

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

ميدان: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
فرع: علوم تجارية
تخصص: مالية وتجارة دولية



كلية: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم: علوم تجارية
رقم:

عنوان الموضوع:

ترقية المنتوجات الوطنية لزيادة صادرات المؤسسة
الاقتصادية الجزائرية خارج قطاع المحروقات
دراسة ميدانية لمؤسسة تواب ومؤسسة مغرب بايب أندستري
بولاية المسيلة

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية

إشراف الدكتور:
- ختيم محمد العيد

إعداد الطالبة:
- جميات فاطمة الزمراء

أعضاء لجنة المناقشة:

اللقب والاسم	الجامعة	الصفة
ميمون نبيلة	جامعة المسيلة	رئيسا
ختيم محمد العيد	جامعة المسيلة	مشرفا ومقررا
ديلمي فتيحة	جامعة المسيلة	مناقشا

السنة الجامعية: 2017 / 2018

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و عرفان

قال تعالى { وَقَالَ رَبِّ وَزَعْنِي نَ شُكْرَ نِعْمَتِكَ الَّتِي نَعَمْتُ نَلِّى وَنَلِّى وَالَّتِي، وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحاً تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي رَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ } الممل 19.

الحمد لله ذي المن والفضل والإحسان، حمداً يليق بجلاله وعظمته. وصَلِّ اللهم على خاتم الرسل، من لا نبي بعده، ولله الشكر أولاً وأخيراً، نلى حسن توفيقه، وَرِيم عونه، ونلى ما من، وفتح به علينا من إنجاز لهذه المذكرة، بعد أن يَسَّر العسير، وذَلَّل الصعب؛

الشكر والتقدير لأستاذنا الفاضل الذي تكرم بقبول الاشراف على هذه المذكرة، ولتوجيهاته القيمة
الدكتور ختيم محمد لعيد.

الشكر والعرفان للأستاذة الافاضل الذين سننال شرف مناقشتهم لهذه المذكرة، فلهم منا الشكر والعرفان على
جميل نصائحهم وتوجيهاتهم التي سستير درينا العلمي؛

كما يسرنا وبشرفنا أن نتقدم بالشكر الجزيل لكل من مد لنا يد العون

الأستاذين رحلي موسى وقسمية محمد

وختاماً نسأل الله العلي القدير أن يكون هذا العمل خالصاً لوجهه، وأن يجعله علماً نافعاً.

فطية

إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى أعز ما أملك في الوجود
أمي حفظها الله وأطال في عمرها رمز الحنان والمحبة والأمل.
إلى الإنسان الذي سعى جاهداً إلى تربيته وتعليمه وتوجيهه والوقوفه
إلى جانبي أبي جزاه الله خيراً.
إلى دعمي في الحياة أخي العزيز عبد الوهاب و
إخوتي الأعزاء وفقهم الله في حياتهم .
إلى كل العائلة صغيرهم وكبيرهم.
إلى كل الصديقات والأصدقاء الأعزاء.
وإلى كل الذين عرفتهم وأحببتهم.
إلى كل من أدركه القلب ولم يدركه القلم.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

المحتوى	الصفحة
الشكر	I
الإهداء	II
فهرس المحتويات	IV
فهرس الجداول والأشكال والاختصارات والملاحق	VII
مقدمة	أو
الفصل الأول: مدخل نظري لترقية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات	
تمهيد	08
المبحث الأول: واقع الصادرات الجزائرية	09
المطلب الأول: هيكل حوافز التصدير في الجزائر	09
المطلب الثاني: مشاكل التصدير في الجزائر	15
المبحث الثاني: إستراتيجيات الجزائر في تنمية وترقية الصادرات	18
المطلب الأول: وضع إستراتيجية وطنية لترقية الصادرات خارج المحروقات	18
المطلب الثاني: أهم البدائل المستقبلية لتنويع الصادرات خارج المحروقات	30
خلاصة الفصل	33
الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لمؤسسة تواب ومغرب بايب أندستري	
تمهيد	35
المبحث الأول: دراسة حالة مؤسسة تواب	36
المطلب الأول: التعريف بالمؤسسة محل الدراسة	36
المطلب الثاني: عموميات حول مؤسسة تواب	37
المطلب الثالث: أهداف ومساعي المؤسسة	42
المبحث الثاني: ترقية منتوجات مؤسسة تواب لزيادة المبيعات والصادرات نحو الخارج	43
المطلب الأول: ترقية منتوجات مؤسسة تواب	43
المطلب الثاني: الإنتاج المحلي والتصدير إلى الخارج	46

فهرس المحتويات

52	المبحث الثالث: دراسة حالة مؤسسة مغرب بايب أندستري
52	المطلب الأول: نشأة وتعريف المؤسسة
53	المطلب الثاني: عموميات حول مؤسسة مغرب بايب أندستري
55	المطلب الثالث: أهداف ودور المؤسسة
58	المبحث الرابع: ترقية المنتج المعد للتصدير
58	المطلب الأول: التكنولوجيا و طريقة تصنيع المنتج
58	المطلب الثاني: الإمداد في المؤسسة
63	المطلب الثالث : الترويج في المؤسسة
64	المطلب الرابع: التوزيع بالمؤسسة
68	خلاصة الفصل
70	الخاتمة
75	قائمة المراجع
79	الملاحق

قائمة الجداول

والأشكال

البيانات المالية

الرمز	الوصف	الترتيب
38	يتعلق باليد العاملة للمؤسسة	1
46	يتعلق باستعمالات صفائح الجص في الجزائر	2
49	يتعلق بالتصدير نحو الخارج	3

البيانات المالية

الرمز	الوصف	الترتيب
40	الهيكل التنظيمي (القطاع)	1
47	تطور المبيعات من حيث الكمية	2
47	تطور المبيعات من حيث القيمة	3
49	تطور الصادرات لمؤسسة تواب	4
56	الهيكل التنظيمي لمؤسسة (مغرب بايب)	5

البيانات المالية

الرمز	معناه
PIB	Produit intérieur brut
ONS	Office National des Statistiques
PROMEX	Office Algérienne De promotion Du Commerce Extérieur
SAFEX	Société Algérienne des Foires et Exportations
CACI	Chambre Algérienne de Commerce et d'industrie
CAGEX	La Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations
ALGEX	Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur
FSPE	Fonds spécial pour la promotion des exportations
TVA	Taxe sur la valeur ajoutée
TCA	Taxe sur le chiffre d'affaires
TAP	Taxe sur l'activité professionnelle
IBS	Impôt sur les Bénéfices des Sociétés
VF	Versement Forfaitaire

مقدمة

مقدمة

تلعب الصادرات دورا أساسيا بوصفها محركا للنمو الاقتصادي، من هذا المنطلق تعمل العديد من الدول على تنمية صادراتها والابتعاد عن الأحادية في التصدير والانتقال من قطاع تصديري تقليدي إلى قطاع تصديري غير تقليدي يركز على التصنيع من أجل التصدير.

الجزائر كدولة نامية ومصدرة للنفط تحاول تنويع صادراتها وعدم الاعتماد على منتج واحد لتجنب آثار الأزمات الاقتصادية، وبالتالي العمل على ترقية الصادرات غير النفطية بواسطة اعتماد آليات تحرير التجارة الخارجية المتمثلة في سعر الصرف، الاستثمار الأجنبي المباشر، الخوصصة تدعيم القطاع الخاص، والعمل على تخفيض القيود الجمركية والجبائية والإدارية على أنشطة المؤسسات المصدرة، لأجل هذا تسعى الحكومة الجزائرية إلى التركيز على سياسة تشجيع الصادرات كعملية تنمية طويلة الأجل، حيث أدركت أن تنويع هيكل الصادرات الوطنية والقضاء على الإختلال الهيكلي لها أصبح من الحتم اللازم وضغط الضرورة، حيث يتم تعويض صادرات المحروقات شيئا فشيئا بصادرات متنوعة (صناعية، زراعية)، وهو ما أصطلح عليه باسم ترقية الصادرات خارج المحروقات.

1- طرح الإشكالية

إن ما يميز هيكل الصادرات الجزائرية هو سيطرة قطاع المحروقات على نسبة كبيرة من قيمة الصادرات الجزائرية، وبالتالي مساهمته الفعالة في تنمية مختلف القطاعات، لذلك فافتقار الصادرات الجزائرية إلى التكامل جعلها في وضع صعب نظرا لمحدودية المواد البترولية والمخاطر التي تتجم عن تقلبات أسعارها نتيجة الأزمات الاقتصادية، مما يحتم على الجزائر تفعيل القطاعات خارج قطاع المحروقات وتنويع مصادر الدخل باستغلال الإمكانيات المتاحة بهدف تحرير التنمية من التبعية لهذا القطاع. وبناء على ما سبق فإن الإشكالية الرئيسية للدراسة يمكن صياغتها في السؤال التالي:

ما مدى نجاعة الإجراءات والتدابير التي مؤسسه تواب ومغرب بايب بولاية المسيلة من أجل ترقية صادراتها؟

ويمكن تجزئة هذه الإشكالية إلى التساؤلات الفرعية التالية:

- 1) ما واقع التصدير في الجزائر، وإلى أي حد يمكن زيادة الصادرات خارج المحروقات؟
- 2) هل هناك ضرورة لتبني استراتيجية تنمية الصادرات في الجزائر؟
- 3) ما الدور الذي تؤديه مؤسسات التصدير في تحقيق نمو اقتصادي؟

2- فرضيات الدراسة

على ضوء الإشكالية السابقة يمكن صياغة فرضيات البحث في الشكل التالي:

- أ) إن لزيادة حجم الصادرات آثار إيجابية على النمو الاقتصادي.
- ب) مؤسسة مغرب بايب تتبع استراتيجية ناجحة لترقية منتجاتها وذلك ما أثر على زيادة صادراتها.
- ج) تسعى مؤسسة تواب لتحسين وتطوير منتجاتها مما أدى إلى زيادة نمو صادراتها.

3- أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى مايلي:

- أ) يمكن أن تكون أسواق بعض البلدان العربية والإفريقية، وكذا الأوروبية هدفا للمنتجات الجزائرية، إذا أخذ المتعاملون الإقتصاديون المقاييس الدولية بعين الاعتبار؛
- ب) التعريف بالإصلاحات المنتهجة في تنمية الصادرات خارج المحروقات وسياستها والمؤسسات التي تسعى لتنفيذها في الجزائر؛
- ج) معرفة أين وصلت الجهود المبذولة من الدولة الجزائرية في إطار استراتيجية تنمية الصادرات ومدى ارتباط ذلك بالنمو الاقتصادي الجزائري؛
- د) تسليط الضوء على استراتيجية الحكومة الجزائرية في ترقية صادراتها.

4- أهمية الدراسة

- أ) الحد من التبعية الأحادية لتصدير النفط، والمساهمة في زيادة حجم الصادرات وبالتالي الزيادة في النمو الاقتصادي؛
- ب) إبراز الدور الذي تلعبه الصادرات خارج المحروقات في تحقيق النمو الاقتصادي، وبالتالي فإن تطويرها وترقيتها أصبح ضرورة ملحة من أجل تحقيق معدلات نمو مقبولة ومستقرة سواء بالنسبة للدول النامية عامة أو الجزائر خصوصا، وذلك لأن اعتمادها على مصدر واحد أساسي والمتمثل في النفط يشكل خطرا عليها ولا يحقق لها معدلات نمو مستقرة بسبب تقلبات أسعاره.

5_ أسباب اختيار الموضوع:

ترجع أهمية اختيار موضوع الدراسة في مجملها إلى مايلي:

- أ) طبيعة البحث الذي يتلائم وطبيعة التخصص؛
- ب) الرغبة في دراسة موضوع تنمية الصادرات خارج المحروقات كونه موضوع جد حساس في التنمية الاقتصادية؛
- ج) يندرج هذا الموضوع ضمن الموضوعات أو مجالات البحث الجديدة والذي بات من المواضيع التي تدور حولها الدراسات عالميا؛
- د) تعتبر هذه الدراسة لب انشغال الدولة الجزائرية في الوقت الحاضر من خلال عمل الدولة على تركيز مجهوداتها وإمكانياتها لتحقيق هدف ترقية الصادرات خارج المحروقات باتخاذ الإجراءات اللازمة لفك الارتباط بالنفط؛
- هـ) حداثة الموضوع الذي أصبح عنوانا للندوات ومجالات الدراسة والأبحاث.

6_ منهجية الدراسة

في ضوء طبيعة الدراسة والأهداف التي تسعى لتحقيقها سيتم استخدام المنهج التالي:

- في الجانب النظري سيتم استخدام المنهج الوصفي من أجل عرض مختلف المفاهيم الخاصة بالموضوع ووصف الظاهرة المراد دراستها وتصوير مختلف النتائج التي يمكن التوصل إليها.
- الجانب التطبيقي: سيتم استخدام منهج دراسة الحالة فيما يتعلق بالدراسة الميدانية، كذلك المنهج التحليلي لتحليل مختلف المعطيات المتحصل عليها.

7_ حدود الدراسة

- الحدود المكانية: تتمثل الحدود المكانية في ولاية المسيلة.
- الحدود الزمانية: تتمثل الحدود الزمانية لهذه الدراسة في الفترة الممتدة بين (شهر فيفري إلى شهر ماي 2018).
- الحدود المتعلقة بالمستخدمين: تتمثل في مؤسستي "تواب" ومؤسسة "مغرب بايب للأنايب".

8- صعوبات الدراسة

أهم الصعوبات التي واجهت إنجاز هذه الدراسة هي:

- أ) صعوبة الحصول على معلومات
- ب) مشكل عدم استقبال بعض المؤسسات لإجراء دراسة الحالة.
- ج) عدم توفر الوقت الكافي للقيام بعدة دراسات ميدانية

9- الدراسات السابقة

حسب ما تم الإطلاع عليه حول المواضيع ذات الصلة يمكن إبراز أهم الدراسات التي تناولت جوانب من هذه الدراسة فيما يلي:

- ✓ عماري جمعي، استراتيجية التصدير في المؤسسات المتوسطة والصغيرة الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه 2011، تطرقت هذه الدراسة إلى معرفة طرق دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة باستخدام الإحصائيات على قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، وتوصلت إلى أن عملية تطوير هذه المؤسسات لبناء سياسة تجارية خارجية جديدة يعتبر تحديا كبيرا للجزائر خاصة وأن السياسات الاقتصادية المختلفة لم تتمكن من إيجاد بدائل للنفط كمنتج إستراتيجي، وعليه يجب العمل على وضع سياسات اقتصادية كلية متناسقة بهدف تحقيق الاستقرار الاقتصادي الكلي بتعزيز وتدعيم الثقة في المناخ الاستثماري والتي يمكن بدورها أن تشجع الاستثمار المحلي.
- ✓ حمشة عبد الحميد، دور تحرير التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج المحروقات في ظل التطورات الدولية الراهنة، دراسة حالة الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص: اقتصاد دولي، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر 2012/2013، حيث كانت إشكالية البحث كالتالي: كيف تساهم عملية تحرير التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج المحروقات؟، ومن أهم النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة نذكر:

- مازالت الصادرات خارج المحروقات تمثل نسبة 3% من صادرات الإجمالية.
- نفس التركيب السلعي للصادرات خارج المحروقات.
- تساهم الاستراتيجية المعتمدة على آلية سعر الصرف وجذب الاستثمار الأجنبي المباشر كأدوات تحرير التجارة في ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر.

- سياسة تحرير التجارة الخارجية تقوم بتنشيط القطاع الخاص باعتباره المحرك الأساسي للاقتصاد والذي يؤدي إلى تحفيز الحركة التجارية المحلية وخلق فرص العمل وخدمات جديدة وتطوير الصناعات الوطنية القادرة على التصدير.

✓ وصاف سعيدي، أثر تنمية الصادرات غير النفطية على النمو الاقتصادي في البلدان النامية الحوافز، والعوائق، 2004، وقد تطرقت هذه الدراسة والتي هي عبارة عن أطروحة دكتوراه لدور الصادرات في العملية التنموية وتطوير مفهوم الصادرات عبر تطور الفكر الاقتصادي، كما تمت الإشارة إلى الاستراتيجية التنموية قبل الصدمة النفطية 1986م، كانت السبب في تبني العديد من الدول النامية لاستراتيجية التصنيع من أجل النمو بغية تنمية الصادرات غير النفطية، ثم أوضحت الدراسة علاقة الصادرات بالنمو الاقتصادي بالنسبة للدول النامية، ودورها في معالجة الاختلالات الهيكلية في إقتصاديات الدول النامية، كما ناقشت الدراسة نظام الحوافز المطبق في الدول النامية ومدى فعاليته في تشجيع وتنمية الصادرات غير التقليدية، كما تطرقت إلى بحث نظام تمويل الصادرات وسياسات سعر الصرف ودورها في تنمية الصادرات، وهنا خلصت الدراسة إلى أن نظام الحوافز تساهم في خلق منتجات ذات جودة وسعر مناسبين يمكننا من دخول السوق الدولي، إضافة إلى هذا ناقشت الدراسة استراتيجية تنمية الصادرات في ظل المتغيرات الاقتصادية العالمية والتكتلات الاقتصادية التي تسيطر على العلاقات التجارية الدولية، كما خلصت الدراسة إلى أن الأساليب المتبعة في تسويق التصدير والتي تعتمد على أسلوب التصدير المباشر، من بين أسباب تدني قيمة الصادرات في الجزائر.

10- تقسيمات الدراسة

تضمنت هذه الدراسة فصلين:

الفصل الأول: الإطار النظري لترقية الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات، حيث يحتوي هذا الفصل على مبحثين، في حين كان المبحث الأول تحت عنوان واقع الصادرات الجزائرية الذي سيتم فيه عرض هيكل حوافز التصدير في الجزائر في المطلب الأول، و المطلب الثاني فكان تحت عنوان مشاكل التصدير خارج المحروقات في الجزائر، أما المبحث الثاني سيتم التطرق فيه إلى استراتيجيات الجزائر في تنمية وترقية الصادرات خارج المحروقات وذلك بتوضيح الإستراتيجيات الوطنية التي تبنتها الجزائر لتقوم بمهمة ترقية

الصادرات خارج المحروقات. أما المبحث الثالث يتم فيه عرض أهم البدائل المستقبلية لتتويع الصادرات خارج المحروقات.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لمؤسستي تواب ومغرب بايب أندستري، حيث يحتوي هذا الفصل على أربع مباحث، في حين كان المبحث الأول تحت عنوان دراسة حالة مؤسسة تواب الذي سيتم فيه التعرف على خصوصيات المؤسسة أما المبحث الثاني فسيتم التطرق فيه إلى الترقية والتطورات التي مسّت منتجاتها وذلك من أجل رفع المبيعات والصادرات نحو الخارج إلى الخارج، وذلك من خلال تحليل المبيعات المحلية والصادرات نحو الخارج.

ومن أجل تعزيز قوة الدراسة تم الاستعانة بمؤسسة " مغرب بايب للأنايب " التي تهدف إلى عملية التصدير خلال سنة 2018. وهذا في المبحث الثالث حيث يتضمن كل ما يتعلق بخصوصيات المؤسسة وكيفية الإنتاج، أما المبحث الرابع فيتعلق بترقية المنتج المعد للتصدير والذي يعتبر من أهم أهداف المؤسسة.

الفصل الأول

الإطار النظري لترقية الصناديق

خارج قطاع المحروقات

إن ظروف الاقتصاد الدولي اليوم تستدعي من الجزائر وضع اقتصادها بعين الحسبان من أجل تشجيع التجارة الخارجية، ويقصد بذلك التصدير. والأمر المعلوم أن الجزائر تعتمد بدرجة كبيرة على العائدات النفطية، لذلك شرعت الدولة مع بداية الألفية الجديدة إلى تحرير تجارتها الخارجية وتوقيعها لاتفاق الشراكة مع دول الاتحاد الأوروبي ورغبتها في إنشاء مناطق للتبادل الحر كما قامت بتجسيد برامج إصلاحية واسعة تهدف من خلالها إلى الانتقال نحو اقتصاد السوق عن طريق خوصصة المؤسسات العمومية والانفتاح على الشراكة الأجنبية بالقيام بعدة إصلاحات على مستوى السياسة التجارية وتجسيد برامج على غرار "ميذا" والبرنامج الوطني لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وكذا تأهيل المناطق الصناعية لتعزيز القدرات التنافسية والتصديرية لهاته المؤسسات وتسهيل عملية تواجدها في الأسواق الأجنبية. كما تم تدعيم هذه الإصلاحات بإصدار جملة من القوانين قصد تشجيع الاستثمار خارج قطاع المحروقات وتدعيم الصادرات.

في ظل هذه البيئة تمارس المؤسسات الجزائرية نشاط التسويق الدولي والتجارة الخارجية لزيادة صادراتها واكتساح الأسواق الأجنبية ولكن هذا لا يتم ببساطة حيث تعترضه عدة عراقيل وصعوبات حتمت على الدولة تقديم تسهيلات مختلفة جبائية وجمركية ومالية لفائدة المؤسسات المصدرة لتنشيط التجارة الخارجية والتصدير خارج المحروقات وكذلك عن طريق إنشاء هيئات مختصة في هذا المجال، لكن رغم الصعوبات التي تواجه الصادرات الجزائرية خارج المحروقات إلا أنها تتمتع بإمكانيات وفرص هائلة في باقي القطاعات الإنتاجية، وجب على الدولة الجزائرية ترقية هذه القطاعات من أجل التخلص من التبعية لهذا القطاع.

ولإبراز ذلك قمنا بتقسيم الفصل إلى مبحثين كما يلي:

المبحث الأول: واقع الصادرات الجزائرية

المبحث الثاني: إستراتيجيات الجزائر في تنمية وترقية الصادرات

المبحث الأول: واقع الصادرات الجزائرية

منذ الاستقلال والاقتصاد الجزائري يعاني من الأحادية في التصدير، حيث يستحوذ فيه قطاع المحروقات على حوالي 97% من إجمالي الصادرات الوطنية، وبالتالي مساهمته في تنمية مختلف القطاعات، لذلك فافتقار الصادرات الجزائرية إلى التكامل جعل البلاد في وضع صعب نظرا لمحدودية المواد البترولية والمخاطر التي تتجم عن تقلبات أسعارها، مما وجب تشجيع وتنويع الصادرات خارج المحروقات التي تعتبر عنصر مهم في تحرير التنمية من التبعية لهذا القطاع.

المطلب الأول: هيكل حوافز التصدير في الجزائر

إن الجزائر بحكم أنها من الدول المصدرة للنفط تتأثر بتقلبات الأسعار، وهذا ما انعكس سلبا على مداخل البلد، وانفجار مشكلة المديونية مع بداية التسعينات، وبالتالي تعطل حركية الاقتصاد الوطني ككل، ولأجل ذلك قامت السلطات العمومية مع نهاية الثمانينات برسم إستراتيجية شاملة لتنمية الصادرات خارج المحروقات، تستهدف الوصول بالصادرات الوطنية خارج النفط في أفق 2019 إلى 4 مليار دولار، من خلال تدعيم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خصوصا والمؤسسات الوطنية ككل، بما يجعلها قادرة على اقتحام الأسواق الدولية، حيث بدأ طرح عدد من الإجراءات بمراحل تصب جلها في بناء اقتصاد خارج النفط.¹

أولا: سياسة سعر الصرف

قامت السلطات الاقتصادية العمومية بتخفيض سعر صرف العملة الوطنية في أبريل 1994، مما يؤدي إلى زيادة الطلب الخارجي على الإنتاج الوطني من السلع والخدمات القابلة للتصدير، لأن تخفيض العملة يعني تخفيض تكلفة الإنتاج وبالتالي زيادة إمكانية منافسة المنتوجات في السوق الدولية.²

¹ وصاف سعيدي، "تنمية الصادرات والنمو الاقتصادي في الجزائر (الواقع والتحديات)"، مجلة الباحث: تصدر عن كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، العدد 1، 2001، ص 11.

² نبيلة الحبيبري، عبد القادر براينيس، "دور مؤسسات الصناعات الغذائية في ترقية التجارة الخارجية للجزائر"، مجلة دفاتر بوداكس، جامعة مستغانم، العدد 06، سبتمبر 2016، ص 53.

ثانيا: تأمين و ضمان الصادرات

بعدما كانت تتم عن طريق شركات تأمين غير متخصصة (الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين، والشركة الجزائرية للتأمينات الشاملة)، تم إنشاء نظام جديد لتأمين و ضمان الصادرات مع بداية 1996 تديره الشركة الجزائرية لتأمين و ضمان الصادرات (CAGEX)، بحيث تتمثل مهامها فيما يلي:¹

- تأمين المعارض؛
- بيع المعلومات الاقتصادية والمالية؛
- تغطية (انتعاش) الديون؛
- التأمين المشترك وإعادة التأمين.

ثالثا: تمويل الصادرات

يتم ذلك من خلال تقديم قروض للمؤسسات الراغبة في التصدير سواء لاستيراد المواد الأولية الداخلة في المنتجات المعدة للتصدير، أو أثناء العملية التصديرية وكذا إنشاء الصندوق الخاص بترقية الصادرات (FSPE) حيث تخصص موارده لتقديم الدعم المالي للمصدرين في نشاطات ترقية وتسويق منتجاتهم في الأسواق الخارجية.²

رابعا: البحث عن ترقية للصادرات خارج المحروقات

فيعتبر البحث عن ترقية للصادرات خارج المحروقات، اختيار قديم نسبيا إن لم يكن حلما راود أغلب الحكومات حيث أدرجته سلطة الاشتراكية ضمن منطقة الاكتفاء الذاتي والاستقلال الاقتصادي كما حاولت سلطة إعادة الهيكلة نعتة بسياسة إحلال الصادرات محل الواردات كما هو معمول به في بعض دول أمريكا اللاتينية ومع تدهور أسعار النفط في منتصف الثمانينات لجأت إليها السلطة أداة لتعويض الخسائر الناجمة عن تدهور أسعار المحروقات، واستمرت سياسة رد الاعتبار إلى هذه الفكرة غداة تطبيق برنامج الاستقلالية والذي اعتمد أساسا على أسلوب التحريض الجبائي لحفز المؤسسات على التصدير غير أن غياب الإطار

¹ نبيلة الحبيبري وعبد القادر براينيس، مرجع سابق، ص 54.

² و صاف سعيدي، مرجع سابق، ص 12.

المؤسساتي والقانوني لفكرة ترقية الصادرات أثر سلبا على مردوديتها، وهو ما حاولت سلطة التعديل الهيكلي تلافيه من خلال عمليين هما:¹

- استحداث مؤسسات جديدة لترقية الصادرات خارج المحروقات.
- منح معاملة تفضيلية لمؤسسات التصدير.

1- الإطار المؤسساتي: تم إنشاء الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة (CACI)، والشركة الجزائرية للأسواق والمعارض الدولية (SAFEX)، والمرصد الوطني للأسواق الخارجية، وكذا المركز الوطني للوثائق الاقتصادية، ثم تحولاً بعد ذلك إلى الديوان الجزائري لترقية التجارة الخارجية (PROMEX) في أكتوبر 1996، ليتم بعدها حل هذا الديوان وإنشاء الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (ALGEX)، والذي يسعى إلى تنمية التجارة الخارجية الجزائرية وذلك عن طريق:²

- ضمان تسيير أدوات ترقية الصادرات خارج المحروقات؛
- ضمان تسيير ديناميكي للشبكة الوطنية للمعلومات التجارية؛
- تزويد المؤسسات الجزائرية بالمعلومات التجارية والاقتصادية حول الأسواق الخارجية؛
- إعداد المؤسسات الجزائرية وتنظيمها ومساعدتها في المعارض والصالونات؛
- تسهيل دخول المؤسسات الجزائرية في الأسواق الخارجية؛
- تنشيط بعثات الاستكشاف والتوسع التجاريين؛
- ترقية نوعية العلامة للمنتج الجزائري بالخارج؛
- مساعدة المتعاملين الجزائريين في تجسيد علاقات العمل مع شركائهم الأجانب.

¹ عجة الجبالي، التجربة الجزائرية في تنظيم التجارة الخارجية من احتكار الدولة إلى احتكار الخواص، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الجزائر، 2007، ص 249.

² نصيرة نواتي، دور الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية "ALGEX" في تعزيز الصادرات خارج المحروقات، الملتقى الوطني حول ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، كلية الحقوق والعلوم السياسية، يومي 11 و12 مارس 2014، ص 08.

2- منح معاملة تفضيلية لمؤسسات التصدير

تتمثل في التدابير التالية:

- التحرير الكلي لعمليات التصدير

يعتبر التصدير في الجزائر عملية حرة لا تخضع لأي ترخيص، ماعدا في بعض الحالات التي تهدف لحماية قطاعاتنا ونباتاتنا وثرواتها الايكولوجية، ويمكن ترجمة حرية التصدير من خلال الإجراءات التالية:

أ. التسجيل المبسط والسهل للمصدرين في السجل التجاري.

ب. إجبارية التوطين البنكي وإرجاع عائدات التصدير بالعملة الصعبة استنادا لنظام بنك الجزائر رقم 91-13.¹

- المزايا أو التسهيلات الضريبية

تعتبر الضرائب عنصرا هاما في عملية ترقية الصادرات خارج المحروقات من خلال إعفاء المؤسسات المصدرة إعفاء كلياً أو جزئياً من دفع الضرائب، ومن أمثلة هذه الإعفاءات ما يلي:

❖ الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة (TVA)

تستفيد من الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة:

- أعمال البيع والتي تخص السلع المصدرة بشرط ألا يتعارض التقدير مع القوانين والأنظمة المعمول بها.

- الشراء أو الإستيراد للبضائع من طرف مصدر موجهة مواد التصدير أو إعادة التصدير على حالها أو المدمجة في عملية التصنيع الحفظ أو التغليف للمواد الموجهة للتصدير وكذلك الخدمات المتعلقة والمرتبطة بعمليات التصدير.

¹ فيصل بهلولي، " التجارة الخارجية الجزائرية بين اتفاق الشراكة الأوروبية ومتوسطة والانضمام إلى منظمة التجارة العالمية "، العدد 119، ص 119.

- كما يمكن استرجاع الرسم على القيمة المضافة بالنسبة لعمليات تصدير البضائع، الأشغال والخدمات وتسليم المواد التي لم تستفيد من الإعفاء عند الشراء.

❖ الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات IBS

تعفى من الضريبة على أرباح الشركات بصفة دائمة، العمليات المدرة للعملة الصعبة ولا سيما:

- عمليات البيع الموجهة للتصدير.
- تأدية الخدمات الموجهة للتصدير.

❖ الإعفاء من الدفع الجزافي VF، ومن الرسم على النشاط المهني TAP

لقد جاء إعفاء الصادرات خارج المحروقات عبر المادة 19 من قانون المالية لسنة 1996 وهذا بإستثناء خدمات النقل البري والجوي والخدمات البنكية وخدمات التأمين، كذلك استفادة قطاع السياحة من إعفاء ثلاث سنوات يمس فقط رقم الأعمال المحقق بالعملة الصعبة. وتم تدعيم هذا عن طريق المادة 06 من قانون المالية لسنة 2006.¹

- المزايا أو التسهيلات الجمركية

رغبة من الدولة في تشجيع وترقية الصادرات غير النفطية، فقد عمدت الدولة إلى إجراء العديد من التعديلات التي مست التعريف الجمركية.

ومن بين الإعفاءات الجمركية التي تمنحها مصلحة الجمارك لمؤسسات التصدير نذكر منها:

إجراء تخفيضات في التعريف الجمركية حيث تم تخفيضها من نسبة 120% إلى 60% ثم انخفضت النسبة القصوى من 50% إلى 45% سنة 1997 ثم إلى 40% سنة 1998، وهكذا يقدر مستوى التخفيض بنسبة 10% سنويا ابتداء من 1994 إلى 1997، أما بالنسبة للخطوة المتعلقة بتعديل الأنظمة الجمركية فلقد تمت بموجب القانون رقم 10/98 المتعلق بقانون الجمارك حيث ميز هذا التعديل بين نظامين أساسيين هما:

■ نظام الأنشطة الصناعية الموجهة للتصدير.

¹ عبد الحميد حمشة، دور تحرير التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج المحروقات في ظل التطورات الدولية الراهنة، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012-2013 [ص98].
¹ وصاف سعيدي، مرجع سابق، ص13.

■ نظام إعادة التمويل بالإعفاء.¹

خامسا: إجراءات أخرى، وتتمثل في:²

■ إنشاء مجلس أعلى لتنمية الصادرات مهمته القيام برسم الإستراتيجية الكلية لتنمية الصادرات الوطنية، ومتابعة تنفيذها؛

■ إنشاء شهادة المصدر لبعض المنتجات، حيث أصبحت الجمارك الجزائرية تشترط الحصول على هذه الشهادة من وزارة التجارة لتصدير (التمور، الجلود الخام، نفايات الحديد والصلب، الفلين الخام) حماية لسمعة الإنتاج الوطني في الخارج بعد التلاعب الملاحظ في كيفية تقديم هذه المنتجات في الأسواق الدولية من حيث التغليف والتعبئة والشحن؛

■ الدعوة إلى إنشاء الشركات التجارية المتخصصة في التصدير بهدف التغلب على مشكلة ضعف كفاءة وإمكانيات الشركات الصغيرة والمتوسطة وأيضا للاستفادة من التسهيلات الائتمانية التي تمنح للمؤسسات المتخصصة في التصدير، وبالتالي تمكّنها من المساهمة في تنمية الصادرات؛

■ إنشاء ملف وطني للمصدرين (FINADEX) على مستوى الديوان الجزائري لتنمية التجارة الخارجية، مهمته إحصاء جميع المتعاملين الاقتصاديين المصدرين (يعتبر مصدر كل مقيم بالجزائر ويكون قد صدر خلال ثلاث سنوات ما يعادل مبلغ 01 مليون دينار على الأقل) حيث يستفيد مجانا ودوريا من جميع المعلومات المتعلقة بالأسواق الخارجية محل الإهتمام، سواءا على مستوى (PROMEX) أو (SAFEX) أو (LA CACI)، الاستفادة الخاصة من إجراءات الصرف، وكذا المعالجة الإستثنائية في حالة طلب المعونة من الصندوق الخاص بتنمية الصادرات؛

■ إنشاء مستودع للتصدير على مستوى الجمارك، حيث تقوم المؤسسات المصدرة على تخزين المنتجات المعدة للتصدير قبل شحنها اتجاه البلد المصدرة إليه؛

■ تنظيم تجارة المقايضة على مستوى الحدود الجنوبية مع الدول المجاورة في بعض السلع؛

■ تسهيل الإجراءات الجمركية للمؤسسات العاملة في قطاع التصدير؛³

¹ عبد الحميد حمشة، □□□□□□□□□□ 99.

² وصاف سعيدي، مرجع سابق، ص 14.

³ فيروز سلطاني، دور السياسات التجارية في تفعيل الاتفاقات التجارية الإقليمية والدولية دراسة حالة الجزائر واتفاق الشراكة الأورومتوسطية، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وتجارية وعلوم تسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013/2012، ص 53.

- إنشاء ممثلين تجاريين على مستوى بعض سفاراتنا بالخارج لتعريف بالمنتج الوطني وفرص الاستثمار الموجودة بالجزائر؛
- إصدار الجزائر لقانون توجيهي حول ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يكون مرجعا لبرامج وتدابير المساعدة والدعم لصالح هذه المؤسسات.

المطلب الثاني: مشاكل التصدير في الجزائر

إن التأكيد على الطابع الاستراتيجي الذي تمثله الصادرات خارج المحروقات بالنسبة للاقتصاد الجزائري يهدف أساسا إلى إظهار ثقل وعبء الصادرات خارج المحروقات ومدى تأثيرها على التبادل الخارجي للجزائر وإعاققتها له، فالمرحلة الطويلة من الاستقرار التي ميزت هذا القطاع، رغم حيويته في اقتصاديات كل بلد أدى إلى الاعتقاد بأن الفشل قدر محتوم تم الاستسلام له، هذا ما ظهر من خلال سلوك وتصرفات الأعوان الاقتصاديين، مما أدى بالاقتصاد الجزائري إلى تسجيل نتائج ضعيفة جدا في مجال التصدير.

- المشاكل على المستوى الجزئي

- غياب سياسة محددة الأهداف وواضحة ومعلنة ومعروفة من طرف كل الدوائر والمستويات والمصالح والأفراد؛
- تطبيق عشوائي وغير منتظم لإجراءات العمل المنصوص عليها في نظام الجودة، بالإضافة إلى غياب نظام قادر على القياس المبني على الأساليب الإحصائية لتحديد الاختلاف¹؛
- عدم الأخذ بأسلوب نظام الجودة في مجال تحديد وتصميم المنتجات²؛
- غياب التحفيز المادي والمعنوي داخل المؤسسة الذي قضى على كل فرص الابتداع والابتكار كأسلوب عملي يمكن المؤسسة الجزائرية من تحضير المنتج الذي يتلاءم ومتطلبات الوضع الحالي؛
- هياكل تنظيمية ميكانيكية لا تستجيب للتغيرات الحالية التي تحدث خارج حدود المؤسسة (البيئة الخارجية)؛

¹ وصاف سعيدي، مرجع سابق، ص12.

² يوسف يومدين، تأهيل المنتجات التصديرية في إطار تسيير الجودة الشاملة دراسة حالة المعمل الجزائري الجديد NCA، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2001، ص127.

- كل هذه التراكمات السلبية مجتمعة أدت إلى تقليص القدرة التنافسية لدى بعض المؤسسات الجزائرية بشكل وثيق بتدني جودة منتجاتها، والشاهد على هذا تضاعف نسبة الواردات الأجنبية إلى الجزائر تدريجيا في مقابل نقص كمية الصادرات الجزائرية.

2_ المشاكل المرتبطة بالمحيط الاقتصادي

- غياب استراتيجية محددة المعالم للتصدير أو على الأقل تغطية الحاجيات المحلية والتي يفترض أنها جزء ضروري لتنمية وتوزيع الصادرات وتحقيق تنافسية، تعطي الاعتبار للجانب الاقتصادي والاجتماعي والتشاك والتداخل الحاصل بين الأسواق الوطنية والأجنبية بسبب نسبة الريح والتقليل من المخاطر الناجمة عن التصدير؛
- انعدام الخبرة لدى المصدرين الجزائريين والتي تحول دون توقعهم في الأسواق الأجنبية لمدة أطول، هذه الوضعية تجلت من خلال الانعكاسات والتأثيرات السلبية من جراء تحرير التبادلات التجارية للنظام نتاجي الوطني؛
- سوء استخدام التكنولوجيا حال دون تقديم منتجات مطابقة للمواصفات الدولية سواء من حيث التصميم والتغليف، بالإضافة إلى غياب الإبداع والابتكار التقني والتكنولوجي بسبب ضعف ميزانية البحث والتطوير وأنماط الإدارة المتسلطة؛¹
- عدم توافق المنتجات الوطنية الموجهة للتصدير مع المعايير الدولية من حيث الجودة والنظافة، ولم ترق لدرجة تصديرها لا من حيث الكمية ولا من حيث الجودة وارتفاع تكاليف الإنتاج بسبب تدهور قيمة العملة الوطنية والتضخم والتذبذبات النقدية العالمية من جهة، وعدم تحقيق فائض إنتاجي بشكل منتظم من جهة أخرى؛
- نقص الإعلام والتوجيه على مستوى الإدارات وعدم تكيف هذه الأخيرة مع الواقع الاقتصادي الجديد ومع متطلبات اقتصاد السوق إلى جانب عدم تنسيق فيما بينهما.²

¹ وصاف سعدي، مرجع سابق، ص 12.

² خالد بن جلون، أثر ترقية الصادرات خارج المحروقات على النمو الاقتصادي دراسة تحليلية قياسية لحالة الجزائر (1970-2006)، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2008/2009، ص 160.

3_ المشاكل المرتبطة بالمحيط المؤسسي والتشريعي

- عدم الوضوح في صلاحيات الهيئات المعنية بترقية الصادرات، ووصول الأمر إلى حد التداخل في المهام، وهو ما تمخض عن تضارب في الأرقام المصرح بها حول وضعية القطاع التصديري، وبالتالي صعوبة تحليل الواقع وإيجاد الحلول اللازمة، إضافة إلى عدم توفر معلومات قانونية وتشريعية دقيقة مما يسهل من اتخاذ القرار فيما يخص ترقية الصادرات غير النفطية؛
- التواجد التجاري غير المنظم في الأسواق الخارجية، لم يعمل على ترقية الصادرات غير النفطية، كما تسببت هذه العشوائية في نقص اهتمام المؤسسات بالعملية التصديرية وبالتالي إضاعة استغلال الأسواق الخارجية؛
- سوء استخدام وتوجيه الموارد المالية للصندوق الخاص بترقية الصادرات خارج المحروقات؛¹
- ارتفاع تكاليف النقل الدولي مما يتسبب في ارتفاع تكلفة المنتج في السوق العالمي مما يؤثر على تنافسيته، هذا في حين عجزت الإعانات المخصصة لمواجهة هذا المشكل في إطار دعم الصادرات؛
- صعوبة الوصول إلى معلومات دقيقة عن الأسواق الخارجية، كنتيجة لإهمال بحوث التسويق الدولي ونقص الخبرة في مجال التسويق الدولي؛
- عدم التمكن من قياس القدرة التصديرية للمؤسسة، مما يعوقها عن تقدير احتياجاتها المالية ومعرفة أسواقها الخارجية المستهدفة، وبالتالي اختيار منتجاتها وتكييف قدرتها الإنتاجية وتقييم معرفتها الفنية وخبرتها التصديرية.²

¹ وصاف سعيدي، مرجع سابق، ص 13.

² خالد بن جلول، مرجع سابق، ص 123.

المبحث الثاني: استراتيجيات الجزائر في تنمية وترقية الصادرات

عملت الجزائر على تبني استراتيجية وطنية تقوم بمهمة ترقية الصادرات خارج المحروقات لفك عملية الاعتماد على إيرادات البترول وتؤمن المسار التنموي للجزائر مستقبلا، وتعتمد هذه الاستراتيجية على عملية تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وعملية الخصخصة وجذب الاستثمار الأجنبي المباشر.

المطلب الأول: وضع استراتيجية وطنية لترقية الصادرات خارج المحروقات

إن التحدي الواجب اتخاذه يتمثل في التغييرات والإجراءات العملية التي يجب وضعها من أجل تنمية القدرات الصناعية والبشرية لرفع التحدي بشأنها، إن المشاكل التي تواجه الاقتصاد الوطني تتمثل في التأخر المسجل في القطاع الصناعي الذي أصبح عاجزا على تحقيق أي نمو ايجابي من جراء تدني مستوى الإنتاجية، الناتج عن استعماله لوسائل إنتاجية قديمة تم إهلاكها، ومن هذا المنطلق فإن القطاع الاقتصادي العمومي ضعيف لذا يجب تأهيله، حيث طالبت الجزائر أخذه بعين الاعتبار في مفاوضاتها مع الاتحاد الأوروبي.

إن غياب استراتيجية صناعية لدى أصحاب القرار، بالإضافة إلى ضعف القطاع الصناعي أدى إلى تردد المستثمرين الأجانب للاستثمار، وبالتالي فإن الأسباب التي أدت إلى الجمود راجع إلى ضعف الاستثمارات العمومية، الشيء الذي جعل السلطات العمومية تلجأ إلى انطلاق المشاريع الاستثمارية الكبرى، التي من خلالها ينتعش القطاع الصناعي العمومي بالإضافة إلى تخصيص جزء من مداخل المحروقات لدعم القطاع الصناعي الذي تراهن عليه الجزائر في إمضائها لعقد مع الاتحاد الأوروبي.¹

إن البرنامج الذي أعدته الحكومة يتشكل من مجموعة من الإجراءات التي تحت على تحسين تنافسية المؤسسة ورفع أدائها الاقتصادي والمالي ليكون في نفس المستوى الدولي ويعتمد على مبادرة المؤسسات على إجراء التشخيص الاستراتيجي في مجال المنتجات والأسواق ويتعداه إلى دراسة المحيط، ويعد صندوق ترقية التنافسية الصناعية بمثابة الركيزة المالية لتمويل أنشطة هذا البرنامج.²

¹ عبد الحميد حمشة، مرجع سابق، ص 87.

² حياة نجار، مليكة زغيب، إشكالية تأهيل المؤسسة الاقتصادية بين العصرية والعولمة نظرة مستقبلية، الملتقى الدولي حول المؤسسة الاقتصادية وتحديات المناخ الاستثماري الجديد، كلية الاقتصاد، جامعة ورقلة، 2003.

أولاً: البرنامج الوطني لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

يعتبر البرنامج الوطني لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر من بين أهم البرامج الموجهة لتنمية وتطوير القطاع، وقد تم تخصيص غطاء مالي يفوق 38 مليار دج وهذا لتأهيل 20000 مؤسسة صغيرة ومتوسطة التابعة لقطاعات الصناعات الغذائية، البناء والأشغال العمومية، الصيد البحري والخدمات، وهذا على مدى خمس سنوات اعتباراً من سنة 2010، ويتم تمويله من طرف صندوق تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة¹، وتشرف على تنفيذه الوكالة الوطنية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بهدف تأهيل قدرات التسيير والتنظيم من خلال تكوين وتدريب الموارد البشرية، جودة المنتج والتمويل في مجال التصدير.²

1_ أسباب تطبيق هذا البرنامج

من بين أسباب تطبيق هذا البرنامج:

- برنامج التأهيل المعتمد مع الاتحاد الأوروبي لم يهتم بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وبالتالي لا بد من اعتماد برنامج آخر؛
- قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يلعب دوراً بالغ الأهمية في الاقتصاد الوطني؛
- إن انتهاج الجزائر لسياسة الانفتاح على الأسواق الخارجية وتحرير التجارة وتفكيك الحواجز يحتم عليها إعادة تأهيل هذه المؤسسات.

2_ أهداف البرنامج

من بين أهداف تطبيق هذا البرنامج:

أ. الأهداف العامة:

- مواجهة متطلبات تحرير المبادلات في السلع والخدمات بين الاتحاد الأوروبي والجزائر؛
- جعل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة قادرة على مواكبة التطور في التكنولوجيا وفي الأسواق.

¹ شوقي جباري، حمزة العوادي، " تدويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر: دراسة استشرافية "، مجلة الأكاديمية العربية في الدنمارك، العدد الرابع عشر، جانفي 2014، ص 172.

² سعيدة حركات، برامج تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، الملتقى الوطني الثاني حول: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتنمية المستدامة واقع وآفاق، جامعة أم البواقي، يومي 13-14 نوفمبر 2012، ص 06.

ب. الأهداف الخاصة:

- وضع مخطط أعمال لتطوير تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وإعداد سياسة وطنية؛
- التفاوض حول مخططات ومصادر تمويل البرنامج؛
- وضع بنك للمعلومات يخص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من أجل تحسين وتطوير تنافسيتها.

3_ أجهزة البرنامج:

- صندوق ضمان القروض: يهتم بمنح الضمانات لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ويحدد المستوى الأدنى للقرض 50 مليون دج.
- صندوق ضمان قروض استثمارات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الوكالة الوطنية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: تتولى تنفيذ هذه الاستراتيجية.
- الصندوق الوطني لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: يتكفل هذا الصندوق بتمويل نشاطات التأهيل.¹

ثانيا: البرنامج الوطني لتأهيل المؤسسات الصناعية

يسعى هذا البرنامج إلى دعم ومرافقة المؤسسات الصناعية العمومية منها والخاصة وذلك بتكليف جميع مكوناته من أنشطة مالية، مصرفية، إدارية، جبائية واجتماعية ويقدر المبلغ المخصص لتحويل هذا البرنامج ب04 مليار دج يخصص منه مبلغ 02 مليار دج لتأهيل المؤسسات والباقي لإعادة تأهيل المناطق الصناعية.

1- الأهداف العامة لعملية إعادة التأهيل الصناعي هي:

- تكامل داخل القطاع وما بين القطاعات: هو الدفع بترقية قطاع (PME) الذي جاء بوضع قواعد التكامل الأفقي اللازم لبروز نسيج صناعي واسع؛
- ترقية الابتكار: الهدف العام هو إيجاد وسائل تسمح لأداة الإنتاج أن تكون على مستوى من المرونة حتى يكون هناك أفضل توافق مع متطلبات السوق؛

¹ سهام عبد الكريم، "سياسة تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر"، مجلة الباحث، العدد 09، 2011، ص144.

- ترقية الصادرات: لتنمية الصادرات خارج المحروقات؛
- ترقية القطاع الخاص: من أجل المساعدة على خلق مناصب شغل وإنعاش الاستثمارات الإنتاجية، وتوجيه القطاع الخاص نحو الاستثمار الإنتاجي، وإمكانية مشاركة الخواص والعمال في رأسمال الشركات العمومية؛
- التخفيض من نفقات الدولة المرتبطة بالاحتياجات المالية للشركات العمومية؛
- تقييم الموارد الطبيعية: يجب تشجيع تقييم الموارد المالية الموجودة بإثارة اهتمام الرأسمال الأجنبي؛
- تقييم الموارد الإنسانية؛
- تنمية قطاعات الدعم للصناعة: يجب تشجيع وتوسيع هذا القطاع باعتباره عامل للمنافسة والنجاعة.¹ وهناك أهداف أخرى هي:²
- ✓ على مستوى المؤسسة: يهدف إلى تشجيع المؤسسات الصناعية من خلال تدابير مالية معينة إلى تحديث أدوات إنتاجها والرفع من تنافسيتها.
- ✓ على مستوى المحيط المباشر للمؤسسة:
- تأهيل المؤسسات وإعادة تأهيل المناطق الصناعية ومناطق النشاطات؛
- دعم وسائل الضبط؛
- تطوير الخدمات التكنولوجية للدعم والاستشارة لفائدة الصناعة.
- 2- معايير قبول المؤسسات في برنامج التأهيل أهمها:
- تنتمي المؤسسة إلى القطاع الإنتاجي الصناعي أو قطاع الخدمات الصناعية؛
- التسجيل في السجل التجاري ورقم التعريف الجبائي لمدة 03 سنوات من النشاط، عدد العمال من 20 فأكثر؛
- تقييم معايير الأداء المالي.

¹ يحي فريد، الاقتصاد الجزائري الرهانات وشروط الانضمام إلى OMC، دار الهدى، الجزائر، 2009 □ □ 78.

² سهام عبد الكريم، مرجع سابق، ص 147.

3_ تنفيذ برنامج التأهيل:

يتم تنفيذه عن طريق تقديم المساعدات المالية ومتابعة تنفيذها؛

ويتم متابعة تنفيذه عن طريق الأمانة التقنية.

ثالثا: برامج تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في إطار برنامج الشراكة

1_ برنامج اللجنة الأوروبية (MEDA1)

قصد إنجاح مسار الشراكة الأوروبية ومتوسطة وتدعيم التعاون الاقتصادي، ثم توسيع نطاق التعاون لخلق آلية جديدة من قبل الاتحاد الأوروبي متمثلة في برنامج " ميدا"¹، وقد جاء هذا البرنامج في إطار إتفاقية الشراكة الأوروبية الجزائرية التي دخلت حيز التنفيذ في سبتمبر 2005، تحت إسم البرنامج الأوروبي لتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، ومنها الدعم التقني اللازم، ويهدف هذا البرنامج إلى تأهيل وتحسين تنافسية قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ليساهم بجزء كبير في النمو الاقتصادي والاجتماعي.

ولقد استفادت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر من البرنامج الذي يمس قطاع المنتجات الفلاحية، الصناعات الغذائية، صناعة الأدوية، الصناعات الكيماوية، مواد البناء، الصناعات الميكانيكية، صناعة الأحذية والجلود، الصناعة الإلكترونية والصناعات النسيجية، كما يركز هذا البرنامج على ثلاثة محاور رئيسية، ويتضمن المحور الأول رفع كفاءة التسيير في هذه المؤسسات وتأهيل أفرادها، أما المحور الثاني فيقوم على دعم الابتكار وترقية آليات تمويل المؤسسات، بينما يركز المحور الثالث على تحسين بيئة عمل هذه المؤسسات، وبالنسبة للنتائج المحققة فقد ذكر المكلف بعملية التأهيل أن الوضعية العامة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التابعة للقطاع الخاص في الجزائر والتي مسها البرنامج حسنة بشكل عام، وفي عرضه أشار إلى أنه من بين 180 مؤسسة صغيرة ومتوسطة إستهدفها البرنامج 140 مؤسسة هي في مرحلة التأهيل بينما 38 منها في المرحلة الأولية للتأهيل، أما البعض الآخر فقد تخطى نهائيا على البرنامج.²

¹ علي لزعر، "تأهيل المؤسسة الجزائرية في ظل الشراكة الأورو متوسطية"، مجلة اقتصادية، جامعة ورقلة، العدد 05، 2009، ص 32.

² شعيب آتشي، واقع وآفاق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر في ظل الشراكة الأورو جزائرية، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2007/2008، ص 141.

2- البرنامج الجزائري الفرنسي (MEDA2)

لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتعزيز صادراتها، والذي يتشكل من مجموعة من الإجراءات التي تحت على تحسين تنافسية هذا النوع من المؤسسات ودعمها من أجل التصدير، وفي هذا السياق تم تأهيل 40 مؤسسة مصدرة من بين 685 مؤسسة تنتمي لعدة قطاعات أهمها قطاع الصناعة الغذائية وقطاع الصناعة الكيماوية، أعربت عن اهتمامها بهذا البرنامج الذي تمت مباشرته سنة 2008 بتمويل بلغت قيمته 2,5 مليون أورو وهذا للإستفادة من مرافقة تقنية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في نشاطات التصدير الخاصة بها.¹

وقد سمح البرنامج من تأهيل 445 مؤسسة صغيرة ومتوسطة، أي مايعادل 65% من إجمالي المؤسسات المنخرطة في البرنامج، كما عرف البرنامج تخلي 179 مؤسسة بعد قيامها بعملية التشخيص الأولى وهي تمثل 26% من إجمالي المؤسسات المنخرطة.²

3 - برنامج الجزائر والأمم المتحدة

وقعت الجزائر على وثيقة مشروع يحمل عنوان دعم تطبيق الاستراتيجية الصناعية وترقية الاستثمارات يندرج في إطار مخطط الأمم المتحدة من أجل التعاون والتنمية 2007-2011 ويهدف المشروع إلى تطبيق الاستراتيجية الصناعية وكذلك تنويع اقتصادها قصد الحد من تبعيتها للمحروقات.³

ثانيا: استراتيجية دعم الخصوصية

نتكلم فيها عن واقع القطاع الخاص ودوافع تفعيله ومدى مساهمته في ترقية الصادرات خارج المحروقات

1_واقع القطاع الخاص في الجزائر

منذ مطلع الثمانينات قامت الجزائر بإجراء سلسلة من الإصلاحات الهيكلية والسياسات التصحيحية بغرض إعادة المؤسسة الاقتصادية إلى اختصاصها، وكذا استعادة النمو الاقتصادي، إلا أنه على الرغم من مرور

¹ منير نوري و إبراهيم لجلط، المؤسسات الاقتصادية الجزائرية وإشكالية التصدير خارج المحروقات، الملتقى الدولي الرابع حول: المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية يومي: 10 و11 نوفمبر 2010، جامعة الشلف، ص11-12.

² إيتسام بوشريط، آلية تمويل برامج تأهيل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية: دراسة تحليلية لنتائج برامج تأهيل المؤسسات الجزائرية، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2009/2010، ص132.

³ جمال خنشور، دور تحرير التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج المحروقات في ظل التطورات الدولية الراهنة- دراسة حالة الجزائر، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012/2013، ص110.

عقد من الزمن على هذه الإصلاحات إلا أنها اتصفت بعدم الثبات، والغموض، ولم تحقق النتائج المنوطة بها، ما حدا بالدولة الجزائرية إلى فتح باب الخصخصة كحلقة من سلسلة إصلاحات اقتصادية طويلة الأمد، ترمي إلى إبعاد الدولة عن التدخل في الاقتصاد وفتح المجال أمام اقتصاد السوق.

2- دوافع تفعيل القطاع الخاص في الجزائر

توجد جملة من الأسباب والدوافع التي كانت وراء ضرورة إقامة القطاع الخاص وتفعيله في الجزائر يمكن إيجازها في ما يأتي:

- حالة الركود الاقتصادي الذي أصاب القطاع العام في الجزائر، والذي أصبح يستلزم إعادة النظر في هيكلته ولياته بهدف إنعاشه؛
- طبيعة الاتفاقات والالتزامات، وكذا البرامج التي أبرمت مع الهيئات المالية والنقدية الدولية، والتي تفرض سياسة الخصخصة في جل برامجها التنموية الموجهة للبلدان النامية؛
- القناعة السياسية بأن الخصخصة ظاهرة علمية ليست حكرا على منطقة معينة أو نظام معين؛
- فشل الديناميكية الاشتراكية في تطوير علاقاتها الإنتاجية بما يتناسب وتطور قواها الاقتصادية؛
- انهيار أسعار النفط خاصة في النصف الثاني من سنوات الثمانينات، حيث هوت هذه الأسعار إلى نصف قيمتها، وانهارت من خلالها إيرادات الجزائر الخارجية من المحروقات التي كان يعتمد عليها الاقتصاد الوطني.¹

3- أهمية تفعيل القطاع الخاص في الجزائر وأهدافه

- رفع الكفاءة الإنتاجية ومستويات الأداء؛
- تحسين نوعية الإنتاج؛
- الفعالية في اتخاذ القرارات؛
- التقليل من هيمنة واحتكار المؤسسات العمومية بفرض المنافسة لتحسين نوعية الخدمات وتطوير الإدارة والتسيير والاستفادة من الشراكة الأجنبية؛
- تخفيض العجز في ميزانية الدولة؛
- خلق بيئة أكثر ملائمة للاقتصاد وجلب رؤوس الأموال الخاصة الوطنية والأجنبية؛
- رفع الكفاءة والفعالية في المؤسسات الاقتصادية؛
- الاستغلال الأمثل للموارد النادرة والعادلة في توزيعها بسبب المنافسة (بين القطاع العام والخاص)؛

¹ سفيان بن عبد العزيز، " دعم وتطوير القطاع الخاص كآلية لترقية التجارة الخارجية الجزائرية خارج المحروقات"، بحوث اقتصادية عربية، العددان 61-62/شتاء-ربيع، 2013، ص183.

- .110 1

² سفیان بن عبد العزیز، مرجع سابق، ص 183.

- تحديد أهدافها بدقة قصد التقليل من المخاطر وتعزيز فرص النجاح؛
- تهيئة المحيط وإرساء مناخ تنافسي من خلال إعادة النظر في التشريعات الاقتصادية في مختلف المجالات المالية، الضريبية، حقوق الملكية وغيرها؛
- القيام بتقييم اقتصادي للمؤسسات المعنية بالخصخصة (السعر، اختيار الأجهزة المكلفة بذلك، بالاشتراك مع بنوك الاستثمار ومحافظي الحسابات)؛
- التزام الدولة بشكل من الصرامة تجاه برنامج الخصخصة؛
- إثراء الشفافية على الإجراءات وعملية اتخاذ القرار عند تطبيق برنامج الخصخصة؛
- إنشاء جهاز خاص يعمل على تنفيذ برنامج الخصخصة ومتابعته.¹

ثالثا: استراتيجية جذب الاستثمار الأجنبي المباشر

- أصبح موضوع الاستثمار الأجنبي بالدول النامية موضع اهتمام الخبراء والمؤسسات ولهذا قدمت له العديد من الحوافز ويمكن تصنيفها بصفة عامة إلى:
- **حوافز تمويلية:** تتمثل في الإعانات الحكومية المباشرة التي تمنح لتغطية جزء من تكلفة رأس المال، ومشاركة الحكومة في ملكية أسهم المشروعات الاستثمارية التي تتضمن مخاطر تجارية مرتفعة.
 - **حوافز مالية:** وتتمثل في الحوافز الضريبية بصفة أساسية ومن أهم أشكالها: الإعفاءات الضريبية المؤقتة، إعفاء السلع الرأسمالية المستوردة من الرسوم الجمركية أو من ضرائب الواردات الأخرى.
 - الحوافز الأخرى:** تشمل ضمان المعاملة في مجال الصرف الأجنبي مثل ضمان تحويل رأس المال والأرباح إلى الخارج، وتشمل أيضا تزويد المستثمر بالخدمات الأساسية مثل: تنفيذ وإدارة المشروعات، توفير المواد الخام، المساعدة في التدريب.²

¹سفيان بن عبد العزيز، مرجع سابق، □□184.

²□□□□□□□□ "تحليل محددات قرار توطيد الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر على ضوء المتغيرات الاقتصادية المحلية والعالمية الراهنة" دراسة قياسية خلال الفترة (1995-2015)، مجلة دراسات وأبحاث، جامعة جيجل، العدد□□□□26 □□□□2017 □□129.

1_ الإطار القانوني للاستثمار في الجزائر

أ. القوانين:¹

▪ **قانون الاستثمار الصادر في سنة 1963:** كان هذا القانون موجها إلى رؤوس الأموال الإنتاجية الأجنبية أساسا.

كما منح قانون الاستثمارات لسنة 1963 بعض الضمانات للمستثمرين الأجانب تمثلت في:

- حرية الاستثمار للأشخاص المعنويين والطبيعيين الأجانب؛
- حرية التنقل والإقامة بالنسبة لمستخدمي ومسيري المؤسسات المنشأة عن طريق اتفاقية؛
- المساواة أمام القانون، لاسيما المساواة الجبائية؛
- ضمان ضد نزع الملكية، حيث لا يكون نزع الملكية ممكنا إلا إذا أصبحت الأرباح المتركمة في مستوى رؤوس الأموال المستوردة والمستثمرة، كما يؤدي نزع الملكية إلى تعويض عادل؛
- بالإضافة إلى ذلك فقد اشتمل هذا القانون على امتيازات خاصة بتحويل الأموال (50% من الأرباح الصافية السنوية والتحويل الحر للأموال المتنازل عليها)، الحماية الجمركية، التدعيم الاقتصادي للإنتاج، بالمقابل يجب على المؤسسات المعتمدة أن تضمن التكوين المهني، ترقية العمال والإطارات الجزائرية.

▪ **قانون الاستثمار الصادر في سنة 1966:** بعد فشل قانون 1963 تبنت الجزائر قانونا جديدا ينظم دور رأس المال في إطار التنمية الاقتصادية، مكانه وأشكاله والضمانات الخاصة به، ويختلف نص قانون 1963 عن نص قانون 1966 من حيث المبادئ التي وضعها هذا الأخير والمتمثلة في:

✓ الاستثمارات الخاصة لا تمنح بحرية في الجزائر

- ترجع مبادرة الاستثمار في القطاعات الحيوية للدولة والهيئات التابعة لها؛
- تتدخل الدولة بمفردها بالمساهمة في رأس المال أو بمشاركة رأس المال الخاص في الشركات المختلطة، وفي هذه الحالة تتم المصادقة على قوانين الأساسية بمرسوم يتضمن إمكانية استرجاع الدولة للحصص أو الأسهم التي لا تملكها.

¹ منصور زين، "السياسة الإستثمارية في الجزائر"، مجلة إقتصادية شمال إفريقيا، جامعة الشلف، العدد 02، 129-130.

منح الضمانات والامتيازات خصت فقط الاستثمار الأجنبي وتمثلت في:

- المساواة أمام القانون خاصة المساواة الجبائية؛
- تحويل الأموال والأرباح الصافية؛
- ضمانات ضد التأمين، حيث يقرر التأمين بموجب نص تشريعي يؤدي إلى تعويض يتم خلال تسعة أشهر ويكون مساويا للقيمة الصافية للأموال المحولة للدولة؛

▪ **قانون الاستثمار الصادر في سنة 1982:** المتعلق بالاستثمارات الاقتصادية الخاصة والذي جاء نظرا لفشل قانوني 1963 و 1966 حيث يسمح للشريك الأجنبي بامتلاك 49%، ولكن رغم هذا يبقى هذا القانون دون فعالية وذلك راجع لكون الجزائر تبنت في تلك السنة قانونا يتعلق بتأسيس الشركات ذات الاقتصاد المختلط، وبذلك تكون قد أكدت نيتها على رفض الاستثمار المباشر وفضلت الاستثمار عن طريق الشركات المختلطة.

▪ **قانون الاستثمار الصادر في سنة 1988:** المتعلق بتوجيه الاستثمارات الخاصة الوطنية والذي أدى إلى ظهور المؤسسات العمومية الاقتصادية، لكن هذا القانون جاء في ظروف معارضة واضطرابات سياسية عرقلت تنشيط الاستثمار.

▪ **قانون النقد والقرض لسنة 1990:** الذي خول لبنك الجزائر مسؤولية مراقبة البنوك التجارية في توزيع القروض، إضافة إلى محاربة التضخم والترخيص للاستثمارات الأجنبية وإلغاء الأحكام المتعلقة بالملكية بالنسبة للشركات المختلطة وكذا إلغاء التمييز بين القطاعين العام والخاص، مع حرية الاستثمار وحرية تحويل رؤوس الأموال بعد تأشيرة بنك الجزائر وضمانات ضد إجراء المصادرة. ثم تلتها بعد ذلك قوانين أخرى متعلقة بالاستثمار.

❖ **المرسوم التشريعي رقم 12/93:** يحدد هذا المرسوم النظام الذي يطبق على الاستثمارات الأجنبية والوطنية فيما يتعلق بالأنشطة الاقتصادية الخاصة بالإنتاج.

❖ **الأمر رقم 03/01:** المؤرخ في 20 أوت سنة 2001 المتعلق بتطوير الاستثمار، الذي جاء بتغييرات كثيرة أهمها:¹

¹ سعدي يحيى، تقييم مناخ الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة، كلية
العلوم والتسيير، 2006/2007 □ □ 184.

- المساواة بين المستثمرين المحليين والأجانب؛
- إلغاء التمييز ما بين القطاع العام والخاص؛
- إنشاء شبك وحيد لا مركزي على شكل وكالة وطنية لتطوير الاستثمارات (ANDI) تعويضاً لوكالة ترقية ودعم ومتابعة الاستثمارات (APSI) وهي تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي.

❖ المرسوم التنفيذي رقم 02-285 بتاريخ 15 سبتمبر 2002 المحدد لطرق تنظيم وتسيير حساب المخصصات الخاصة رقم 107-302 والمسمى "صندوق دعم الاستثمار".

2_ الهدف من قوانين الإستثمار: يهدف قانون الإستثمار بالأساس إلى تجميع وتوحيد ضمانات وحوافز الإستثمار الموجودة في قوانين عديدة في قانون واحد وتوحيد تعامل المستثمرين مع جهة واحدة وذلك لتحرير الإستثمار من القيود والمعوقات الإدارية والإجرائية.¹

3_ الهيئات المكلفة بالإستثمار: هناك ثلاث هيئات رسمية في الجزائر مختصة بسياسة ومتابعة الإستثمارات، تتمثل الأولى في الوزارة المنتدبة المكلفة بالمساهمات وترقية الإستثمار (MDPPI) والثانية المجلس الوطني للاستثمار (CNI) أما الهيئة الثالثة فتتمثلها الوكالة الوطنية لتنمية الاستثمار (ANDI).

4- الامتيازات والحوافز: تتمثل في جملة من الحوافز الضريبية وشبه الضريبية والجمركية المقدمة للمستثمرين والتي توجز في:

✓ **مرحلة بدء الإنجاز للاستثمار:** يستفيد الاستثمار من الحوافز التالية:

- تطبق النسبة المخفضة في مجال الحقوق الجمركية فيما يخص التجهيزات المستوردة؛
- الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة TVA فيما يخص السلع والخدمات؛
- الإعفاء من رسم نقل الملكية فيما يخص كل المقتنيات العقارية التي تمت في إطار الاستثمار المعني.

✓ **مرحلة إنطلاق الاستغلال:** بعد معاينة الإستغلال، تمنح المزايا التالية:

- الإعفاء لمدة (10) سنوات من النشاط الفعلي من الضريبة على أرباح الشركات (IBS) ومن الضريبة على الدخل الإجمالي (IRG) على الأرباح الموزعة ومن الدفع الجزافي (VF) ومن الرسم على النشاط المهني (TAP)؛

¹منصوري زين، مرجع سابق، ص132.

- ## المطلب الثاني: أهم البدائل المستقبلية لتنويع الصادرات خارج المحروقات

أولاً: الاستثمار في الطاقات المتجددة

.133□ □□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□□¹

²منصوری زین، مرجع سابق، ص 138.

3 "الطاقات المتجددة كمدخل لتحقيق التنمية المستدامة في الجزائر" دراسة مشروع تطبيق الطاقة الشمسية في الجنوب الكبير، مجلة

بما أن الجزائر تتوفر على إمكانيات هائلة من الطاقات المتجددة وبالأخص الطاقة الشمسية لمساحتها الشاسعة من جهة ولموقعها الجغرافي من جهة أخرى، فهي من أغنى الحقول الشمسية في العالم وتنتج إشعاعا سنويا يتجاوز 3000 كيلو واط في الساعة للمتر المربع الواحد ما يسمح بتغطية 60 مرة احتياجات أوروبا الغربية وأربع مرات الاستهلاك العالمي وتغطية 5000 مرة الاستهلاك الوطني من الكهرباء.

تتوفر الجزائر فيها على إمكانيات معتبرة ما يوفر إمكانية توليد طاقة سنوية تقدر بـ 673 مليون واط ساعي، وطاقة حرارية جوفية إذ أنها تتوفر على أكثر من 200 مصدر حراري تتمركز في الشمال الشرقي والشمال الغربي للوطن.

تقدر كميات التساقط الوطنية بنحو 65 مليار م3 والمستعمل منها هو 25 مليار م3 فقط، ناهيك عن الثروة الحوفية.

ووعيا من الجزائر بهذه التحديات الطاقوية والبيئية المرتبطة بتتويع المزيج الطاقوي، التزمت مباشرة ببرنامج واعد لتطوير الطاقات المتجددة عبر تخصيص ما قيمته 180 مليار دولار لتطوير الطاقة المتجددة.¹

لقد اهتمت الجزائر بهذا النوع من المؤسسات من خلال مختلف التحفيزات والتشريعات التي جاءت في هذا الجانب.

وغيرها من الدول أدركت أهمية هذا القطاع باعتباره بديل ومؤثر رئيسي في البيئة الاقتصادية من خلال خلق الثروة خارج قطاع المحروقات، وإحداث مناصب عمل دائمة. وفي ظل ما يشهده الاقتصاد الجزائري في الآونة الأخيرة من تحولات وتطورات ناجمة عن اتجاهه نحو اقتصاد السوق والانفتاح على العالم الخارجي والانضمام المرتقب إلى منظمة التجارة العالمية، وكذا اتساع نفوذ الشركات متعددة الجنسيات وقيام التحالفات الإستراتيجية، كل هذه التحولات الاقتصادية زادت من حد المنافسة وجعلت من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في وضع صعب في مواجهة المنافسة الشديدة من قبل مؤسسات الدول المتقدمة، مما دفع بالجزائر إلى اتخاذ إجراءات لتأهيل اقتصادها وترقية مؤسساتها الصغيرة والمتوسطة ورفع العراقيل عنها،

31

ثالثاً: تشجيع وتطوير السياحة

رابعاً: تشجيع الاستثمار الأجنبي المباشر

سعت الجزائر عبر سياسة موجهة على تشجيع زيادة معدل تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر لأن ذلك من شأنه أن يشجع على نقل الخبرة الأجنبية والتكنولوجيا التي تعتبر أحد العوامل الهامة في رفع تنافسية المنتجات الوطنية وزيادة إمكانية تصديرها، ويتم ذلك من خلال توفير المناخ المناسب للمستثمرين الأجانب ومنحهم الحوافز المالية والضريبية الملائمة، وقد أفضت هذه الجهود إلى زيادة معتبرة في استقطاب رؤوس الأموال الأجنبية.²

[illegible]

خلاصة الفصل

تعتبر عملية تنمية الصادرات وتنويعها عملية مصيرية لأي دولة لأنها تتيح لها الفرصة في زيادة معدلات نمو اقتصادها، وتحقيق أهدافها في زيادة الطاقة الإنتاجية، وتوفير فرص العمل، واستغلال مواردها الاستغلال الأمثل، كما تعد عملية تنمية الصادرات من العوامل المهمة في تدعيم ميزان المدفوعات وتحقيق التوازن الخارجي.

وعليه فإن تنمية القدرات التصديرية يجب أن تحتل مكانة متقدمة في حيز الاهتمام الرسمي واعتباره هدف يتطلب من الجميع وعلى كل المستويات تسخير كل الجهود المتاحة في سبيل الرفع من مستواه وإزالة كل العوائق التي تقف أمام تطوره وتقدمه.

كما تعتبر الجزائر من بين الدول التي تسعى إلى زيادة الصادرات خارج المحروقات وتنويعها مما يمنحها فرصة أكبر للاستثمار وزيادة النمو، كما يمكنها من تفادي الأزمات وخاصة تلك المتعلقة بانخفاض أسعار المحروقات والتي تأثر سلبا على الإقتصاد الوطني، وذلك باتخاذها عدة إجراءات في سبيل ترقية وتنويع الصادرات الجزائرية غير النفطية.

الفصل الثاني

دراسة ميدانية لمؤسسة تواب

ومؤسسة مغرب باب أندستري

تمهيد

في هذا الفصل سلطنا الضوء على مؤسسة جزائرية إنتاجية تنشط في عملية التصدير، كمثال عن مؤسسة جزائرية قامت بعملية التصدير مؤسسة "تواب" حيث تحتل المرتبة الثانية إفريقيا في إنتاج الصفائح الجصية، فهي تجربة تعد الأولى من نوعها في الجزائر، وبإمكانها تلبية حاجة السوق الجزائرية لهذه المادة دون اللجوء إلى الإستيراد، كما سلطنا الضوء أيضا على مؤسسة جزائرية كانت في طريق تصدير منتجاتها إلى الخارج مؤسسة "مغرب بايب أندستري"، لكن واجهتها عوائق وصعوبات منعتها من التصدير رغم أن منتجاتها كانت وفق معايير عالمية مما يسمح لها بالتصدير، وهي دائما تسعى للتصدير خلال سنة 2018، كما أنها تعمل بمتطلبات عمليات التصدير وتقوم بتغييرات في مختلف الأنظمة الإنتاجية وكذا جهاز الإدارة لمواكبة التطورات العالمية والاستفادة من الفرص التي يمنحها المحيط الخارجي لكي تتمكن من المنافسة وأخذ حصة سوقية عالمية.

المبحث الأول: دراسة حالة مؤسسة تواب

سننظر في هذا المبحث إلى لمحة على مؤسسة "تواب" وعموميات حولها

المطلب الأول: نشأة وتعريف المؤسسة

1/ نشأة المؤسسة

انبثقت المؤسسة ذات المسؤولية المحدودة تواب عن الشركة الولائية المنحلة لمواد البناء (EMACOM) في إطار خوصصة الشركات العمومية، وهذا بالتنازل عن أصولها لصالح الأجراء العمال اللذين قاموا بإنشاء الشركة فيما بينهم بموجب العقد التأسيسي رقم 1998/398 المحرر بتاريخ 1998/3/24 برأس مال 1 768 000.00 دج وموضوعها إنتاج الجبس (Plâtre)، حيث تم إعادة تقييم هذه الأصول من قبل مديرية أملاك الدولة لولاية المسيلة كما تم تسديد الفارق كليا، حيث انه في سنة 1999 أصبح رأس مالها 1 408 000 دج.

كما تم تعديل القانون برفع رأس مالها إلى 10 000 000 دج في 2004/05/15 كما كان هناك تعديل آخر للقانون في 2007/12/27 حيث أصبح 570 000 000 دج، وقد تم إضافة نشاط الاستيراد والتصدير لمواد البناء، وآخر تعديل برفع رأس مال الشركة إلى 1 600 000 000 دج كان بتاريخ 2015/11/16.¹

2/ تعريف المؤسسة

يتمثل نشاط المؤسسة الأساسي في الإنتاج الصناعي للجبس (Production Industrielle du Plâtre et Drives) ومشتقاته كما تقوم بالموازاة بالاستغلال المنجمي لتزويد حاجات المصنع فقط من المادة الأساسية المتمثلة في مادة الجبس (Gypse) يتمثل هذا النشاط في استخراج وتحضير الجبس (EXTRACTION et Préparation de Gypse) كما تحوز في هذا الإطار عن السندات المنجمية للاستغلال، والمنتج الذي تقوم بتسويقه الشركة يتمثل في كيس الجبس بميزان 40 كغ للكيس في المرحلة الأولى.²

¹ عقد تأسيسي رقم 1998/893 المحرر بتاريخ 1998/03/24، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2018/03/25.

² وثائق من طرف المؤسسة، المصلحة التجارية، بتاريخ 2018/03/25.

المطلب الثاني: عموميات حول مؤسسة تواب

للتعرف على مؤسسة تواب نقسم هذا المطلب إلى:

1/ بالنسبة لمراحل عملية الإنتاج تتمثل في:¹

بالنسبة لعملية إنتاج الجص

المرحلة الأولى وتتمثل في استخراج وتحضير مادة الجبس وكذا انتقاءها من المحجرة لتحول إلى المصنع لتبدأ بذلك مرحلة التفتيت وتكسير الحجارة ثم تليها مرحلة الطهي ليتم بعد ذلك الطحن والغرلة ثم تحول الكمية المتحصل عليها إلى السيلو للتخزين ومن ثم تبدأ عملية التعبئة في أكياس بـ 40 كغ.

بالنسبة لصفائح الجص

والذي يعد أول مشروع بالنسبة لجزائري يقوم بإنجازه والثاني إفريقيا، حيث تعد مرحلة ثانية لأنه يستعمل هذا الأخير الجص ليمزج ببعض المواد ويضع على ورق خاص ويغطي بورق آخر خاص ويتم تجفيفه ويقطع كصفائح لتستعمل لتفصيل المنازل والتأليس الداخلي للجدران والأسقف وغيرها من الاستعمالات الواسعة وخاصة الزينة.

بالنسبة إلى مشتقات الجص

والتي تستعمل الجص كمادة أساسية وتخلط بشكل جاف مع بعض المواد الخاصة بشكل جد دقيق جدا ويتم تعبئتها في أكياس.

2/ وحدات الإنتاج

بالنسبة للوحدة الأم في بوسعادة بطريق امجدل بلدية الهامل بوسعادة فهي تضم الوحدات التالية:²

- وحدة لإنتاج الجص التي تم التنازل عنها من قبل الدولة حيث بدأت في الإنتاج منذ 1982 مصنع ألماني.
- وحدة لإنتاج الجص التي تم انجازها من قبل المؤسسة سنة 2005 مصنع ألماني.

¹ مقابلة مع مسؤول الإنتاج بتاريخ 2018/03/25.

² وثائق من طرف المؤسسة، المصلحة التجارية، بتاريخ 2018/03/25.

- وحدة لإنتاج الجص التي تم انجازها من قبل الشركة سنة 2015 مصنع ألماني.
- وحدة لإنتاج الصفائح التي تم انجازها من قبل الشركة سنة 2012 مصنع ألماني.
- التكنولوجيا التي تمتلكها الشركة كلها ألمانية مزودة بأحدث التقنيات للإتمام.

3/ المشاريع

- مشروع وحدة أولاد جلال ببسكرة انطلقت عملية الإنتاج سنة 2016.
- مشروع وحدة بوسعادة لإنتاج مشتقات الجص وعملية الإنتاج انطلقت نهاية سنة 2016.

4/ اليد العاملة للمؤسسة

الجدول رقم(1): اليد العاملة للمؤسسة

السنوات	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
عدد العمال	130	150	155	195	200	245	300

المصدر: مقابلة مع المدير التنفيذي للشركة، بتاريخ 2018/03/25.

6/ المنتجات

الشركة تقوم بإنتاج:¹

- جص القولبة (Plâtre de moulage)
- جص البناء (Plâtre de construction)

صفائح الجص بأنواعها:

- العامة (Plaque de Plâtre Standard)
- الخاصة بالنار (Plaque de Plâtre Ignifuges)
- الخاصة بالماء (Plaque de Plâtre Hydrofuge)
- عالية الصلابة (Plaque de Plâtre Haut Dureté)
- الصفيحة الخارجية (Plaque de Plâtre Extérieur)
- كما توفر الشركة جميع المواد الأخرى لاستعمال صفائح الجص عن طريق شراءها وبيعها للمستهلك

¹ مقابلة مع المسؤول عن الإنتاج بتاريخ 2018/03/27.

مشتقات الجص

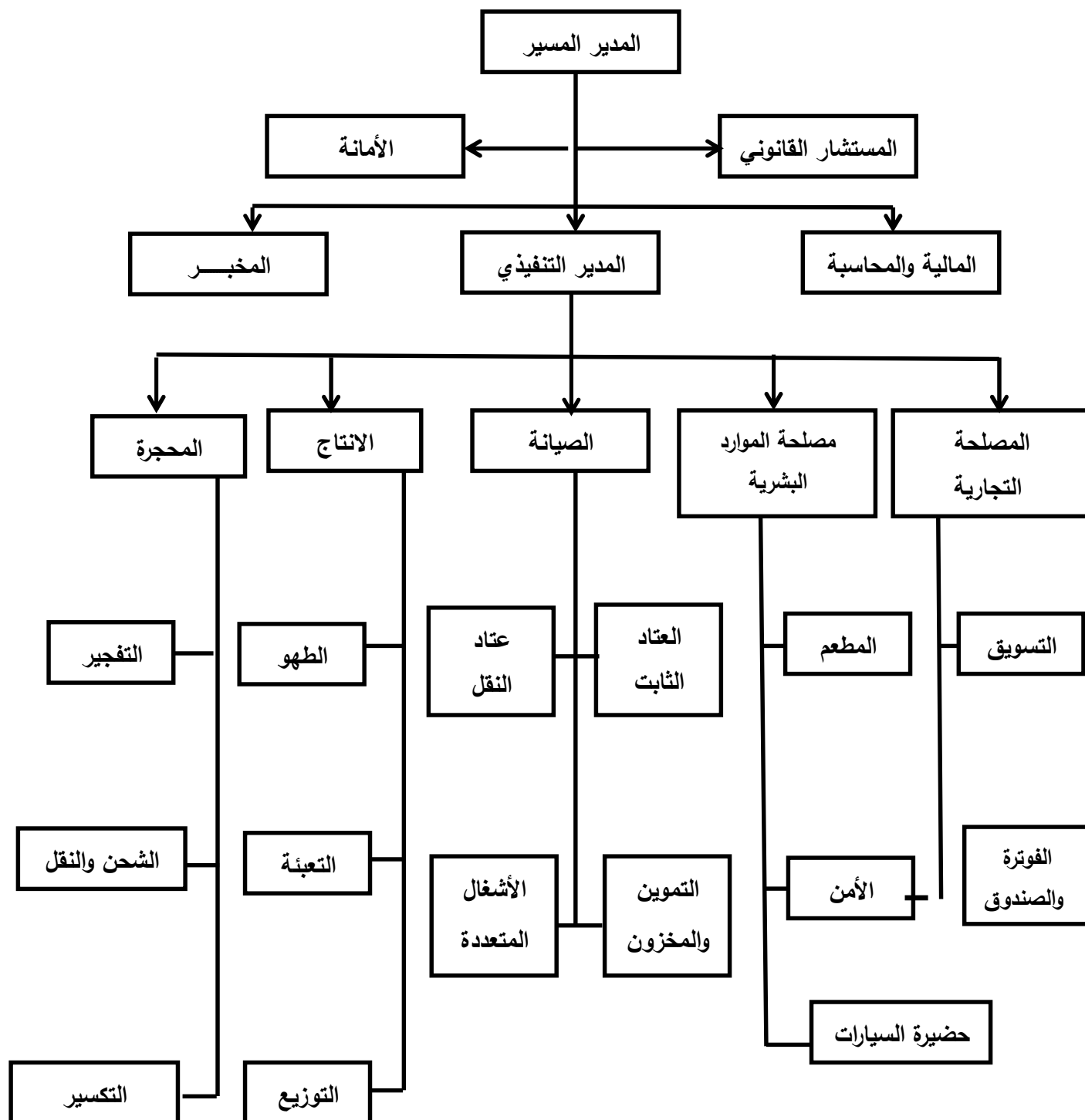
- جص اللاصق (Colle)
- جص التلبيس (Projeté)
- جص النهائي (Enduit)

7/ الشهادات

تحصلت الشركة على الإيزو 9001 (ISO.9001 et le Marquage CE) سنة 2012، كما تحصلت على شهادة المعهد الجزائري للمعايير سنة 2014 (La Marque Tedji)، كما تم تسجيل الشركة لبرنامج تحقيق الجودة من قبل المركز العالي لتقنيات البناء فرنسا CSTB للحصول على شهادة الجودة NF.1¹

¹معلومات من طرف المدير التنفيذي للمؤسسة بتاريخ 2018/03/27.

8/ الهيكل التنظيمي للمؤسسة



المصدر: من اعداد الطالبة بناءا على هيكلية المؤسسة (تم ترجمته من الفرنسية) بتاريخ 2018/05/24.

تحتوي المؤسسة على عدة مديريات والمصالح تتمثل في:

- **المديرية العامة للوحدة:** مهمتها الأساسية الإشراف العام على مختلف نشاطات الوحدة، والتنسيق بين مختلف نشاطات الوحدة، والتنسيق بين مختلف المديريات الفرعية لضمان السير الحسن للمؤسسة.
- وتنقسم بدورها إلى: قسم المالية والمحاسبة، المدير التنفيذي، المخبر.
- **قسم المالية والمحاسبة:** التسيير المالي والمحاسبي للوحدة.
- **المخبر:** وتتم فيه كل العمليات التي تتعلق بالمنتج.
- **المدير التنفيذي:** له علاقة مباشرة بالأمانة والمستشار القانوني.
- **مصلحة الموارد البشرية:** مهمتها السير الحسن للموارد البشرية للوحدة، وتنقسم إلى مطعم -الأمن- حظيرة السيارات.
- **مديرية التجارة:** مهمتها الأساسية تسويق المنتجات النهائية تضم كل من التسويق، الفوترة، والصندوق.
- **مديرية الصيانة:** تضم كل عمليات العتاد الثابت، عتاد النقل، التموين والمخزون والأشغال المتعددة.
- **مديرية الإنتاج:** يعمل على تتبع الإنتاج في كل مراحله بالوحدة وتضم كل من الطهو، التعبئة، التوزيع.
- **مديرية المحجرة:** وتضم كل من التفجير، الشحن والنقل والتكسير.
- **مديرية الأمن:** المحافظة والسهر على الأمن الداخلي للوحدة.

المطلب الثالث: أهداف ومساعي المؤسسة

للمؤسسة عدة أهداف ومساعي تتمثل في:¹

1/ أهداف مؤسسة تواب

نظرا لما تكتسيه المؤسسة من أهمية بالغة في تطوير منتجاتها فإن المؤسسة تسعى للاهتمام بالموارد الأولية المتاحة على الصعيد الوطني ولاستغلالها عقلا.

كما تهدف المؤسسة إلى تحسين وتطوير المنتج. وفق المعايير الدولية، كما تهتم المؤسسة بتطوير نوعية منتوجها بشكل يتلائم مع احتياجات السوق أو المستهلك، حيث أن إغراء المستهلك يؤدي إلى سهولة تسويق المنتج.

2/ مساعي مؤسسة تواب

في إطار مخطط التنمية تسعى المؤسسة إلى:

- تحقيق النوعية الإنتاجية؛
- توفير المواد الاستهلاكية؛
- منافسة المنتجات المحلية والإفريقية؛
- إدخال منتوجات جديدة؛
- رفع المبيعات وخصوصا الصادرات؛
- مسايرة النظام الأوروبي.

¹محضر مجلس المديرية بتاريخ 2017/01/05، أطلع عليه بتاريخ 2018/03/27.

المبحث الثاني: ترقية منتوجات مؤسسة تواب لرفع المبيعات والصادرات نحو الخارج

إن صناعة صفائح الجبس تعد تجربة فنية في الجزائر والأولى من نوعها، ومؤسسة تواب من بين أهم المؤسسات الناشطة في هذا المجال، والتي دخلت عالم التصدير لهذا المنتج، لذلك عملت المؤسسة على تحسين وتطوير منتجاتها وفق معايير دولية، تضمن لها استمرارية وبقاء منتجاتها نحو الصدارة. خاصة وأن من أولويات المؤسسة رفع المبيعات و خصوصا الصادرات.

المطلب الأول: ترقية منتوجات مؤسسة تواب

لقد قدمت الدولة عدة إجراءات في إطار ترقية الصادرات لكل المؤسسات ومنها مؤسسة تواب التي قامت بإجراء تعديلات وتطويرات جديدة على منتجاتها بما يتماشى مع متطلبات الأسواق ومن أهم التطورات التي مست منتجاتها هي:¹

1/ تطور المنتج

بدأ المصنع بإنتاج الصفيحة العامة (Standard) سمكها (12.5)، وهي أول صفيحة أنتجت في المصنع، حيث كان هناك عقد بين المؤسسة المصنعة الألمانية ومؤسسة تواب، بحيث أن المؤسسة الألمانية هي التي تقوم بتحديد الأطر العامة لكيفية الإنتاج أما الإنتاج المباشر أي إنتاج الصفائح فتقوم به المؤسسة، ومن ثم تفتح المجال للمؤسسة بإنتاج أنواع الصفائح الأخرى.

- بعد حوالي شهرين من الإنتاج تطور المصنع، حيث تم إنتاج نوع آخر من الصفيحة وهي الصفيحة المضادة للرطوبة (Hydrofuge).

- من بعد حوالي عام من الإنتاج ظلت المؤسسة تنتج هذين الصنفين من الصفائح.

- كما أنتجت أيضا الصفيحة المضادة للنار (Ignifuge).

- كما تم إنتاج صفائح أخرى بسمك مختلف 6.5 ملم، 9.5 ملم ، 15 ملم، 18 ملم.

¹ مقابلة مع مسؤول الإنتاج بتاريخ 2018/03/25، تم فيها شرح كل مراحل تطوير المنتج والتعديلات التي مست المنتج والتكنولوجيا المستخدمة في الإنتاج.

- من سنة 2012 إلى سنة 2015 تم إنتاج نوع آخر من الصفيحة وهي الصفيحة ذات صلابة عالية (Haut Dureté).

- مؤخرا في 2018 يتم إنتاج الصفيحة الخارجية (Extérieur) تستخدم في الواجهات الخارجية.

علما أن المصنع بدأ في الإنتاج الفعلي له سنة 2012.

2/ التكنولوجيا المستخدمة في المنتج

التكنولوجيا في المؤسسة 100% ألمانية، فالمؤسسة مجهزة بآليات حديثة سواء على مستوى المخزن أو آلات الإنتاج أو شاحنات التوزيع .

كما أن المخبر تجهيزاته كلها ألمانية، حيث مازال هناك عقد بينها وبين المصنع الألماني بتزويدها بقطع الغيار .

3/ تغليف المنتج

في البداية كان المصنع ينتج صفيحة ذات وزن عالي 11 كغ/م²، لكن في عام 2015 استثمر صاحب المصنع في جلب مصنع لإنتاج المادة الأولية "الجبس"، حيث أصبح المصنع هو الذي ينتج المادة الأولية، وهذا ما أثر في وزن الصفيحة حيث انخفض وزنها من 11 كغ/ 2 إلى 9 كغ/ 2، فكلما كانت الصفيحة أقل وزنا كلما كانت الصفيحة أحسن.

4/ شكل المنتج

لقد كانت هناك شكاوى بخصوص المنتج من طرف أصحاب شاحنات النقل، حيث أن القطع الخاصة بحمل المنتج كانت ثقيلة، أي أنه هناك حمولة زائدة فطلبوا بإزالة هذا الحمل الزائد، حيث قامت المؤسسة بتعديل شكل القطعة التي تحمل المنتج ، حيث تم إنقاص في عرض وعلو القطعة من أجل التخلص من الوزن الزائد، وهذا أهم تعديل في شكل المنتج.

5/ التسعير في المؤسسة

يختلف التسعير في المؤسسة باختلاف أصناف زبائنهم فهناك أربع أصناف من الزبائن:

- الجمهور العادي: هو الذي يشتري المنتج من المصنع ويحدد له سعر مختلف.
- المشروع: يقدم صاحب المشروع طلبيته كاملة من خلال دفتر الشروط للسلعة المطلوبة ويتم تلبية هذه الطلبية.
- الموزع: وهو الذي يكون لديه عقد مع الشركة ويتم التسعير وفق العقد الذي بينهما. ففي كل منطقة يوجد موزع تابع للشركة كما يوجد أيضا أكثر من 2 أو 3 موزعين في الولاية على حسب طلب الولاية للمنتج.
- المخزن: يتم تخزين المنتج بعد إنتاجه في المصنع على مستوى تخزين المؤسسة أو بيعه إلى الزبائن المذكورين سابقا.

6/ التوزيع في المؤسسة

في بداية 2017 تم شراء شاحنات خاصة بشركة تواب تقوم بتوزيع المنتجات إلى مختلف الزبائن المتواجدة محليا، أو إلى الميناء بالنسبة للمنتجات التي تصدر إلى الخارج، حيث يتم توصيل المنتج إلى الزبون عند الطلب والنقل مضمون على حساب الشركة، كما تعتمد المؤسسة في توزيع منتجاتها على طريقة التوزيع المباشر، وذلك عن طريق اتصال المنتج بالمستهلك النهائي من خلال القوة البيعية داخل المؤسسة، وتتبع المؤسسة هذا النوع مع موزعيها ومن ثم يتم توزيع المنتج من طرف الموزعين إلى المستهلكين الآخرين.

الترويج في المؤسسة: تعتمد المؤسسة في ترويج منتجاتها على الأوراق الإشهارية بالإضافة إلى إستغلال المؤسسة لبعض الوسائل الإعلانية وذلك بغرض ترويج مبيعاتها منها:

- الإشهار في الجرائد ووضع لوحات إشهارية؛
- المشاركة في المعارض والصالونات الولائية والوطنية؛
- قيام المؤسسة بالإشهار عن طريق أيام دراسية؛
- استغلال توزيع مطبوعات ومنشورات خاصة بالمؤسسة ومنتجاتها.

المطلب الثاني: الإنتاج المحلي والتصدير إلى الخارج

من بين الأهداف التي تسعى المؤسسة لتميمتها تغطية وتلبية احتياجات السوق الجزائرية لهذه المادة، والتوجه بصادراتها إلى أسواق أجنبية لتحقيق زيادة في الإيرادات من العملة الصعبة.

1/ الإنتاج المحلي

كل ما يتم إنتاجه يباع بشكل مباشر لعملائهم.

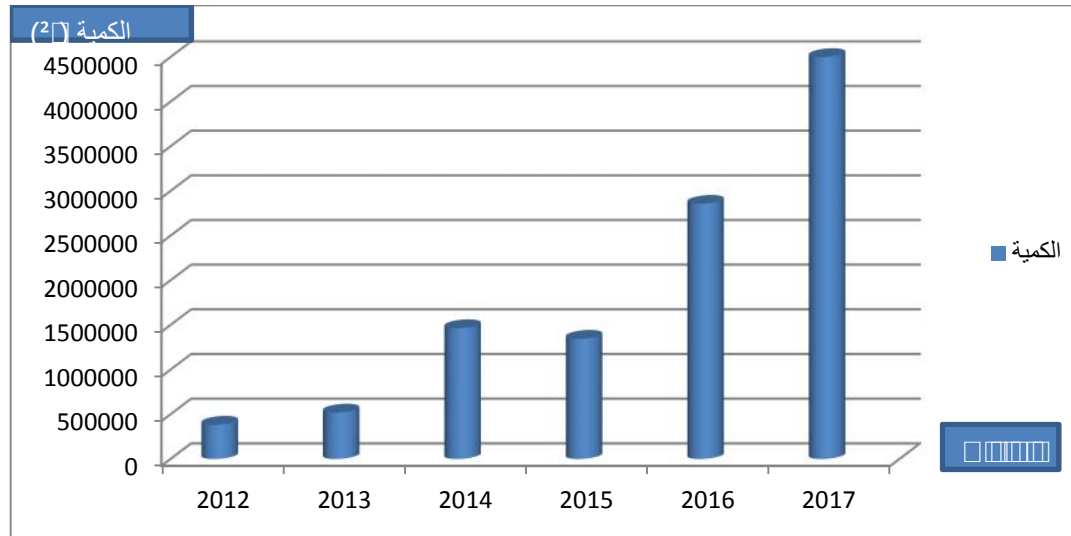
بالنسبة لمبيعات صفائح الجص واستعمالاته في الجزائر فهو كالتالي:

الجدول رقم(02): يتعلق باستعمالات صفائح الجص في الجزائر

الإنتاج المحلي	القيمة(دج)	السنوات
الكمية(م ²)		
382 999 ,20	52 483 001 ,20	2012
519 398 ,59	869 484 400 ,05	2013
1 463 916 ,94	252 396 583 ,51	2014
1 345 284 ,61	233 560 069 ,25	2015
2 856 330 ,75	521 327 835,73	2016
4 498 826 ,72	823 374 963 ,60	2017
11 066 756 ,81	1 970 099 853 ,34	المجموع

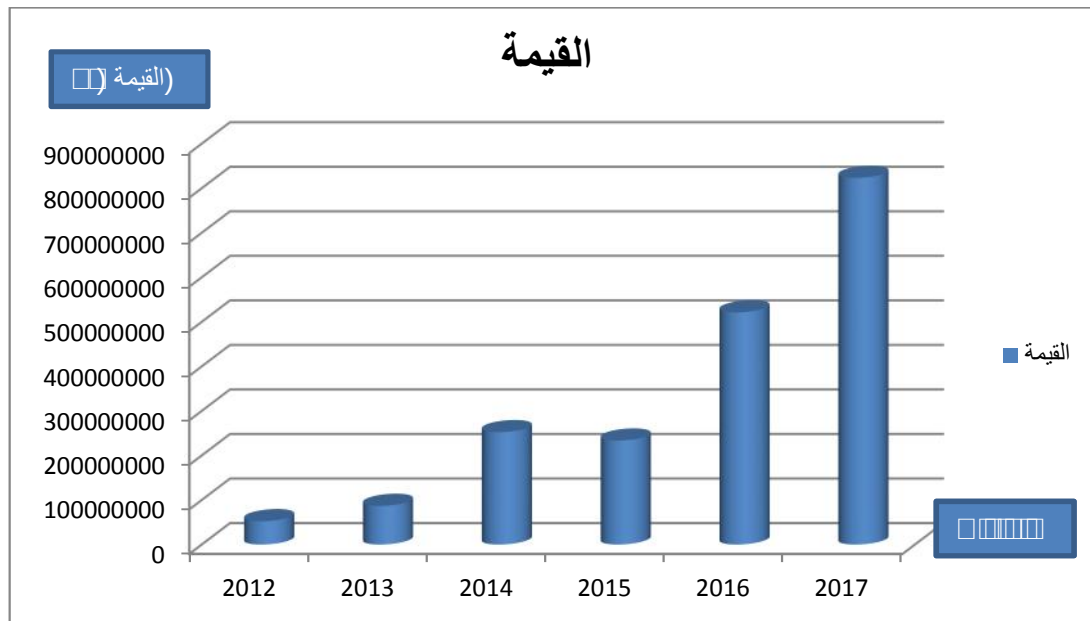
المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات مؤسسة تواب (الإنتاج السنوي) بتاريخ 2018/03/08.

الشكل رقم(2): تطور المبيعات من حيث الكمية



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على معطيات الجدول رقم(02)

الشكل رقم(03): تطور المبيعات من حيث القيمة



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على معطيات الجدول رقم (02)

يلاحظ من خلال الجدول رقم(02) والشكل البياني رقم(02) و(03)، أن المبيعات في مؤسسة تواب في تطور مستمر من سنة 2012 إلى سنة 2014، حيث بلغت كمية الإنتاج في سنة 2012 مقدار 20, 999 382 م2، بالمقابل بلغت قيمتها بالدينار 20, 52 483 001 دج، حيث أن المؤسسة آنذاك كانت في بداية إنتاجها.

في سنة 2013 ارتفعت كمية الإنتاج إلى 59, 519 398 م² مما أدى إلى الزيادة في قيمة المبيعات بالدينار حيث أصبحت 05, 86 948 400 دج ، حيث إزدادت كمية الإنتاج بمقدار 35,61%، أما من حيث القيمة فكانت الزيادة بمبلغ 85, 34 465 893 دج، والسبب في ذلك وصول المنتج إلى مرحلة النضوج و تم التعرف عليه أكثر من طرف المستهلكين.

في سنة 2014 نجد أن هناك ارتفاع كبير في كمية الإنتاج والتي بلغت 94, 1 463 916 م² ما نتج عنها زيادة في قيمة المبيعات بالدينار حيث أصبحت 51, 252 396 583 دج، حيث إزدادت كمية الإنتاج مقارنة بسنة 2013 بما مقداره 81,84%، أما من حيث القيمة فكانت الزيادة بمبلغ 66, 217 930 689 دج، وهذا راجع إلى أن المؤسسة فتحت مكاتب إضافية بولايات أخرى لدعم توزيع منتجات المؤسسة، فإزداد عدد المستهلكين الأوفياء للمنتج، حيث أصبحت تغطي أكثر من 24 ولاية.

أما بالنسبة لكميات الإنتاج في سنة 2015 انخفضت إلى 61, 1 345 284 م² مما أدى إلى انخفاض في قيمة مبيعات المؤسسة حيث أصبحت 25, 233 569 069 دج، أي تراجع في كمية الإنتاج بنسبة 91,89% مقارنة بسنة 2014، وبالتالي كان هناك نقصان في قيمة المبيعات بالدينار حيث أصبحت -62, 18 836 514 دج، والسبب في هذا أن المؤسسة في هذه السنة أنتجت منتج جديد بالإضافة للمنتجات التي كانت تنتجها. فكان لابد أن يتعرف المستهلك على المنتج الجديد وهذا يتطلب فترة زمنية معينة.

في سنة 2016 ارتفعت كمية الإنتاج إلى 75, 2 856 330 م² مما صاحبها ارتفاع في قيمة المبيعات إلى 73, 521 327 835 دج، حيث إزدادت كمية الإنتاج بمقدار 12,32% مقارنة بسنة 2015، كما كان هناك زيادة في مبلغ المبيعات بالدينار بمبلغ 48, 287 767 766 دج، وهذا راجع إلى أن المؤسسة قامت بحملات إشهارية واسعة للتعريف بمنتجها.

أما في سنة 2017 كان هناك ارتفاع كبير في كمية الإنتاج إلى 72, 4 498 836 م²، وبالتالي زيادة في قيمة المبيعات بالدينار إلى 60, 823 374 963 دج، وبالتالي زيادة في كمية الإنتاج بمقدار 57,50%، أما من حيث القيمة فكانت الزيادة بمبلغ 12, 535 607 197 دج، وهذا يعني أن المؤسسة نجحت في عملية ترويج منتجها وكسب ثقة المستهلك.

2/ التصدير إلى الخارج

نجحت مؤسسة تواب في القيام بعملية التصدير وذلك من خلال غزو منتجاتها الأسواق الخارجية وبالتالي مساهمتها في زيادة إيرادات الدولة.

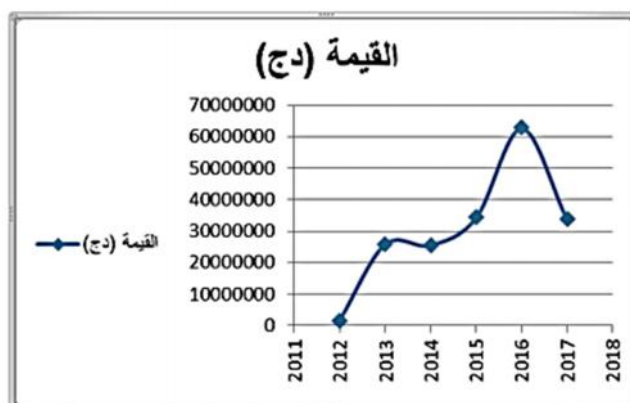
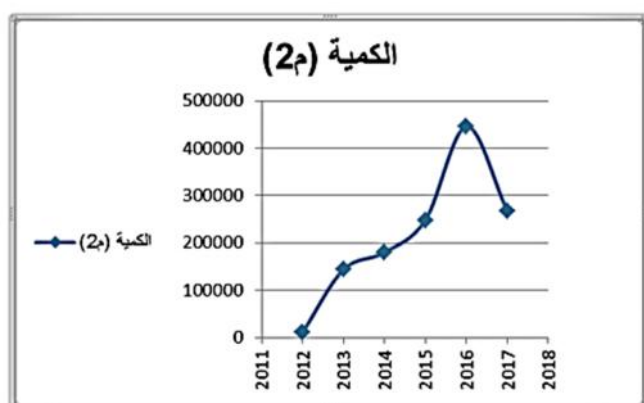
الجدول رقم(03): يتعلق بالتصدير نحو الخارج

السنوات	القيمة(دج)	الكمية(م ²)	القيمة(الأورو)
2012	1 652 720 ,30	10 932 ,48	16 070 ,75
2013	25 754 521 ,92	143 552 ,64	207 477 ,91
2014	25 479 229 ,00	179 541 ,12	236 797 ,30
2015	34 161 088 ,63	248 299 ,20	292 152 ,64
2016	62 562 576 ,59	445 490 ,64	513 736 ,96
2017	33 645 159 ,34	266 653 ,44	269 160 ,77
المجموع	183 255 295 ,78	1 294 469 ,52	1 535 355 149 ,12

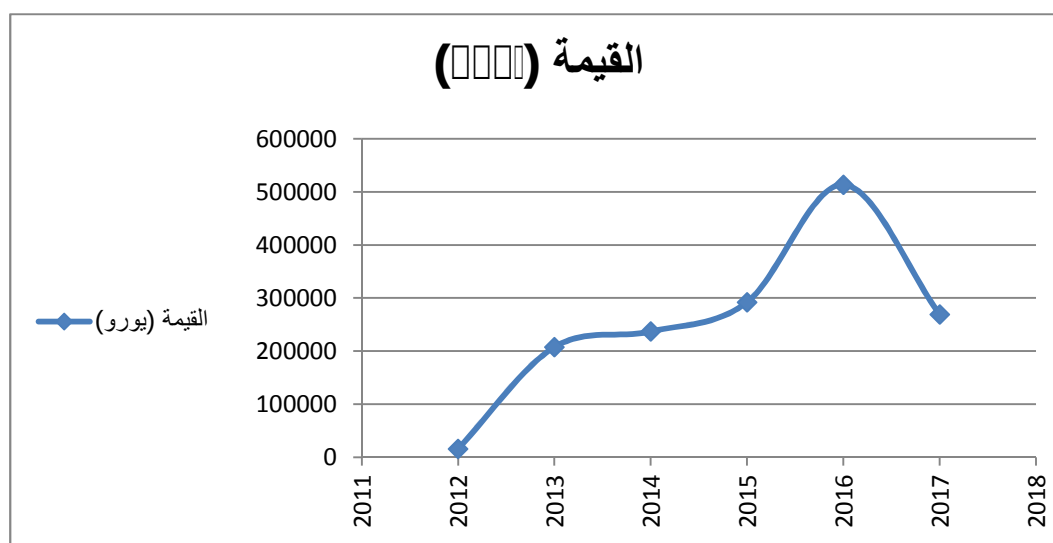
المصدر: من إعداد الطالبة بناء على معطيات مؤسسة تواب بتاريخ 2018/03/08.

والشكل التالي يمثل تطور الصادرات للمؤسسة من حيث الكمية بالمتر مربع والقيمة بالدينار و القيمة بالعملة الصعبة (الأورو)

الشكل رقم (04): يمثل تطور الصادرات لمؤسسة تواب



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات الجدول.



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات الجدول.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (03) والتمثيل البياني رقم (04) أن:

- الكمية المصدرة من صفائح الجص تبلغ في سنة (2012) 10 932 48 م² ما يقابلها من العملة الوطنية 16 070 75 أورو، وهذا راجع إلى أن المؤسسة في بداية العملية التصديرية وحصولها في هذه السنة على شهادة الإيزو، حيث ارتفعت في سنة 2013 الكمية المصدرة إلى 20 248 299 م² ما نتج عنها زيادة في قيمة صادرات العملة الوطنية إلى 24 829 920 أورو، والتي نتج عنها زيادة في مبلغ الإيرادات بالعملة الصعبة 207 477 91 أورو، والسبب في ذلك أن المؤسسة توسعت في منتجاتها حيث أصبحت تنتج أنواع أخرى من الصفائح ذات جودة عالية، كما كان هناك أيضا إرتفاع في الكمية المصدرة في سنة 2014 حيث بلغت 24 829 920 م² مما أدت إلى زيادة في قيمة الصادرات بالدينار إلى 51 583 252 396 دج، والتي نتج عنها زيادة في الإيرادات بالعملة الصعبة إلى 30 972 236 أورو، وهذا راجع إلى زيادة الطلب على منتج المؤسسة من طلب عملاء من الخارج.

أما في سنة 2015 فقد بلغت الكمية المصدرة من صفائح الجص 34 161 088 م² والتي بلغت قيمتها بالعملة الوطنية 63 34 161 088 دج، أي حققت إرتفاع في مبلغ الإيرادات بالعملة الصعبة إلى 64 292 152 أورو، وهذا راجع إلى أن المؤسسة في هذه السنة استثمرت في جلب مصنع لإنتاج المادة الأولية. في سنة 2016 كانت هناك زيادة في كمية الصادرات من الصفائح إلى 64 544 490 م² يقابلها من القيمة بالدينار إلى 59 62 562 576 دج مما حققت إيرادات

بالعملة الصعبة قدرها 96, 513 736 أورو، وهذا راجع للأسباب التالية:- تطور الصفيحة بعد جلب مصنع إنتاج المادة الأولية.

- التوسع في السوق الإفريقية مثل تونس وليبيا.

- زيادة الطلب على المنتج.

أما في سنة 2017 فقد انخفضت كمية صادرات المؤسسة إلى 44, 266 653 م² مما أدى إلى انخفاض في قيمة صادراتها بالعملة الوطنية إلى 823374963.60 دج مما نتج عن ذلك تراجع في مبلغ الإيرادات بالعملة الصعبة إلى 269160.77 أورو. وذلك لارتفاع الطلب المحلي¹ عن هذه المادة كما هو موضح في قيمة المبيعات بالدينار لسنة 2017، كما عملت المؤسسة في أوليتها على تلبية الطلب المحلي.

3/ تطور صادرات مؤسسة تواب:

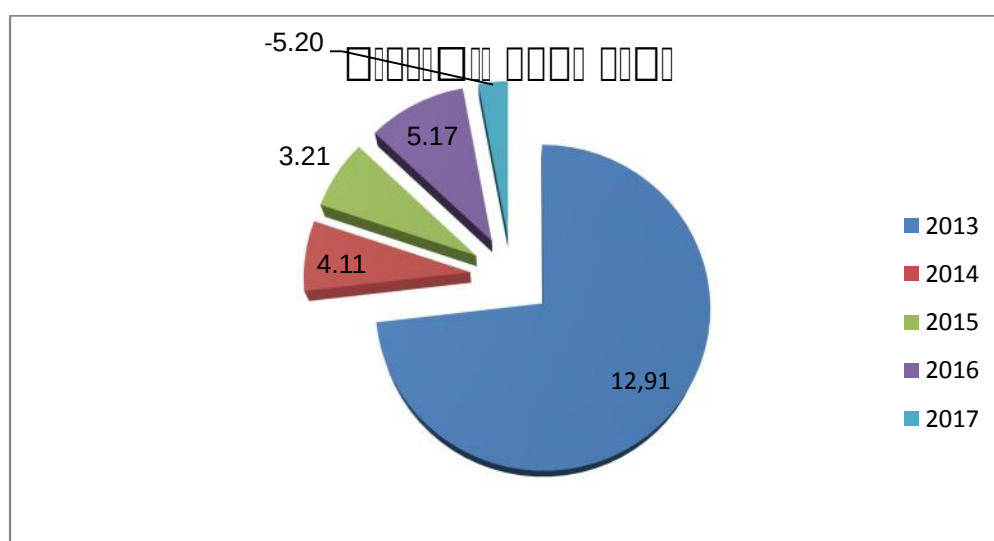
لقد حققت مؤسسة تواب زيادة معتبرة في رفع صادراتها بالعملة الصعبة (الأورو) ويمكن ايضاح ذلك من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم(04): تطور صادرات المؤسسة خلال الفترة (2012-2017)

السنوات	2013	2014	2015	2016	2017
نسبة تطور الصادرات %	12,91	4,11	3,21	5,17	-5,20

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على بيانات الجدول رقم (03).

الشكل البياني رقم (05): يمثل نسب تطورات صادرات مؤسسة تواب.



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (04).

المبحث الثالث: دراسة حالة مغرب بايب أندستري

مؤسسة مغرب بايب مؤسسة خاصة ذات تكنولوجيا عالية وتختص في إنتاج أنابيب الألياف الزجاجية وتعتبر من أهم المؤسسات بالولاية.

المطلب الأول: نشأة وتعريف المؤسسة

1/ نشأة المؤسسة

شركة مغرب بايب للأنابيب طرحت كفكرة سنة 2001 م لتتجسد سنة 2004 م وبدأ الإنتاج الفعلي بها سنة 2009 استثمرت الشركة ما بين 3 و5 ملايين دينار، و تنتج 500 كلم من الأنابيب المدعمة بالألياف الزجاجية سنوياً.¹

2/ تعريف المؤسسة

شركة مغرب بايب للأنابيب (Maghreb Pipe) هي شركة ذات مسؤولية محدودة أسست برأسمال 694.400.000.000 دج، تقع بالمنطقة الصناعية لولاية المسيلة و تتربع على مساحة قدرها 4 هكتار، وتشغل الشركة حوالي 300 عامل من اليد العاملة المؤهلة والمتمكنة.

عرفت مؤسسة مغرب بايب للأنابيب بمنتجها الجديد الذي تراهن على تعميمه في قطاع الموارد المائية والذي يستقطب الاستثمارات الضخمة وتعتمد الشركة في إنتاجها على النموذج (PRV)

(Polyester Renforcé de fibre de Verre) أي الانابيب المدعمة بالألياف الزجاجية، والتي تتميز بعدم التآكل ومقاومة الصدأ حيث لا تتأثر بالظروف الطبيعية الخارجية ولا تتفاعل مع التربة والمياه المنقولة.

للشركة عدت مكاتب موزعة عبر التراب الوطني (الجزائر العاصمة، بسكرة، ورقلة، غليزان)، حصلت الشركة على الجودة العالمية (ISO 9001) سنة 2013، كما حققت الشركة رقم الأعمال يقدر بـ

1,482,461,675 دينار جزائري سنة 2016.²

¹ وثائق من طرف المؤسسة، بطاقة تقنية لإنتاج الأنابيب، المصلحة التجارية بتاريخ 2018/04/29.

² وثائق من طرف المؤسسة، بطاقة تقنية لإنتاج الأنابيب، المصلحة التجارية بتاريخ 2018/04/29.

المطلب الثاني: عموميات حول مؤسسة مغرب بايب للأنابيب

للتعرف على مؤسسة مغرب بايب للأنابيب قسمنا هذا المطلب إلى:

1/ المنتج

تتكون منتجات شركة مغرب بايب من أنابيب الألياف الزجاجية (PRV) مع قطع التركيب وكل الملحقات الضرورية .

الأنابيب : تنتج شركة مغرب بايب نوعين من الأنابيب:¹

1- أنابيب اللف المحوري المتواصل: التي يكون تركيبها بواسطة الوصلة وحلقات مطاطية من نوع ريكا ذات الشفاه.

الطول: 12 متر أو أقل حسب الطلب.

القطر: من 300 مم إلى 2600 مم.

الضغط: من 01 بار إلى 25 بار حسب الأقطار.

1- 2 أنابيب اللف المحوري المتقطع: (ذكر / أنثى أو كوسة /طرف أنبوب) تركيب بواسطة حلقات مطاطية مدورة .

الطول : 12 مترا أو 06 أمتار حسب الأقطار أو أقل حسب الطلب.

القطر : من 80 مم إلى 2400 مم.

الضغط : من 01 بار إلى 40 بار (حسب الأقطار).

2) : قطع التركيب وملحقات الأنابيب

تتوفر مع الأنابيب كل الملحقات الأساسية و هي:

1- مرفق (كوع).

2- شكل T متساوي أو غير متساوي.

3- شفة (لجام).

4- مخفضات الأقطار.

5 - أغطية نهاية الأنابيب.

¹مقابلة مع المسؤول عن الإنتاج، بتاريخ 2018/04/29، تم فيها شرح كل منتجات المؤسسة..

2/ مميزات أنابيب الألياف الزجاجية

- مقاومة التآكل و الحموضة.
- فترة طويلة للتشغيل الفعال (50 عاما).
- المقاومة الميكانيكية العالية.
- عدم الحاجة إلى الطلاء والعزل والحماية الكهربائية والكيميائية والحماية من كل أشكال التآكل.
- التكلفة المنخفضة للتشغيل.
- مميزات عملية دائمة.
- خفة الوزن (1/4) وزن الحديد (1/10) وزن أنابيب الخرسانة.
- كلفة نقل منخفضة.
- عدم الحاجة إلى معدات تركيب باهظة الثمن.
- انخفاض خسارة الضغط يسمح بالتقليل من قطر الأنبوب.
- انخفاض في تكاليف الضخ و التشغيل.
- نعومة سطحها الداخلي.
- من دون تكاليف نظافة ولا مواد مترسبة.

3/ استخدامات أنابيب الألياف الزجاجية

تستخدم أنابيب البلاستيك المقوى بالزجاج في الاستخدامات المدنية والصناعية التالية:¹

- خطوط الصرف الصحي.
- خطوط تزويد المياه.
- منظومات الري.
- منظومات إطفاء الحريق.
- منظومات معالجة المياه المستعملة.
- مخارج تصريف المياه البحر.
- نقل الوسائل لأكالة.
- منظومات نزع الكبريت.

¹ وثائق من طرف المؤسسة، بطاقة تقنية لإنتاج الأنابيب، بتاريخ 2018/04/29.

- معامل تحلية المياه.
- مجاري المياه الصناعية.
- نظام تبريد المياه.
- مشاريع التبريد المركزي.

المطلب الثالث: دور المؤسسة وأهدافها

للمؤسسة عدة أدوار وأهداف تسعى إلى تحقيقها تتمثل في:¹

1/ دور المؤسسة

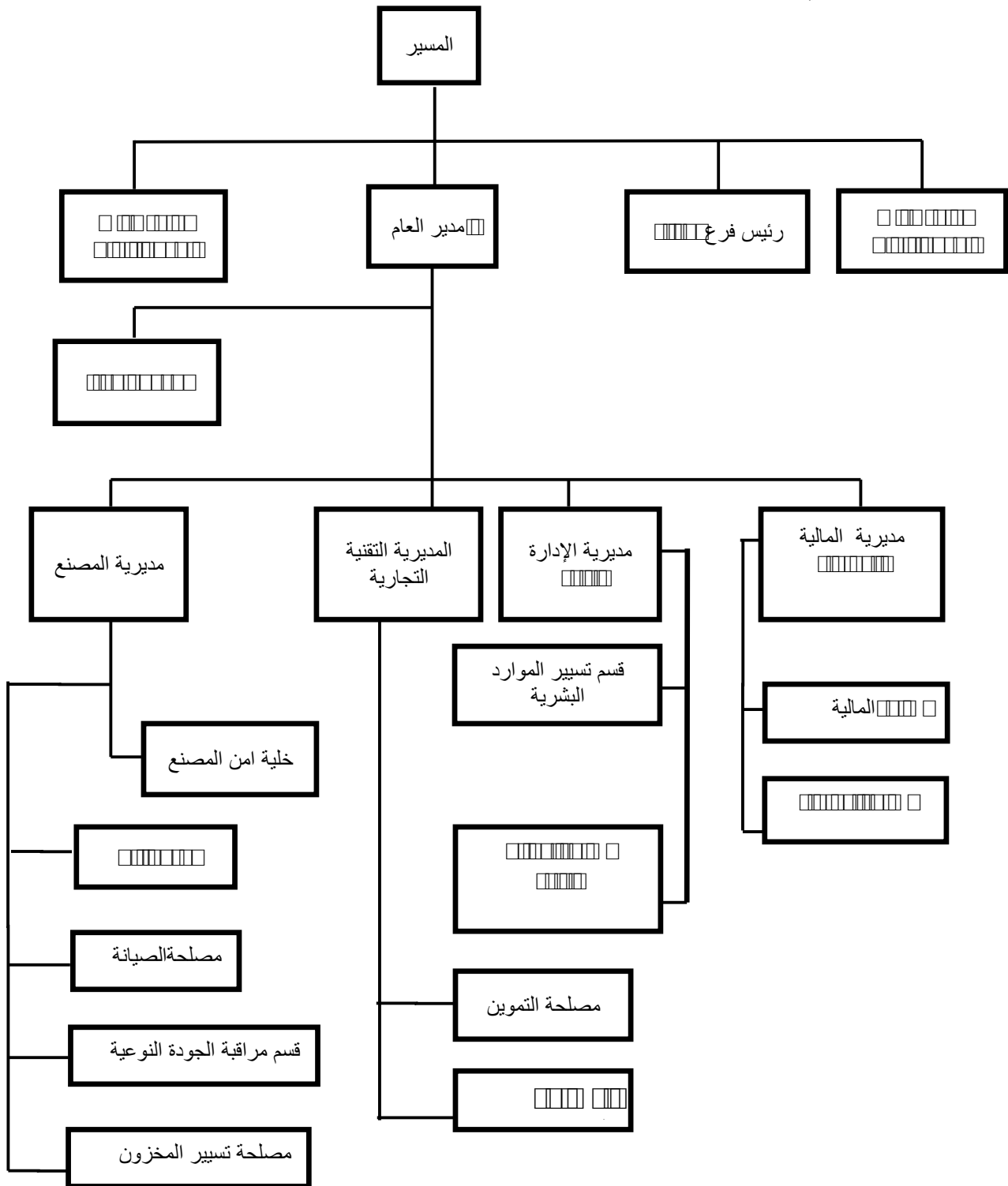
- إنتاج و توزيع أنابيب وملحقات الألياف الزجاجية طبقا لأحداث التقنية؛
- المساهمة في الاقتصاد الوطني من توفير للمنتوج؛
- محاولة التقليل من عملية استيراد هذا المنتج؛
- القضاء على التبعية للخارج؛
- توفير العملة الصعبة؛
- توفير مناصب العمل.

2/ أهداف المؤسسة:

- تهدف إلى تحقيق الربح لها؛
- تحقيق الاكتفاء الذاتي للسوق محلي؛
- تهدف إلى تصدير منتجاتها للخارج مستقبلا.

¹معلومات من طرف المصلحة التجارية بتاريخ 2018/04/29.

4/ الهيكل التنظيمي للمؤسسة



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على وثائق من طرف المؤسسة (تمت ترجمته من الفرنسية) بتاريخ 2018/04/29.

يعرف الهيكل التنظيمي بأنه مخطط يسمح بمعرفة مستويات المسؤولية و العلاقات بين مختلف الوظائف و يفترض عمل هذا المخطط بتقسيم نشاطات محددة على أساس أشخاص آخرين وتحمل المسؤولية من كل عضو فيه والتنسيق بين هذه النشاطات.

- المسير: وهو مسؤول الأول حيث يقوم بما يلي:
 - ✓ ممارسة السلطة السليمة على جميع المستخدمين في جميع النشاطات.
 - ✓ توزيع المسؤوليات توزيعاً أمثل لتحقيق الأهداف المرجوة.
 - ✓ يشارك في الملتقيات والأيام الدراسية التي تنظمها المؤسسة.
- رئيس فرع الأمانة: وهو الذي يقوم بتنسيق بين المدير ومختلف المصالح وموظفي المؤسسة وتتمثل مهامه في:
 - ✓ تسهيل العمل على المسير.
 - ✓ تنظيم مواعيد الاستقبال الخاصة بالمسير.
 - ✓ إيصال القرارات الواردة من المسير إلى رؤساء الأقسام.
 - ✓ استقبال المكالمات.
- المدير العام: تتمثل مهامه في:
 - ✓ يتكفل بتسيير كل الوسائل المادية و البشرية أحسن تسيير.
 - ✓ يهتم بتنسيق بين مختلف الوظائف الموجودة.
 - ✓ السهر على ضمان السير الحسن للمؤسسة.
 - ✓ توفير كافة الوسائل اللازمة.
 - ✓ تحقيق الأهداف المسطرة.

المبحث الرابع: ترقية المنتج المعد للتصدير

إن مجموع الأهداف المحققة يتطلب وضع مخطط يتم فيه ترقية المنتج من أجل وصول منتجاتها إلى الخارج، وتعتبر عملية التصدير من أهم أهداف المؤسسة خاصة وأن مجال إنتاجها يخص صناعات ذات تكنولوجيا مرتفعة، كما أن جلب العملة الصعبة من أجل تطوير المصنع وزيادة إنتاجيته ضرورية.

المطلب الأول : التكنولوجيا و طريقة تصنيع المنتج

تنتج الأنابيب الألياف الزجاجية طبقا لتقنيات تمزج ما بين المواصفات الميكانيكية الحديثة لأنابيب الحديد والمواصفات العالية لأنابيب البلاستيك المضادة للتآكل، وتعتبر حلا مثاليا للعديد من الاستخدامات.

تخضع مواصفات أنابيب البلاستيك المقوى بالزجاج لمعايير الجمعية الأمريكية لاختبار المواد (ASTM) والمنظمة الدولية للمعايير (ISO) والمعايير البريطانية (BS) وغيرها.

يتم إنتاج الأنابيب عبر أربع خطوط وورشتين للملحقات والتركيب وذلك بواسطة عملية اللف المحوري المتواصل، وكذا المتقطع باستخدام ألياف زجاجية ومادة الراتنج بوليستر (الصمغ Résine) ورمل السيليس بأقطا تتراوح ما بين 80 إلى 2600 ملم بطول قياسي 12متر أو أقل وضغط من 01 إلى 40 بار حسب الطلب وحسب الأقطار.

كما أن تقنية الإنتاج المتبعة تضمن جودة الأنابيب غير المعدنية طبقا للمعايير الصناعية العالمية.¹

المطلب الثاني: الإمداد في المؤسسة

تخضع منتجات مؤسسة مغرب بايب للمراقبة من طرف مصالح مختصة للشركة في كل المراحل التي يمر بها المنتج من معاينة وتصليح والإفراغ وطريقة نقلها وتركيبها وكيفية تخزينها.

1- المعاينة: يجب معاينة كل الأنابيب عند الاستلام في ورشة العمل للتأكد من سلامتها اذ تكون قد تأثرت أثناء النقل.

تتم المعاينة كما يلي:²

- معاينة الحمولة كل قطعة على حدة.
- في حالة حدوث انزلاق أثناء النقل أو ظهور علامات اصطدام يجب تدفق المعاينة الخارجية والداخلية.

¹ مقابلة مع مسؤول الجودة، بتاريخ 2017/05/3، تم فيها التعرف على التقنية المستخدمة في المنتج والمعايير التي يخضع لها.

² معلومات من طرف مصلحة تسيير المخزون، بتاريخ 2018/05/3.

- التأكد من عدد القطع عند الوصول حسب وصل الاستلام.
- يدون كل نقص في العدد أو عدم مطابقة على وصل الاستلام.
- لا يجب تحت أي ظرف استعمال أنبوب أو قطعة لوحظت عليها تشوهات.

2- التصليح

لا تتم عملية تصليح التشوهات أو الأضرار الملاحظة على الأنابيب أو قطع التركيب إلا تحت إشراف المصالح التقنية لشركة مغرب بايب.¹

3- الإفراغ

تكون عملية الإنزال من صلاحيات و تحت مسؤولية الزبون، وحيث يجب أن تتم هذه العملية بحذر مع مراعاة بعض القواعد الأساسية الكفيلة بالمحافظة على المنتج وتجنب بعض المناورات المضرة كالإسقاط الحر أو اصطدام الأنابيب ببعضها أو بالشاحنة، وعند إنزال يجب استعمال الأحزمة المرنة، وحيث لا يسمح بأية حال استعمال الحبال أو القطع المعدنية لهذا الغرض كما، انه لا يجب إنزال الأنابيب عن طريق استعمال الحبال من الداخل.²

4 - طريقة إنزال الأنبوب

- رفع الأنبوب من نقطة واحدة.
- رفع الأنبوب من نقطتين.
- إنزال مجموعة من الأنابيب حيث بالإمكان انزله بواسطة زوج من الأحزمة الخاصة او بواسطة آلة رافعة ولا يسمح بإنزال عدة أنابيب غير متماسكة مع بعضها.
- رفع مجموعة من الأنابيب بالآلة الرافعة.

5- التخزين

5-1 يكون تخزين الأنابيب في ميدان العمل

و يتم عملية التخزين كما يلي:³

- إنه من العملي، أن يتم تخزين الأنابيب على قطع خاصة من الخشب لتسهيل سحب الأحزمة.
- إذا تم وضع الأنابيب مباشرة على الأرض في مكان منعزل مخصص لهذا الغرض أو بصفها جنب الخندق فإنه من الواجب تسطير الأرضية وتنظيفها من الشوائب الصلبة.

¹ معلومات من طرف مصلحة الصيانة. بتاريخ 2018/05/03.

² معلومات من طرف المصلحة التجارية بتاريخ 2018/05/03.

³ معلومات من طرف مصلحة تسيير المخزون، بتاريخ 2018/05/03.

- يمكن وضع الأنابيب على مرتفعات صغيرة من التراب ويجب التأكد من عدم انزلاقها تحت تأثير الرياح أو السيول.
- أكبر علو مسموح به في التخزين هو 3 أمتار.

5-2 تخزين حلقات الربط و الشحوم

- إذا تم استلام حلقات الربط منفصلة عن الأنابيب يجب تخزينها على رفوف بعيدة عن أشعة الشمس أو أية عوامل خارجية أخرى.
- يجب أيضا تجنب أي اتصال بين المواد البترولية من الشحوم وزيوت والحلقات المطاطية.
- تخزن 5° ومكيف عند ارتفاعها إلى ما فوق 12°.
- يستحسن أن تكون شحوم التركيب من أصل نباتي في حالة استحالة وجود الشحوم الخاصة لهذا الغرض.
- وفي كل حال من الأحوال لا يتم استعمال أي شحوم أو زيوت بدون موافقة شركة مغرب بايب.

6- نقل الأنابيب

- عند النقل يتم ربط الأنابيب بعد وضعها على قطع خشبية.
- يجب تثبيت الأنابيب جيدا مع مراعاة عدم الاحتكاك.

طريقة تركيب الأنابيب

ويتم على مراحل:¹

1- حفر خندق

- في كل الحالات يجب أن تكون قاعدة الخندق مسطحة وحائطية مستويان وخاليان من كل الشوائب.
- عرض الميدان يجب أن يكون به اتساع يسمح بطرح ورص مادة الردم دون إلحاق أي ضرر بالأنبوب و يقدر قياسه حسب قطر الأنبوب.

1-2 وضع الأنبوب داخل الخندق

تتم عملية وضع الأنبوب داخل الخندق بواسطة آلة الحفر أو آلة رافعة بالنسبة للأقطار الكبيرة (أكبر من 2000 مم) ويتكفل بهذه العملية رئيس الفريق وعاملان مختصان وسائق آلة من اجل التوجيه والتحكم في الأنبوب.

¹ مقابلة مع المسؤول عن قسم الإنتاج، بتاريخ 2018/05/03، تم فيها شرح كل العمليات التي تتعلق بكيفية وطريقة تركيب الأنابيب.

2 - عملية التركيب

تركب قنوات مغرب بايب بواسطة الربط (ذكر - أنثى) أو بواسطة الوصلة التي تسلم مع الأنابيب أو لوحدها ولهذا فإنه يجب تركيبها قبل وضع الأنبوب في الخندق.

استثنائيا ونادرا جدا تسلم الوصلة بدون قطع التوقيف التي تتوسط الوصلة، وفي هذه الحالة يجب احترام العلامة الموجودة على طرف الأنبوب لتحديد عمق دخوله في الوصلة.

تتم عملية الربط حسب المراحل التالية:

- يوضع الأنبوب على سرير الرمل أو الحصى أرضيته مسطحة ويتم ذلك بعد عملية الرص بحيث لا يبقى أي فراغ تحت الأنبوب.

- يجب تنظيف الوصلة أو سوكة وطرف الأنبوب جيدا من كل الشوائب من حصى، غبار، زيوت

- توضع الحلقة المطاطية في الساقية بالاستعمال الماء للتسهيل ولا يسمح في هذه المرحلة باستعمال مادة التشحيم.

تركب الحلقة المطاطية داخل ساقيتها وعند وضعها في مكانها يضغط عليها في أماكن عدة لتوزيع الضغط بصفة متقاربة ثم تستعمل مطرقة خشبية أو بلاستيكية ونقوم بضربات على الحلقة.

- نضع طبقة خفيفة من الشحم داخل الوصلة ونقوم بنفس العملية على طرف الأنبوب (حتى العلامة التي تبين عمق الدخول في الرابط)، بعد التأكد من تنظيفه ومراقبة حافته.

في حالة الربط من نوع ذكر - أنثى (سوكة / طرف الأنبوب) يتم تنظيف سوكة من الداخل وطرف الأنبوب مع الساقيتين ثم تركيب الحلقات المطاطية المدورة.

- يتم جذب الأنبوب نحو الأنبوب السابق بواسطة عدة وسائل حسب الأقطار:

أ- جذب الأنبوب أ نحو الأنبوب ب بواسطة آلة الجذب القوي (تير فور).

- سحب الأنبوب بواسطة أحزمة مرنة مركبة على رأس آلة الحفر.

ب- دفع الأنبوب بنحو الأنبوب (أ) بواسطة قضيب معدني ملائم مع حماية طرف الأنبوب بواسطة قطعة الخشبية.

ج- دفع الأنبوب (ب) نحو الأنبوب (أ) بواسطة رأس آلة الحفر مع حماية طرف الأنبوب بواسطة قطعة الخشبية.

د- سحب الأنبوب بنحو الأنبوب (أ) بواسطة أحزمة مرنة مركبة على رأس آلة الحفر.

- في حالة ربط القنوات بواسطة الشفة تتم العملية حسب المراحل التالية :
- تنظيف مساحة الملامسة او ساقية الشفة بعناية.
- التأكد من سلامة الحلقة المطاطية ونظافتها.
- وضع الحلقة المطاطية في الساقية.
- وضع الشفة الأولى على خط واحد مستوي مع الشفة الثانية.
- يتم إدخال البراغي وتركيبها من الجهتين بواصلة الصامولات بعد تنظيفها لتفادي الضغط الغير تام .
- يتم الضغط باستعمال مفتاح دينامو متري مع مراعاة قوة الضغط لكل نوع من القطع .
- يتم الضغط حتى ملامسة سطحي القطعتين مع بعضها ولا يجب القيام بضغط إضافي تفاديا للإتلاف.

3- عملية الردم

تتم عملية الردم حسب مراحل مع احترام العمليات التالية:¹

مهما كانت نوعية وصنف المواد المستعملة في الردم يجب اتباع ما يلي:

- حجم جزيئات التربة يكون وفقا للجدول أسفل الصفحة.
 - عدم استعمال مواد المجمدة.
 - عدم استعمال المواد العضوية.
 - عدم استعمال بقايا بناء من آجر والقرميد وزجاج وغيرها.
 - عدم ترك فجوات على جانبي الأنبوب أو القطعة.
- المرحلة الأولى: ردم ورص الخصرين بدون ترك أي فراغ تحت الأنبوب شكلي.
- المرحلة الثانية: ردم ورص المنطقة السفلى للأنبوب.
- المرحلة الثالثة: ردم ورص المنطقة العليا للأنبوب.

¹ معلومات من طرف المديرية التقنية التجارية، بتاريخ 2018/05/03.

المرحلة الرابعة: ردم و رص منطقة الغطاء التي تقدر سمكها في الحالات العادية بـ 300 مم فأكثر بحيث لا تقل عن نصف قطر الأنبوب.

4- مساند التثبيت

بالنسبة للقنوات المطمورة، يكون من الضروري إنجاز مساند من الخرسانة لتثبيت المنشأة مع القاعدة الأرضية الأصلية.

يخص هذا الإجراء كل مواقع قطع التركيب أو الملحقات وخاصة:

- مرفق (كوع).
- شكل T.
- منخفضات الأقطار.
- شفة (لجام) عمياء.
- أغطية نهاية الأنابيب.

تخضع هذه المساندة لقواعد و حسابات يمكن طلبها من المصالح التقنية لشركة مغرب بايب.¹

5 - الاختبار السكوني (الهيدروستاتيكي) للكتامة

بعد إنهاء من أشغال الردم والرص وكذلك وضع كل التجهيزات يتم التأكد من الكتامة تجاه التسرب الأنابيب و الوصلات باستعمال ضغط مائي سكوني يقدر بـ 1 مرة + 2 بار ضغط العمل الأعلى وإذا كان الأنبوب مصمما للعمل دون ضغط داخلي فيستعمل فقط ضغط اختبار 1,5 بار.²

المطلب الثالث: الترويج في المؤسسة

إن الإشهار والإعلام عنصر هام في التسويق وذلك لتعريف المنتج للمستهلك وترويجه قدر الإمكان فبالنسبة للمؤسسة الصناعية مغرب بايب أندستري لتسويق قنوات الألياف الزجاجية PRV فلا توجد سياسة إشهارية واضحة بشكل حقيقي ولا توجد ميزانية خاصة بهذه العملية وإنما تعتمد المؤسسة في ترويج منتجاتها

¹ معلومات من طرف مصلحة التقنية بتاريخ 2018/05/03.

² معلومات من طرف قسم مراقبة الجودة والنوعية بتاريخ 2018/05/03.

على الأوراق الإشهارية بإضافة إلى استغلال المؤسسة بعض الوسائل الإعلانية وذلك لغرض ترويج مبيعاتها منها:

- قيام المؤسسة بالإشهار عن طريق أيام دراسية والتي يحجز لها جناح في فندق القلعة بالمسيلة ملحق ويتم استدعاء مدراء مديرية الري والمقاولين ومكاتب دراسات؛
- استغلال المناسبات مثل مناسبة اليوم العالمي للري حيث يتم عرض منتجاتها؛
- استغلال توزيع مطبوعات ومنشورات خاصة بالمؤسسة ومنتجاتها؛
- المشاركة في المعارض والصالونات الوطنية مثل معرض حاسي مسعود، وعرض منتجاتها وبتالي إطلاع المستهلك عن قرب على هذه المنتجات وخصائصها وتتم فيها عقد صفقات شراء؛
- الإشهار في الجرائد ووضع لوحات إشهارية.¹

المطلب الرابع: التوزيع بالمؤسسة

يعتبر التوزيع بالنسبة للمؤسسة محور النشاط الذي يتم من خلاله تحريك منتجاتها من أماكن إنتاجها بالمؤسسة إلى أن تصل إلى المستهلك النهائي.

وتعتمد المؤسسة في إجراء هذه العملية (التوزيع) على بعض العناصر التابعة للمؤسسة حتى وان لم تكن عنصرا أساسيا في التوزيع إلا أن لها دورا مساعدا وسهلا لعملية التبادل مثل النقل والشحن والدعاية والإعلان، من أجل تحقيق الأهداف العامة للمؤسسة.²

1- كيفية التوزيع في المؤسسة

تعتمد المؤسسة في تحقيق أهدافها التوزيعية على طريقة التوزيع المباشر، وذلك عن طريق اتصال المنتج بالمستهلك النهائي من خلال القوة البيعية داخل المؤسسة.

وتعتبر عملية التوزيع المباشرة من أقصر الطرق التوزيع لمنتجات المؤسسة مما يسهل عليها الاتصال المباشر بالعملاء دون تدخل أي وسيط، و تتبع المؤسسة هذا النوع مع عملائها المعنيين باستعمال قنوات

¹ معلومات من طرف مصلحة الوسائل العامة، بتاريخ 2018/05/07.

² معلومات من طرف مديرية المالية والمحاسبة، بتاريخ 2018/05/07..

الألياف الزجاجية والمستعملة في مختلف شبكات الري والتطهير ونقل الماء الصالح للشرب وقد اعتمدت المؤسسة على هذه الطريقة المباشرة لعدة أسباب نذكر منها: ¹

- ـ ضمان الحصول على الربح دون مشاركة الوسطاء وبالتالي يستطيع أيضا أن يخفض أسعاره قليلا حيث سيوفر بعض هوامش الربح التي كان يحصل عليها الوسطاء.
- ـ رغبة المنتج في الحصول إلى مستوى عالي من الرقابة على السوق فالاتصال المباشر يمكننا من معرفة احتياجات السوق .
- ـ يمكن موظفي البيع من تقييم جميع المعلومات وخصائص المنتج المراد بيعه، حيث تتميز منتجات المؤسسة بميزات خاصة من ناحية الضغط، درجة السمك، قطر الأنبوب... الخ فعلى موظفي البيع أن يتصفوا بكفاءة عالية المستوى محيطين بكل مميزات المنتج الذي يقومون ببيعه.
- ـ التقليل من مستويات المخزون وذلك لاعتمادها على الإنتاج حسب الطلبات.
- ـ معرفة رد فعل المستهلك حول السلعة بشكل أسرع
- ـ كون أن المؤسسة تقدم منتجات جديدة والأول مرة تظهر في السوق رأت أنه من الأفضل الاتصال مباشرة مع المستهلك النهائي.
- ـ توفر الإمكانيات المالية والتسويقية فالمؤسسة لها قدرات تسويقية عالية.
- ـ ولتسهيل عملية الاتصال بين المؤسسة والمستهلك النهائي قامت المؤسسة بفتح مكاتب تابعين لها مكتب بالجزائر العاصمة و الآخر ببسكرة، يقوم بإدارتهما مهندسين ذوا خبرة وكفاءة عالية و تكمن مهمتهم في: ²

- ✓ تزويد المستهلك النهائي بالمعلومات الكافية عن منتجات المؤسسة.
- ✓ استلام طلبات المستهلك النهائي القريب منه (المكتب) وإرسالها للمؤسسة.
- ✓ توجيه المستهلك النهائي إلى مقر المؤسسة.
- ✓ البحث عن المستهلك النهائي جديد ومحاولة إقناعه باستعمال منتجات المؤسسة.

¹ معلومات من طرف مصلحة المبيعات، بتاريخ 2018/05/07.

² معلومات من طرف مديرية الإدارة العامة، بتاريخ 2018/05/07.

3/ وظائف التوزيع

- ج تسهيل العملية التبادلية.
- ج ترميط العمالية التبادلية: حيث تقوم المؤسسة (كنقطة البيع) تحقيق عملية التفاوض بينها وبين المشتري إلى حد أدنى من خلال ترميط وتوحيد إجراءات البيع فيما يخص السعر وشرط الدفع وتواريخ الاستلام والتسليم.
- ج عملية البحث: المستهلكون يبحثون عن المنتجات محددة لإشباع حاجاتهم بينما تحاول المؤسسة كنقطة بيع البحث عما يحتاجونه المستهلكون.
- ج إيصال منتجات المؤسسة للمستهلكين المستهدفين في الوقت والمكان المناسبين.
- ج تخزين المنتجات و المواد الخام لحين الحاجة إليها.
- ج تحمل الأخطار في حالة النقل و التخزين.
- ج تقديم التسهيلات للمشتري مثل اللف، الحزم، التغليف.
- ج الترويج حيث تقوم المؤسسة بتخطيط و تنفيذ الاتصالات الترويجية لإقناع الأطراف الأخرى التي يتم التعامل معها.
- ج تقديم الخدمات للمستهلكين ، كالشحن والنقل والتركيب.
- ج التسهيلات المالية تمنح التخفيضات.

4/أبعاد ومنافع التوزيع

- أبعاد التوزيع

يمثل المنتج (المؤسسة) والمستهلك الأطراف الرئيسية في التوزيع المتبعة من طرف المؤسسة ولكل منها دوره في عملية التوزيع.

وللأسباب المذكورة سابقا تم اختيار المؤسسة لتوزيع مباشرة لإيصال منتجاتها للمستهلكين المستهدفين وبما أنها المؤسسة الوحيدة بالجزائر تقوم بإنتاج الأنابيب البلاستيكية المدعمة بالألياف الزجاجية والتي تطرح بدائل الحل الأمثل للتوزيع التقليدي التي تجاوزه الزمن ولم يعد يطالب به الطرف فإن المستهلك النهائي يلجأ إلى شراء مباشرة من المؤسسة.

حيث تقوم المؤسسة بالبيع المباشر للمستهلك النهائي والذي يقوم بدوره بتقديم طلبه إلى المؤسسة في شكل طلب أسعار أو في شكل نموذج رسمي و بعد ذلك تسلم له المؤسسة المنتج المطلوب و الفاتورة و التي قد تكون فاتورة الشكلية (ملحق) أو الفاتورة رسمية (ملحق)¹.

- منافع التوزيع

يستطيع التوزيع لدى المؤسسة خلق منافع كثيرة ترتبط بمنتجاتها من خلال نشاطاتها التسويقية منها:²

1) المنفعة الزمنية: بما أن المؤسسة تقوم بالإنتاج حسب الطلبات فإنها تحرص على توفير المنتجات في الوقت المحدد وبالتالي كسب ثقة ورضاء المستهلكين

2) المنفعة الشكلية: حيث يقوم المنتجين بتغيير شكل المواد الأولية الداخلة في الإنتاج إلى مادة أخرى هي المنتجات المتمثلة في الأنابيب، خزان، قطع الغيار حسب القياس.

3) المنفعة الحيازية: تقوم المؤسسة بتسهيل عملية نقل الملكية للمنتجات المباعة منها إلى المستهلك الأخير الذي يصبح المالك قانونيا، وله حرية التصرف فيها والانتفاع بها.

4) المنفعة المكانية: حيث يدرك المستهلك قيمة السلعة نتيجة توفرها في مكان الملائم، غير ان هذا الشيء لا يمكن توفره إلا بإنشاء نقاط بيع بها وذلك يعود لخصوصية المنتج.

¹ معلومات من طرف مصلحة المحاسبة، بتاريخ 2018/05/07.

² معلومات من طرف المديرية التقنية التجارية، بتاريخ 2018/05/07.

خلاصة الفصل:

من خلال الدراسات التي تم القيام بها تم التطرق فيها إلى التعريف بمؤسستين هدفهما الأساسي التصدير نحو الخارج، من خلال ترقية منتجاتهما للدخول في عالم التصدير.

إن ولوج مؤسسة تواب في عالم التصدير لدليل واضح على أنها مؤسسة كفؤة وتعتمد أو تلتزم بالمعايير الدولية في عملية التصدير، وكذلك تم التعرف على مساهمة المؤسسة في تلبية احتياجات السوق المحلي، ومدى مساهمتها في زيادة مبلغ الإيرادات بالعملة الصعبة.

أما مؤسسة مغرب بايب أندستري فهي من بين المؤسسات المؤهلة لعمليات التصدير، خاصة وأن منتجاتها ذات تكنولوجيا عالمية يؤهلها لأن تدخل عالم التصدير، لكن واجهتها عوائق وصعوبات منعتها من عملية التصدير، وهي تعتبر من المؤسسات التي تطلب الدعم من الهيئات المعنية للنظر في مشاكلها عن طريق إيجاد حلول وتسهيلات للمضي قدما نحو التصدير.

الخاتمة

الخاتمة

إن الهدف من هذه الدراسة هو إبراز أهمية الدور الذي تلعبه الصادرات ومدى تأثيرها على النمو الاقتصادي، وكما أكد العديد من الاقتصاديين على أن الصادرات تعتبر من أهم محركات النمو الاقتصادي، لهذا السبب لجأت العديد من الدول إلى رفع قدرتها التصديرية محاولة البحث عن أنجع الطرق التي تمكنها من اختراق الأسواق الدولية وهو الشيء الذي أعطى أهمية لدراسة هذا الموضوع.

والجزائر هي الأخرى، لما لها من الموارد الطبيعية والبشرية والمادية تجعل أسوأ المتشائمين يؤهلها لأن تكون في مصاف الدول المتقدمة في العالم. إلا أنه وللأسف لها من الاختلالات ما يكبح تقدمها، ولعل أبرز مشكلة هي التبعية النفطية، فالاقتصاد الجزائري مرتبط ارتباطا وثيقا بعائدات المحروقات، بالإضافة إلى أن النفط سلعة ناضبة، فارتفاع اسعار هذه السلعة تزدهر الجزائر وبانخفاضها يتأزم الاقتصاد أزمة 1986، هذا ما يجعلها في تبعية دائمة للأسواق الخارجية.

وهنا تبرز ضرورة تشجيع الصادرات عموما وخارج إطار المحروقات (في حالة الجزائر خصوصا)، وبالتالي كل هذه المخاطر فرضت على السلطات الوطنية إلى التفكير في مرحلة ما بعد النفط والتوجه نحو ترقية الصادرات غير النفطية، لبناء اقتصاد تصديري صامد أمام أي خلل يصيب سير التبادل الدولي يعد حافزا للنمو الاقتصادي الذي يستند على التصدير، إذ هو مصدر يمكننا من تحصيل العملة الصعبة وبناء قاعدة صناعية وزراعية. حيث تبنت الجزائر مجموعة من الإجراءات والتحفيزات في شتى المجالات للمنتج والمصدر، مدعمة هذه الإجراءات بإنشائها لمؤسسات تدعم النشاط التصديري والقطاع الإنتاجي غير النفطي، ذلك لأهمية الصادرات غير النفطية والدور الذي تلعبه في تحقيق نمو اقتصادي حقيقي.

1- اختبار صحة الفرضيات

(الفرضية الأولى: التي تنص على أن لزيادة حجم الصادرات آثار إيجابية على النمو الاقتصادي.

توصلنا إلى أن زيادة حجم الصادرات له آثار إيجابية على النمو الاقتصادي وذلك من خلال زيادة الإيرادات بالعملة الصعبة وبالتالي دعم الميزان التجاري للدولة وكذا زيادة استثمار المؤسسات من خلال إيراداتها.

ل) **الفرضية الثانية:** التي تنص على أن مؤسسة مغرب بايب تتبع استراتيجية ناجحة لترقية منتجاتها وذلك ما أثر على زيادة صادراتها.

توصلنا إلى أن مؤسسة مغرب بايب تتبع استراتيجية ناجحة لترقية منتجاتها، وذلك ما أثر على زيادة صادراتها.

ل) **الفرضية الثالثة:** التي تنص على أن مؤسسة تواب تسعى لتحسين وتطوير منتجاتها مما أدى إلى زيادة نمو صادراتها.

توصلنا إلى أن مؤسسة تواب تسعى لتحسين وتطوير منتجاتها مما أدى إلى زيادة نمو صادراتها.

2- نتائج الدراسة

توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى عدة نتائج نظرية وأخرى تطبيقية وهي:

- تعتمد الجزائر على الصادرات النفطية، مما جعلها عرضة للأزمات المختلفة بالنظر إلى التقلبات الحاصلة في السوق النفطي، ما دفع بالقائمين على السياسة الاقتصادية بالتفكير في وضع إستراتيجية لتنمية الصادرات غير النفطية؛
- إن لزيادة حجم الصادرات أثر ايجابي على النمو الاقتصادي وذلك من خلال زيادة إيرادات العملة الصعبة وبالتالي دعم الميزان التجاري للدولة وزيادة استثمار المؤسسات من خلال إيراداتها.
- هناك مؤسسات تقوم بعملية التصدير، كما أنها تساهم في زيادة إيرادات الدولة مقارنة بإيرادات النفط.
- يمكن للمؤسسات المصدرة المساهمة في تطوير استراتيجية لترقية الصادرات خارج المحروقات.
- صادرات المؤسسات في تزايد مستمر مما يعزز أداء النمو الاقتصادي.
- يمكن للمؤسسات الناشطة في عمليات التصدير أن تحد من التبعية الأحادية للتصدير والمساهمة في زيادة حجم الصادرات وبالتالي الزيادة في النمو الاقتصادي.
- مؤسسة تواب من بين أهم المؤسسات التي تنشط في عملية التصدير خارج المحروقات.
- مؤسسة مغرب بايب تتبع استراتيجية ناجحة لترقية منتجاتها.

3- التوصيات

- ضرورة العمل وبجد لترقية الصادرات خارج المحروقات، وذلك من خلال تضافر الجهود وتحديد المسؤوليات لمختلف الهيئات المكلفة بترقية الصادرات خارج المحروقات لتفعيل عملية تنميتها بشكل أكثر فاعلية.
- ضرورة الإهتمام برفع مستويات الجودة الإنتاجية وتحسين التعبئة والتغليف لكي يصبح المنتج الجزائري مستوفيا لمتطلبات وشروط المنافسة العالمية.
- يجب زيادة الإهتمام والتركيز على قطاع الصناعة والزراعة من أجل الوصول إلى إيجاد قاعدة إنتاجية والعمل على إيجاد حلول للمشاكل التي يواجهها كل من القطاعين، لأن ذلك يعتبر شرط لنمو وازدهار الصادرات بشكل خاص والإقتصاد بشكل عام.
- انتهاج إستراتيجية وطنية مثلى لتوفير مناخ استثماري ملائم وفعال في خدمة مجال ترقية الصادرات خارج المحروقات.
- العمل على تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بحكم الدور الذي تؤديه في تنويع الصادرات، وبما يسمح كذلك بتنويع الصادرات.
- على الجزائر أن تعمل على زيادة تخفيض القيود الجمركية والجبائية مما يخدم مصلحة المؤسسات الوطنية ويشجع قدوم المستثمر الأجنبي المباشر لإعطاء ديناميكية أكثر للسوق الداخلية والتنافس من أجل الدخول إلى الأسواق الأجنبية.
- تحفيز مسؤولي المؤسسات الجزائرية على التصدير من خلال تقديم التحفيزات والضمانات المالية وتذكيرهم بمنافع وإيجابيات التصدير عوضا عن اتجاهمهم للاستيراد.
- توفير آليات جذب الاستثمار الأجنبي لاستقطاب أكبر عدد ممكن من المستثمرين الأجانب لتنشيط العمل الإنتاجي والإستفادة من الخبرة والتكنولوجيا لزيادة الإنتاج من أجل التصدير.
- الإهتمام بوظيفة التسويق الدولي لما يمكن لهذه الوظيفة أن تقدمه من معلومات، وأيضا التعريف بالمنتج الجزائري في الأسواق الخارجية.

4- آفاق الدراسة

من خلال دراستنا تناولنا عدة نقاط هامة نراها تستحق التعمق أكثر لجعلها بحوثا مستقبلية:

- ١) مساهمة جودة المنتج في ترقية الصادرات غير النفطية في الجزائر.
- ٢) كيفية تفعيل آليات تنمية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر.
- ٣) إشكالية تمويل المؤسسات الجزائرية المصدرة خارج المحروقات.
- ٤) دور الصادرات الزراعية الجزائرية في تحقيق فائض في الميزان التجاري.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع

باللغة العربية

أ - الكتب

- 1- الجيلالي عجة، التجربة الجزائرية في تنظيم التجارة الخارجية من احتكار الدولة إلى احتكار الخواص، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الجزائر، 2007.
- 2- فريد يحي، الاقتصاد الجزائري الرهانات وشروط الانضمام إلى OMC، دار الهدى، الجزائر، 2009.

ب - الرسائل والأطروحات الجامعية

- 1- آتشي شعيب، واقع وآفاق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر في ظل الشراكة الأورو جزائرية، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2008/2007.
- 2- بن جلول خالد، أثر ترقية الصادرات خارج المحروقات على النمو الاقتصادي دراسة تحليلية قياسية لحالة الجزائر (1970-2006)، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2009/2008.
- 3- بوشريط إبتسام ، آلية تمويل برامج تأهيل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية: دراسة تحليلية لنتائج برامج تأهيل المؤسسات الجزائرية، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2010/2009.
- 4- خنشور جمال، دور تحرير التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج المحروقات في ظل التطورات الدولية الراهنة دراسة حالة الجزائر، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013/2012.
- 5- سعدي يحي، تقييم مناخ الإستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2007/2006.
- 6- سلطاني فيروز، دور السياسات التجارية في تفعيل الاتفاقات التجارية الإقليمية والدولية دراسة حالة الجزائر واتفاق الشراكة الأورومتوسطية، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وتجارية وعلوم تسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013/2012.

- 7- عبد الحميد حمشة، دور تحرير التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج المحروقات في ظل التطورات الدولية الراهنة، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012/2013.
- 8- يوسف بومدين، تأهيل المنتجات التصديرية في إطار تسيير الجودة الشاملة دراسة حالة المعمل الجزائري الجديد NCA، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2011.

ج- الملتقيات والمداخلات:

- 1- حياة نجار، مليكة زغيب، إشكالية تأهيل المؤسسة الاقتصادية بين العصرية والعولمة نظرة مستقبلية، الملتقى الدولي حول المؤسسة الاقتصادية وتحديات المناخ الاستثماري الجديد، كلية الاقتصاد، جامعة ورقلة، 2003.
- 2- سعيدة حركات، برامج تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، الملتقى الوطني الثاني حول: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتنمية المستدامة واقع وآفاق، جامعة أم البواقي، يومي 13-14 نوفمبر 2012. سليمة طبائبية، وردة سعيدي، تجربة الجزائر في تنمية الصادرات بين ضرورة التنويع وإشكالية التبعية للمحروقات (الواقع الحالي والتطلعات المستقبلية)، الملتقى الدولي الرابع حول رؤية مستقبلية للاقتصاد الجزائري على ضوء خمسين سنة من التنمية، جامعة بشار، يومي: 04/05 مارس 2014.
- 3- عيسى مرازقة، محمد الشريف شخشاخ، مداخلة بعنوان التنمية السياحية المستدامة في الجزائر دراسة أداء وفعالية مؤسسات القطاع السياحي في الجزائر، الملتقى الدولي الرابع حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، جامعة بسكرة، يومي 9 و 10 مارس 2010.
- 4- منير نوري وإبراهيم لجلط، المؤسسات الاقتصادية الجزائرية وإشكالية التصدير خارج المحروقات، الملتقى الدولي الرابع حول: المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية يومي: 10 و 11 نوفمبر 2010، جامعة الشلف.
- 5- نصيرة تواتي، دور الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية "ALGEX" في تعزيز الصادرات خارج المحروقات، الملتقى الوطني حول ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، كلية الحقوق والعلوم السياسية، يومي 11 و 12 مارس 2014.

د- المجلات والدوريات

- 1- حدة فروحات، "الطاقات المتجددة كمدخل لتحقيق التنمية المستدامة في الجزائر" دراسة مشروع تطبيق الطاقة الشمسية في الجنوب الكبير، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد 11، 2012.
- 2- سفيان بن عبد العزيز، " دعم وتطوير القطاع الخاص كآلية لترقية التجارة الخارجية الجزائرية خارج المحروقات"، بحوث اقتصادية عربية، العددان 61-62 / شتاء- ربيع، 2013.
- 3- سهام عبد الكريم، "سياسة تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر"، مجلة الباحث، العدد 09، 2011.
- 4- شوقي جباري، حمزة العوادي، " تدويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر: دراسة استشرافية"، مجلة الأكاديمية العربية في الدنمارك، العدد الرابع عشر، جانفي 2014.
- 5- علي لزعر، "تأهيل المؤسسة الجزائرية في ظل الشراكة الأورو متوسطية"، مجلة اقتصادية، جامعة ورقلة، العدد 05، 2009.
- 6- فيصل بهلولي، " التجارة الخارجية الجزائرية بين اتفاق الشراكة الأورومتوسطية والانضمام إلى منظمة التجارة العالمية"، مجلة الباحث، جامعة البليدة، العدد 11، 2012.
- 7- مرابط محمد، "تحليل محددات قرار توطين الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر على ضوء المتغيرات الاقتصادية المحلية والعالمية الراهنة" دراسة قياسية خلال الفترة (1995 2015)، مجلة دراسات وأبحاث، جامعة جيجل، العدد 26 مارس 2017.
- 8- منصوري زين، "واقع وآفاق سياسة الإستثمار في الجزائر"، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة الشلف، العدد 02.
- 9- نبيلة الحبيطري، عبد القادر براينيس، "دور مؤسسات الصناعات الغذائية في ترقية التجارة الخارجية للجزائر"، مجلة دفاتر بوداكس، جامعة مستغانم، العدد 06، سبتمبر 2016.
- 10- وصاف سعيدي، "تنمية الصادرات والنمو الاقتصادي في الجزائر (الواقع والتحديات)"، مجلة الباحث: تصدر عن كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، العدد 1، 2001.

قائمة اللاحق

B

تعتبر ترقية الصادرات غير النفطية عملية استراتيجية لاقتصاديات الدول النامية المصدرة للنفط في وقتنا الحالي، وهذا راجع إلى الدور الكبير الذي تلعبه في دفع عجلة النمو الاقتصادي، لما لها من أثر إيجابي على الميزان التجاري وميزان المدفوعات والدخل الإجمالي، كما تعتبر الصادرات الممول الوحيد للدولة بالنقد الأجنبي، وباعتبار الجزائر هي الأخرى من الدول التي تعاني من الأحادية في التصدير حيث أنها تعتمد وبشكل يكاد يكون مطلق على الصادرات النفطية.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذي تلعبه المؤسسات الناشطة في التصدير وما مدى مساهمتها في زيادة حجم الصادرات والحد من التبعية الأحادية في التصدير.

وقد اهتمت هذه الدراسة بإبراز التطورات التي أدخلتها المؤسسات كمغرب بايب أندستري وتواب على عملياتها التصديرية من أجل زيادة صادراتها ، وبالتالي زيادة في النمو الاقتصادي.

وقد أظهرت نتائج هذه الدراسة بأن المؤسسات التي تقوم بعملية التصدير لها دور في تحقيق النمو الاقتصادي، فهي تساهم بزيادة إيرادات الدولة مقارنة بالنفط.

الكلمات المفتاحية: صادرات غير نفطية، ترقية الصادرات، استراتيجية تنمية الصادرات، النمو الاقتصادي.

Résumé:

La promotion des exportations non pétrolières est actuellement un processus stratégique pour les économies des pays en développement exportateurs de pétrole, en raison du rôle important qu'elles jouent dans la croissance économique en raison de son impact positif sur la balance commerciale, la balance des paiements et le revenu brut. Et l'Algérie est aussi l'un des pays qui souffrent de l'unilatéralisme à l'exportation car ils dépendent presque exclusivement des exportations de pétrole.

Le but de cette étude est de connaître le rôle joué par les institutions actives dans l'exportation et la mesure dans laquelle elles contribuent à augmenter le volume des exportations et à réduire la dépendance à l'égard des exportations.

L'étude a mis l'accent sur les développements introduits par les institutions telles que le maghreb , le PIP, l'AUDI et le TWAP sur leurs opérations d'exportation afin d'augmenter leurs exportations et ainsi augmenter la croissance économique.

Les résultats de cette étude ont montré que les institutions qui les exportent ont un rôle dans la réalisation de la croissance économique, ils contribuent à augmenter les revenus de l'Etat par rapport au pétrole.

Mots-clés: exportations non pétrolières, promotion des exportations, stratégie de développement