت إشكالية الدراسة فيما يلي:

ما هو واقع الصادرات في الجزائر؟ وماهي سبل ترقيتها؟

وللإجابة على هذا التساؤل تم دراسة تجارب رائدة في مجال ترقية الصادرات كسنغافورة وتركيا، لمعرفة نقاط قوة هذه البلدان التي جعلت منها قوة اقتصادية عالمية، والوقوف عند الصادرات الجزائرية وترقيتها. وأوضحت نتائج الدراسة أن الصادرات الجزائرية خارج المحروقات ضعيفة في معظمها وذلك لاعتماد الاقتصاد الجزائري على الأحادية للتصدير.

في ختام هذه الدراسة قدمنا حلولاً من أجل الانتقال من اقتصاد ريعي إلى اقتصاد منتج يركز على التصنيع من أجل التصدير.

الكلمات المفتاحية: التجارة الخارجية، الصادرات خارج المحروقات، استراتيجية التصدي.

Abstract:

Our study aimed at showing the importance of promoting exports in Algeria getting out of dependency on the hydrocarbon sector, and the problem of the study centred on the following:

What is the reality of exports in Algeria? What are the ways to upgrade it?

In order to answer this question, pioneering experiences in the field of export promotion, such as Singapore and turkey were studied to find out strengths of these countries that made them a global economic power, and to stand by and promote Algerian exports.

Results of the study showed that Algerian exports outside

Hydrocarbons are mostly weak and the Algerian economy is dependent unilateral exports

In the conclusion, of this study we presented solutions for the transition from renter economy to a productive economy based on manufacturing for export.

Key words: foreign trade, no-hydrocarbon – export strategy