



العنوان:

أثر تقلبات سعر الصرف على تنافسية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات خلال الفترة الممتدة ما بين (2000_2010)

رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر (أكاديمي)

تخصص: إدارة أعمال التجارة الدولية

الأستاذ المشرف:

د. خبابة عبد الله

من إعداد الطالبة:

عمارة خديجة

اللقب والاسم	الرتبة	الجامعة	الصفة
زريق عمر	أستاذ مساعد أ	المسيلة	رئيسا
خبابة عبد الله	أستاذ محاضر أ	المسيلة	مشرفا
صغيور حياة	أستاذ مساعد ب	المسيلة	ممتحنا

السنة الجامعية: 2012 / 2013

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال الله تعالى:

﴿ وَقُلْ رَبِّي زِدْنِي عِلْمًا ﴾

صدق الله العظيم

قال رسول الله :

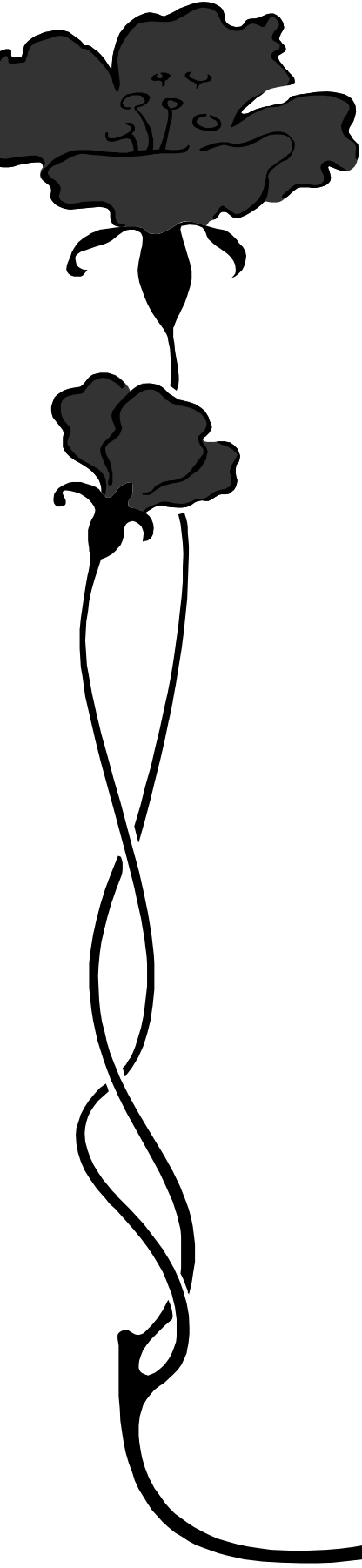
﴿ اللهم انفعني بما علمتني وعلمني ما ينفعني وزدني علماً ﴾

صدق رسول الله

و قال علي بن أبي طالب :

«..محببة العلم دين يُدان به ، يُكسب الإنسان الطاعة في حياته
وجميل الأحداث بعد وفاته ، والعلم حاكم والمال محكوم عليه...مات
خُزّن المال وهم أحياء ، والعلماء باقون ما بقي الدهر ، أعيانهم مفقودة
وأمثالهم في القلوب موجودة..»

من وصية الإمام علي بن أبي طالب لكميل النخعي



إهداء

الحمد لله والصلاة والسلام على سيد الخلق محمد صلى الله عليه وسلم ، اهدي ثمرة هذا الجهد المتواضع إلى:
التي أوصانا الله بها خيراً .. وإلى التي وهبتني عطفها، أمي
أطال الله في عمرها.

إلى الذي كان لي خير سند.. ومنح من غير حساب أبي
حفظه الله.

إلى جميع العائلة كل باسمه كبيرهم وصغيرهم.

والى قرة عيني: لينة، أحمد، رتاج، أريج الجوري.

إلى كل من تذكرهم خاطرتي ولم تسعهم مساحة ورقتي.

وشكراً

شكر و عرفان

بفضل المولى عز و جل و بتوفيق منه تمكنا من تقديم هذا العمل

المتواضع فالحمد و الشكر لله.

لا يفوتنا أن ننوه بالذين كان لهم الفضل سواء من قريب أو من بعيد

وبالامتنان على ما قدموه لنا من المعونة و المساعدة

والنصح و المشورة مما كان له الوقع الحسن على قلوبنا و الحرارة الكبيرة

التي تحث إرادتنا للخروج بهذا العمل المتواضع و البسيط

فلهم جميعاً نقدم كلمة شكر و تقدير خاصة الدكتور المحترم:

"خباة عبد الله"

والذي كان بتوجيهاته وملاحظاته ونصائحه القيمة قائداً لهذا العمل

المتواضع.

إلى كل الأساتذة أعضاء لجنة المناقشة مسبقاً على تفضلهم بقبول مناقشة

وإثراء هذه المذكرة.

كما لا ننسى كل من ساهم في إنجاز هذا العمل المتواضع من قريب أو

من بعيد و لو بدعاء أو كلمة.

الفهرس

قائمة الجداول والأشكال.

مقدمة أ_ هـ

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي لسعر الصرف.

تمهيد 7

المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول سعر الصرف 8

المطلب الأول: تعريف و أنواع سعر الصرف 8

المطلب الثاني: سوق الصرف 10

المبحث الثاني: محددات ونظريات سعر الصرف، والعوامل المؤثرة عليه. 13

المطلب الأول: محددات سعر الصرف. 13

المطلب الثاني: النظريات المحددة لسعر الصرف 14

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة على سعر الصرف 17

المبحث الثالث: أنظمة الصرف 18

المطلب الأول: نظام الصرف الثابت 19

المطلب الثاني: نظام الرقابة على الصرف. 20

المطلب الثالث: نظام الصرف المرن 21

المبحث الرابع: مخاطر سعر الصرف 22

المطلب الأول: تعريف وأنواع خطر الصرف 22

المطلب الثاني: طرق المتبعة لمواجهة خطر الصرف 24

خلاصة الفصل الأول 28

الفصل الثاني: الاطار المفاهيمي للتنافسية والصادرات

تمهيد 30

المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول التنافسية 31

المطلب الأول: تعريف التنافسية وأهميتها 31

المطلب الثاني: أنواع التنافسية وتقسيماتها 33

المطلب الثالث: مؤشرات التنافسية ومحدداتها 35

المبحث الثاني: إستراتيجيات التنافسية 38

المطلب الأول: صياغة الإستراتيجية التنافسية 38

المطلب الثاني: أنواع إستراتيجيات التنافسية 40

41.....	المطلب الثالث: القوة التنافسية لبورتر
43.....	المبحث الثالث: مفاهيم أساسية حول الصادرات (التصدير)
43.....	المطلب الأول: الصادرات في الفكر الاقتصادي
46.....	المطلب الثاني: مفهوم الصادرات (التصدير)، أهميتها ودوافعها
48.....	المطلب الثالث: دوافع ومحددات التصدير
50.....	المبحث الرابع: طرق وإستراتيجيات التصدير ومؤشراته
50.....	المطلب الأول: طرق التصدير
52.....	المطلب الثاني: إستراتيجيات التصدير
54.....	المطلب الثالث: مؤشرات تنافسية الصادرات
57.....	خلاصة الفصل الثاني
	الفصل الثالث: انعكاسات تغير سعر الصرف على تنافسية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات.
59.....	تمهيد
60.....	المبحث الأول: نظام وسوق الصرف في الجزائر
60.....	المطلب الأول: تطور نظام سعر الصرف في الجزائر
62.....	المطلب الثاني: نظام الرقابة على الصرف بعد صدور قانون 90 – 10
63.....	المطلب الثالث: سوق الصرف في الجزائر
65.....	المبحث الثاني: الصادرات الجزائرية خارج المحروقات
65.....	المطلب الأول: واقع الصادرات الجزائرية خارج المحروقات
68.....	المطلب الثاني: التوزيع الجغرافي للصادرات الجزائرية خارج المحروقات
70.....	المطلب الثالث: مشاكل التصدير وأهم الهيئات المكلفة بترقية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات
75.....	المبحث الثالث: تغير أسعار الصرف وأثره على تنافسية الصادرات الجزائرية
75.....	المطلب الأول: مؤشرات تنافسية الصادرات الجزائرية
77.....	المطلب الثاني: دراسة تحليلية لانعكاسات تغيرات سعر الصرف على تنافسية الصادرات الجزائرية خارج
79.....	خلاصة الفصل الثالث
81.....	خاتمة عامة

تمهيد

يشهد العالم تطورات غير مسبوقه في العلاقات الاقتصادية، خاصة مع ظهور مصطلح العولمة، حيث جعل العالم أشبه بقريه صغيرة، وهذا بسبب تطور وسائل الاتصال على اختلاف أنواعها، كل ذلك من شأنه أن يزيد في حجم التجارة الخارجية، هذه الأخيرة التي تعتبر من المواضيع الأكثر اهتماما من قبل المفكرين الاقتصاديين، ومع زيادة الانفتاح الاقتصادي وتحرير التجارة الخارجية فقد أصبح من الضروري التعامل بحذر صرامة مع هذه التحولات، وذلك بتبني سياسة الاقتصادية مبنية على أسس سليمة لمواجهة أي صدمات قد يتعرض لها الاقتصاد الوطني في ظل احتدام المنافسة.

ويعتبر سعر الصرف من أهم الأدوات الاقتصادية، ليس فقط لتأثيره على القطاع الداخلي (سوق السلع والخدمات، سوق النقد) بل على القطاع الخارجي، حيث يمكن أن يؤثر على تنافسية الصادرات ومنه حجم ربحية الصناعات التصديرية.

وبما أن التصدير يعتبر شكل من أشكال دخول الدولة في الأسواق العالمية حيث تهدف من خلال هذا التدخل إلى دفع عجلة النمو، من ثم تحقيق تحقيق التنمية الاقتصادية على جميع المستويات، غير أن الدول النامية تشهد صادراتها اختلالات وتدنياً مخيفاً، الأمر الذي صعب عملية التنمية.

وقد عُرفت الجزائر ولعقود من الزمن باعتمادها على قطاع المحروقات، وباعتباره المورد الأول للعملة الصعبة، وأن صادراتها خارج المحروقات لا تتجاوز 3%، ويعود ذلك إلى ضعف تنافسية المنتجات الجزائرية خاصة في السوق الأوروبية باعتبار أن أكثر المتعاملين مع الجزائر هم من القارة الأوروبية.

1. الإشكالية.

وعليه سنحاول طرح التساؤل التالي:

ما هو تأثير تقلبات سعر الصرف على تنافسية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات؟

ولالإلمام بجوانب الموضوع يمكن طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- هل تعتبر سياسة تخفيض قيمة العملة دائما سياسة ناجحة في الرفع من تنافسية الصادرات خارج المحروقات؟

- هل تعمل الدولة على رفع من حجم صادراتها خاصة خارج المحروقات؟

- هل الصادرات خارج المحروقات ذات تنافسية عالية؟

2. فرضيات البحث.

- يؤثر سعر الصرف على تنافسية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات، ويظهر ذلك من خلال قيمتها التي تتزايد مع تزايد سعر صرف الدينار (تدهور قيمة العملة)، ويحدث العكس عندما ينخفض سعر الصرف (تحسن قيمة الدينار) فتتخفض معه قيمة الصادرات خارج المحروقات.
- لقد حولت الجزائر جاهدة على الرفع من حجم صادراتها من خلال إنشاء مختلف الهيئات الخاصة بترقية الصادرات خاصة خارج المحروقات.
- تعتبر سياسة تخفيض قيمة العملة سياسة ناجحة دوماً في الرفع من تنافسية الصادرات خارج المحروقات.
- تعتبر الصادرات الجزائرية خارج المحروقات أقل تنافسية إذا ما قورنت بتنافسية صادرات المحروقات.

3. أهداف الدراسة.

نسعى من خلال البحث الوصول إلى جملة من الأهداف وهي:

- التعرف على موضوع سعر الصرف، ومحاولة إدراكنا للعلاقة الموجودة بينه وبين تنافسية الصادرات خارج المحروقات.
- إبراز واقع مكانة الصادرات خارج المحروقات في الجزائر والتعرف على أهم المتعاملين التجاريين مع الجزائر، وأهم المشكلات التي تواجهها.
- معرفة مدى نجاح تغير سعر الصرف في زيادة تنافسية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات من خلال زيادة قيمتها.
- إبراز الدور الذي تلعبه الدولة من خلال مختلف الهيئات التي تسعى إلى رفع الصادرات خارج المحروقات في الجزائر.

4. أهمية الموضوع.

يكتسي البحث أهمية تتمثل فيما يلي:

- أهمية سعر الصرف باعتباره وسيلة لتشجيع الصادرات، حيث تمثل إيرادات التصدير أهم مورد بالنسبة للجزائر في الحصول على العملة الصعبة.
- تعتبر عملية التصدير مؤشر على تنافسية أي بلد.
- تظهر أهمية الدراسة في معرفة أهم جوانب تنافسية الصادرات الجزائرية.
- تظهر أهمية الدراسة في معرفة أهم الصعوبات التي تواجه عملية التصدير خاصة فيما يتعلق بالصادرات خارج المحروقات.

5. أسباب اختيار الموضوع.

وقع اختيارنا على هذا الموضوع يعود على أسباب ذاتية وأخرى موضوعية.

فالأسباب الذاتية تتمثل فيما يلي:

- الميل لموضوع سعر الصرف وكذا الصادرات خاصة لبلد مثل الجزائر، حيث تعتبر صادرات المحروقات وهي طاقة غير متجددة مصدر للعملة الصعبة، بالرغم من توفرها على موارد أخرى.

أما الأسباب الموضوعية تتمثل في:

- موضوع ينسجم مع تخصصنا إدارة أعمال التجارة الدولية.
- مدى علاقة موضوع هذا البحث بالواقع الاقتصادي في ظل التغيرات التي يشهدها سوق الصرف وكذا الأحاديث الكثيرة من قبل المتخصصين بأن الموارد الطاقوية في الجزائر مآلها إلى الزوال، ولذلك يجب الاهتمام بموارد أخرى أكثر تجدد.

6. حدود البحث.

تقتضي منهجية البحث العلمي بهدف الاقتراب من موضوعية وتيسير الوصول إلى استنتاجات منطقية ضرورة التحكم في إطار التحليل المتعلق بطبيعة هذه الدراسة النظرية، وذلك بوضع حدود للإشكالية، مع ضبط الإطار الذي يسمح بالفهم الصحيح للمسار المقترح لتحليلها ومنهجية اختيار فرضياتها، ولتحقيق ذلك قمنا بإنجاز هذا البحث ضمن الحدود والأبعاد التالية:

- **الحدود الموضوعية:** يصنف هذا البحث ضمن البحوث النظرية التي تهدف إلى الإحاطة بجوانب معرفية ذات صلة بسعر الصرف وتنافسية الصادرات الجزائرية وأهم المشكلات التي تواجه عملية التصدير، فيما يخص الصادرات خارج المحروقات.

- **الحدود المكانية:** لقد تم إسقاط الجانب النظري لهذه الدراسة على سعر الصرف والصادرات خارج المحروقات في الجزائر.

- **الحدود الزمانية:** سوف نتناول هذه الدراسة في إطار الزمن المحدود ما بين الفترة 2000 إلى 2010.

7. منهجية البحث.

اعتمدنا في دراستنا على بعض المناهج التي تتماشى مع طبيعة الموضوع، ويتعلق الأمر بـ:

- المنهج الوصفي التحليلي: وذلك من خلال وصف الظاهرة موضوع الدراسة (تأثير تقلبات سعر الصرف على تنافسية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات) بالاعتماد على مجموعة من الكتب والرسائل الجامعية ومختلف مصادر البيانات، ثم القيام بتحليلها.

8. الدراسات السابقة

تتمثل أهم الدراسات السابقة التي اعتمدنا عليها فيما يلي:

مراد عبد القادر: دراسة أثر المتغيرات النقدية على سعر صرف الدينار الجزائري مقابل الدولار الأمريكي خلال الفترة 1974 – 2003، رسالة ماجستير علوم اقتصادية، ورقلة، 2010/2011.

خلصت هذه الدراسة إلى ضرورة تحرير أسعار الصرف وذلك بإشراف السلطات النقدية وبشكل متدرج حتى لا يؤثر على مركز ميزان المدفوعات، ويراعي مستوى احتياطات الدولة وتطور سوقها الموازي.

- قطوش بشرى: الاتجاهات العامة للسياسة المالية وسياسة سعر الصرف في الجزائر خلال 1990-2007 رسالة ماجستير علوم اقتصادية، الجزائر، 2008/2009.

لقد خلصت هذه الدراسة أن استقرار القيمة الخارجية للعملة بمعنى استقرار سعر الصرف الحقيقي للدينار يقع على عاتق بنك الجزائر، لأن استقرار الأسعار الداخلية تساهم في استقرار القيمة الداخلية للدينار، وذلك يعزز القيمة الخارجية للدينار.

- سامية سرحان: أثر سياسات البيئة على القدرات التنافسية لصادرات الدول النامية، دراسة للآثار المتوقعة على تنافسية الصادرات الجزائرية، رسالة ماجستير علوم اقتصادية، سطيف، 2010/2011.

تناولت هذه الدراسة أثر السياسات البيئية على تنافسية الصادرات للدول النامية حيث توصلت إلى أن المنافسة شديدة، خاصة مع استخدام الاشتراطات والمتطلبات البيئية كقيود وذلك من أجل حماية البيئة.

9. خطة البحث.

قسم هذا البحث إلى الفصول التالية:

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لسعر الصرف.

الفصل الثاني: الإطار المفاهيمي للتنافسية والصادرات.

الفصل الثالث: انعكاسات تغير سعر الصرف على تنافسية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات.

وفي الأخير الخاتمة العامة التي تتضمن أهم النتائج توصل إليها من الدراسة وكذا أهم الاقتراحات الخاصة

بالموضوع.

تمهيد:

تعتبر النقود أداة للتداول وتحظى بالقبول العام، إذا كانت عملة وطنية داخل البلد الواحد، أما في حالة المعاملات الاقتصادية مع الخارج فإن الوضع يختلف تماماً، لأن من أهم المشكلات التي تثيرها المعاملات الاقتصادية التي تحدث بين المقيمين في دول مختلفة ليس فقط مشكلة حساب قيمة هذه المعاملات، وإنما أيضاً كيفية تسوية هذه القيمة، ولو أن هناك عملة دولية يقبل المجتمع الدولي التعامل بها داخلياً وخارجياً، لما كان هناك وجود لمثل هذه المشاكل ولكانت تسوية المدفوعات الدولية تتم بهذه العملة في مختلف دول العالم. والعالم كما نعرف يتكون من مجموعة دول لكل منها عملتها الوطنية الخاصة بها مما يتطلب وجود نوع من المقارنة بين عملات الدول عند القيام بالتبادل الخارجي، ويطلق على هذه المقارنة سعر الصرف أما المكان التي تتم فيها هذه المقارنة فهو سوق الصرف.

وبناءً على ما سبق فقد تناولنا هذا الفصل من خلال أربعة مباحث تتمثل فيما يلي:

- المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول سعر الصرف.
- المبحث الثاني: محددات ونظريات سعر الصرف، والعوامل المؤثرة عليه.
- المبحث الثالث: أنظمة الصرف.
- المبحث الرابع: مخاطر سعر الصرف.

المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول سعر الصرف.

يترب على قيام التبادل بين مختلف الدول ارتباط بعضها ببعض بعلاقات دائنة ومدينة تتطلب تسويتها إجراء مدفوعات خارجية بين مختلف الأطراف، وعليه فإن من أهم المشكلات التي يثيرها التبادل الدولي مشكلة العلاقة بين النقد الأجنبي والنقد الوطني، وفي الواقع إن أهمية المشكلة ترجع بالدرجة الأولى إلى هجرة الدول لقاعدة الذهب في تسوية تعاملاتها، مما يتطلب وجود نظام لسعر الصرف.

المطلب الأول: تعريف و أنواع سعر الصرف.

أ. تعريف سعر الصرف:

لقد تعددت تعاريف سعر الصرف من طرف الاقتصاديين، وذلك لمكانته وأيضاً أهميته في تنشيط المبادلات الدولية حيث يعرف بأنه: "ثمن الوحدة الواحدة من عملة معينة في شكل وحدات من عملة وطنية غير أن هناك دول أخرى ترى أن سعر الصرف هو ثمن الوحدة الواحدة من العملة الوطنية في شكل وحدات من عملة أجنبية معينة".¹

ويعرف أيضاً بأنه: "عدد الوحدات من عملة معينة الواجب دفعها للحصول على عملة واحدة من عملة أخرى".²

كما يعرف الصرف الأجنبي بأنه: "الوسائل التي يتم الحصول عليها في دولة ما لتسوية المدفوعات في بلد آخر، وبهذا المعنى فإن المقصود بالصرف الأجنبي هو النقود الأجنبية أو الأوراق التي تعطي حقاً في الحصول عليها (مثل الكمبيالات المسحوبة على الخارج أو الحوالات المصرفية المختلفة الأنواع)".³

ب. أنواع سعر الصرف:

في الواقع العملي لا يمكن أن تحدد العلاقات بين عملة دولية معينة وعملات دول أخرى من خلال التغيرات اليومية المعلن عنها في فترة محددة، وإنما تدخل اعتبارات أخرى تكسب سعر الصرف أنواعاً عدة لكل منها استعماله، ولعل أهم أنواعه هي:

1. سعر الصرف الاسمي: يعرف سعر الصرف الاسمي الثنائي على أنه عملة أجنبية بدلالة وحدات عملة محلية، ويمكن أن يعكس هذا التعريف لحساب العملة المحلية بدلالة وحدات من عملة أجنبية، والمقصود بهذا التعريف هو سعر الصرف الاسمي، أي سعر العملة الجاري والذي لا يأخذ بعين الاعتبار قوتها الشرائية من سلع وخدمات ما بين البلدين، عندما يستعمل التعريف الأول فإننا نعبر عن سعر العملة الأجنبية بدلالة الأسعار المحلية (التعريف المستعمل) ونرمز له بـ E، فمثلاً حالة الدولار والدينار ويرمز لعدد وحدات الدولار مقابل

¹ زينب حسين عوض الله: الاقتصاد الدولي (العلاقات الاقتصادية والنقدية الدولية والاقتصاد الدولي الخاص للأعمال اتفاقيات التجارة العالمية)، دار الجامعة الجديدة للنشر، الأزريط، مصر، 2004، ص 44.

² الطاهر لطرش: تقنيات البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 96.

³ محمود يونس: اقتصاديات دولية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2000، ص 206.

الدينار بـ $\$/D$ (دولارات للدينار الواحد) ويشمل تحويل الدولارات للدينار بالتقسيم على E والعكس بالضرب \bar{E} ، حيث \bar{E} هو $\frac{1}{E}$ ¹

ويتغير سعر الصرف الاسمي يومياً، وهذه التغيرات تسمى تدهور أو تحسناً، التحسن يعني ارتفاع سعر العملة المحلية بالنسبة للعملة الأجنبية أما التدهور فهو الانخفاض سعر العملة المحلية، فإن التحسن يعني انخفاض سعر الصرف والتدهور يعني ارتفاع سعر الصرف الاسمي E .

2. سعر الصرف الحقيقي: تتحدد اتجاهات تقلبات هذا السعر أيضاً من خلال الرقم القياسي لسعر صرف الحقيقي (مؤشر سعر الصرف الحقيقي)، الذي يمكن اعتباره مؤشراً مرجحاً تجارياً يجمع بين كل من تقلبات سعر الصرف الاسمي وتفاضل معدلات التضخم التي تقاس بواسطة مقارنة تكلفة وحدة العمل في الإنتاج الصناعي بعد إدخال التسويات اللازمة.²

إن مؤشر تقلبات سعر الصرف الحقيقي يبين مستوى القدرة التنافسية لأسعار سلع الدولة. فارتفاع هذا المؤشر يدل على انخفاض القدرة التنافسية للأسعار وبالعكس، أي أن انخفاض هذا المؤشر يدل على ارتفاع القدرة التنافسية لأسعار الدولة وبالتالي زيادة أرباحها وإيراداتها.

إن مثل هذه المؤشرات التي توضح أسباب ونتائج تغيرات القدرة التنافسية لأسعار كل دولة تعتبر ذات أهمية كبيرة في تحليل ودراسة أوضاع موازين المدفوعات وأيضاً تطورات الأسواق السلعية والنقدية والمالية.

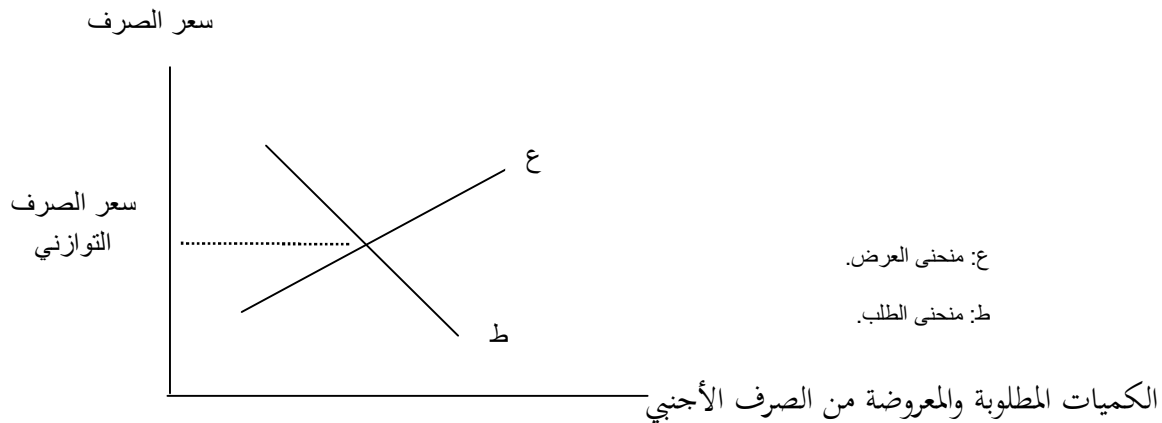
3. سعر الصرف التوازني: يتحدد سعر الصرف بتلاقي منحنى الطلب مع منحنى العرض، فعند نقطة التقاطع بين المنحنيين سنجد سعر الصرف الذي يحقق التوازن، سعر الصرف التوازني. وعليه نستخلص أن سعر الصرف التوازني أو ما يصطلح تسميته أيضاً سعر الصرف التعادلي هو الذي يحدث عنده توازن بين الكميات المطلوبة والمعروضة لعملة معينة في السوق.³

¹ . بلقاسم العباس: سياسات أسعار الصرف، سلسلة جسر التنمية، العدد 23، الكويت، 2003، ص 1.

² . مروان عطوان: الأسواق النقدية والمالية والبورصات ومشكلاتها في عالم النقد والمال، ج 2، مشكلات البورصات وانعكاساتها على البلدان النامية ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط3، 2005، ص 8.

³ . زينب حسن عوض الله: مرجع سابق، ص 62.

الشكل رقم 01: منحني سوق الصرف الأجنبي.



المصدر: سامي عفيفي، التجارة الخارجية بين التنظير والتنظيم، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1994، ص 28.

المطلب الثاني: سوق الصرف.

ولأن العملة تعتبر سلعة تباع وتشترى فأوجب وجود سوق لها، وقد تنوعت أسواق الصرف بتنوع آجالها.

أ. مفهوم سوق الصرف:

يعرف سوق الصرف الأجنبي عموماً بأنه "السوق الذي يباع فيه ويشترى منه العملات الوطنية للدول المختلفة إحداهما بالأخرى، ويعد من أكبر الأسواق في العالم حيث يتجاوز حجم عملياته اليومية مائة مليار دولار".¹

كما يعرف على أنه: "المكان الذي يتم فيه تبادل العملات المختلفة، ولكن هذا المكان ليس محدوداً بحيز جغرافي، وإنما يقصد به شبكة العلاقات الموجودة بين وكلاء الصرف في كل البنوك المنتشرة عبر مختلف أنحاء العالم، بالإضافة طبعاً إلى اللقاءات الفعلية بين وكلاء الصرف في غرفة خاصة بالصرف موجودة على مستوى البورصة".²

كما يوجد من عرف سوق الصرف الأجنبي من خلال واقعها بقوله: "الواقع أن سوق الصرف الأجنبي تقترب أكثر من أي مثال آخر من نموذج الاقتصاديين للمنافسة الكاملة، فهذه السوق هي أكثر الأسواق اتحاداً في العالم، وتتوافر لها وسائل اتصال فورية بين المراكز الرئيسية، وتتعامل بالسلع الجنيهات الإسترلينية، دولارات مارك وغيرها".³

كما أن هناك من يعرفها على أنها "أداة والوسيلة التي تتم بواسطتها شراء وبيع العملات الأجنبية المختلفة بمعنى تسهيل استبدال العملة الوطنية بالعملة الأجنبية".⁴

¹ عبد الحميد الشواربي، محمد عبد الحميد الشواربي: إدارة المخاطر الائتمانية، منشأة المعارف، مصر، 2002، ص 1294.

² الطاهر لطرش: مرجع سابق، ص 95.

³ زينب حسين عوض الله: مرجع سابق، ص 44.

⁴ سامي عفيفي حاتم: التجارة الخارجية بين تنظير و التنظيم، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 1994، ص 25.

نستنتج من التعاريف السابقة بأن سوق الصرف هي أداة يتم من خلالها تبادل العملات المختلفة والضرورية للمبادلات الاقتصادية بين الدول، ويعتبر سوق الصرف أكبر الأسواق في العالم .

ب. أنواع سوق الصرف:

تنوعت أسواق الصرف و ذلك بتنوع الأسعار المطبقة في عمليات الصرف فنجد:

1. **سوق الصرف العاجل (نقدي):** الصرف نقدا إذا كان التسليم والاستلام العملات يتمان لحظة إبرام عقد الصرف، مطبقين سعر الصرف السائد لحظة إبرام العقد أيضا، وفي الحقيقة فإن فترة الصرف نقدا تمتد إلى غاية 48 ساعة من لحظة إبرام العقد، على عكس ما توحى به لأول وهلة عبارة لحظة إبرام عقد الصرف الواردة في هذا التعريف،¹ أي أن هذا النوع من أسواق الصرف يتم إبرام العقود فيه على أساس سعر الصرف الحاضر.

ويتحقق التوازن في سوق الصرف العاجل من خلال عملية يقوم بها المتدخلون في هذه السوق وهي:

المراجحة أو التحكيم: تهدف عملية المراجحة إلى تحقيق الربح عن طريق الاستفادة من فروق الأسعار الخاصة بعملة معينة في سوق أو أكثر في وقت واحد، وذلك عن طريق شراء العملة من السوق التي يكون فيها سعر منخفضا وبيعها في السوق الذي يكون فيها سعر مرتفعا.²

كما تعرف المراجحة بأنها تلك العملية التي تنجم عن المقارنة بين سعر عملة معينة بدلالة عملة أخرى في مركزين ماليين مختلفين.³

2. **سوق الصرف الآجال (المستقبلي):** يقصد بسوق الصرف الآجل بيع وشراء العملات الأجنبية وفقا لأسعار آجلة بمعنى أن التسليم يكون مؤجلا إلى حين حلول التاريخ المتفق عليه، وبطبيعة الحال تختلف تلك الأسعار عن الأسعار الحاضرة وفقا لتوقع ارتفاع أو انخفاض قيمة العملة في المستقبل، وإذا كان من المتوقع ارتفاع سعر العملة الأجنبية المراد التعاقد على شرائها في المستقبل تضاف علاوة، بينما يجري الخصم في الحالة العكسية، وهي حالة تبادل آجل بين جانبيين يقوم أحدهما بتسليم مبلغ معين من عملة أجنبية في تاريخ لاحق مقابل أن يدفع الجانب الآخر بعملة محلية بسعر يتفق عليه عند توقيع العقد ويسمى سعر الآجل.⁴

يستعمل سعر الصرف الآجل من طرف المضاربين وذلك لتحقيق ربح (مرايحة) إذا تحققت توقعاتهم أما عندما لا تتحقق توقعاتهم فإنهم يتكبدون خسارة تعرف بالوضعية وبصفة عامة يمكن تلخيصها بالعلاقة التالية:⁵

- إذا كان سعر الصرف لأجل أكبر من سعر الصرف نقدا فإن:

$$\text{سعر الصرف الآجل} = \text{سعر الصرف نقدا} + \text{المرايحة}$$

- إذا كان سعر الصرف لأجل أقل من سعر الصرف نقدا فإن:

¹ الطاهر لطرش: مرجع سابق، ص 97.

² محمود يونس: مرجع سابق، ص 216.

³ الطاهر لطرش: مرجع سابق، ص 102.

⁴ عبد الحميد محمد الشواربي، محمد عبد الحميد الشواربي: مرجع سابق، ص 1295.

⁵ الطاهر لطرش: مرجع سابق، ص 106.

سعر الصرف الآجل = سعر الصرف نقداً + الوضعية

مما سبق ذكره يتضح بأن سعر الصرف الآجل يرتبط باحتمالات توقع ارتفاع أو انخفاض سعر العملة الأجنبية في المستقبل.

أما عن العمليات التي تتم على مستوى السوق الآجلة، فيمكن التمييز بين ثلاثة أنواع من العمليات وهي:¹

التغطية: حيث يقوم بعض الذين لا يفضلون التعرض لمخاطر الصرف بعملية التغطية للإبقاء على التوازن الحقيقي بين ما لديهم من أصول بالعملة الأجنبية، وما عليهم من التزامات مقومة بهذه العملة، كأن يشتري الفرد عملة أجنبية اليوم لاستخدامها بعد فترة درءاً لمخاطر ارتفاع سعر العملة في المستقبل. نستنتج مما سبق ذكره من تعريف التغطية بأنها عبارة عن الإجراءات التي يقوم بها كل من المصدر الذي يريد ضمان إيراداته بالعملة الصعبة أو المستورد الذي يريد التأكد من التكلفة النهائية لمشترياته من الخارج، ونتيجة لهذه العملية فإن المتعاملون يتجنبون مخاطر تقلبات أسعار الصرف فلا يستوجب عليهم أن يدفعوا أكثر أو يستلموا أقل.

المضاربة: إذا كانت التغطية تهدف إلى كشف المخاطر خوفاً من تحمل الخسارة فإن عملية المضاربة تهدف إلى محاولة الاستفادة من إمكانية حدوث تقلبات في مستوى سعر الصرف المستقبلي لعملة من العملات وتعرف المضاربة بأنها التعرض العمدي لخطر الصرف بدافع توقع الربح في مستقبل أسعار الصرف، وذلك عن طريق شراء الصرف الأجنبي عندما يكون رخيصاً أو بيعه عندما يكون مرتفعاً وهي حالة عكسية لعملية التغطية، كما أنها تختلف عن المراجعة التي تحدث فيها الشراء والبيع في نفس اللحظة.

فلو فرض وتوقع المتعاملون في سوق الصرف الآجل أن سعر إحدى العملات سيرتفع في المستقبل، فإنهم في هذه الحالة سيتوجهون إلى شراء أكبر كمية من هذه العملة، وبيعها فيما بعد عندما يكون سعرها قد ارتفع وبالعكس إذا تصور المتعاملون في سوق الصرف الأجنبي أن سعر إحدى العملات سينخفض في المستقبل، فإنهم يلجؤون إلى بيع هذه العملة الآن وشرائها فيما بعد، والاستفادة من فرق السعرين، لذلك فإن المضارب في سوق الصرف الأجنبي يتخذ لنفسه موقعا محددًا بالنسبة للعملة التي يضارب عليها في المستقبل، كما أنه على علم بما يحتويه هذا الموقف من مخاطر بالنسبة لتقلب الأسعار.

المراجعة في الفائدة: ويقصد بالمراجعة في الفائدة أنه عندما تختلف أسعار الفائدة الخاصة بالاستثمار قصير الأجل في الأسواق المالية للدول المختلفة فإنه ينتج عن ذلك تحركات لرؤوس الأموال قصيرة الأجل، الأمر الذي يدفع البنوك إلى جزء من أموالها في الأسواق الأجنبية حيث يكون العائد على هذه الأموال أكثر ارتفاعاً منه في السوق المحلية.

¹. عبد الحميد محمد الشواربي، محمد عبد الحميد الشواربي: مرجع سابق، ص 1295_1296.

ج. المتعاملون في سوق الصرف:

يتمثل المتعاملون في سوق الصرف فيما يلي:¹

1. البنوك والمؤسسات المالية خارج السوق: تقوم البنوك والمؤسسات المالية بشراء وبيع العملات الأجنبية نيابة عن عملائها، وبالتالي تقوم هذه البنوك بدور الوسيط بين سوق العملات الأجنبية وبين عملائها ويطلب عملاء البنك عادة العملات الأجنبية لتمويل مستورداتهم من منتجات مختلفة. كما وتتعامل البنوك والمؤسسات المالية بالعملات الأجنبية لحسابها الخاص أي لحساب محفظتها الاستثمارية والعملية الأجنبية.
2. البنوك والمؤسسات المالية داخل السوق: تقوم هذه البنوك بالتعامل بالعملات الأجنبية من خلال الوسطاء، وتقوم هذه البنوك بالتعامل بالعملات لحسابها الخاص أو نيابة عن عملائها، وتقوم هذه البنوك بالاتصال بالوسطاء في السوق لعرض عملة معين أو لشراء عملة معينة، ويقوم هذا الوسيط بالاتصال مع البنوك الأخرى لتنفيذ هذه الصفقة ويتقاضى الوسيط عمولة معينة لقاء تنفيذ هذه المهمة.
3. البنوك المركزية: من المعروف أن من وظائف البنك المركزي الرئيسية إدارة احتياطات الدولة من ذهب و عملات أجنبية وتدخل البنك المركزية مشترياً أو بائعاً للعملات الأجنبية لتوجيه سياساتها النقدية وللمحافظة على سعر صرف عادل لعملتها المحلية، وبالتالي فهي تدخل بائعاً للعملات الأجنبية عندما يكون هناك طلب متزايد على العملة الأجنبية، كما تدخل مشترياً للعملة الأجنبية عندما يكون هناك طلباً متزايداً على شراء العملة الوطنية.

المبحث الثاني: محددات ونظريات سعر الصرف والعوامل المؤثرة عليه.

مهما كان نوع نظام الصرف المعتمد في البلد، فإنه يجب على سعر الصرف أن يحقق شروط التوازنات الكلية للاقتصاد الوطني، أخذ بعين الاعتبار الشروط الدولية (المفروضة من طرف الهيئات ومنظمات) بحيث عندما تتغير المعطيات الاقتصادية الأساسية (معدل التضخم، معدل الفائدة... إلخ) على المستوى الدولي فيجب كذلك أن تتغير على المستوى الوطني في نفس الاتجاه للحفاظ على التوازن وبالتالي فإن سعر الصرف في غالب الأحيان مطالب بالتغيير لتحقيق التوازن. ومن بين محددات هذا التغيير هي المستوى العام للأسعار، ومستوى الفائدة وكذا وضعية المدفوعات الخارجية.

المطلب الأول: محددات سعر الصرف.

يتحدد سعر الصرف من خلال قوى الطلب والعرض.

أ. قوى عرض الصرف الأجنبي:

و هي كل الظروف التي ينتج عنها عرض للعملة، و تتمثل قوى عرض فيما يلي:²

- الصادرات السلعية و الصادرات المنظورة.

¹ . موسى سعيد مطر وآخرون: التمويل الدولي، دار صفاء للنشر و التوزيع، الأردن، 2008، ص 36 - 37.

² . سامي عفيفي حاتم: مرجع سابق، ص 32.

- الصادرات الخدمية أو الصادرات غير المنظورة.
- التحويلات من جانب واحد للدخل.
- واردات رؤوس الأموال قصيرة الأجل و طويلة الأجل.
- صادرات الذهب للأغراض نقدية.

ب. قوى طلب الصرف الأجنبي:

وهي كل الظروف التي تنتج عنها طلب للعملة، وتمثل قوى عرض فيما يلي:¹

- الواردات السلعية والواردات المنظورة.
- واردات الخدمات أو الواردات غير المنظورة.
- التحويلات من جانب واحد للخارج.
- صادرات رؤوس الأموال قصيرة الأجل وطويلة الأجل.
- واردات الذهب للأغراض نقدية.

المطلب الثاني: النظريات المحددة لسعر الصرف.

لقد تعددت النظريات بتعدد الأنظمة النقدية الدولية، التي اتخذت مقاييس مختلفة في اتخاذ المعايير التي يتم على أساسها اختيار القاعدة النقدية، هذا بالإضافة إلى اختلاف المؤشرات الاقتصادية والمالية التي تحدد قيمة العملة.

أ. نظرية تعادل القوى الشرائية:

يرجع الفضل في صياغة هذه النظرية إلى الاقتصادي السويدي جوستاف كاسل (عام 1916) والذي حاول فيها أن يحدد العلاقة بين مستويات الأسعار النسبية في الدول المختلفة، وبناء على هذه النظرية فإن سعر الصرف التوازني بين عملتين هو السعر الذي يساوي بين القوة الشرائية لهما.² نستنتج من هذه النظرية أن التغيرات في سعر الصرف تتحدد من خلال العلاقة بين مستويات الأسعار النسبية في بلدان أطراف التبادل الدولي، فسعر الصرف التوازني بين عملتين هو السعر الذي يساوي بين القوة الشرائية لهما ويحدث التوازن بين عملتين عند قيام التجارة الخارجية بين البلدين. تسمح هذه النظرية بتحديد السعر التوازني للعملة، غير أن هناك من وجه لها انتقادات وتمثل هذه الانتقادات فيما يلي:³

1. صعوبة تركيب أرقام قياسية تعبر عن تغيير القوة الشرائية تعبيراً دقيقاً، فمعظم هذه الأرقام تحتوي على كثير من السلع التي لا تدخل في نطاق التجارة الدولية، وبالتالي لا تكون لأسعارها تأثير مباشر على سعر الصرف.

¹ . المرجع نفسه، ص 29.

² . محمود يونس: مرجع سابق، ص 243.

³ . المرجع نفسه، ص 244.

2. من المستحيل عمليا معرفة الوقت الذي كان فيه سعر الصرف متوازنا، وهذا يعني استحالة النظر إلى فترة معينة على أنها فترة أساس من الممكن أن نحسب التغيرات التي تحدث في سعر الصرف في الفترات اللاحقة على أساسها.

3. لا تخضع تقلبات سعر الصرف لتقلبات الميزان التجاري فقط كما تفترض النظرية إذا أن النقود الأجنبية تطلب وتعرض أيضا بسبب الاستثمارات الدولية طويلة الأجل، أو بسبب حركات رؤوس الأموال الدولية قصيرة الأجل.

4. لا يتحدد سعر الصرف على أساس مستويات الأسعار فقط كما تدعي النظرية، ولكن هناك عوامل أخرى غير الأسعار تؤثر في التجارة الدولية، وبالتالي في سعر الصرف مثل تغير أذواق المستهلكين أو جودة السلعة.

ب. نظرية الكمية:

تتلخص هذه النظرية في أن الزيادة في كمية النقود (زيادة البنكنوت والودائع أي زيادة النقود الورقية والودائع المصرفية، وكذلك الزيادة في سرعة تداول النقود)، تؤدي إلى ارتفاع الأسعار المحلية، مما يؤدي إلى تغيير كبير في معامل التبادل الدولي، فتتوقف بعض الدول على شراء بعض السلع والخدمات من هذه الدولة، كما يتبين لرعايا هذه الدولة أن أسعار المنتجات الأجنبية أصبحت أقل من أسعارها الداخلية، فيقبلون على شراء عملات الدول الأجنبية مما يؤدي إلى ارتفاع أسعار الصرف في حالة حرية تحديدها أو يؤدي إلى خروج الذهب في حالة إتباع نظام الذهب، فيترتب على ارتفاع أسعار العملات الأجنبية ارتفاع في أسعار المنتجات الأجنبية، فيقل الإقبال عليها، ما يترتب على انسياب الذهب إلى العالم الخارجي نقص في كمية النقود الدولية مما يؤدي في النهاية إلى انخفاض مستويات أسعار المنتجات.¹

تتلخص هذه النظرية في وجود علاقة طردية بين كل من كمية وسرعة تداول النقود وأسعار المنتجات أي إذا زادت كمية النقود يؤدي ذلك إلى ارتفاع الأسعار المحلية، وبالتالي يزيد الإقبال على شراء العملات الأجنبية، أما إذا نقصت كمية النقود سوف يؤدي ذلك إلى انخفاض الأسعار المحلية ومن ثم زيادة الإقبال على شراء العملات المحلية.

ج. النظرية الإنتاجية:

ارتفاع مستوى الإنتاجية يؤدي لزيادة حركة رؤوس الأموال الأجنبية لداخل الدولة بغرض الاستثمار في عمليات الإنتاج يؤدي لزيادة الطلب على عملة هذه الدولة وزيادة سعر صرفها، فيما يؤدي زيادة مستوى الإنتاجية لانخفاض تكلفة المنتجات وزيادة القدرة التنافسية للدولة على التصدير، وبالتالي زيادة الطلب على عملة الدولة وارتفاع قيمتها في حالة انخفاض مستوى الإنتاجية يؤدي لانخفاض قيمة العملة.²

¹ . محمد عبد العزيز عجمية: الاقتصاد الدولي - دراسة نظرية و تطبيقية - ، دون ذكر دار النشر، مصر، 2000، ص 72.

² . حامد عمر: إدارة الأعمال الدولية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1999، ص 142.

تتلخص هذه النظرية في أن القيمة الخارجية لعملة الدولة تتحدد على أساس كفاية ومقدرة جهازها الإنتاجي، فزيادة الإنتاجية خاصة بإنتاجية الفرد في كل من الصناعة والزراعة والتجارة تعتبر دليل على قوة الإنتاجية.

لقد وجهت لهذه النظرية بعض الانتقادات نذكر منها:¹

1. بأنه كثير ما تقوم الحكومات بتحديد الأسعار أو توجد هيئات احتكارية تؤثر على مستويات الأسعار وهنا يصبح الاعتماد على النظرية السابقة في تحديد سعر العملة الخارجي أمراً خاطئاً.
2. معدلات الإنتاجية في إحدى الدول منخفضة بسبب ما بينما القيمة الخارجية لعملة كانت مقومة بأكثر من القيمة الحقيقية، كما حدث في ألمانيا سنة 1924، حيث كان إنتاجها نتيجة لظروف الحرب والتعويضات والقيود المفروضة منخفضة، وكانت القيمة الخارجية للمارك مقدرة بأكثر من قيمتها الحقيقية.
3. تقويم العملة بأقل من قيمتها الحقيقية، فمثلاً زادت إنتاجية الهند أثناء الحرب العالمية الأخيرة إلا أن قيمة الروبية إلى الجنيه الإسترليني كانت مثبته.

د. نظرية الأرصدة:

يرى أصحاب هذه النظرية أن القيمة الخارجية للعملة تتحدد على أساس ما يطرأ على أرصدة موازين المدفوعات من تغيير و ليس على أساس كمية النقود وسرعة تداولها، فإذا فرض وكان الرصيد موجباً فهذا يعني زيادة الطلب على العملة الوطنية، مما يؤدي إلى ارتفاع قيمتها الخارجية، أما إذا كان الميزان غير موافق فهذا يدل على زيادة العرض من العملة الوطنية وعلى انخفاض قيمتها الخارجية.²

نستخلص من هذه النظرية أن أساس تحديد سعر الصرف يتم على أساس الأرصدة وليس على أساس كمية النقود وسرعة تداول هذه الأخيرة.

وجهت لهذه النظرية إنتقاد حيث اعتبرت نظرية الأرصدة ناقصة وذلك لأن وجود الرصيد (الدائن أو المدين) إنما يرجع إلى اختلاف في مستويات الأسعار بين الدول، لذلك فإن هذه النظرية لا تعتبر كاملة إلا بنظرية تعادل القوى الشرائية.³

هـ. نظرية تعادل معدلات الفائدة:

حسب هذه النظرية تؤثر معدلات الفائدة السائدة في دولتين بعد فترة معينة على سعر الصرف نقداً لعملي هاتين الدولتين بعد تلك الفترة، وكقاعدة عامة تنخفض قيمة عملة بلد معين مقابل عملة بلد آخر بعد مدة معينة إذا كان معدل الفائدة بعد تلك المدة السائدة، في ذلك البلد أكبر من معدل الفائدة بعد نفس المدة السائدة في بلد آخر، والعكس صحيح.

¹ محمد عبد العزيز عجمية: مرجع سابق، ص 78.

² محمد عبد العزيز عجمية: ص 73.

³ حامد عمر: مرجع سابق، ص 140.

مثال: إذا كان سعر صرف الدولار مقابل الأورو هو 1.9459 وكان معدل الفائدة السائد في أوروبا بعد سنة 4.87% وسعر الفائدة السائد في الولايات المتحدة الأمريكية بعد سنة كذلك هو 5.67%، ففي هذه الحالة فإن سعر صرف الدولار سوف ينخفض أما الأورو، يمكن حساب سعر الصرف الجديد للدولار مقابل الأورو بعد سنة كما يلي:

$$1 \text{ دولار} : 1.9459 = [(5.67\% - 4.87\%) + 1] 1.9459 = (1 - 0.08) 1.9459$$

$$1 \text{ دولار} = 1.9303 \text{ أورو.}$$

نلاحظ أنه بعدما كان سعر صرف الدولار مقابل الأورو يساوي 1.9459 فإن ارتفاع معدل الفائدة في أوروبا بعد سنة عنه في الولايات المتحدة قد أدى إلى انخفاض قيمة الدولار مقابل الأورو، إذ أصبح لا يساوي بعد سنة إلا 1.9303 أورو.¹

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة على سعر الصرف.

هنالك العديد من العوامل المهمة والتي يمكنها التأثير على سعر صرف العملة لدولة ما، منها ما هو اقتصادي ومنها ما هو غير اقتصادي، وعلى العموم يمكن أن نقسمها إلى قسمين رئيسيين هما:

أ. العوامل الاقتصادية:

تمثل العوامل الاقتصادية فيما يلي:²

1. **عرض النقد:** كان الكلاسيك يرون ومن خلال النظرية الكمية للنقود بأن هنالك علاقة قائمة بين كمية النقود والمستوى العام للأسعار، وهذه العلاقة تكون بنفس النسبة ونفس الاتجاه. وقد أكدت المدرسة النقدية بزعماء ملتون فريدمان على أهمية النقود في التأثير على المستوى العام للأسعار إلا أنه ليس بالضرورة التي تصورها الكلاسيك.

2. **أسعار الفائدة:** إن حركة رؤوس الأموال الدولية وانتقالها ما بين الاقتصاد الدولي إنما تتحرك بحثاً عن الفائدة، فالبلد الذي يرتفع فيه أسعار الفائدة الحقيقية عن بقية الدول فإن ذلك الوضع سوف يشجع رؤوس الأموال على الانتقال إليه مما يعني زيادة عرض العملة الأجنبية في الداخل وبالتالي تدهور سعر صرفها.

3. **معدلات التضخم:** يعد التضخم من العوامل المؤثرة على سعر الصرف فارتفاع معدلاته في الداخل يؤدي إلى انخفاض القوة الشرائية للعملة المحلية، وبالتالي تدهور سعر صرفها مما يدل ذلك على أهمية المستوى العام للأسعار في التأثير على سعر الصرف.

4. **ميزان المدفوعات:** يعد التوازن والاختلال في ميزان المدفوعات من بين أهم العوامل المؤثرة في سعر الصرف وذلك لكونه حلقة الوصل التي تعكس علاقة البلد بالعالم الخارجي. ففي حالة حدوث عجز في ميزان المدفوعات لبلد معين فإن ذلك يؤدي إلى زيادة طلبه على العملات الأجنبية لسد ذلك العجز، وبالمقابل

¹ الطاهر لطرش: مرجع سابق، ص 104.

² مراد عبد القادر: دراسة أثر المتغيرات النقدية على سعر صرف الدينار الجزائري مقابل الدولار الأمريكي خلال فترة 1974 - 2003، رسالة ماجستير علوم اقتصادية، غير منشورة، ورقة، 2010، ص 7 - 8.

انخفاض طلب الأجانب على عملته المحلية مما يعني تدهور سعر الصرف لعملة ذلك البلد، وبالعكس في حالة حصول فائض في ميزان المدفوعات.

5. الموازنة العامة: تلعب الموازنة العامة للدولة دورا كبيرا في التأثير على سعر الصرف، فإذا ما اتبعت الدولة سياسة انكماشية من خلال تقليل حجم الإنفاق العام الحكومي الذي يؤدي إلى الحد من حجم الطلب وانخفاض في مستوى النشاط الاقتصادي وهبوط في معدلات التضخم، مما يؤدي بالنتيجة إلى ارتفاع سعر صرف العملة المحلية.

ب. العوامل الغير اقتصادية.

وتشتمل على عوامل أخرى لا تقل أهمية عن العوامل الاقتصادية في التأثير على سعر الصرف، ويمكن إجمالها بالآتي:¹

1. الاضطرابات و الحروب: تلعب الاضطرابات السياسية والحروب المختلفة دورا كبيرا في التأثير على سعر الصرف وذلك من خلال تأثيرها على الوضع الاقتصادي للبلد بصورة عامة، حيث تتأثر معظم القطاعات الاقتصادية ولاسيما القطاع الصناعي وقطاع التجارة الخارجية، وبالتالي فإن اقتصاد البلد يكون في وضع حرج نسبي ويفقد الثقة بعملة البلد جراء ارتفاع معدلات التضخم.

2. الإشاعات والأخبار: تعد الإشاعات والأخبار من المؤثرات السريعة على سعر الصرف بغض النظر عن درجة صحتها، إذ أنها تعمل على رفع أو خفض قيمة العملة لمدة قصيرة ثم ما تلبث أن تعود قيمة العملة إلى وضعها الطبيعي بعد زوال أثر الإشاعة أو الخبر، وأن سرعة تأثير سعر الصرف بتلك الإشاعات تعتمد على مدى تجاوز قوى السوق تبعاً لاستجابات المتعاملين فيه.

3. الخبرة في أسواق المال: خبرة العاملين في أسواق المال وقوتهم التفاوضية والأساليب المستخدمة في تنفيذ عملياتهم المختلفة من شأنها التأثير على سعر صرف العملات.

المبحث الثالث: أنظمة الصرف:

عرف الاقتصاد العالمي خلال القرن العشرين عدة أنظمة نقدية عالمية، تهدف كلها إلى تنظيم المبادلات الدولية المتعددة، والتي تركز أساسا على أنظمة الصرف المختلفة، ويقصد بنظام الصرف تلك القواعد التي حددت على أساسها أسعار صرف العملات.

وتنوع أنظمة الصرف في الزمان والمكان ناتج عن تنوع المقاييس التي تتخذها المجتمعات في حساب القيم الاقتصادية، وهو ما يعرف بالقاعدة النقدية ويمكن الفصل بين عدة أنظمة لسعر الصرف وأهم هذه الأنظمة نظام الصرف الثابت، ونظام الصرف المرن ونظام الرقابة على الصرف.

¹. مراد عبد القادر: مرجع سابق، ص 8-9.

المطلب الأول: نظام الصرف الثابت.

في ظل هذه الطريقة تحدد عدد الوحدات من العملة الأجنبية التي يمكن الحصول عليها من أو تسليمها إلى البنك مقابل الحصول على وحدة نقدية من العملة الوطنية، ففي نطاق هذه الطريقة يكون سعر الشراء أعلى من سعر البيع للبنك، ويشترى عادة وحدات أكثر من العملة الأجنبية مقابل وحدة واحدة من العملة الوطنية كما أن سعر الصرف الثابت يتميز بأن الأسعار في ظل هذا النظام لا تتغير في أجل قصير، كما أن السلطات النقدية على استعداد دائم للتعامل بما مما يتنافى معها وجود أسعار أخرى أقل أو أكثر، كما أن هذا النظام يتأثر بعامل العرض والطلب لذا تتغير الأسعار ولكن في حدود نسبية ضئيلة، كما أن السلطات النقدية تلتزم بالمحافظة على سعر الصرف في ظل هذه الطريقة لذا تدخل السوق كمشتري أو بائع في حالة تغير سعر الصرف بالزيادة أو النقصان نظراً لخضوعه لعامل العرض والطلب، إن هذا النظام في حد ذاته يضم نوعين من الأنظمة، نظام قاعدة الذهب ونظام الصرف الثابت القابل للتعديل.¹

أ. نظام قاعدة الذهب:

تطلق قاعدة الذهب على النظام الذي يتم بمقتضاه ربط قيمة العملة الوطنية لكل دولة من الدول المشتركة فيه بوزن معين من الذهب، وعلى هذا الأساس تقف علاقة سعرية محددة وثابتة بين الذهب والعملات الوطنية للدول المختلفة المشتركة في هذا النظام، ولذلك فإن هذه القاعدة تعتبر أساس، ويسمى بنظام أسعار الصرف الثابت ويترتب على احتفاظ كل دولة بسعر ثابت لعملتها، مقومة بالذهب أن يتحقق سعر ثابت للعملات المختلفة بعضها ببعض.²

أما شروط نظام قاعدة الذهب التي من خلالها تسمح بثبات سعر الصرف فهي:³

1. أن يكون سعر شراء وبيع الذهب واحد في كل دولة.

2. أن تكون انتقالات الذهب عديمة النفقة.

ولأن هذين الشرطين لا يتحققان عملياً فإنه يسمح بتقلب هذا السعر بحرية في حدود ضيقة جداً، هي دخول الذهب إلى الدولة وخروجه منها وذلك وفق قوى العرض والطلب الخاصة بكل عمله من عملات الدول الأجنبية، أو ما يطلق عليه "قوى لعبة الذهب".

ب. نظام الصرف الثابت القابل للتعديل:

وهو نظام أسعار الصرف الثابتة (بموجب قاعدة الذهب) مع إجراء تخفيضات في قيمة العملة بين الحين والآخر التي يسمح بها عندما تضمن الظروف ذلك.⁴

1. عبد المطلب عبد الحميد: البنوك الشاملة وعمليات إدارتها، دار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2000، ص 330.

2. محمود يونس: مرجع سابق، ص 238 - 239.

3. زينب حسين عوض الله: مرجع سابق، ص 49.

4. غازي عبد الرزاق النقاش: التمويل الدولي والعمليات المصرفية الدولية، دار وائل للنشر، عمان، 1996، ص 109.

حيث جاء هذا النظام من خلال إعلان الوثيقة النهائية للمؤتمر الذي انعقد في بريتون وودز Bretton woods بولاية نيوهامشير New hampshire بالولايات المتحدة الأمريكية خلال الفترة من أول يوليو عام 1944 لتعبر عن ميلاد نظام نقدي جديد عرف بنظام بريتون وودز ليقضي بإقامة مجموعة من القواعد والأساليب لتنظيم الصرف الأجنبي وتقييد تقلبات أسعاره، وإنشاء منظمة نقدية دولية تتولى مسؤولية إقامة هذا النظام ومتابعة تنفيذه، وهذه المنظمة النقدية عرفت باسم صندوق النقد الدولي.

في ظل هذا النظام النقدي الدولي اتجهت اتفاقية بريتون وودز إلى ربط عملات الدول الأعضاء في صندوق النقد الدولي بشبكة من أسعار الصرف كمبدأ جوهرى نحو إقامة هذا النظام، وتحقيقاً لذلك نصت الاتفاقية على اعتبار الذهب أحد المكونات الرئيسية -وليس المكون الوحيد على النحو الذي كان سائداً في ظل قاعدة الذهب الدولية- للسيولة التي عرفها الصندوق على أنها كمية الاحتياطي من الذهب والعملات الأجنبية الأساسية التي يمكن للسلطات النقدية الحصول عليها بصورة سريعة وغير مشروطة، وفي الوقت نفسه من بين ما اشترطته اتفاقية بريتون وودز ما يلي:¹

- ربط أسعار تعادل العملات المختلفة للدول الأعضاء بالذهب بصفة رئيسية، ولكن مع السماح في الوقت ذاته بأن يحدد سعر تعادل بالذهب أو الدولار الأمريكي حسب القيمة المعلنة في مطلع شهر يوليو عام 1944 والبالغة 0.888671 جرام من الذهب الخالص لكل دولار أمريكي واحد، أو ما يعادل 35 دولار للأوقية الواحدة باعتبار أن الدولار في هذا الوقت كان يعتبر الوحدة الوحيدة القابلة للتحويل إلى ذهب والعكس.
- عدم تجاوز الحد الأعلى والحد الأدنى لاختلاف معدلات تحويل الصرف الآنية التي تقع فيها بين عملات الدول الأعضاء في الصندوق داخل أراضيها أكثر من $\pm 1\%$ من قيمتها التعادلية.

المطلب الثاني: نظام الرقابة على الصرف.

ساد نظام الرقابة على الصرف في ظل النقود الورقية واتبه بعض الدول خلال الثلاثينيات وبعد الحرب العالمية الثانية، بمقتضى هذا النظام تحتكر الدول شراء وبيع العملات الأجنبية، وذلك من أجل تعبئة الرصيد الأجنبي المتاح، بكميات قليلة نسبياً وتوزيعه على وجوه الطلب الممكنة بحيث يبقى الطلب على الصرف في حدود الكمية المعروضة منه، ومن ثم يمكن لسعر الصرف أن يظل ثابتاً وذلك على الرغم من المغالاة فيه ولا يتحدد سعر الصرف عند المستوى الذي يتوازن عنده عرض الصرف وطلبه، بل إن الطلب الفعلي على الصرف الأجنبي إنما يحصر بواسطة الدولة في حدود الكمية المعروضة من هذا الصرف، وذلك على أساس سعر معين للصرف تحدده الدولة نفسها إدارياً، كذلك فإن هذا النظام يعتمد في الواقع على التمييز الاقتصادي وسواء كان التمييز بين الدول أو بين السلع، أيضاً من صور الرقابة على الصرف استخدام سعر صرف متعدد ويمكن أن يكون التعدد بالنسبة للسلع أو بالنسبة للدول، ولهذا التعدد في سعر الصرف مظهران أساسيان، فقد يكون في بيع النقد الأجنبي، و قد يكون في شرائه أو بطبيعة الحال في البيع والشراء معا.

¹. عبد المطلب عبد الحميد: اقتصاديات النقود والبنوك - الأساسيات والمستحدثات، الدار الجامعية، مصر، 2007، ص 349 - 350.

وتعتبر الرقابة على الصرف أداة فنية تستخدم لتحقيق العديد من الأغراض التي تخدمها مثل هذه السياسة، ويأتي في مقدمة هذه الأغراض المحافظة على قيمة مرتفعة للعملة الوطنية، أيضا من هذه الأهداف منع خروج رؤوس الأموال من الدولة والحد من الواردات غير الضرورية هذا بالإضافة إلى عزل الاقتصاد القومي عن الخارج حتى يمكن تحقيق سياسة العمالة الكاملة في الداخل دون خشية الاختلال في التوازن الخارجي للدولة، و قد يكون الغرض منها هو الحصول على إيرادات لخزانة الدولة، فضلا عن تخفيف العبء المالي الواقع على الدولة وهي بصدد تسوية ديونها الخارجية الباهظة.

ولقد استمر العمل بهذا النظام في أغلب دول العالم الرأسمالية حتى ما بعد الحرب العالمية الثانية، الأمر الذي كاد يجعل من هذا النظام هو القاعدة، بعد أن كان قبل الحرب الاستثناء، ولم تتخل دول أوروبا الغربية عن هذا النظام إلا في أواخر عام 1958 عندما شعرت بالاستقرار الاقتصادي فجنحت إلى تحرير معاملاتها الخارجية وفتحت الباب لدخول رؤوس الأموال إليها وخروجها منها، وغدا مرة أخرى نظام الرقابة على الصرف هو الاستثناء المناسب لظروف استثنائية لا الوضع العادي للعلاقات الاقتصادية الدولية، ولم تعد رقابة الصرف في صورتها المعتادة إلا مميزا للدول رأسمالية ضعيفة تحتاج إليها لمركزها في السوق الدولية، دول أغلبها في العالم المتخلف، وعلى الرغم من ذلك فإن بعض وسائل الرقابة مازالت متبعة، حيث لا يمكن استبعاد الرقابة على الصرف كلية من جعبة الوسائل المتوفرة للحكومات في سعيها لتحقيق الاستقرار الاقتصادي، ذلك أن قوى السوق الحر لا تحقق دائما النتائج المرجوة، وعموما فإن فرض الرقابة على الصرف يتضمن عددا من الصعوبات لذلك لا يمكن الدفاع عن هذا النظام إلا في الحالات التي لا يتوافر فيها بديل.¹

المطلب الثالث: نظام الصرف المرن.

عقب الانتشار الواسع في إتباع قاعدة الذهب ولعدت سنوات لم يكن ينظر بتقدير للأسعار المعومة وفي فترات زمنية سابقة كانت تستخدم كإجراء مؤقت عندما يكون هناك عدم الاستقرار كبير، ولقد لجأت ألمانيا إلى الأسعار المعومة عدت مرات وحتى بداية السبعينات، وتعرف أسعار الصرف المعومة أو المرنة كما يلي: Flexible exchange rate فتحصل عندما يحدد سعر الصرف للعملة بفعل قوى العرض والطلب في السوق، فعندما يزداد الطلب على العملة نسبة إلى العرض، فإن تلك العملة ترتفع قيمتها بينما العملات التي يزداد عرضها أو كمياتها المعروضة في السوق (سوق صرف العملات) عن الكمية المطلوبة فإن قيمتها تنخفض وهذه الإجراءات تعتمد على طبيعة السياسة الاقتصادية الكلية الوطنية المطبقة بمعزل عن سياسات الدول الأخرى.²

¹ . زينب حسين عوض الله: مرجع سابق، ص 52 - 54.

² . غازي عبد الرزاق نقاش: مرجع سابق، ص 211.

ويمكن تمييز نوعين من أنظمة الصرف المرن هما:¹

أ. التعويم المدار (المسير):

يتدخل المصرف المركزي بانتظام لتعديل سعر العملة وفق مجموعة من المؤشرات مثل الفجوة بين العرض و الطلب في سوق الصرف، ومستويات أسعار الصرف الفورية، وفي المستقبل وأسواق سعر الصرف الموازنة.

وفيما يخص أشكال التسيير التي يعمل البنك المركزي لتقييد تذبذبات سعر الصرف للعملة فهي:

1. ربط العملة الوطنية بعملة أحادية: يربط البلد عملته بعملة رئيسية مثل الدولار الأمريكي أو الفرنك الفرنسي، ولا تتدخل السلطات المختصة في تحديد سعر الربط أو تقوم بتحديد سعر الربط إلا في حالات معينة، ويلاحظ أن الربط بعملة مفردة ثابتة بالنسبة لعملة الربط فقط، حيث تعتبر العملة من الناحية العملية معومة بالنسبة لجميع العملات الأخرى.

2. ربط العملة الوطنية بسلة من العملات: يتم اختيار نظام بسلة من العملات المتاحة، مثل حقوق السحب الخاصة وسلات العملات الأخرى التي تتركز عادة على عملات أهم الشركاء التجاريين للبلد.

ب. التعويم الحر (المطلق):

يتترك لسعر الصرف حرية التغير بشكل مستمر عبر الزمن بما يتفق وقوى السوق، ويقتصر تدخل السلطات في هذه الحالة على التأثير على سرعة التغير في سعر الصرف فقط، وليس الحد من ذلك التغير.

المبحث الرابع: مخاطر سعر الصرف.

يمتاز سوق الصرف بتعدد عملاته التي عادة ما تكون أسعارها غير ثابتة خاصة في ظل تعويم العملة، مما قد ينتج عنه خسائر كبيرة سواء كان ذلك للمستورد أو المصدر.

المطلب الأول: تعريف وأنواع خطر الصرف.

إن التقلبات التي تحدث في سعر الصرف تنجم عنها مخاطر متنوعة.

أ. تعريف خطر الصرف:

تعرف مخاطر سعر الصرف بأنها: "تقلب أسعار بيع وشراء (تبادل) العملات الأجنبية مقابل العملة الوطنية".² أيضا يعرف خطر الصرف بأنه: "ذلك التغير الإجمالي المتزايد في قيمة النقد الوطني الناتج عن تغيرات أسعار الصرف، وهو يمس القروض، التحويلات، والديون بالعملة الصعبة".³ ومخاطر تغيرات أسعار الصرف مرتبطة أساسا بعمليات الاستيراد والتصدير المقيمة بالعملة الصعبة، وكذلك مرتبطة بعمليات الاقتراض بالعملة

¹ غازي عبد الرزاق النقاش: مرجع سابق، ص 220.

² خالد أمين عبد الله، إسماعيل إبراهيم الطراد: إدارة العمليات المصرفية المحلية والدولية، دار وائل للنشر، الأردن، 2006، ص 111.

³ Michel Jura, technique financière internationale, édition dunod, paris, 2003, p 142.

الأجنبية وهي مخاطر تواجه المؤسسة دولية النشاط. وأن المؤسسة تكون عرضة لتقلبات أسعار الصرف عندما تكون ثروتها مهددة بهذا الخطر.¹

وعليه فإن خطر الصرف يدور حول الضرر الذي يلحق بالنتائج المالية للمؤسسة ذات العلاقات الاقتصادية مع الخارج من جراء التقلبات في أسعار صرف عملات التمويل لنشاطات تلك المؤسسة، ويتعرض المصدر لخطر الصرف إذا كانت عقود محددة بالعملة الصعبة غير العملة المحلية، فعند حدوث انخفاض في قيمة العملة المستخدمة في تحرير الفاتورة بالنسبة للعملة الوطنية الخاصة بالمصدر لا يتحصل هذا الأخير على المقدار المتفق عليه في العقد، أما المستوردون فيكونون مجبرين على قبول عملة المصدر الأجنبي، فيتحملون خسارة عند حدوث ارتفاع في قيمة العملة المتعامل بها بين تاريخ إمضاء العقد ووقت تسديد الديون.²

ب. أنواع مخاطر الصرف:

تمثل المخاطر التي ترتبط بعملية الصرف الأجنبي فيما يلي:³

1. **المخاطر المالية:** إن أكثر المخاطر وضوحاً هي تلك التي تنشأ بسبب تغيرات قيمة العملة والتي تحدث فجأة وبحدة في بعض الأحيان، وهذه التقلبات تتكرر باستمرار في ظل نظام تعويم أسعار الصرف وقد جاء في أحد الإحصائيات أن تقلبات قيمة العملة خلال يوم واحد تراوحت بين 1,5% و 3%، وأن التقلبات خلال ثلاثة شهور تراوحت بين 3,1% عام 1974 إلى 25% عام 1976، وقد حدث وأن فقدت البيزيتا الإسبانية عام 1976 نسبة 10% من قيمتها خلال ساعات قليلة.

2. **مخاطر التمويل:** وهي التي يتعرض لها البنك عندما يجد صعوبة في الحصول على الأرصدة اللازمة لتمويل النشاط المصرفي، ويضطر إلى سداد أسعار الفائدة باهظة على الودائع النقدية المودعة لمدة 24 ساعة من أجل تمويل أحد الحسابات بالعملة الأجنبية.

3. **المخاطر التي تترتب على التغييرات التنظيمية:** وهذه المخاطر تتعلق بالتعامل بالعملات الأجنبية في الخارج، سواء بالنسبة للبنوك أو بالنسبة للمشروعات التجارية. فعلى سبيل المثال كانت فرنسا قد أخرجت منذ عدة سنوات نوعين من العملة هما الفرنك المالي والفرنك التجاري، وحددت أنواع المدفوعات التي تتم تسويتها بكل نوع من نوعي الفرنك، وقد وجدت بعض المشروعات أنها تحوز الفرنكات غير المطلوبة. ومن ثم لجأت إلى بيعها بخسارة في حين أنها دفعت علاوة نقدية إضافية من أجل الحصول على النوع المطلوب من الفرنكات.

ومن ذلك أيضاً أنه إذا وضعت الدولة فجأة نظام صرف مزدوج لعملتها وهو نظام يحدد سعر صرف للعملة مقابل العملات الأخرى، كأن يكون هناك سعر صرف حر يحدده العرض والطلب، ويوجد من جهة

¹ Dahlia Tang et autre, Le marche des changes et la zone France, Edicel, Paris2000, p 9.

² موري سمية: آثار تقلبات أسعار الصرف على العائدات النفطية، دراسة حالة الجزائر، رسالة ماجستير تخصص مالية دولية، غير منشورة، جامعة تلمسان، الجزائر، 2009، ص 47_48.

³ مدحت صادق: النقود الدولية وعمليات الصرف الأجنبي، دار غريب للطباعة، القاهرة، مصر، 1997، ص 133 - 136.

أخرى سعر صرف موجه تحدده السلطات النقدية، ويطبق السعر الأول على العمليات التجارية ويطبق السعر الثاني على العمليات المالية مثل تحويل رؤوس الأموال للخارج. وهنا قد تترتب خسائر على تحويل رؤوس الأموال في حالة تطبيق هذا النظام بسبب اختلاف سعر الصرف.

4. **المخاطر الائتمانية:** ينص عادة على عقود الائتمان الذي يمنح بالعملة الأجنبية على التزام كل طرف بتسليم العملة موضوع العقد للطرف الآخر بالسعر وفي الموعد المتفق عليه في العقد، وهناك مخاطر تنشأ من احتمال عدم وفاء أي من الطرفين بالتزامه.

5. **المخاطر التي تقع في مجريات النشاط اليومي:** قد تقع بعض الأخطاء في خضم النشاط التجاري بالبنك كأن تدرج العملة غير المطلوبة أو يدرج سعر الصرف الخطأ أو قد توجه الأرصدة بالعملة الأجنبية بطريق الخطأ إلى حساب آخر غير الحساب الصحيح.

6. **المخاطر الناجمة عن إعادة تقييم المراكز المفتوحة:** قد تتحقق خسائر للبنك عند إعادة تقييم مراكز العملات الأجنبية المفتوحة لديه والتي تجري عادة مرة كل شهر، وتختلف أساليب إعادة التقييم، إلا أن الأسلوب الأكثر إتباعاً هو أن يتم تقييم كافة المراكز المفتوحة للعملات الأجنبية على أساس أعلى سعر معلن في السوق في نهاية العمل الذي يتم فيه إعادة التقييم.

المطلب الثاني: طرق المتبعة لمواجهة خطر الصرف.

توجد عدة سبل لمواجهة المخاطر التي تنتج بسبب تقلبات أسعار الصرف، و هذه الطرق قد تكون داخلية أو خارجية.

أ. **أساليب خارجية:** المقصود بها ما تقوم به المجموعة من دخول في علاقات تعاقدية مع طرف آخر خارجي لتغطية مخاطر تقلبات أسعار الصرف.¹

وتتلخص هذه الأساليب فيما يلي:

1. **عمليات الصرف الفورية:** تتضمن تجارة الصرف الأجنبي شراء عملة أجنبية مقابل بيع عملة أجنبية أخرى، فإذا ما تم الاتفاق على صفقة نقد أجنبي بسعر صرف محدد فإن الأطراف المعنية عليها تحديد مكان التسليم وتاريخ التسليم، فإذا لم يحدد تاريخ التسليم فيؤخذ أسعار البيع والشراء على أنها فورية، ويمثل سعر الصرف الفوري الأساس بكل المعاملات المالية الخاصة بتجارة الصرف الأجنبي. وتتم الصفقات باستخدام تاريخ التسوية الفوري، وهذا يعني أن العملية سيتم تسويتها بعد مضي يومين من تاريخ إبرام الصفقة.²

2. **عمليات الصرف الآجلة:** يمكن تعريفه بأنه اتفاق بين طرفين (بنك و بنك آخر، أو بين بنك وعميل) لتبادل عملة بأخرى ولكن في المستقبل، ويتم تحديد سعر التبادل وتاريخ التسليم والقيمة المتبادلة

¹ . مدحت صادق: مرجع سابق، ص 190.

² . المرجع نفسه: ص 146.

بين طرفين عند توقيع العقد. وعادة لا تزيد مدة العقد الآجل عن سنة بأي حال من الأحوال، علما أن معظم عقود السوق الآجل تتم خلال شهر، ثلاثة أشهر، أو ستة أشهر.¹

3. **عملية المبادلة أو المقايضة swap**: إن عملية التبديل أو المقايضة هي شراء وبيع عملة على أساس التسليم الآني بالسعر الآني وإعادة بيعها أو شرائها في نفس الوقت على أساس التسليم الآجل بسعر تسليم آجل يتم تحديده على أساس فروقات أسعار الفائدة على القروض والودائع بين العملتين.²

4. **خيارات العملة**: يمكن في الحقيقة الحديث عن نوعين من خيارات الصرف، خيارات الشراء وخيارات البيع، ويمكن تعريف خيارات الصرف في إطار هذين النوعين. فأما خيار الشراء فهو ذلك الخيار الذي يعطي لصاحبه الحق في شراء مبلغ معين من العملة الأجنبية مقابل العملة الوطنية بسعر معين وفي أجال استحقاق محدد مسبقا، وعلى هذا الأساس فإن خيار الشراء لا يعتبر ملزما للمشتري، بل يمكنه أن ينفذ قرار الشراء أو يتنازل عن الخيار. وأما خيار البيع فهو ذلك الخيار الذي يعطي الحق لصاحبه في بيع مبلغ معين من العملة الصعبة مقابل العملة الوطنية بسعر معين وفي تاريخ استحقاق معين محدد مسبقا. وخيار البيع لا يعتبر هو الآخر ملزما لصاحبه، بل يمكن البائع أن ينفذ هذا الخيار أو يتنازل عنه حسب تطورات سوق الصرف.³

5. **العقود المالية المستقبلية**: العقود المالية المستقبلية هي عقود قانونية ملزمة تعطي لحاملها الحق في شراء أو بيع كمية نمطية محددة من أحد الأدوات المالية المعينة بذاتها، بسعر محدد في وقت إبرام العقد على أن يتم التسليم في تاريخ لاحق في المستقبل. ويتم هذا التعاقد في جلسة مزاد علني في بورصة العقود المستقبلية التي توجد بها عدد من غرف التعامل تختص كل واحدة منها بالتعامل في العقود المستقبلية على سلعة معينة، وفي وسط الغرفة يلتقي المتعاملون من أعضاء السوق على حلقة أو حلقة في غرفة التعامل.⁴

6. **الأساليب الخارجية الأخرى لإدارة مخاطر الصرف الأجنبي**: تتمثل هذه الأساليب فيما يلي:⁵

- **الاقتراض قصير الأجل**: يعتبر الاقتراض قصير الأجل أحد الوسائل لتغطية مخاطر العملة الأجنبية المقومة بها المستحقات أو المدفوعات الآجلة، وذلك بشرط توافر التمويل الائتماني بطبيعة الحال فإذا استحق لأحد المصدرين مبالغ بعملة أجنبية معين تستحق بعد ثلاثة شهور مثلا، فإنه يقوم بالحصول على قرض بنفس هذه العملة لمدة ثلاثة شهور بحيث تغطي مستحقاته المالية الآجلة قيمة القرض وفوائده، ثم عليه في نفس الوقت تحويل قيمة القرض إلى عملته طبقا لسعر صرف فوري، ثم إيداع الحصيلة في ودیعة لمدة ثلاثة شهور وعندما يتم تحصيل مستحقاته من المستورد يقوم بسداد القرض الذي قد حصل عليه و فوائده.

¹ . رشاد العصار، عليان الشريف: المالية الدولية، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، ط1، 2000، ص 91.

² . موسى سعيد مطر وآخرون: مرجع سابق، ص 128.

³ . الطاهر لطرش: مرجع سابق، ص 110.

⁴ . مدحت صادق: مرجع سابق، ص 178.

⁵ . المرجع نفسه: ص 191 - 193.

- خصم الكمبيالات المسحوبة بالعملة الأجنبية: عندما يكون سداد قيمة السلعة بموجب كمبيالة يسحبها المستورد لصالح المصدر لاستحقاقات آجلة مختلفة (والمعروفة بتسهيلات الموردين)، فإن المصدر قد يعمل على خصم هذه الكمبيالات لدى أحد البنوك في بلده أو في بلد المستورد والحصول على قيمتها فوراً مقابل عملة يدفعها للبنك الذي تولى عملية الخصم.

- اللجوء لشركات تحصيل الديون: وهو أن تباع الشركة مستحقاتها المالية بالعملة الأجنبية إلى إحدى شركات تحصيل الديون مقابل التنازل عن نسبة من هذه المستحقات لها، وتصبح شركة تحصيل الديون في هذه الحالة دائماً أصيلاً في مواجهة المدين، عليها تحصيل مستحقاتها منه بدون حق الرجوع على البائع.

- الحصول على ضمانات حكومية: تعمل بعض الوكالات الحكومية في كثير من البلدان على تشجيع الصادرات بتقديم ضمانات لتغطية المخاطر الائتمانية المرتبطة بالتصدير، وكذلك لتغطية مخاطر تقلبات سعر الصرف وذلك مقابل قيام المصدر بسداد عمولة بسيطة للوكالة لكي تتحمل الخسائر التي تنجم عن التخلف عن الدفع أو تقلب سعر الصرف في غير صالح المصدر، وتقوم البنوك التجارية بمنح ائتمان للمصدرين بشروط ميسرة تحت مظلة الضمانات التي تصدرها هذه الوكالات الحكومية. ونظراً لاشتداد حدة المنافسة بين الدول المصدرة للسلع الرأسمالية فإن هذه الوكالات أصبحت تعرض دعماً مالياً لسداد الفوائد التي تحتسب على التمويل الائتماني الذي يمنح للمصدرين.

ب. أساليب داخلية: تتمثل الأساليب الداخلية لتخفيض مخاطر سعر الصرف في السياسات التي تنتهجها الإدارة المالية للمجموعة بالنسبة إلى الوحدات التابعة لها دون اللجوء إلى أي طرف خارجي، وتتكون هذه الأساليب فيما يلي:¹

1. أسلوب المقاصة: ويتبع هذا الأسلوب بالنسبة للشركات التي تتعامل مع بعضها البعض داخل المجموعة، بأن تجري المقاصة بين المستحقات والمطلوبات الخاصة بكل منها اتجاه الآخر دون الاحتفاظ في دفاترها لمراكز مكشوفة بالنقد الأجنبي، ويجري تسوية الصافي بسداده لهذا الطرف أو ذاك. ولا شك أن إتباع هذا الأسلوب يخفض من عدد المدفوعات التي تتم بين الوحدات المختلفة داخل المجموعة وتخفض أيضاً من المصاريف البنكية، وتساعد على إحكام الرقابة على المستويات المالية الداخلية بين الوحدات المختلفة.

2. أسلوب المطابقة: قد يستخدم Netting و Matching إلا أنه يوجد في الحقيقة اختلافاً بينهما فالمقاصة مصطلح يستخدم في حالة التدفقات النقدية بين وحدات اقتصادية تضمها مجموعة واحدة، أما المطابقة فتستخدم بين هذه الوحدات بعضها البعض أو بينهما وبين طرف ثالث. والمطابقة أسلوب تتبعه الوحدة الاقتصادية لكي تطابق التدفقات النقدية الأجنبية الداخلة إليها والخارجة منها في نفس المواعيد تقريباً، بحيث تستخدم المبالغ المستلمة بعملة أجنبية معينة في سداد المدفوعات المطلوبة بنفس العملة.

¹ مدحت صادق: مرجع سابق، ص 194 - 196.

3. أسلوب التعجيل والتباطؤ: ينصرف هذا الاصطلاح إلى تعديل الشروط الائتمانية السارية بين الشركات وهذا الأسلوب يتبع بالنسبة للمدفوعات المتعلقة بوحدة مختلفة داخل المجموعة، فالتعجيل يقصد به سداد التزام مالي في موعد مبكر عن استحقاقه، أما التباطؤ فهو سداد التزام مالي بعد فترة من تاريخ الاستحقاق ويهدف هذا الأسلوب إلى الاستفادة من التغيرات المتوقعة لأسعار الصرف بالزيادة أو بالتخفيض لما يتفق مع مصلحة الوحدة.

4. إصدار الفواتير بالعملة الأجنبية: كثيراً ما يلجأ المصدرين إلى إصدار فواتيرهم بعملة بلدهم لتجنب خطر الصرف أو بعملة تتميز بالثبات النسبي ولها سوق صرف آجل حتى يتمكن من إجراء التغطية اللازمة.

5. إدارة الأصول و الخصوم: و يقصد به أن يتم زيادة التدفقات النقدية الداخلة للمؤسسة بعملة يتوقع ارتفاع قيمتها، في نفس الوقت يتم زيادة التدفقات النقدية الخارجة من المؤسسة بعملة نقدية من المتوقع انخفاض قيمتها أو العمل على موازنة جميع تدفقات المؤسسة إذا كانت مقومة بنفس العملة.

خلاصة الفصل :

يتم تسوية المعاملات الاقتصادية سابقا بواسطة الذهب من خلال عملية خروج الذهب من الدول المستوردة ودخوله إلى الدول المصدرة، لكن مع زوال قاعدة الذهب أصبحت تسوية المعاملات تتم بواسطة العملة ولأنه لا تحظى كل عملة بقبول عام استلزم وجود سعر للصرف، يعني هذا الأخير تقويم عملة بعملة أخرى وتتم هذه العملية في سوق يعرف بسوق الصرف، ويعتبر هذا الأخير الأداة أو الوسيلة التي تجمع بين العارضين والطالبين لمختلف العملات ويختلف سعر العملة سواء كان الاسمى أو الحقيقي باختلاف الأنظمة المتبعة في العالم.

تمهيد

لقد كان للنظام الاقتصادي الجديد والمتمثل في تحرير التجارة العالمية الأثر الكبير على النشاطات الاقتصادية والتي تشمل كذلك التجارة الخارجية، حيث أصبحت تحت هاجس المنافسة على الصعيد العالمي، والذي يمثل في العصر الحالي تحدياً متزايد الخطورة لا يقتصر أثره على المؤسسات والمنظمات في قطاع الأعمال وإنما يمتد أثره ليهدد المنظمات والإدارات الحكومية والمنظمات الإقليمية والدول ذاتها خاصة في ظل ظهور العولمة.

أما فيما يخص التصدير أو الصادرات فهي تمثل الجزء الايجابي في التجارة الخارجية، وذلك للدور الكبير الذي تؤديه لاقتصاديات دول العالم سواء كان ذلك بما توفره من نقد أجنبي ضروري لتمويل برامج التنمية الاقتصادية وكذلك لتغطية ما تحتاجه من واردات السلع والخدمات، ولكي تتم عملية التصدير بنجاح فيجب أن تتوج بقدرة تنافسية في الأسواق الخارجية تساعدها على اختراق وغزو الأسواق. وعليه فقد تناولنا هذا الفصل من خلال أربعة مباحث وهي كالآتي:

- المبحث الأول: المفاهيم الأساسية حول التنافسية.
- المبحث الثاني: إستراتيجيات التنافسية.
- المبحث الثالث: مفاهيم أساسية حول الصادرات (التصدير).
- المبحث الرابع: طرق وإستراتيجيات التصدير، ومؤشرات تنافسية الصادرات.

المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول التنافسية.

في ظل الانفتاح الذي يشهده العالم واشتداد المنافسة ظهر مصطلح جديد وهو التنافسية، التي تعني على المستوى الكلي قدرة البلد على توليد القيم المضافة، ثم زيادة الثروة الوطنية عن طريق إدارة الأصول والعمليات من أجل إيجاد مكانة لها في الأسواق العالمية والمحافظة عليها لأكثر فترة ممكنة، وذلك من خلال انتهاز إحدى إستراتيجيات التنافسية المبنية على عوامل داخلية وأخرى خارجية.

المطلب الأول: تعريف التنافسية وأهميتها.

أ. تعريف التنافسية:

تعرف التنافسية بأنها القدرة على الصمود أمام المتنافسين بغرض تحقيق الأهداف، من ربحية ونمو واستقرار وتوسع وابتكار وتحديد، وتسعى الشركات ورجال الأعمال بصفة مستمرة إلى تحسين المراكز التنافسية بشكل دوري نظراً لاستمرار تأثير المتغيرات العالمية المحلية.¹

كما تعرف التنافسية بمفهومها الحديث بأنها ترتبط بإرادة الدولة الساعية إلى رفع إنتاجية المواد المتاحة سواء كانت موارد بشرية أو مادية.²

وأيضاً تعرف التنافسية لدى بعض الباحثين على المستوى الوطني بأنها فكرة عريضة تضم الإنتاجية الكلية ومستويات المعيشة والنمو الاقتصادي، بينما يرى آخرون أن لها مفهوماً ضيقاً يركز على تنافسية السعر والتجارة غير أن تعريف التنافسية على مستوى الجزئي يعتبر أقل تشعباً وتعقيداً من التنافسية الوطنية، فتنافسية المنتج يمكن إدماجها بسهولة في الإطار النظري الذي يفسر السلوك الأمثل للمؤسسة والمتمثل في تخفيض التكاليف أو تعظيم الأرباح، والأخذ بعين الاعتبار تركيبة السوق وأسعار عوامل الإنتاج والمنتج.³

ويصعب إيجاد تعريف موحد للتنافسية، ويصعب أكثر تطويع هذا التعريف لخصائص بلد معين أو منطقة محددة مثل المنطقة العربية، لكن من خلال مسح التعاريف المستخدمة في الأدبيات وبخاصة تلك التي تستند إليها المؤسسات التي تنشر التقارير الدولية للتنافسية، تتفاوت تعاريف التنافسية بشكل كبير بين جهة وأخرى تبعاً للمفهوم المعتمد، ومن أبرز التعاريف المتداولة ما يلي:⁴

1. بالنسبة للمنتدى الاقتصادي العالمي: "التنافسية هي القدرة على توفير البيئة الملائمة لتحقيق معدلات نمو مرتفعة ومستدامة"، وفي نص آخر عرف المنتدى التنافسية على أنها "مقدرة الاقتصاد الوطني على التوصل إلى معدلات مستدامة من النمو الاقتصادي محسوبة بمعدلات التغيير السنوي لدخل الفرد".

¹ . فريد النجار: المنافسة والترويج التطبيقي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2000، ص 11.

² . عبد المطلب عبد الحميد: الإدارة الإستراتيجية في بيئة الأعمال، الشركة العربية المتحدة لتسويق والتوريدات، مصر، ط 1، 2001، ص 89.

³ . نوري منير: تحليل التنافسية العربية في ظل العولمة الاقتصادية، مجلة العولمة واقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 4، 2005، ص 23.

⁴ . المرجع نفسه: ص 24.

2. بالنسبة للمعهد الدولي للتنمية الإدارية: "التنافسية هي مقدرة البلد على توليد القيم المضافة، ومن ثم زيادة الثروة الوطنية عن طريق إدارة الأصول والعمليات بالجاذبية والهجومية (المقدامية)، وبالعولمة والاقتراب، ويربط هذه العلاقات في نموذج اقتصادي اجتماعي قادر على تحقيق هذه الأهداف"، ويربط هذا التعريف تحقيق النمو بمقدرة البلد على إدارة أصوله بطريقة فعالة تسمح له بالتفوق في الأسواق الدولية.

3. بالنسبة لمجلس التنافسية الصناعية الأمريكية: "التنافسية هي مقدرة البلد على إنتاج منتوجات التي تستوفي شروط الأسواق الدولية وفي الوقت نفسه تسمح بتنمية المداخل الحقيقية"، ويعكس هذا التعريف الرسمي رؤية الدول المتقدمة للتنافسية باعتبارها وسيلة لتحقيق رفاهية السكان والتنافس فقط في المجالات التي تحقق ذلك.

4. بالنسبة لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية: "التنافسية الدولية هي المقدرة على توليد المداخل من عوامل إنتاج تكون مرتفعة نسبياً، بالإضافة إلى توليد مستويات عمالة مستدامة لعوامل الإنتاج، وفي الوقت نفسه المقدرة على التعرض للمنافسة الدولية"، كما تعرفها المنظمة في وثيقة أخرى على أنها: "القدرة على إنتاج منتوجات التي تواجه اختبار المزاخمة الخارجية في الوقت الذي تحافظ فيه على توسيع الدخل المحلي الحقيقي". كما تعرف التنافسية الدولية على أنها: "قدرة البلد على توسيع حصصه في الأسواق المحلية والدولية".

ولمزيد من التوضيح يمكن عرض مفاهيم التنافسية وفقاً لمستوى التحليل.

- مفهوم التنافسية على مستوى الدولة: نظراً لديناميكية مفهوم التنافسية الدولية والتداخل مع المفاهيم الأخرى مثل النمو والتنمية الاقتصادية وازدهار الدول، لم يتوصل إلى تعريف دقيق لهذا المفهوم، وارتبط مفهوم التنافسية الدولية في السبعينيات من القرن العشرين بجوانب التجارة الخارجية، أما خلال الثمانينات ارتبط بالسياسة الصناعية، وفي التسعينات ارتبط بالسياسة التكنولوجية، أما الآن فيشير هذا المفهوم إلى قدرة الدولة على رفع مستوى معيشة أفرادها.¹

- تنافسية القطاع الاقتصادي (فرع النشاط): عند الحديث عن قطاع صناعي ما، فإنه من المهم تحديده بشكل دقيق أن يقال صناعة أشباه الموصلات بدلا من الصناعة الإلكترونية، ذلك أن المجالات المختلفة في صناعة الإلكترونيات على سبيل المثال قد لا تكون متشابهة في ظروف الإنتاج، أما فيما يتعلق بالتنافسية في هذا الصعيد فهي تعني قدرة مؤسسات قطاع صناعي معين في دولة ما على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق الدولية دون الاعتماد على الدعم والحماية الحكومية، وبالتالي تميز تلك الدولة في هذه الصناعة.²

¹ طارق نويرة: دور الحكومة الداعم للتنافسية (حالة مصر)، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، 2002، ص 3.

² مويذة مسعود: الإبداع التكنولوجي لتنمية القدرات التنافسية للاقتصاد الجزائري في اتفاق الشراكة الأوروبية-الجزائرية، مداخلة قدمت ضمن فعاليات المنتدى الدولي حول آثار وانعكاسات اتفاق الشراكة على الاقتصاد الجزائري وعلى منظومة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، 13 - 14 نوفمبر 2006، سطيف

- **تنافسية المشروع:** تعرف تنافسية على مستوى المشروع في بريطانيا على أنها: "القدرة على إنتاج المنتجات الصحيحة وبالنوعية الجيدة، وبالسعر المناسب وفي الوقت المناسب، وهذا يعني تلبية حاجات المستهلكين بشكل أكثر كفاءة من المؤسسات الأخرى.¹

ب. أهمية التنافسية:

أهمية التنافسية تكمن في تعظيم الاستفادة ما أمكن من المميزات التي يوفرها الاقتصاد العالمي والتقليل من سلبياته، ويشير تقرير التنافسية العالمي إلى أن الدول الصغيرة أكثر قدرة على الاستفادة من مفهوم التنافسية من الدول الكبيرة، حيث تعطي التنافسية المؤسسات في الدول الصغيرة فرصة للخروج من محدودية السوق الصغيرة إلى رحابة السوق العالمي، سواء اتفقنا مع هذا القول أم لا، فإنه لا بد في نهاية المطاف من مواجهة هذا النظام بصفته إحدى حتميات القرن الحادي والعشرون، بيد أن الشركات التي تتنافس وليست الدول، وعليه فإن الشركات التي تملك قدرات تنافسية عالية، تكون قادرة على المهمة في رفع مستوى معيشة أفراد دولها بالنظر إلى أنه وكما أشارت تقارير دولية، أن مستوى معيشة دولة ما يرتبط بشكل كبير بنجاح المؤسسات العاملة فيها، وقدرتها على اقتحام الأسواق الدولية من خلال التصدير أو الاستثمار الأجنبي المباشر.²

المطلب الثاني: أنواع التنافسية و تقسيماتها.

أ. أنواع التنافسية:

اختلفت العديد من الأدبيات التي تناولت تصنيف التنافسية ولعل من أهم أنواع التنافسية ما يلي:

1. **تنافسية التكلفة أو السعر:** تعرف التنافسية السعرية على أنها القدرة على الإدماج أو إدخال منتجات اقتصاد دولة معينة في الأسواق الدولية بطريقة مربحة، والتي تعتمد بشكل كبير على الميزتين النسبية والتنافسية لها³، فالبلد ذو التكلفة الأرخص يستطيع تصدير منتجاته إلى الأسواق الخارجية بشكل أفضل، ويعتبر سعر الصرف عاملاً مؤثراً على عملية التصدير.

2. **التنافسية غير السعرية:** باعتبار أن حدود التنافسية معرفة بالعديد من العوامل غير التقانية وغير السعرية، فإن بعض الكتاب يتكلمون عن المكونات غير السعرية في تنافسية.⁴

وتشمل التنافسية غير السعرية، تنافسية النوعية التي تعني النوعية والملائمة وتسهيلات التقديم وعنصر الابتكارية، فالبلد ذو المنتجات المبتكرة وذات النوعية الأكثر ملائمة للمستهلك بوجود المؤسسات المصدرة ذات السمعة الحسنة في السوق، يتمكن من تصدير منتجه حتى ولو كانت أعلى سعر من المنتجات المنافسة.⁵

¹ محمد عدنان وديع: القدرة التنافسية وقياسها، سلسلة جسر التنمية، العدد 24، الكويت، 2003، ص 7.

² عبد المطلب عبد الحميد: الإدارة الإستراتيجية في بيئة الأعمال، مرجع سابق، ص 94 - 95.

³ Tahar Ben Merzouka, Ouverture et compétitive des pays en développement, édition haramatan , 2005, p279.

⁴ محمد عدنان وديع: مرجع سابق، ص 7.

⁵ نوري منير: مرجع سابق، ص 25.

3. التنافسية التقنية: حيث تتنافس المشروعات من خلال النوعية في الصناعات عالية التقنية.¹
- إضافة إلى ما سبق نجد بعض التعاريف للتنافسة الدولية تركز على الكفاءة، حيث تعتبر المنافسة الدولية امتداداً أو محاكاة لنموذج السوق التنافسية المتسمة بالكفاءة، التي لها عدة أبعاد نذكر منها:²
1. كفاءة تخصيص الموارد: تستوجب تسعير المنتجات النهائية لما يعكس تكلفة توفيرها، أي أن السعر يجب أن يساوي التكلفة الحدية أو قريبة منها.
 2. كفاءة الحجم: تستوجب إمكانية وضع حدود على عدد المؤسسات التي تدخل في قطاع ما، حيث لا ينخفض حجم المؤسسة دون الحجم الأمثل.
 3. كفاءة التقنية: وتستوجب اختيار فن الإنتاج الذي يحقق إنتاج منتج بأقل تكلفة.
 4. كفاءة الحركية: وتستوجب تنشيط الاختراع والتجديد في المؤسسات القائمة عن طريق الاهتمام بالبحث والتطوير.
 5. الكفاءة النسبية المرتكزة على التنافسية والتنظيم: تستوجب توفير الظروف التنافسية خارج المؤسسة والتنظيمية داخلها، للضغط على الإدارة لبذل أقصى الجهود الممكنة لخفض التكلفة.
- ب. تقسيمات التنافسية:
- تتمثل تقسيمات التنافسية فيما يلي:³
1. حسب هيكل السوق:
 - المنافسة الكاملة: وتتميز بوجود عدد كبير من المشترين والبائعين، ومنتجات متماثلة تماماً وحرية دخول وخروج عوامل الإنتاج مكفولة تمام في أي قطاع.
 - المنافسة الاحتكارية: وتتميز بوجود عدد كبير نسبياً من المشترين والبائعين، ولكن المنتجات تعتبر متشابهة غير متماثلة.
 - احتكار القلة: ويعني سيطرة عدد محدود من المؤسسات على القطاع الذي تنشط فيه.
 - الاحتكار الكامل: ويعني وجود منتج أو موزع وحيد في الصناعة أو التوزيع.
 2. حسب السعر.
 - المنافسة السعرية: وتعني التركيز على خفض السعر في مواجهة المنافسة، ومن أشكالها أسلوب LEADER LOSS في قطاع التجزئة والبيع بالخصم، كما يحدث الآن في بريطانيا في بعض المؤسسات، وتعتبر حرب الأسعار شكلاً متطرفاً من هذا النوع من المنافسة.

¹ محمد عدنان وديع: مرجع سابق، ص 7.

² زاوي الحبيب: سعر الصرف و مؤشرات قياس التنافسية، مداخلة قدمت ضمن الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في بلدان العربية، 8-9 نوفمبر 2010، الشلف، ص 5.

³ توفيق محمد عبد المحسن: بحوث التسويق وتحديات المنافسة الدولية، دار النهضة العربية، مصر، 2001، ص 153 - 154.

- المنافسة غير السعرية: وتعني التركيز على أي عنصر من عناصر المزيج التسويقي بخلاف السعر (المنتج، المكان الترويج).

3. حسب ما يتم التنافس عليه:

- منافسة فيما بين المنتجات.

- المنافسة فيما بين المنظمات: وهنا تكون المنافسة بين مؤسسة وأخرى من حيث تحقيق مبيعات أو نسبة معينة أو نصيب في السوق.

- منافسة شاملة: وتعني أن هناك منافسة فيما بين منتجات مختلفة ولكنها بديلة من حيث المنفعة أو الخدمة.

المطلب الثالث: مؤشرات التنافسية ومحدداتها.

أ. مؤشرات التنافسية:

تختلف مؤشرات التنافسية باختلاف المستوى التحليلي، سواء كان ذلك على مستوى جزئي أو مستوى كلي. وتضم أهم مؤشرات قياس التنافسية سواء كان على مستوى المؤسسة أو القطاع أو الدولة، وذلك بحسب الترتيب فيما يلي:¹

1. الربحية: تشكل الربحية مؤشرا كافيا على التنافسية الحالية، وكذلك تشكل الحصة من السوق مؤشرا على تنافسية إذا كانت المؤسسة تعظم أرباحها، أي أنه لا تتنازل عن الربح لمجرد غرض رفع حصتها في السوق، ولكن المؤسسة يمكن أن يكون تنافسية في السوق تتجه هي ذاتها نحو التراجع، وبذلك فإن تنافسية الحالية لن تكون ضامنة لربحيته المستقبلية.

2. تكلفة الصنع: إن تكلفة الصنع المتوسطة بالقياس إلى تكلفة المنافسين تمثل مؤشرا كافيا عن التنافسية في فرع نشاط ذي إنتاج متجانس، ما لم يكن ضعف التكلفة على حساب الربحية المستقبلية للمؤسسة.

3. الإنتاجية الكلية للعوامل: إن الإنتاجية الكلية للعوامل تقيس الفاعلية التي تحول المؤسسة فيها مجموعة عوامل الإنتاج إلى منتجات.

4. الحصة السوقية: من الممكن لمؤسسة ما أن تكون رابحة وتستحوذ على جزء هام من السوق الداخلية بدون أن تكون تنافسية على المستوى الدولي، ويحصل هذا عندما تكون السوق المحلية محمية بعقبات اتجاه التجارة الدولية كما يمكن للمؤسسات الوطنية أن تكون ذات ربحية آنية ولكنها غير قادرة على الاحتفاظ بالمنافسة اتجاه التجارة أو بسبب أفضول السوق، لذلك ينبغي مقارنة تكاليف المؤسسة مع تكاليف منافسيها الدوليين، ولقد بينت دراسات على المؤسسات وجود فرصة واسعة من المؤشرات على تنافسية المؤسسة من بينها:

- هناك عوامل عديدة مرتبطة بالأسعار تعطي اختلافات على مستوى إنتاجية اليد العاملة، رأس المال وفورات الحجم، حجم المخزون، الإدارة، علاقات العمل... إلخ.

¹. محمد عدنان وديع: مرجع سابق، ص 11 - 13.

- يمكن أن تحسن أدائها من خلال التقليد والابتكار (اليابان).
- إن المؤسسة التي تعتمد على ضعف تكلفة عوامل الإنتاج للحصول على مزايا تنافسية تكون في وضع هش اتجاه مزاحمة مؤسسات ذات مدخل عوامل إنتاج أقل تكلفة.
- إن التركيز على تنافسية المؤسسة تعني دوراً محدوداً للدولة وتتطلب استعمال تقنيات إنتاج مرنة ورقابة مستمرة على النوعية والتكلفة.
- إعطاء أهمية أكبر إلى التكوين وإعادة التأهيل والنظر إلى العامل كشريك وليس كعامل إنتاج.
- إذا كانت تنافسية البلد تقاس بتنافسية مؤسساتها، فإن تنافسية المؤسسة تعتمد على نوعية الإدارة، والدولة مدير غير ناجح للمؤسسات، وخاصة في مجال القطاع الخاص.
- يمكن للدولة أن تساهم في إيجاد مناخ مناسب لممارسة إدارة جيدة من خلال توفير الاستقرار الاقتصادي وخلق مناخ تنافسي وإزالة العقبات أمام التجارة الوطنية والدولية، وتحسين ثلاثة أنماط من عوامل الإنتاج وهي رأس المال البشري، التمويل، والخدمات العمومية.

إذا كانت المؤشرات سابقة الذكر هي مؤشرات خاصة بالمؤسسة (المشروع) فإن مؤشرات تنافسية القطاع هي:¹

1. **مؤشرات التكاليف والإنتاجية:** نقول عن فرع نشاط أنه تنافسي إذا كان مستوى تكاليف الوحدة يساوي أو أقل عن تكاليف الوحدة للمنافسين الأجانب، وغالباً ما يتم إجراء المقارنات الدولية حول إنتاجية اليد العاملة أو التكلفة الوحودية لليد العاملة. ويمكن أن ترتفع هذه الأخيرة بالنسبة لبلد ما مقارنة بمثيلاتها من البلدان الأجنبية لعدة أسباب:
 - ارتفاع معدل الرواتب والأجور بشكل أسرع مما هو عليه بالخارج.
 - ارتفاع قيمة العملة المحلية.
 - ارتفاع إنتاجية اليد العاملة بسرعة أقل من الخارج.
- إن المشكلة الرئيسية لمقارنة التكلفة الوحودية تنجم عن غموضها، فإن ارتفاع التكلفة النسبية بسبب ارتفاع في الأجور أو زيادة في سعر الصرف، يكون مرغوباً فيه إذا كان يعكس زيادة في جاذبية صادرات البلد أو قيمتها في البلدان الأجنبية، وتوسع في الحصة من السوق الدولية في التكلفة الوحودية لليد العاملة، ولقد بينت التجارب الدولية وخاصة اليابان وألمانيا أن حصول ارتفاع في آن واحد بسبب أن تكلفة اليد العاملة لم تشكل القسم الأكبر من التكلفة الكلية.
2. **مؤشرات الحصة من السوق الدولية:** تستعمل في هذا المجال الميزان التجاري والحصة من السوق الدولية كمؤشر على التنافسية على مستوى فرع النشاط، وهكذا فإن فرع النشاط يخسر تنافسيته عندما تتناقص حصته من الصادرات الوطنية الكلية أو أن حصته من الواردات تتزايد.

¹ سامية سرحان: أثر السياسات البيئية على القدرات التنافسية لصادرات الدول النامية - دراسة للأثار المتوقعة على تنافسية الصادرات الجزائرية، رسالة ماجستير، تخصص اقتصاد، غير منشورة، سطيف، 2010، ص 41 - 42.

3. دليل التجارة ضمن الصادرات: ويبين هذا الدليل الصلات التجارية ضمن الصناعات، وكلما ارتفعت قيمته كلما دل على تقدم الصناعات في البلد المعني. أما فيما يخص مؤشرات تنافسية الدولة فهي:¹

1. نمو الدخل الحقيقي للفرد: إن نمو الدخل الحقيقي للفرد ونمو الإنتاجية مفهومان مرتبطان، فالدخل الحقيقي للفرد يعتمد على إنتاجية العوامل الكلية، وعلى رأس المال والموارد الطبيعية وحدود التجارة. كما أن ارتفاع إنتاجية العوامل الكلية يزيد من دخل الفرد وهذا ما من شأنه رفع ثروة البلد من الموارد الطبيعية ورأس المال وتحسين التجارة وعندما تتحسن حدود التجارة لبلد ما فإنه يتمكن من زيادة وارداته الممولة بعائدات الصادرات ذاتها، إذن فتحسن حدود التجارة يرفع من حجم الاستهلاك الداخلي المحتمل، ويمكن أن تتحسن حدود التبادل للبلد، وبالتالي دخل الفرد فيه إذا كان هناك طلب دولي إضافي على المنتوجات التي يصدرها، أو كان هناك فائض في العرض الدولي من المنتوجات التي يستوردها.

2. النتائج التجارية: هناك عدة مقاييس لتحديد النتائج للبلد ونذكر منها ما يلي:

- الميزان التجاري: إن العجز في الميزان التجاري يمكن أن ينشأ في موازنة الدولة أو معدل ادخار ضعيف مع مستوى منخفض للاستثمارات الخاصة في مجمل الاقتصاد أو العاملين معاً، كما أن العجز في الميزان التجاري يمثل تحويلاً حقيقياً للأجانب أي زيادة قيمة المنتوجات المستوردة من الخارج عن قيمة الصادرات إلى الخارج وكنيجة للادخار السلبي والقروض الخارجية فإن المؤسسات العاملة في القطاعات ذات المنتوجات المتاجر بها للبلد المعني أقل تنافسية، وفي الغالب فإن الحصة من السوق للمنتجين المحليين سوف تنقص.

- تركيبة الصادرات: لقد استعمل بعض الاقتصاديون تقنية تقيس نسبة الصادرات لبلد ما العائدة للقطاعات ذات القيمة المضافة المرتفعة لكل عائد أو إلى القطاعات ذات التقنية العالية، فإذا كانت هذه النسبة كبيرة نسبياً أو تتزايد فهذا سيسمح بوجود تحسن في الميزة النسبية في القطاعات التي تكون فيها الأجور مرتفعة.

وهذا يعني أن الإنتاجية تزيد في فروع النشاط المنتجة للمنتجات القابلة للتجارة ذات القيمة المضافة المرتفعة للفرد بشكل أسرع مما يتم في الفروع الأخرى.

ب. محددات التنافسية:

يمكن لمس الدور الحكومي الداعم للتنافسية من خلال ما تطرق إليه بورتر والذي استحدث منهجاً متكاملًا تضمن العديد من المحددات، هذه الأخيرة التي قد تكون حافزاً أو معوقاً للنجاح في المنافسة العالمية وتتمثل هذه المحددات فيما يلي:²

¹. يوسف مسعداوي: القدرات التنافسية ومؤشراتها، مداخلة قدمت ضمن المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، 8 - 9 مارس 2005، ورقة، ص 131.

². كمال عياشي: إمكانية ترقية الصادرات الصناعية الجزائرية في ظل المتغيرات العالمية مع تطبيق على الصناعة التحويلية، أطروحة دكتوراه في الاقتصاد، غير منشورة، باتنة، الجزائر، 2006، ص 270_271.

1. أوضاع عوامل الإنتاج ومدى توافرها: وتتمثل في المدخلات اللازمة في صناعة ما، مثل العمالة والأراضي الصالحة لزراعة والموارد الطبيعية البنية الأساسية ورأس المال، وتنقسم هذه العوامل إلى:

- عوامل أساسية: وهي التي يمكن توارثها مثل الموارد الطبيعية.

- عوامل متقدمة: وهي التي تكتسب من خلال استثمارات مستمرة في كل من رأس المال البشري والمادي مثل البنية التحتية للاتصالات الحديثة أو معهد بحثي جامعي قيادي، والعوامل التي تحتاجها الصناعة الحديثة لا تتوارث بل تنشأ عن طريق الإبداع.

2. أوضاع الطلب المحلي: تقوم بدورها في خلق الميزة التنافسية وأهم سمات الطلب المحلي في هيكله وحجم ونمط النمو ومدى تدويله، ويعني ذلك درجة تعقيده وتشعبه وتوقعه للطلب العالمي، حيث أن الطلب المحلي يسبق التوقعات المستقبلية للطلب العالمي، وبالتالي يسهم في إعطاء رؤية للمؤسسات لاستخدامها في إستراتيجياتها الإنتاجية والتسويقية.

3. الصناعات المتصلة والمدعمة: والتي يتم إنشاؤها عن طريق التكنولوجيات المشتركة وقنوات التوزيع والمهارات والعملاء، وهذه توفر المكونات بطريقة سريعة وكفاءة اقتصادية، وبالتالي تسهم في رفع مستوى الابتكار.

المبحث الثاني: أنواع إستراتيجيات التنافسية.

لكي تتمكن أي مؤسسة أو قطاع أو حتى دولة من الاستمرارية والبقاء في الأسواق العالمية عليها أن تنتهج إستراتيجية معينة، تقوم بتصميمها وفق عوامل داخلية خاصة ببيئتها، وعوامل خارجية تخص المحيط الذي تنشط فيه.

المطلب الأول: صياغة الإستراتيجية التنافسية.

تمر عملية صياغة الإستراتيجية بالمرحل التالية:

أ. المرحلة الأولى: تحليل البيئة:

يعتبر التحليل الإستراتيجي الأداة الجوهرية والمكون الأساسي للإستراتيجية، فبالرغم من أن الإستراتيجية وعملية القيام بها، وهو التسيير الإستراتيجي ينطوي على العدد من الأنشطة (التحليل، التخطيط، التنفيذ، الرقابة) إلا أن التحليل الإستراتيجي يبقى أهم هذه الأنشطة، فهو المسؤول عن دراسة وضبط متغيرات البيئة التسويقية حيث يسعى للوصول إلى المواءمة أو التوفيق بين الفرص الخارجية وعناصر القوة الداخلية بالمؤسسة، وذلك في ظل التهديدات الخارجية وعناصر الضعف الداخلية.¹

ب. المرحلة الثانية: مرحلة التخطيط الإستراتيجي:

تتم هذه المرحلة بوضع رسالة المؤسسة وكذا تقييم البيئة الداخلية والخارجية وتحديد الفجوة الإستراتيجية كما تحتوي عملية صياغة الإستراتيجية على تحديد الإستراتيجيات المناسبة، وعليه نجد أن هذه المرحلة تشمل مجموعة من الأنشطة تتمثل في:²

¹ بن خضر محمد العربي، بن سالم عامر: صياغة الإستراتيجيات التنافسية في المؤسسات الصناعية، مداخلة قدمت ضمن الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في البلدان العربية، 8-9 نوفمبر 2010، الشلف، ص 3.

² عبد العزيز صالح بن حبتور: الإدارة الإستراتيجية إدارة جديدة في عالم متغير، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2004، ص 82.

1. تحديد الرؤية الإستراتيجية ورسالة المؤسسة.
2. تحديد الأهداف والغايات الطويلة الأجل.
3. تحديد البدائل الإستراتيجية.
4. اختيار الإستراتيجية المناسبة.

ج. المرحلة الثالثة: التنفيذ:

يقصد بتنفيذ الإستراتيجية بأنها عبارة عن سلسلة من الأنشطة المترابطة مع بعضها البعض، والتي تتضمن تكوين متطلبات الإستراتيجية التي تم اختيارها¹، وبصفة أساسية يمكن القول بأن وضع الإستراتيجية موضع التنفيذ يتطلب ما يلي:²

1. وجود هيكل تنظيمي ملائم (بناء هيكل جديد، ترتيب وتعيين قوى عاملة، إنشاء وحدات جديدة، تعديل الهيكل الحالي... إلخ).
2. ملائمة الإستراتيجيات للسياسات التنظيمية الحالية أو تعديل السياسات التي تتعارض مع الإستراتيجيات الموضوعية.
3. التأكد من أن النظم المطبقة حالياً تتلاءم ومتطلبات تنفيذ الإستراتيجيات مثل نظم الأجور والحوافز، نظم المعلومات، نظم الاتصال، نظم الرقابة، نظم التخطيط.
4. أن تكون الإستراتيجيات الوظيفية (التسويق والمالية والإنتاجية... إلخ)، تلعب دوراً أساسياً في تحديد جدوى الإستراتيجيات الموضوعية على مستوى المؤسسة أو الأعمال ككل.

د. المرحلة الرابعة: مراجعة وتقييم الإستراتيجية:

هي عبارة عن الخطوة الأخيرة من مراحل الإستراتيجية، حيث توضع هذه الأخيرة لمواجهة وتعديل وتطوير المستقبل، بناء على عوامل داخلية وخارجية وعملية التقييم تتم لمعرفة مدى تناسب الإستراتيجية مع المتغيرات الداخلية والخارجية.³

بالإضافة إلى هذا فإن هناك ثلاثة أنشطة لتقييم الإستراتيجية هي:⁴

1. مراجعة العوامل الداخلية والخارجية.
2. قياس الأداء بمراجعة النتائج والتأكد من أن الأداء التنظيمي والفردى يسير في اتجاه صحيح.
3. اتخاذ الإجراءات التصحيحية.

لا بد من الإشارة إلى أن المراجعة والتقييم ضروريان، فالنجاح في الغد يتوقف على عمل اليوم.

¹ . فلاح حسن الحسيني: الإدارة الإستراتيجية، دار وائل للنشر، الأردن، 2000، ص 197 – 198.

² . عبد السلام أبو قحف: الإدارة الإستراتيجية وتطبيقاتها، دار المعرفة الجامعية، مصر، ط 1، 2000، ص 78.

³ . بلخضر محمد العربي، بن سالم عمر: مرجع سابق، ص 04.

⁴ . عبد العزيز صالح حبتور: مرجع سابق، ص 83.

المطلب الثاني: إستراتيجيات التنافسية لمايكل بورتر.

يوصي بورتر وهو من أشهر كتاب الإستراتيجية في أمريكا بأن أي مؤسسة تعمل بصناعة معينة تستطيع تحقيق تنافسية في نفس الصناعة من خلال إتباع إحدى الإستراتيجيات التالية:

أ. إستراتيجية القيادة في التكلفة:

وتتطلب هذه الإستراتيجية من المؤسسة زيادة إنتاجية منتجاتها ومحاولة تخفيض التكلفة بقدر الإمكان من خلال الخبرة السابقة وإحكام الرقابة على التكاليف الثابتة والمتغيرة بشكل عام، وتجنب المستهلكين الهامشين وتقليل النفقات إلى الحد الأدنى في مجالات البحث والتطوير ومندوبي البيع والإعلان، وتنشيط المبيعات وما إلى ذلك. مما لا شك فيه أن التمتع بتكلفة منخفضة يعطي المؤسسة قوة دفاعية وميزة تنافسية على المنافسين، فهذه التكلفة المنخفضة تمكن المؤسسة من الاستمرار في تحقيق الأرباح على الرغم من وجود منافسة حادة في سوق العمل، وتعتبر المؤسسات اليابانية خير مثال في تطبيق هذه الإستراتيجية.¹

ب. إستراتيجية التمايز:

تقوم المؤسسة هنا بتقديم تشكيلة واختيارات واسعة من المنتجات، مع تمايز واختلاف مزيد من خصائصها وذلك عن باقي المنافسين. كما تقوم المؤسسة بتأكيد أنها مختلفة ومميزة وفريدة عن باقي المنافسين من خلال توصيل أكبر قدر ممكن من المعلومات التسويقية للعملاء والمستهلكين، بما يفيد ويؤكد مدى إبداع وابتكار المؤسسة في تقديم منتجات مختلفة ومميزة وفريدة عما يقدمه المنافسون، والمؤسسة تستهدف بذلك سوقا واسعا بكافة أقسامه وفئاته وبكافة مستهلكيه، وبكافة منتجاته.

والملاحظ أن إتباع مثل هذه الإستراتيجية يحتاج إلى إمكانيات كبيرة مما يرفع من التكلفة، والهدف هو إرضاء المستهلك ومقابلة ذوقه، في وجود تمايز واختلاف فريد للمنتجات.²

ج. إستراتيجية التركيز:

تبنى إستراتيجية التركيز على خدمة جزء معين من السوق بشكل فعال إذ تقوم على مجموعة معينة من المستهلكين أو سوق جغرافي معين، وتحقق المؤسسة هدفها الإستراتيجي الضيق بشكل ناجح مقارنة بمنافسيها على نطاق واسع، مما يجعلها تحصل على تميز أو تفرد، إما عن طريق خفض الكلفة إلى حد ممكن قياسا بالمنافسين، وقد تركز المؤسسة على تقديم منتج عالي النوعية قياسا إلى المنافسين أولا، وعن طريق تلبية حاجات مجموعة من المستهلكين لهم احتياجات مختلفة عن الآخرين. أو يرغبون في خدمة متميزة ثانيا، أي أنها قد تحقق مركز كلفة منخفض بالنسبة لجزء من السوق أو تميز وتفرد عالي في نفس الجزء أو كلاهما.³

¹ توفيق محمد عبد المحسن: مرجع سابق، ص 154 - 155.

² أحمد ماهر: الإدارة الإستراتيجية الدليل العملي للمديرين، الدار الجامعية، مصر، ط4، 2007، ص 252 - 253.

³ كاظم نزار الركابي: الإدارة الإستراتيجية (العولمة و المنافسة)، دار وائل للنشر و التوزيع، الأردن، 2004، ص 164.

والإستراتيجية التركيز على التمايز تأخذ شكلين في تطبيق العملي هما:¹

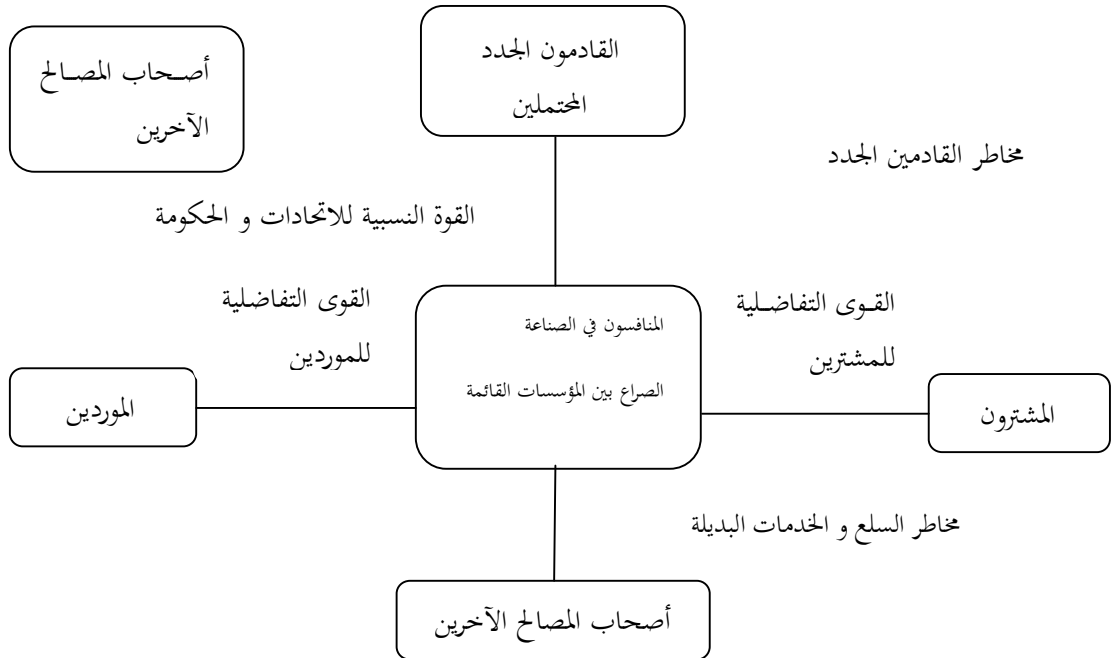
1. **التركيز على خفض التكلفة:** هي إستراتيجية تنافسية تعتمد على خفض التكلفة للمنتج، وذلك من خلال التركيز على قطاع معين من السوق، أو على مجموعة معينة من المستهلكين، والذين يتم خدمتهم فقط كقطاع صغير وليس السوق ككل، في حالة استخدام هذه الإستراتيجية فإن المؤسسة أو وحدة الأعمال تسعى إلى تحقيق ميزة في قطاع السوق المستهدف، تعتمد على التكلفة المنخفضة.

2. **التركيز على التمايز:** هي إستراتيجية تنافسية تعتمد على التمايز في المنتجات الموجهة إلى قطاع محدود ومستهدف من السوق، وليس السوق ككل، أو إلى مجموعة من المستهلكين دون غيرهم، وفي حالة استخدام هذه الإستراتيجية المؤسسة أو وحدة الأعمال تسعى إلى تحقيق ميزة تنافسية في قطاع السوق المستهدف، تعتمد على التمايز في منتجاتها وخلق الولاء، والعلامة لمنتجاتها.

المطلب الثالث: قوى المنافسة لبورتر.

يمكن توضيح قوى المنافسة الأساسية في الشكل التالي:

الشكل رقم 2: يوضح القوى المحركة للمنافسة في الصناعة.



المصدر: توفيق محمد عبد المحسن: بحوث التسويق وتحديات المنافسة الدولية، دار النهضة العربية، 2001، ص 158.

وبعني مما سبق أن المؤسسة مطالبة أن تدرس بعناية وحرص بيئة العمل التنافسي والقوة المحركة لها التي تتمثل

فيما يلي:²

¹ ثابت عبد الرحمن إدريس، جمال الدين محمد المرسي: الإدارة الإستراتيجية (مفاهيم و نماذج تطبيقية)، الدار الجامعية، مصر، 2002، ص 257 - 258.

² توفيق محمد عبد المحسن: مرجع سابق، ص 158 - 160.

أ. تحديد المنافسون الجدد في الصناعة:

حيث أن دخول مؤسسات منافسة جديدة إلى السوق يعني سعى هذه المؤسسات للحصول على نصيب معين من السوق، ومن ثم فهم يمثلون تهديدا للمؤسسة القائمة بالفعل، وتعتمد درجة ذلك التهديد على مدى وجود عوائق للدخول وعلى رد الفعل المتوقع من المنافسين الحاليين في السوق.

ب. التنافس بين المؤسسات القائمة:

تعتمد المؤسسات في الصناعة بعضها على بعض، ومن ثم فإن أي حركة تنافسية من إحداها سوف يؤثر على البقية داخل الصناعة، وبالتالي قد يسبب هذا رد فعل من المؤسسات الأخرى اتجاه هذه الحركة التنافسية.

ج. تهديد المنتجات البديلة:

تتنافس في الواقع كل المؤسسات العاملة في الصناعة مع صناعات أخرى تقدم منتجات بديلة، ووفقاً لبورتر تحد تلك المنتجات البديلة من العائدات المحتملة للصناعة بوضع سقف على الأسعار التي من الممكن أن تطلبها المؤسسة في الصناعة والتي من الممكن أن تحقق لها أرباحاً.

د. القوة التفاوضية للمستهلكين:

يمكن أن يؤثر المستهلك على الصناعة من خلال قدرتهم على التفاوض بخصوص السعر وجودة الخدمة والمنتج من ضرب المنافسين بعضهم ببعض، ويكون المستهلك أو مجموعة من المستهلكين أقوى إذا كان بعض ما يلي صحيح:

1. شراء جزء كبير من منتجات المؤسسة.
2. توافر العديد من المؤسسات البديلة.
3. تغيير قليل في تكلفة منتجات المؤسسات.
4. احتمال التكامل خلفي بتقديم المنتج نفسه.

هـ. القوة التفاوضية للموردين:

أيضا يمكن للموردين التأثير على الصناعة من خلال قدرتهم على رفع الأسعار أو تخفيض نوعية المنتجات المشتراة منهم وتكون مجموعة من الموردين قوية في حالة توافر ما يلي:

1. تسيطر مجموعة قليلة من المؤسسات على صناعة الموردين، ولكنها تباع إلى العديد.
2. لا يتوافر البدلاء بسهولة.
3. يستطيع الموردون التكامل للأمام والتنافس مباشرة مع العملاء الحاليين.
4. يشتري المستهلكون جزءاً صغيراً من منتجات مجموعة من الموردين.

و. القوة النسبية لأصحاب مصالح آخرين:

وهي تتضمن جماعات مختلفة من أصحاب المصالح مع الصناعة كالحكومات، النقابات، المقرضين، الغرف التجارية، التنظيمات الاجتماعية.

المبحث الثالث: مفاهيم أساسية حول الصادرات (التصدير).

تعتبر الصادرات من الأنشطة الهامة التي تقوم بها الدولة على مستوى العلاقات الاقتصادية الدولية في مجال التجارة الخارجية، حيث هي صورة عن كل ما يمكن نقله من المقيمين في الداخل إلى المقيمين في الخارج، نتيجة وجود فوائض في الإنتاج. وهذا من أجل تحقيق أهداف معينة لعل من أهمها توفير العملة التي تستعمل في دفع قيمة الواردات.

المطلب الأول: الصادرات في الفكر الاقتصادي.

تضمن الفكر الاقتصادي عبر السنوات الطويلة الماضية والحديثة أفكار تعكس أهمية إسهام التجارة الخارجية في تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال ما تؤديه من توزيع للموارد الإنتاجية بين مختلف دول العالم وكذلك استغلال إمكانيات اتساع السوق في تحسين الإنتاج وتطبيق مبدأ التخصص وتقسيم العمل الدولي، كما يشمل الفكر الاقتصادي ذاته عددا من الأفكار التي رأت في النشاط التصديري أهمية بالغة واعتباره ركيزة أساسية في عملية التنمية الاقتصادية، ولا بد من إعطاء لمحة موجزة عن الأفكار الاقتصادية المختلفة قديما وحديثا ونظرتها إلى الصادرات وأهميتها ودوافعها.

أ. الصادرات في الفكر الاقتصادي التجاري:

أكد التجارون على أن الوسيلة الفعالة لتحقيق القدر الأكبر من المعادن النفيسة (الثروة) للأمة هي التجارة الخارجية، كما دعوا إلى تسخير كل النشاطات الاقتصادية الأخرى لكي تكون في خدمة التجارة الخارجية، ولم تقتصر مطالباتهم بتدخل الدولة في التجارة وإنما طالبوا بضرورة تدخلها المتكامل في الحياة الاقتصادية لضمان نجاح التجارة، من أجل تحقيق هدف جمع الثروة للأمة، كما طالبوا كذلك بتدخل الدولة من أجل تنظيم علاقتها التجارية مع الدول الأخرى بحيث تجلب التجارة أكبر قدر من المغامم للدولة وتحد من الأضرار أو الخسائر التي تنجم عن هذه التجارة. وقد رأى التجارون أن تحقيق قدر كبير من المعادن النفيسة يأتي من خلال الميزان التجاري الذي يكون في صالح الدولة، مما يجتم على الدولة أن تقلل من وارداتها من الدول الأخرى وأن تزيد من صادراتها إلى تلك الدول، وبذلك فقد تمثلت السياسة التجارية لديهم في إنعاش وتشجيع الصادرات وتقييد الواردات من الخارج.

واعتبر التجارون أن تحقيق وتكوين فائض مستمر في الصادرات هو المصدر الرئيسي لتعزيز القدرة الشرائية التي تستطيع الدولة من خلالها الحصول على احتياجاتها من الخارج، وقد تمثلت سياسة تشجيع الصادرات لديهم من خلال التالي:

1. تشجيع الصادرات من السلع الصناعية بكافة الوسائل.
2. العمل بشكل مستمر على توسع وإيجاد واكتساب الأسواق الخارجية الجديدة وخاصة في البلدان المكتشفة حديثا.
3. تقديم الدعم والمعونة المالية لبعض الصناعات التصديرية لمواجهة المنافسة الخارجية.
4. رد بعض الرسوم أو الضرائب التي سبق أن تم تحصيلها عند استيراد المواد الخام لها من الخارج.

5. تخفيض نفقات إنتاج المنتوجات التي تصدر إلى الخارج من خلال سياسة الأجور المخفضة.
6. إنشاء المستودعات الكبيرة للمنتجات الجاهزة للتصدير.
7. إنشاء المناطق الحرة والموانئ التي من شأنها مساعدة الصادرات على التطور.
8. تشجيع عمليات التصدير ودعمها من خلال إتباع نظام "الدروباك".¹

ب. الصادرات في الفكر الاقتصادي الكلاسيكي:

منذ مطلع القرن الثامن عشر بدأت تتراجع أفكار التجار، وبدأت أفكار الكلاسيك التي نادى بالحرية الاقتصادية الكاملة في مجال التجارة الخارجية، وقامت بعرض فكرة الحرية الاقتصادية التي تعتمد على فكرة التوازن الاقتصادي التلقائي، وأصبح هناك مفاهيم جديدة ترى عدم تدخل الدولة في الحياة الاقتصادية، وهذا ما يخالف المطالبة للفكر التجاري بضرورة تدخل الدولة في الاقتصاد.

أبدى الكلاسيك اهتماما بالغا في نشاط التجارة الخارجية ولكن ليس بالأسلوب الذي كان عليه التجاريون فأحد رواد الفكر الكلاسيك وهو "آدم سميث" اهتم في السوق واعتبرها المحدد الأول للنمو الاقتصادي حيث تزداد إمكانية تقسيم العمل مع كل اتساع في حجم السوق، وقد أكد على أهمية التجارة الخارجية في توزيع الفائض من الإنتاج الصناعي، وكان اهتمامه بهذا النشاط مبعثه اهتمامه بالقوى المحددة لنمو الإنتاج الحقيقي وليس المعدن النفيس. وفيما بعد تمكن "ريكاردو" من إبراز دور التجارة الخارجية وأهميتها في الإنماء الاقتصادي بشكل يفوق آدم سميث وعلى أسس علمية جديدة، وأوضح كيف أن قيام التجارة الدولية على أساس اختلاف النفقات النسبية والذي يتيح الاستفادة من مبدأ التخصص وتقسيم العمل على النطاق الدولي، وذلك بضرورة توفر شروط الحرية الاقتصادية بشكلها الكامل، فلا تدخل من جانب الدولة على الإطلاق في النشاطات الاقتصادية، كما بين الأضرار الكبيرة التي يمكن أن تلحق بالنمو الاقتصادي في ظروف إعاقه حرية التجارة.

ورأى الكلاسيك أن تنمية التجارة الخارجية على أساس الكفاءات النسبية لا يتعارض أبدا مع التنمية الاقتصادية بل يساهم فيها بشكل فعال وكبير وهاجم الكلاسيك بعنف السياسة الحمائية للتجارين التي تستهدف الحصول على المعادن النفيسة من خلال إيجاد الفائض في الميزان التجاري، وكان مبررهم في الدفاع عن حرية التجارة هو أن ترك الحرية الكاملة للتجارة سيؤدي في نهاية المطاف بكل دولة إلى التخصص في إنتاج المنتج الذي تتمتع بأكبر ميزة نسبية في إنتاجه وأن التخصص الدولي أو ما يسمى تقسيم العمل الدولي من شأنه أن يعود بالفائدة على كل دولة وعلى العالم بأسره مما يزيد من الرفاهية الاقتصادية لكافة الشعوب.

وتناول مفكرو مدرسة الكلاسيك بيان دور الصادرات في توسيع القاعدة الإنتاجية في الاقتصاد وتحقيق الغلة المتزايدة وتحريك الاستثمار على وجه يضمن الحصول على أكبر كفاية ممكنة من استخدامات الموارد المحلية إلى جانب اجتذاب رؤوس الأموال الخارجية للاستثمار في ميدان إنتاج المنتج التصديري. فقد أوضح الفكر الكلاسيكي أثر التجارة الخارجية على تراكم رأس المال عن طريق ما يترتب على التخصص الأكفأ للموارد الاقتصادية من ارتفاع

¹. وصاف سعدي: تنمية الصادرات والنمو الاقتصادي في الجزائر، مجلة الباحث، العدد 1، 2002، ص 6.

في الدخل الحقيقي وزيادة الادخار وتوفير حوافز الاستثمار كنتيجة لاتساع إطار السوق والاستفادة من اقتصاديات الحجم الكبير.

ومن خلال ما سبق عرضه عن الفكر لدى الكلاسيك فيما يتعلق بنظرتهم إلى التجارة الخارجية وخاصة الصادرات بأنها لم تكن مجرد أداة لإعادة تخصيص الموارد أو تحقيق التوزيع الأمثل لها، بل تعتبر عندهم قوة محركة للنمو.¹

ج. الصادرات في الفكر الاقتصادي الحديث:

عندما جاء كينز برز الاهتمام البالغ في تحليل أهمية دور الصادرات كأحد مكونات الدخل القومي حيث تسهم الصادرات من خلال عمل المضاعف بزيادة الدخل بصورة أكبر من قيمتها المباشرة، وظهر عدد من الاقتصاديين الذين يحملون وجهة نظر مغايرة لما سبقهم من الاقتصاديين إزاء دور الصادرات في عملية التنمية الاقتصادية، منهم Myrdal, Marx, Singer, Nurkse حيث أشار Marx إلى استحالة قيام التجارة الخارجية بدور فاعل في الإنماء الاقتصادي للدول النامية في ظل السيطرة الكبيرة للدول الرأسمالية على العلاقات الاقتصادية الدولية، وما تمارسه هذه الدول من استغلال ونهب لثروات الدول الفقيرة (الضعيفة)، بالإضافة إلى المنافسة الكبيرة بين هذه الدول للسيطرة على الأسواق ومناطق النفوذ في العالم وتحكمها في رأس المال العالمي، أما Myrdal فإنه يرى أن التجارة الخارجية بين الدول النامية والدول المتقدمة تعمل على زيادة التفاوت القائم في المستويات الاقتصادية بين المجموعتين، ويرى أن الأسواق الكبيرة التي تخلقها التجارة الخارجية تعمل في المقام الأول على تعزيز وضع الدول المتقدمة التي تتمتع أصلاً بصناعة قوية مقابل ضعفها في الدول النامية، إلى جانب أن الطلب على صادرات الدول الأخيرة - وغالبا ما تكون مواد خام أو أولية - يتصف بعدم المرونة. ويرى أن أي تقدم يحدث في قطاع الصادرات في الدول النامية غالبا ما يرجع أثره إلى الدول الصناعية المستوردة للمواد الأولية إضافة إلى عوائد استثماراتها التي اقتصرَت على قطاعات معينة كإنتاج المواد الأولية وتصديرها.

وبالتالي يشير "ميرال" إلى أن التجارة الخارجية لن تؤدي إلى الركود الاقتصادي، وهو عكس ما تسعى إليه التنمية الاقتصادية من زيادة الدخل القومي ورفع مستوى المعيشة. أما Nurkse فإنه يرى أن التجارة الخارجية أداة لانتشار النمو الاقتصادي فضلا عن كونها وسيلة لتوزيع الموارد توزيعا أكثر كفاءة، وضرب مثلا على ذلك بالدور الذي لعبته التجارة الخارجية في البلدان الحديثة مثل كندا وأستراليا وجنوب إفريقيا والأرجنتين، كما أكد على ضرورة الاهتمام بهذا الجانب في الدول النامية خاصة عندما تكون ظروف الطلب الخارجي على مواد التصدير وسلعة غير مواتية، وإزاء ذلك بين تشاؤمه بما يتعلق بإمكانية قيام التجارة الخارجية بدور إنمائي للدول النامية، وذلك نتيجة ما تواجه صادراتها في أسواق الدول المتقدمة من عقبات عديدة، هذا ما يجعل اللجوء إلى تنمية الصادرات أكثر من ضرورة.²

1. وصاف سعدي: مرجع سابق، ص 7.

2. المرجع نفسه، ص 8.

المطلب الثاني: تعريف الصادرات (التصدير)، أهميتها ودوافعها.

تعتبر الصادرات من الخيارات الإستراتيجية للدولة التي يمكن من خلالها تحقيق النمو والتنمية الاقتصادية وكذا ربط الاقتصاد المحلي بالاقتصاد العالمي، وهذا ما سنحاول طرحه من خلال ما يلي:

أ. تعريف التصدير:

هو الشكل البسيط للدخول إلى الأسواق الخارجية لأنه يتضمن أقل نسبة من المخاطر بالمقارنة مع البدائل الأخرى.¹

كما يعرف التصدير بأنه الأسلوب الأكثر انتشارا في التجارة العالمية للمنتجات الضرورية والمواد الأولية فهو يعد بالنسبة إلى المؤسسة أسلوبا مرنا وسهل الاستخدام في الواقع لا يحتاج التصدير إلى استثمارات مالية كبيرة، ويتم باستخدام أقل ما يمكن من الموارد البشرية، وبالتالي فالتصدير لا يتضمن مخاطر ونفقات كبيرة بالمقابل لا يسمح هذا الأسلوب بمعرفة تطورات السوق وسلوك المنافسين والمستهلكين بشكل جيد، كما أنه لا يساعد المؤسسات في إيصال سياسته التجارية إلى الأسواق الخارجية، إضافة إلى أن المصدر يمكن أن يتعرض إلى بعض العوائق الإدارية والسياسية (ضرائب جمركية، أنظمة التقنين والحصص و المواصفات... الخ) الشيء الذي يحد من نشاطه الخارجي.²

وعلى العموم يمكن أن ينظر للتصدير من زاويتين هما:³

1. **التصدير السلبي (العرضي):** يخص تلك المؤسسات التي تهتم بتصريف الفائض من منتوجاتها من حين لآخر إلى الأسواق الأجنبية، وعادة ما يتم تلبية للطلبات الدولية (صفقات عارضة)، فالمؤسسة في هذه الحالة لا تبحث عن الأسواق الأجنبية أو القيام بالدراسة السوقية، كما أنها لا تختار الأسواق التي تتعامل معها، ولكنها تعمل على التصدير حسب الطلب أو تمارس النشاط التسويقي الدولي بالمناسبات، فالتصدير بالنسبة لهذه المؤسسات ما هو إلا تصريف الفائض الحاصل في الإنتاج، ونشاط مكمل وغير متوقع للمؤسسة.

2. **التصدير الإيجابي:** يخص تلك المؤسسات التي لديها عزيمة مؤكدة لاقتحام الأسواق الأجنبية، وذلك بتلبية منتظمة للطلب على منتوجاتها في تلك الأسواق (عقود أو صفقات تصديرية باستمرار)، فالتصدير في مثل هذه المؤسسات يعتبر نشاطا رئيسيا هاما، ويتم تخصص هياكل خاصة به في شكل مصالح وأقسام، كما أن للمؤسسة في هذه الحالة الحق في اختيار الأسواق التي تتعامل معها وفقا للأرباح والمخاطر.

ب. أهمية التصدير:

إن إتاحة الفرصة أمام العمليات التصديرية تنتج عنه مكاسب كبيرة للدول التي تمارس هذا النشاط ويساعدها على عملية التنمية، ولهذا تتضح أهمية التصدير فيما يلي:⁴

¹ . محمود الشيخ: التسويق الدولي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2008، ص 193.

² . رضوان المحمود العمر: التسويق الدولي، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، ط 1، 2007، ص 133.

³ . غول فرحات: التسويق الدولي، دار الخلدونية، الجزائر، 2008، ص 190 – 191.

⁴ . أمال عبد الرحمن زيدان قاسم: مشاكل الطلب على الصادرات الصناعية المصرية (في ضوء المتغيرات الدولية والمحلية المستحددة)، دار الكتب القانونية

1. تعتبر محرك الإنتاج: حيث أن أي مؤسسة لا تقبل التوسع في إنتاجها ما لم يتوافر الطلب القادر على امتصاصه وإذا كان هناك قصور في الطلب المحلي على إنتاجه، فإن الطلب الخارجي عليه يعوض نقص الطلب المحلي ويساهم في رفع مستوى الكفاءة الإنتاجية من خلال تطبيق الأساليب الحديثة، كما يسهل امتداد التصنيع إلى مجالات جديدة لم تكن متاحة من قبل.
2. بناء الطاقات الإنتاجية: عن طريق تمويل شراء السلع الوسيطة بالصراف الأجنبي.
3. استغلال الطاقات الإنتاجية العاطلة: تعتبر الصادرات الأداة المثلى للاستغلال الطاقات الإنتاجية العاطلة بالشكل الذي يساهم في تخفيض تكاليف الإنتاج، وزيادة معدلات العائد الاقتصادي عن طريق زيادة قدرتها على مواجهة المنافسة الأجنبية في الأسواق المحلية والأسواق العالمية.
4. محدد من محددات الاستثمار: نظرا لأن الصادرات تمثل مصدرا أساسيا من مصادر تمويل الواردات الوسيطة والتي بدورها تعتبر أحد محددات الاستثمار في الدول النامية، فإن نمو الصادرات من شأنه أن يحدث آثار موجبة على الطلب على الاستثمار في هذه الدول، وذلك باعتبارها مكون من مكونات الطلب الكلي.
5. التخلص من الاختلالات الهيكلية: لا يتم التغلب على المأزق الراهن للاقتصاد الكلي والتخلص من الاختلالات الهيكلية إلا عن طريق التوجه السريع نحو نمو الصادرات الصناعية على أساس أن الأداء التصديري هو المحرك الرئيسي للاقتصاد الوطني.
6. يساهم في القضاء على البطالة: حيث كلما زادت الصادرات زادت الطاقة الإنتاجية يزداد الطلب على العمالة، مما يؤدي إلى انخفاض البطالة، ولقد أثبتت الدراسات أن كل زيادة قدرها مليار دولار في الصادرات تحقق 1100 فرصة عمل، مما يعني أن زيادة الصادرات سوف تستوعب 30% من مقدار القوة العاملة.
7. زيادة النقد الأجنبي المتاح لدى الدول: حيث أن الزيادة في الإنتاج من أجل التصدير يساعد في زيادة النقد الأجنبي المتاح لدى الدولة، وبالتالي فإن التصدير يمكن أن يعالج مشكلة الاقتراض الخارجي، لأن إستراتيجية التصدير تؤدي إلى نمو سريع، مما يجعل النقد الأجنبي متوافر لدى الدولة التي تستطيع من خلاله سد فوائد القروض الخارجية التي تم الحصول عليها، كما أنها تؤدي إلى ارتفاع السقف الائتماني للدولة وتحسين موقفها في مواجهة الصعوبات المالية الخارجية.
8. لا تؤدي تنمية صناعات إلى توفير مورد مستمر للاستثمارات الرأسمالية فحسب، بل تؤدي أيضا إلى رفع مستوى المعيشة للدولة بشكل عام ولأفرادها بشكل خاص، فنمو تلك الصناعات كنتيجة لتوسع أسواقها محليا ودوليا، يعني هذا توسيع قاعدة تحميل التكاليف الثابتة مما يؤدي إلى تخفيض التكلفة الإجمالية للمنتوج ويتيح الفرصة لتحديد أسعار أقل، وبالتالي تنمية أكثر وهكذا. وكل ذلك يتيح لهذه الصناعات دفع أجور عالية نسبيا للعاملين فيها بالمقارنة مع الأجور في القطاعات الأخرى، ومع مرور الوقت قد يكون لذلك أثر يؤدي إلى رفع الأجور في تلك القطاعات مما يعني زيادة القدرة الشرائية.¹

¹. شريف علي الصوص: التجارة الدولية (الأسس والتطبيقات)، درا أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 25.

المطلب الثالث: دوافع و محددات التصدير.

من أجل تمويل استيراد البلد و غيرها من الدوافع الأخرى جعل عملية التصدير أمرا ضروريا ولا بد منه، غير أن هناك محددات يجب أخذها بعين الاعتبار سواء من الدولة أو المؤسسة المصدرة.

أ. دوافع التصدير: تكمن الأسباب التي تدفع الدول و المؤسسات الإنتاجية المختلفة إلى التصدير نحو الخارج إلى ما يلي:

1. دوافع المبادرة الأولية: تتمثل هذه الدوافع فيما يلي:¹

— إن الرغبة في الحصول على المنفعة على المدى القصير أمرا هاما لاسيما بالنسبة إلى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تكون في مرحلة الاهتمام الأولي بالتصدير، كما أن الرغبة في النمو قد تكون أيضا ذات أهمية خاصة بالنسبة إلى بداية المؤسسة في التصدير.

— المحرض الإداري (دوافع المدير): يمثل هذا الدافع ترجمة حقيقية لإدراك المدير للفوائد التي يمكن تحقيقها من تصدير، ويشكل السبب الذي يدفع المؤسسة إلى الأسواق العالمية، وقد يعكس هذا الدافع رغبة المدير بأن يكون قائدا للمؤسسة تعمل على النطاق الدولي، وهذا الدافع يكون عادة مقرون بالدافع العام للتصدير والمتمثل بالرغبة في النمو وتوسيع سوق المؤسسة، إن المواقف الإدارية تلعب دورا حاسما في تحديد نشاط التصدير، ولاسيما المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كون قرارات التصدير قد تكون من صلاحية المدير أو صاحب المؤسسة. أما في المؤسسات الضخمة فقد تتخذ القرارات من قبل وحدة اتخاذ القرار، وبالتالي يعكس هذا القرار تصورات ومصالح وأهداف فريق عمل متكامل، وقد تشجع ثقافة و خبرة المديرين أو ميلهم إلى ثقافة معينة عملية دخول بعض الأسواق الدولية.

— القدرة التكنولوجية العالية: قد تنتج المؤسسة منتجات لا تكون متوفرة لدى منافسيها الدوليين، أو قد يكون لديها مقدرة تكنولوجية في مجال متخصص، ومرة أخرى يجب التمييز بين ما هو متوقع وبين الأداء الفعلي. فالكثير من المؤسسات تعتقد أن منتجاتها فريدة من نوعها أو موجهة لأفراد متميزين إلا أن الواقع قد لا يكون كذلك في السوق العالمية.

أما إذا كانت المنتجات فعلا فريدة، فسوف تمنح للمؤسسة ميزة تنافسية هامة، وتساعد على النجاح في الأسواق الخارجية.

— فرص السوق الخارجية (معلومات السوق): تعد الفرصة المتوفرة في بعض الأسواق محفزا للتصدير إذا تمكنت المؤسسة من تقديم عروض (منتجات) متناسبة مع تلك الفرص. غالبا يتم اكتشاف الفرص السوقية الخارجية أثناء تخطيط المديرين لدخول الأسواق الأجنبية.

— تحقيق وفورات الإنتاج الكبير (وفورات سليمة): تسعى بعض المؤسسات إلى استغلال الطاقة الإنتاجية والتسويقية الفائضة لديها والاستفادة من انخفاض تكاليف الإنتاج والتوزيع لتمتع المؤسسة بمزايا الإنتاج الكبير (الوفورات السليمة).

¹. رضوان المحمود العمر: مرجع سابق، ص 63 - 67.

– توزيع المخاطر على عدة أسواق: تواجه المؤسسات مخاطر متنوعة في مجال الإنتاج والتسويق، مثل مخاطر الدورة الاقتصادية كالكساد والتغيرات الموسمية والتقلبات المناخية، ومخاطر التغيرات الاجتماعية والتغيرات في أذواق الأفراد وتفضيلاتهم والتغيرات في حجم الأسواق والمخاطر السياسية (حروب، حصار اقتصادي... إلخ)، تتمتع المؤسسة المصدرة بمرونة كاملة إذ تأتي الدورة الاقتصادية في أوروبا متأخرة قليلاً عن الدورة الاقتصادية في أمريكا وهذا يعني أن انخفاض المبيعات في السوق الأمريكية أثناء الكساد يمكن أن يعوضه انفرج المبيعات في أوروبا لعدم وجود كسادها.

– السوق الدولية كمصدر للمنتجات الجديدة: تعد الأسواق الدولية مصادر جيدة للمنتجات الجديد وللأفكار المتعلقة بها، حيث يمكن للمؤسسات الوطنية في الأسواق الأجنبية أن تصبح شريكة للمؤسسات الدولية في المشاريع المشتركة فتساهم في زيادة رأس المال، وتسهل من وصول المؤسسة الدولية إلى السوق المحلية، وتمد المشروع المشترك بالخبرة المحلية وبالدراسة الكافية بالإجراءات الحكومية وقنوات التوزيع ومصادر العرض وحاجات المستهلكين المحليين وعاداتهم الاستهلاكية، مما يساعد في تقديم المنتجات الجديدة المناسبة في السوق الأجنبية، وقد تستفيد المؤسسة المصدرة من تلك المنتجات الجديدة وتقوم بتقديمها في الأسواق المحلية في بلدها الأم.

2. دوافع رد الفعل: تتمثل فيما يلي:¹

– الضغوط التنافسية: لا تخلو أية سوق من المنافسة، إن ردة الفعل اتجاه الضغوط التنافسية هي من الأشكال الرئيسة لدوافع ردة الفعل. فقد تخشى مؤسسة ما أن تخسر حصتها في السوق المحلية لصالح المؤسسات المنافسة التي استفادت من وفورات الإنتاج الكبير التي حققتها من أنشطة التسويق العالمي، كما أنها قد تخشى أيضاً فقدان أسواقها الخارجية إلى الأبد لصالح المنافسين الذين قرروا التركيز على هذه الأسواق.

– ضيق السوق المحلية/ وسوق المشبعة: قد يدفع صغر إمكانية السوق المحلية بعض المؤسسات إلى التصدير فبالنسبة إلى بعض المؤسسات قد لا تكون الأسواق المحلية قادرة على استيعاب فائض الإنتاج لديها، وبالتالي تقوم هذه المؤسسات بتضمين أسواق التصدير تلقائياً كجزء من إستراتيجية دخولها للسوق، وهذا السلوك محتمل للمنتجات الصناعية، حيث توجد قلة في عدد المؤسسات التي يمكن تحديد مواقعهم بسهولة في مختلف الأسواق أو لمنتجاتي المنتجات المتخصصة التي لها أقسام يبيع قليلة في بلدان كثيرة.

– تصريف فوائض الإنتاج: إذا كانت مبيعات المؤسسة في السوق المحلية لمنتج ما دون الكمية المنتجة، تلجأ المؤسسة إلى البحث عن أسواق جديدة خارجية لتصريف فوائض الإنتاج مستخدمة في ذلك أسلوب الخصم في الأسعار على مدى قصير، وحالما يعود طلب السوق المحلية إلى ما كان عليه في الماضي قد يتوقف نشاط التسويق الدولي أو ينخفض بشكل ملموس.

– الطلبات الأجنبية غير الملتزمة: تتوصل الكثير من المؤسسات إلى وجود فرص لها في أسواق التصدير لأن منتجاتها أثارت فضول الأفراد في الخارج من خلال إعلانات المؤسسات في الصحف التجارية العالمية أو من خلال المعارض، أو عن طريق شبكات الانترنت، و بالنتيجة تكون نسبة كبيرة من الطلبات الأولى التي تلقتها المؤسسة

¹. رضوان المحمود العمر: مرجع سابق، ص 67_70.

المصدرة غير ملتزمة، أي أنها لم تقدم عروض مباشرة للمؤسسة التي أرسلت الطلب، فبدء التصدير في هذه الحالة يتوافق مع وجود معرض خارجي ولا يكون نابعا عن رغبة وإرادة المؤسسة في التصدير وبالتالي فالتصدير لا يمثل نشاطا هامشيا من أعمالها.

– **قرب السوق الأجنبية:** قد يلعب القرب الجغرافي والنفسي من السوق الأجنبية دورا رئيسيا لنشاطات المؤسسة في التصدير، لاسيما ما بين الدول التي يوجد بينهما اتفاقيات تجارية أو توجد ضمن أحد التكتلات الاقتصادية العالمية.

ب. محددات التصدير: رغم أهمية التصدير للبلد، سكانا ومؤسسات واقتصاد وطني إلا أن هذا النشاط لا تخلو ممارسته من محددات تواجهه عند بدء التصدير وأثنائه، فمن محددات التصدير ما يلي:¹

1. عدم كفاية الممولين والمعلومات المطلوبة عن فرص التصدير.
2. قلة الاتصالات الخارجية والالتزامات التصديرية.
3. محدودية رؤوس الأموال اللازمة لتمويل التصدير.
4. تأكيد إدارة المؤسسة على ضرورة تطوير فرص التسويق المحلي.
5. ارتفاع تكاليف التصدير والتعرض للمخاطر التجارية والسياسية.
6. بعد الأسواق الخارجية عن مركز المؤسسة واتخاذ القرارات.
7. تعدد وتنوع وشدة المنافسة الخارجية.
8. تباين استخدامات المنتج في الأسواق الخارجية والخصائص المطلوبة فيها.
9. مواجهة الفروقات الثقافية واللغات في الأسواق الخارجية.
10. تعقد خدمات الشحن وارتفاع تكاليف إيصال المنتج إلى الأسواق الدولية.
11. سعر الصرف الذي يؤثر على تكلفة المنتجات المصدرة.

المبحث الرابع: طرق وإستراتيجيات التصدير ومؤشرات تنافسية الصادرات.

تتم عملية التصدير من خلال مجموعة من الطرق، حيث تساعد الإستراتيجيات التصديرية على اختراق وغزو الأسواق العالمية، ولكي يتم ذلك يجب أن تتوفر هذه الصادرات على مجموعة من المؤشرات تظهر قدرتها التنافسية.

المطلب الأول: طرق التصدير.

تحدد المؤسسة مسبقا شكل دخولها إلى الأسواق الخارجية، ويمكن لمؤسسة الاختيار من بين البدائل التالية:

أ. التصدير غير المباشر: يلجأ المنتج إلى هذا الأسلوب لتصدير إنتاجه إلى الأسواق الدولية إذا ما قرر استبعاد اعتماد أسلوب التصدير المباشر بعد إيجاد ما يبرر عدوله عن تولى مهام التصدير وبشكل مقنع، وعلى أساس الكلفة والمردود للبدلين، ويطلق على الجهة التي تقوم بالتصدير الوسيط.²

¹ بديع جميل قدو: التسويق الدولي، دار المسيرة، دار المسيرة، الأردن، 2009، ص 53 – 54.

² بديع جميل قدو: مرجع سابق، ص 290.

ومن أهم أشكال الوسطاء المتوفرين في السوق المحلي للتصدير ما يلي: ¹

1. **التاجر المحلي المصدر:** يقوم هذا الوسيط بشراء إنتاج المؤسسة لحسابه الخاص، ثم يتولى تسويقه وبيعه على مسؤوليته في الخارج بهدف تحقيق الربح.

2. **الوكيل المحلي المصدر:** يوجد أنواع مختلفة من الوكلاء أو السماسرة والوكلاء بالعمولة، أما السماسرة فمنهم وكيل البيع، وكيل المنتج، السمسار الحر، والوكيل بالعمولة، فالوكيل في جميع الحالات يبحث ويتفاوض نيابة عن موكله ويتقاضى مقابل عمله عمولة تختلف حسب العقود التجارية بين الوكيل والموكل ونوع الوكالة.

3. **المؤسسات أو المنظمات التعاونية:** تقوم هذه المؤسسات بتنفيذ المهام المتعلقة بالتصدير، وذلك نيابة عن عدة منتجين وهي تقع جزئياً تحت إدارتهم ورقابتهم ويستخدم هذا النوع عادة من قبل منتجي البضائع الأولية كالمنتجات الزراعية.

ب. **التصدير المباشر:** تخص عادة المؤسسات التي لديها طلب مستمر من زبائنها الأجانب، فتفضل هذه المؤسسة التكفل المباشر بهذه الطلبات عوض المرور عبر الوسطاء، وتتميز بأنها تتطلب أكثر استثمارات، ومخاطر أكبر وأرباح أكبر في حالة الاستغلال الأمثل لموارد المؤسسة. ²
أما عن أشكاله فهي: ³

1. التصدير المباشر بدون دعم في الخارج:

يلاحظ التصدير المباشر عادة في قطاع التجهيزات الصناعية، ولدى المؤسسات المصدرة التي لا تحتاج إلى رقابة مباشرة لعناصر العمل من أجل القيام بعملية التصدير وإتمامها بشكل جيد (التعريف بالمواد، التفاوض على المستوى المالي والفني، عمليات التشغيل)، في هذه الحالة يعد التصدير من عمل فريق الفنيين التجاريين المختصين الذي يتنقلون في العالم بحسب الطلبات الحقيقية أو الكامنة، حيث قلة الأعمال المنفذة في كل بلد والطلبات المتقطعة لا يبرر فتح فروع ثابتة ومكلفة جدا. لكن عندما يكون عدد المستهلكين الأجانب المحتملين كبيرا واحتمالات تطور السوق تكون واعدة، فإن البيع بدون دعم وتعزيزات في الخارج يخشى أن يفهم بشكل خاطئ من قبل الزبائن المحليين الذين يحللون هذه السياسة على أنها رفض واضح من المصدر للالتزام بجدية في السوق، أو دليل ضعف مالي وتجاري.

2. البيع عن طريق فروع المؤسسة في الخارج:

يقصد بذلك التصدير عن طريق مكتب توزيع للمؤسسة مرتبط كلياً بإدارتها من النواحي المالية والتجارية والتنظيمية والقانونية يتضمن فتح فرع توزيع في الخارج للقيام باستثمارات أولية كبيرة، لكن المنافع التي يتضمنها تكون أكيدة في أغلب الأحيان، إن هذا الأسلوب يسمح بمراقبة السوق عن كثب.

¹ شريف علي الصوص: مرجع سابق، ص 88 - 89.

² غول فرحات: مرجع سابق، ص 191.

³ رضوان المحمود العمر: مرجع سابق، ص 134 - 137.

3. الممثل التجاري الموظف:

هو عبارة عن شخص من المؤسسة ملحق بدولة أجنبية، حيث تعويضاته الثابتة هي في أغلب الأحيان عبارة عن علاوة أو عمولة عن نشاطه في السوق المستهدفة، من محاسن الممثل الموظف معرفته الجيدة لنظام وسياسة ومنتجات المؤسسة وإطلاعها المستمر على سياسة تطور المؤسسة، حيث يتمكن من إعلام المؤسسة مباشرة بتطوير أسواق التصريف وسلوك المستهلكين والمنافسين.

4. الوكيل التجاري في الخارج:

الوكيل ليس ممثل موظف ينتمي كلياً إلى المؤسسة ويخضع لأوامره، وهنا نميز بين فئتين من الوكلاء، الوكلاء العاملون تحت اسم موكلهم ويؤدون ما يطلبه منهم مقابل عمولة، والوكلاء المستوردون الذين يتصرفون لحسابهم الخاص ويقومون بشراء المنتجات. فالوكيل يكون مندوباً للمؤسسة ما بغية التفاوض على بعض الأعمال تحت اسم هذه المؤسسة ولحسابه، وهذا يعني أن المؤسسة تحتفظ بالسيطرة على سياسته بالنسبة إلى المنتجات والسعر وفي بعض الأحيان يمكن أن يقوم بالتصدير مباشرة، وبالتأكيد يحق للوكيل الاستقلالية في تنظيم نشاطه وتكون تعويضاته على شكل عمولة من الأعمال المنفذة، لكن بالمقابل يجب عليه الخضوع إلى التزامات وأوامر المصدر، وعدم تمثيل المؤسسات المنافسة مباشرة والتأكد من السمعة التجارية الجيدة للزبائن، ومن مقدرتهم المالية... إلخ، إن جودة الوكيل وعلاقته الشخصية ومعرفته بالسوق الأجنبية وشبكات التوزيع تشكل العناصر المحددة لنجاحه وبالتالي لنجاح المصدر.

المطلب الثاني: إستراتيجيات التصدير

لكي تتمكن المؤسسة من غزو الأسواق خارجية عليها أن تتجهج إستراتيجية معينة هذه الأخيرة التي هي عبارة عن خطة شاملة طويلة المدى تصممها الإدارة العليا، بناء على معطيات بيئتها الداخلية والمحيط الذي تنشط فيه.

أ. مراحل تصميم إستراتيجية التصدير:

تتمثل هذه المراحل في النقاط الرئيسية التالية:¹

1. صياغة رسالة المؤسسة: ونعني بذلك تحديد الإدارة لكل من:

- تقسيمات المستهلكون التي تستهدف خدمتهم.
- مزيج المنتجات (السلع والخدمات) التي ستقدمها لكل تقسيم أو شريحة من المستهلكين.
- النطاق الجغرافي في السوق.
- نمط التكنولوجيا المستخدم.
- فلسفة والتزامات الإدارة من حيث مدى تقديرها للأطراف صاحبة المصلحة مثل الموارد البشرية والوفاء بتوقعاتها وخدماتها والالتزام بتحقيق عائد مناسب لهم على رأس المال المستثمر.
- ويتأثر تحديد رسالة المؤسسة بتحليل البيئة المحيطة بمتغيراتها السياسية والاقتصادية والتشريعية والتكنولوجية والثقافية.

¹. أحمد سيد مصطفى: التسويق العالمي (بناء القدرة التنافسية للتصدير)، شركة ناس للطباعة، مصر، 2001، ص 53 - 58.

2. تحليل البيئة المحيطة: ونعني في هذا الصدد تصنيف وتحليل المتغيرات البيئية المحيطة والمتغيرات السياسية والتشريعية والاقتصادية والثقافية والتكنولوجية. ويشمل هذا التحليل ليس فقط المتغيرات المحلية. بل يتعداه ليشمل المتغيرات الإقليمية والعالمية، لأن نسق هذه المتغيرات يمكن أن تؤثر إيجاباً أو سلباً على فرص المؤسسة في التصدير أو يشكل قيوداً عليها في هذا الصدد، كما يساعد هذا التحليل المؤسسة على تحديد اختياراتها من بين البدائل متعددة مثل أي شرائح المستهلكين أولى بالاهتمام وأي الأسواق تعطيها الأولوية وأي التوقيتات أنسب لتقديم منتج جديد أو الاشتراك في معرض أو إقامة معرض أو أكثر.

من ناحية أخرى يشمل تحليل البيئة المحيطة تحليل للصناعة التي تنتمي إليها المؤسسة، أي مجال النشاط الذي تعمل به، فتحدد المؤسسة مثلاً مركزها بالنسبة للمنافسين لكل سوق، كما تحلل التغيرات التي تطرأ على المستهلكين من حيث توزيعهم بحسب السن والجنس والموقع الجغرافي... إلخ.

3. التحليل الرباعي: يقصد بالتحليل الرباعي قيام الإدارة بتحليل الفرص والقيود في البيئة المحيطة من ناحية ونقاط القوة والضعف من ناحية أخرى.

– الفرص: الفرص هي عوامل إيجابية مواتية في البيئة الخارجية للمؤسسة يتعين اقتناصها والإفادة منها.

– القيود: تتمثل في عوامل سلبية معوقة، يتعين توقيها أو تحييدها.

– نقاط القوة: هي كل ما تحسن الإدارة أدائه من أنشطتها، وما يتوافر لها من موارد مناسبة.

– نقاط الضعف: تمثل كل ما تعجز أو يصعب عليها أدائه أو تعوزها الموارد المناسبة لأدائه.

4. تصميم الأهداف التصديرية الإستراتيجية: على ضوء الخطوات السابقة يمكن للمخطط التسويقي الإستراتيجي أن يحدد أهدافه الإستراتيجية طويلة الأجل، يحدد الهدف الإستراتيجي توجهات محددة للمؤسسة ويعكس مدى مهاراتها في التفاعل مع بيئتها.

ب. أنواع إستراتيجيات التصدير:

تتمثل إستراتيجية التصدير فيما يلي:¹

1. إستراتيجية تقسيم السوق لقطاعات: تسهم هذه الإستراتيجية في تكثيف الجهد التصديري والحفاظ على

المركز السوقي للمؤسسة وتميمته، كما تستخدم ضمن إستراتيجيات المنظمة الساعية للنمو والاستقرار.

وهكذا يمكن وصف تقسيم السوق لقطاعات بأنه عملية تقسيم سوق كبير إلى الأسواق الفرعية حيث يتميز مستهلكي كل سوق بتفضيل منتج معين أو بأنماط شراء واستهلاك أو استفادة معينة، ويتم التقسيم على أساس خصائص معينة للمستهلكين المرتقبين مثل السن و/أو الخبرة و/أو الحالة الزوجية و/أو الدخل مع تقديم الطلب الذي يمكن أن يجيء من كل قسم.

2. إستراتيجية اختراق السوق: أن المؤسسة ستحاول أن تبيع لمستهلكيها الحاليين منتجات أكثر من ذي قبل ويمكن أن تتضمن التكتلات الداعمة لهذه الإستراتيجية زيادة في مخصصات الإعلان أو زيادة في جهود البيع

¹ أحمد سيد مصطفى: مرجع سابق، ص 65 – 73.

الشخصي. وفي نطاق هذه الإستراتيجية أيضا قد تتجه المؤسسة إلى زيادة مبيعاتها في سوق أخذت بالنمو (حيث يتزايد الطلب) أو في سوق متوقفة النمو (حيث الطلب ثابت نسبيا).

3. إستراتيجية تطوير وتنمية السوق: تتجه المؤسسة للاستثمار في بيع منتجاتها الحالية لكن في سوق أو أسواق جديدة، كأن تتجه مؤسسة تبيع مستحضرات التجميل للبيع لسوق أو فئة مستهلكين جديدة، أي لعينات في فئة من أقل من فئة السن التي تميل لشراء هذه المنتجات، أو أن تتجه مؤسسة إلى دخول سوق جغرافية جديدة، أو أن تتجه مزرعة دواجن لبيع منتجاتها للمستهلك النهائي بعد أن كانت تبيع فقط للمطاعم والمستشفيات.

4. إستراتيجية تطوير المنتج: تعني اتجاه المؤسسة لتطوير منتجات جديدة لتبيعها إلى مستهلكيها الحاليين، أو في أسواقها الحالية. كأن تتجه مؤسسة لصناعة أجهزة التلفزيون إلى تقديم أجهزة الفيديو أو شرائط فيديو كمنتجات جديدة لمستهلكيها.

5. إستراتيجية التنوع: فتمثل إستراتيجية للنمو حيث تتجه المؤسسة لإضافة منتجات جديدة، وربما غير تقليدية أو مألوفة لبيعها في أسواق جديدة، كأن تتجه مؤسسة لصناعة السحائر لإنتاج مشروبات خفيفة.

المطلب الثالث: مؤشرات تنافسية الصادرات.

سنتطرق في هذا المطلب إلى مجموعة من المؤشرات التي تعبر عن مدى تنافسية الصادرات في أي بلد أو تكتل اقتصادي في الأسواق الدولية والتي تعبر عن درجة المساهمة في التجارة العالمية، وتمثل هذه المؤشرات فيما يلي:¹

أ. الميزة التنافسية.

$$RCA_{ik} = \frac{X_{ik} / X_{it}}{X_{wk} / X_{wt}}$$

X: قيمة الصادرات.

i: مؤشر البلد.

K: مؤشر السلعة.

T: مؤشر يفيد إجمالي القيمة.

W: مؤشر نسبة إلى العالم.

$RCA > 1$ ميزة نسبية ظاهرة.

ب. نسبة التجارة داخل نفس الصناعة IIT.

يعبر هذا المؤشر عن درجة التخصص في صناعة معينة وبالتالي القدرة على اقتحام أسواق جديدة نتيجة هذا التخصص، ويقاس هذا المؤشر بدرجة التجارة داخل صناعة i بالمقارنة مع إجمالي التجارة في نفس الصناعة.

$$IIT_i = \frac{[(X_i + M_i) - |X_i - M_i|]}{(X_i + M_i)}$$

¹. بلقاسم العباس: مؤشرات التجارة الخارجية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 2005، ص 18 - 28.

X_i الصادرات من السلعة (الصناعة) i

M_i الواردات من السلعة (الصناعة) i

$|X_i - M_i|$ يمثل التجارة بين الصناعات

$(X_i + M_i)$ قيمة التجارة في نفس الصناعة

$(X_i + M_i) - |X_i - M_i|$

IIT = 0 عدم وجود تجارة داخل نفس الصناعة

ج. التجارة ضمن نفس الصناعة

(التخصص). قيمة التجارة داخل نفس الصناعة (كل التجارة لا تمثل تبادلا بين مختلف الصناعات)

يشكل مؤشر نسبة التجارة

ضمن نفس الصناعة IITI دليلا عن تقدم البلد اقتصاديا وتقنيا، ولا يشكل هذا المؤشر قيمة مرتفعة لمجمل الدول العربية، ويبلغ هذا المؤشر للدول العربية في الفترة 1992-1994، 0.250 مقابل 0.886 في الاتحاد الأوروبي

$$AIIT = \frac{\sum_{i=1}^n (X_i + M_i) - \sum_{i=1}^n |X_i - M_i|}{\sum_{i=1}^n (X_i + M_i)}$$

X_i الصادرات من السلعة (الصناعة) i

M_i الواردات من السلعة (الصناعة) i

$|X_i - M_i|$ يمثل التجارة بين الصناعات

$(X_i + M_i)$ قيمة التجارة في نفس الصناعة

د. نسبة تركيز الصادرات مؤشر هيرشمان.

$$H = \frac{\sqrt{\sum_{i=1}^I \left(\frac{x_i}{X}\right)^2} - \sqrt{1/I}}{1 - \sqrt{1/I}}$$

يعبر هذا المؤشر عن درجة اعتماد صادرات بلد معين على عدد محدود من السلع، وتقاس عادة نسبة تركيز

الصادرات بعدة مؤشرات من أهمها مؤشر هيرشمان (H) Hirschman Index.

X_i قيمة الصادرات من السلعة i

X إجمالي الصادرات

I إجمالي عدد السلع الممكن تصديرها

$H = 0$ تنوع كبير

$H = 1$ تركز كبير

ويقاس مؤشر هيرشمان مدى تركيز الصادرات، ومنه نلاحظ أن معامل تركيز الصادرات مرتفع بالنسبة للأقطار العربية المصدرة للبترول.

هـ. معامل التنويع:

$$S_j = \frac{\sum_i |h_{ij} - h_i|}{2}$$

حيث h_{ij} حصة السلعة i من جملة الصادرات (أو واردات) البلد j .
حيث h_i حصة السلعة i من جملة الصادرات (أو واردات) العالم.

و. الحصة في السوق:

$$MS_{ij} = X_{ij} / \sum_j M_{ij}^k$$

X_{ij} : صادرات البلد j من السلعة i

M_{ij} : واردات السوق K من السلعة i من البلد j

$\sum_j M_{ij}^k$: إجمالي واردات السوق K من السلعة i

خلاصة الفصل.

- من خلال عرضنا السابق لمفهوم التنافسية والتصدير نستطيع أن نخرج بما يلي:
- إن البقاء في الأسواق العالمية يكون محفوفًا بالمتغيرات الكثيرة التي تظهر مدى تنافسية المؤسسة أو البلد ومدى قدرتهما على مواجهة المنافسة الشرسة.
 - تنافسية المؤسسة تكون من خلال تقديم أحسن المنتجات بأعلى جودة وسعر مناسب وفي الوقت والمكان المناسبين.
 - أما تنافسية البلد تكون من خلال قدرتها على رفع مستوى معيشة أفرادها.
 - أما فيما يخص عملية التصدير فهي تمثل الوجه الحقيقي لقوة البلد نظرًا لمساهمته الفعالة في إحداث التنمية الاقتصادية بفعل المداخليل المتأتية منه، فهو عبارة عن تصريف الفوائض الإنتاج إلى الأسواق العالمية من أجل الحصول على العملة الصعبة.
 - ولكي تتم عملية اختراق الأسواق العالمية من قبل أي مؤسسة عليها أن تنتهج إستراتيجية معينة، تقوم بتصميمها وفق بيئتها الداخلية والمحيط الذي تنشط فيه.

تمهيد

تعتبر سياسات سعر الصرف من بين الأدوات الهامة في صنع السياسات الاقتصادية، خصوصا بعد انفتاح التجاري الكبير الذي يشهده العالم خاصة في السنوات الأخيرة، ففي الدول المتقدمة تعتمد نظام الصرف المرن من أجل التصدي لمختلف الصدمات التي تواجهها، بينما استخدمت سياسة سعر الصرف في الدول النامية ضمن برامج التكيف الهيكلي، التي تتم عادة بإشراف المؤسسات المالية والنقدية الدولية.

ولقد لعب سعر الصرف دورا هاما في الإصلاحات التي اعتمدها الجزائر ويظهر ذلك جليا من خلال الانتقال من النظام الثابت إلى نظام التعويم، وقد حاولت الجزائر من خلال قانون الرقابة على الصرف التقليل من مخاطر سعر الصرف، وأيضا العمل على تشجيع الصادرات، هذه الأخيرة التي تشكل معظمها من المحروقات، وقد أولت الجزائر اهتماما كبيرا بالصادرات خارج المحروقات، ويظهر ذلك من خلال الإعانات المقدمة، وأيضا من خلال إنشاء الهيئات الداعمة لعملية التصدير.

ولقد تناولنا هذا الفصل من خلال المباحث التالية:

- المبحث الأول: نظام وسوق الصرف في الجزائر.
- المبحث الثاني: الصادرات الجزائرية خارج المحروقات.
- المبحث الثالث: تغير سعر الصرف وأثره على تنافسية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات.

المبحث الأول: نظام وسوق الصرف في الجزائر

شهدت أنظمة تسعير الدينار الجزائري عدة مراحل، فبعد أن كان مربوطاً بالفرنك الفرنسي أصبحت تحدد قيمته بعد 1974 على أساس سلة مكونة من أربعة عشر عملة، وفي إطار تحضير الجزائر للانتقال إلى اقتصاد السوق، عملت على تحرير نظام سعر الصرف.

المطلب الأول: تطور نظام سعر الصرف في الجزائر.

نظراً لاختيار الاقتصادي الذي انتهجته الجزائر منذ الاستقلال (المركزي في التخطيط) كان قرار تدعيم سعر الصرف العملة الوطنية بالنسبة للعملة الأجنبية إدارياً، وقد دام هذا القرار لغاية 1988، حيث كان الدينار الجزائري لا يعبر عن الواقع الاقتصادي، ويمكن تقسيم نظم سعر الصرف في الجزائر إلى:

أ. نظام سعر الصرف الثابت:

سنتطرق لوضع نظام سعر الصرف الثابت حسب التقسيم الآتي:

1. المرحلة الأولى (1963 – 1974).

كان نظام النقد الدولي في هذه الفترة أو على الأقل حتى سنة 1971 مسيراً باتفاقية بروتن وودز، حيث كان كل بلد عضو في صندوق النقد الدولي ملزماً بالتصريح عن تكافؤ عملته بالنسبة إلى وزن محدد من الذهب، ثم إصدار الدينار الجزائري كعملة وطنية في 1964/04/10 على أساس غطاء ذهبي يعادل 0.18 غ من الذهب وهو الوزن الذي يجب أن تتقيد فيه الدولة الجزائرية بصفتها عضو في صندوق نقد الدولي، وتجدر الإشارة إلى أن الدينار كان ثابتاً مقابل الفرنك الفرنسي، وذلك إلى غاية سنة 1969 في حدود يتقلب فيها الدينار الجزائري $\pm 1\%$ وهو تاريخ تخفيض قيمة الفرنك الفرنسي مقابل الدولار الأمريكي بعد تعرضه لأحداث 1968، في الوقت الذي تم تطبيق المخطط التنموي الثلاثي الأول (1967 – 1969) الذي خص تشجيع القطاع الإنتاجي وقطاع الخدمات المنتجة الذي يتطلب استقرار أسعار الصرف، ما جعل الدينار الجزائري لم يتبع انخفاض الفرنك الفرنسي عند تخفيضه، إلا أنه عرف انخفاضاً مستمراً مقابل أهم الشركاء التجاريين.¹

وأمام انخفاض المستمر للدينار الجزائري أجبر السلطات النقدية الجزائرية إعادة تقسيم تكاليف الاستثمار التي انطلقت مع المخطط الرباعي الأول (1970 – 1973) الذي يعتبر بمثابة الدفع الحقيقي للتخطيط الاقتصادي، وبتركيزه على الصناعات المصنعة. وعقب انهيار نظام بروتن وودز في سنة 1971 وإقرار مبدأ تعويم أسعار مصرف العملات، وعدم ربطها بالذهب أخذت الجزائر بنظام تسعير جديد.²

¹. عطاء الله بن طيرش: أثر تغير سعر الصرف على التجارة الخارجية - دراسة حالة الجزائر، سالة ماجستير، تخصص تجارة دولية، غير منشورة، تلمسان 2001_2011، ص 100.

² بربري محمد أمين: البعد الاقتصادي لتحرير سعر صرف الدينار الجزائري، مداخلة قدمت ضمن الملتقى الدولي الأول حول أبعاد الجيل الثاني من الإصلاحات الاقتصادية في الدول النامية، بومرداس، الجزائر، 04 - 05/12/2006، ص 4.

وقد سعى هذا النظام الجديد للتسعير إلى تحقيق هدف مزدوج:¹

- توفير دعم مقنع للمؤسسات الجزائرية بواسطة قيمة للدينار تفوق قيمته الحقيقية، بغرض تخفيف عبء تكلفة التجهيزات والمواد الأولية ومختلف المدخلات المستوردة من قبل هذه المؤسسات خاصة وأنها مؤسسات ناشئة.
- السماح للمؤسسة الوطنية بالقيام بتبنياتها على المدى الطويل دون أن تتعرض لتغيرات عنيفة (تنازلية) لسعر الصرف، وعن طريق استقرار القيمة الخارجية للدينار الجزائري.

2. المرحلة الثانية (1974 - 1986).

تم تحديد الدينار الجزائري خلال هذه المرحلة على أساس سلة من العملات مكونة من 14 عملة*. من ضمنها الدولار الأمريكي، وتحسب التغيرات النسبية للعملات المكونة لسلة الدينار الجزائري بالنسبة للدولار الأمريكي وامتاز هذا النظام بكونه نظام مقيد ومراقب بالنسبة لإمكانات الحيازة على العملة الصعبة وتحقيق المبادلات الخارجية، كما أن الدينار الجزائري ليس له قابلية التحويل إلى عملات أجنبية في الأسواق العالمية.²

3. المرحلة الثالثة (سبتمبر 1986 - مارس 1987).

أدخل عليه تعديل طفيف في حساب معدل صرف الدينار الجزائري مقارنة بالطرق السابقة، ويعتبر تمهيدا لسياسة التسيير الحركي لمعدل صرف الدينار.³

4. المرحلة الرابعة (مارس 1987 - منتصف 1990).

التخفيض التدريجي لسعر الصرف ليصل إلى توحيد سعر الصرف الرسمي مع السوق السوداء ويتلخص التوجه الأساسي لهذه الإصلاحات في الانتقال التدريجي من الاقتصاد المخطط إلى اقتصاد السوق، حيث يأخذ الجانب النقدي والمالي، ويتمثل الهدف الأساسي في رد الاعتبار لوظيفة تخصيص الموارد وذلك على الصعيدين الداخلي والخارجي. وابتداء من منتصف 1990 أعلنت السلطات النقدية عن رغبتها في التوصل إلى قابلية تحويل الدينار بالنسبة للعملات الخارجية بعد 3 سنوات، أي مع نهاية 1993 وبداية 1994 على أن تتم هذه العملية بشكل تدريجي واحترازي.⁴

ب. نظام سعر الصرف العائم الموجه:

منذ عام 1994 انتهجت السلطات النقدي في الجزائر نظام سعر الصرف المرن الموجه، استهدفت من خلاله المحافظة على الوضع التنافسي للصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات، كما اتخذت السلطات الجزائرية عدة خطوات تهدف إلى التوصل إلى نظام يتحدد فيه سعر الصرف وفقا لعوامل العرض والطلب على النقد

¹ محمود حميدات: مدخل للتحليل النقدي، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 3، 2005، ص 156.

* تتمثل هذه السلة في: الدولار الأمريكي، الدولار الكندي، الفرنك البلجيكي، الفرنك الفرنسي، الفرنك السويسري، المارك الألماني، الليرة الإيطالية، الجنيه الإسترليني، الكورون الدانماركي، الكورون النورمندي، الكورون السويدي، الفلورين الهولندية، البستة الإسبانية، الشلنغ النمساوي.

² قطوش بشرى: الاتجاهات العامة للسياسة المالية وسياسة سعر الصرف في الجزائر خلال الفترة (1990-2007)، رسالة ماجستير، علوم اقتصادية، غير منشورة، جامعة الجزائر، 2008 - 2009، ص 110 - 111.

³ المرجع نفسه، ص 111.

⁴ محمود حميدات: مرجع سابق، ص 160.

الأجنبي حيث بدأ بنك الجزائر ومنذ سبتمبر 1994 بتحديد سعر الصرف عن طريق جلسات التسعير بواسطة لجنة مشتركة من بنك الجزائر والبنوك التجارية.¹

1. التثبيت (سبتمبر 1994 - ديسمبر 1995).

ويقصد به تحديد قيمة الدينار بالنسبة للعملات الصعبة الأجنبية، هذا النظام يعتمد على حصص أسبوعية (من العملة الوطنية والعملة الأجنبية) ثم يومية منظمة ومرؤوسة من طرف بنك الجزائر، عند افتتاح كل حصة بنك الجزائر يعلن عن سعر صرف (يساوي دائما لسعر إقفال الحصة السابقة) مع الأخذ بعين الاعتبار تذبذبات العملة الأجنبية فيما بينها، وتعديل هذه القيمة من وقت لآخر حسب فوارق التضخم بين الجزائر والعالم.²

المطلب الثاني: نظام الرقابة على الصرف بعد صدور قانون 90 - 10.

منحت السلطات العمومية الجزائرية، في إطار التغييرات الجارية التي تهدف إلى توفير شروط انفتاح الاقتصاد الجزائري والتحول إلى اقتصاد السوق، البنك المركزي وظيفة الرقابة على الصرف وأسندت مهمة مراقبة الصرف وتنظيمه إلى مجلس النقد والقرض، فاستهدفت المواد من 181 إلى 183 من القانون 90-10 تصورات عن تنظيم سوق الصرف وحركة رؤوس الأموال، وبهذا جسد القانون مبدأ حرية الاستثمار الأجنبي وعمل على الاستقرار الداخلي والخارجي للدينار من خلال تنظيم وتوجيه ومراقبة حركة توزيع القروض وإبعاد خطر الصرف.³

وفي إطار تعزيز المرحلة الانتقالية تم تبني سياسة سعر الصرف المتعدد بشكل مؤقت خلال ثلاث سنوات بهدف إعادة هيكلة التجارة الخارجية وخاصة من جانب الواردات⁴، وبهذا الصدد تم إصدار قوانين تهدف في مجملها إلى تمكين المتعاملين الاقتصاديين من إنجاز جميع عمليات التجارة الخارجية عن طريق بنك وسيط معتمد، ويجري إتمام هذه العمليات على المستوى المالي وفقا للمساحة المالية ومختلف الكافلات والضمانات المعطاة من قبل المؤسسة الاقتصادية، كما يمكن لعملية التسديد المالي أن تتم نقدا أو لأجل محدد حسب الحالة، وهذا طبقا للشروط المحددة من قبل بنك الجزائر.

في حالة التسديد الآجل يستطيع المتعامل الاقتصادي الاحتياط ضد مخاطر الصرف، وهذا بالالتزام مع مصرفه بشراء عملة صعبة لتغطية المدفوعات الخارجية، وعلى هذا النحو فإن عمليات التصدير تستفيد من نظام يتميز بالطابع الحر، ويتمثل الالتزام الوحيد في استرجاع أو تحويل الإيراد الناتج عن هذه العملة إلى الوطن وتجدد الإشارة هنا إلى استفادة المصدرين من حصة من إيراداتهم بالعملة الصعبة، وتختلف هذه الحصة باختلاف النشاط حيث 10% للنقل والبنوك والتأمين، 20% للسياحة ومختلف الأنشطة المتعلقة بصناعة الخمر و 50% للمحاصيل الزراعية والصيد 100% لكل القطاعات الأخرى باستثناء المعادن والمحروقات التي تعد ملكا للمجموعة الوطنية.

¹. إسماعيل إبراهيم الطراد: إدارة العملات الأجنبية، مطبعة روزنا، عمان، 2001، ص 56.

². قطوش بشرى: مرجع سابق، ص 111.

³. المرجع نفسه، ص 114.

⁴. بربري محمد أمين: مرجع سابق، ص 7.

وترصد المبالغ التي يستفيد منها المصدرون في حسابات بالعملات الصعبة المفتوحة لدى البنوك التجارية ويتم التعامل بهذه الحسابات بكل حرية.¹

وبهذا الصدد إن الأموال من العملات الصعبة يمكن إيداعها في شكل ودائع تحت الطلب أو ودائع لأجل. يستطيع أصحاب الحسابات المفتوحة لدى المصارف المعتمدة القيام بسحب أموالهم والأمر بتحويلها وبالتحويل لها وتسديد عملياتهم التجارية مع الخارج بكل حرية، كما تسمح طبيعة هذه الحسابات للمؤسسات التجارية بتمويل وارداتها من المنتجات والمواد الأولية التي تستخدمها في الدورة الإنتاجية.

إن عمليات الإصلاح الاقتصادية التي قامت بها الجزائر جعلت السلطات النقدية حريصة على استقرار قيمة الدينار، والتخفيف من الفوارق التي يعاني منها الدينار بتقريب قيمته الرسمية من قيمته الحقيقية، وتدعيم الاحتياطات من العملات الصعبة لاستخدامها في حالة وجود خلل بين المعروض والمطلوب من العملات الأجنبية في سوق الصرف.²

ونذكر هنا أنه لغاية 1992، أصبح تحرير التجارة الخارجية ممكنا في حدود وسائل الدفع المتاحة مع احترام الأولويات المقررة من طرف الدولة لفائدة كل الذين بوسعهم تدير العملات الصعبة لأنفسهم وللبلد، كما أن تخصيص الموارد من العملة الصعبة أخذ الأولويات التالية:³

- استيراد المنتجات المخصصة للحفاظ على تنمية إنتاج المحروقات والإيرادات الناتجة عنها.
- استيراد المنتجات لتلبية الحاجيات الأساسية.
- استيراد المدخلات اللازمة لدعم الأنشطة المصدرة والمدخلات اللازمة للنشاط الصناعي.
- فيما يخص مراقبة الصرف فقد حدد النظام رقم 92-04 شروط وقواعد تنفيذ هذه المراقبة وإنجازها، ويمكن تفويض حق تسيير الصرف للوسائط المعتمدة قانونا، وأهم العناصر التي تدخل في هذا التفويض هي:⁴
- ودائع الزبائن في حسابات العملة الصعبة لدى الوسائط المالية المعينة.
- المبالغ المتأتية من عمليات الشراء في سوق الصرف.
- موارد أخرى يمكن تحديدها عند الحاجة لاحتياجات من طرف البنك المركزي.
- عوائد الصادرات من غير المحروقات والفوائد المنجمية باستثناء الجزء الذي يعود على المصدر.

المطلب الثالث: سوق الصرف في الجزائر

تعتبر سوق الصرف سوقا ما بين البنوك والمؤسسات المالية، حيث تعالج فيها كل عمليات الصرف (بيعا وشراء) العاجلة والآجلة للعملة الوطنية مقابل العملات الأجنبية وبكل حرية التحويل. وهي المكان الذي تحدد فيه

¹. محمود حميدات: مرجع سابق، ص 182-183.

². المرجع نفسه، ص 185-189.

³. قطوش بشرى: مرجع سابق، ص 116.

⁴ الطاهر لطرش: مرجع سابق ذكره، ص 224.

أسعار صرف العملات الأجنبية مقابل الدينار الجزائري بكل حرية ووفق قانون العرض والطلب على العملات الأجنبية، وهي على نوعين هما:

أ. سوق الصرف ما بين البنوك العاجل.

هي السوق التي يقوم فيها المتدخلون بعمليات الصرف العاجلة، ومن خلالها يتفق الطرفان باستبدال عملة مقابل عملة أخرى بسعر يسمى سعر الصرف العاجل، ويكون تسليم العملات الأجنبية بصفة عامة في اليوم الثاني من الافتتاح تبعاً لنهاية العملية، وأحياناً يمكن للأطراف أن تتفق على تسليم العملات الأجنبية المتبادلة لنفس اليوم أو ليوم الافتتاح تبعاً لتاريخ نهاية العملية. أما بالنسبة للتسعيرة المستعملة في هذا السوق هي التسعيرة الرسمية أو ما يسمى بعملية تثبيت العملة (Fixing) والتي تستعمل من أجل تحديد سعر الدينار الجزائري مقابل العملات الأجنبية الأخرى.¹

ب. سوق الصرف ما بين البنوك الآجل:

سوق الصرف ما بين البنوك الآجل عبارة عن سوق يقوم فيها المتدخلون بعمليات الصرف الآجلة حيث يتفق من خلالها على استبدال عملة مقابل عملة أخرى بسعر يسمى سعر الصرف الآجل، وتسلم العملات المتبادلة يكون عند تاريخ الاستحقاق المقدم الذي يمكن أن يكون ثلاثة أشهر أو حتى سنة واحدة.

ولقد تميزت سنوات التسعينات بتغيرات هيكلية كبيرة أدت بطبيعة الحال إلى بروز مخاطر الأسواق المسايمة لميكانيزمات اقتصاد السوق، ولم يهمل المشرع الجزائري هذا الجانب، حيث أقام في البداية تقنية الصرف الآجل، والتي تم طرح الإطار التشريعي المنظم لسوق لأجل في الجزائر في إطار سوق الصرف البنكي إذ يمكن القول أن الاقتصاد الجزائري عرف:²

1. ميكانيزم الصرف لأجل الذي تم تحديده بالنظام رقم 07/91 لـ 14 أوت 1991 والمتعلقة بقواعد وشروط الصرف والمصادرة رقم 25/24 مارس 1992 مقابل الدينار على أساس سعر يسمى سعر الصرف لأجل، وتسليم إحدى أو كلا العملتين المتبادلتين (دينار-عملة صعبة) في هذه الحالة في تاريخ لاحق يسمى أجل الاستحقاق.
2. ثم إنشاء سوق صرف بنكي يتم فيه إنجاز عمليات صرف فورية وأخرى آجلة ما بين العملة الوطنية والعملات الصعبة القابلة للتحويل، فحسب نفس هذا النظام فإن نشاط البنوك التجارية والمؤسسات المالية في السوق البنكي للصرف يكون في إطار إجراءات غير مركزية يتكفل بتحديد قواعدها بنك الجزائر، ولهذا تم تعريف السوق البنكي للصرف لأجل في التعليم رقم: 95/79 الصادرة في ديسمبر 1995 المتعلق بتنظيم وتشغيل السوق البنكي للصرف في مادته الخامسة، على أنه السوق الذي تنجز فيه عمليات صرف آجلة تتمثل في كل صفقة يتم من خلالها تبادل عملتين بسعر الأجل والتسليم الفعلي بعد 03 أيام.

¹. مراد عبد القادر: مرجع سابق، ص25.

². المرجع نفسه، ص27.

المبحث الثاني: الصادرات الجزائرية خارج المحروقات.

إن تحليل بنية المبادلات الخارجية الجزائرية مع العالم الخارجي من شأنها العمل على تحديد طبيعة المنتجات في شكل مجموعات سلعية، حيث يكون للجزائر ميزة تفوق نسبي فتقوم بتصديرها، وتلك التي يكون لديها ندرة نسبية فتعمل على استيرادها، ومن ثم معرفة اتجاهات تطورها حيث يمكننا الوقوف عند طبيعة النشاط الاقتصادي.

المطلب الأول: واقع الصادرات الجزائرية خارج المحروقات.

أ. رصيد التجارة الخارجية وتركيبية تطور هيكل الصادرات الجزائرية خلال الفترة 2000-2010.

1. رصيد التجارة الخارجية للاقتصاد الوطني 2008-2009:

الميزان التجاري عبارة عن الفرق الموجود بين إجمالي الصادرات X_t ، وإجمالي الواردات M_t ويكتب: $M_t - B = X_t$ ، فهو جزء مهم من النشاط الاقتصادي بصفة عامة وميزان المدفوعات بصفة خاصة وله دور حساس فيما يخص النمو الاقتصادي. وترتبط التجارة الخارجية للاقتصاد الجزائري بالسوق العالمية سواء فيما يتعلق بالواردات سيما من المواد المصنعة ونصف المصنعة والمواد الغذائية، أو بالصادرات سيما من المحروقات. إذ تمثل حركة الصادرات والواردات وتأثيرها على ميزان المدفوعات أهم مؤشرات التوازن الخارجي وارتبطت بتغير الميزان التجاري الجزائري بتغيرات عائدات المحروقات (البتروال والغاز الطبيعي)، بالإضافة إلى انعكاسات تذبذب الواردات على وضعية هذا الميزان.¹

الجدول أدناه يبين لنا أرقام الميزان التجاري الوطني للفترة 2008/2009:

جدول (01) يبرز رصيد التجارة الخارجية للاقتصاد الجزائري 2008/2009. الوحدة: مليار دولار

معدل التغير 09/08	2009	2008	2007	
44.91 - %	45.194	79.289	59.518	الصادرات الإجمالية FOB
0.95 - %	39.103	39.479	27.439	الواردات الإجمالية CIF
88.48 - %	5.900	39.819	32.079	رصيد الميزان التجاري
-	115	201	217	معدل التغطية (%)

المصدر: جمعي عماري، طارق قندوز: ملتقى حول الميزان التجاري الجزائري بين مطرقة تقلبات أسعار صرف العملات وسندان

تذبذبات أسعار المحروقات دراسة تحليلية لدالة الصادرات والواردات، جامعة الجزائر، 2010، ص 6.

من دراسات سابقة يمكن القول بأنه تم تحقيق رصيد موجب مستمر بشكل متزايد في الميزان التجاري في كل مستويات الفترة (1990-2009)، (ما عدا سنة 1994 التي تأزمت فيها حالة الاقتصاد الوطني) لكنه يبقى مشوبا بمخاطر العجز بفعل تداعيات الأزمة المالية الراهنة، وارتبط تطوره بارتفاع حجم Q وأسعار P المحروقات

¹ جمعي عماري، طارق قندوز: ملتقى حول الميزان التجاري الجزائري بين مطرقة تقلبات أسعار صرف العملات وسندان تذبذبات أسعار المحروقات دراسة تحليلية لدالة الصادرات والواردات، جامعة الجزائر، 2010، ص 5.

وبضبط الواردات حيث نسجل محاولات تقليص أو تجميد مستوى الواردات السلعية في بعض السنوات خلال فترة تنفيذ البرامج المدعومة وهو ما يفسر سياسة الحذر والخوف من السقوط المفاجئ لأسعار النفط . ومن الجدول أعلاه فقد حققت التجارة الخارجية الجزائرية توازنا حسابيا على مرّ السنوات السابقة لكنّه توازن مضلل وهش ويعاني اختلالات بنيوية يتأثر بتقلبات أسعار المحروقات في السوق الدولية ومكّرس للتبعية الغذائية وبذلك لم يتم تحقيق نتائج مستديمة في الميزان التجاري خارج المحروقات . وتكون بذلك الإفرازات السلبية للأزمة المالية ملموسة على المدينين المتوسط والبعيد وتضر بمستوى رفاهية أفراد المجتمع . حيث إنّ ارتفاع الأورو يسهم في جعل قيمة المنتجات الموجهة نحو التصدير مرتفعة مقابل المنتجات الأمريكية واليابانية والصينية ثم إن تراجع الدولار (الجزائر لا تتعامل مع الولايات المتحدة الأمريكية كثيرا في مجال الواردات باستثناء الحبوب) يؤدي إلى التأثير على قيمة احتياطي الصرف الجزائري رغم أن الجزائر عمدت إلى تنويعه بحيث يشكل 55% من الأورو و45% من الدولار . ورغم أن الجزائر استفادت من ارتفاع المحروقات لتحسين مؤشرات الاقتصاد الكلي إلا أنّها بحكم ارتباطها بالدولار تتأثر بتقلبات السوق ليقى الاقتصاد الجزائري هش رهين أسعار المحروقات وتقلبات سعر الصرف .

كما سجّلت التجارة الخارجية الجزائرية خلال عام 2009 زيادة في قيمة الميزان التجاري ، قدرت بـ 4.586 مليار دولار وانخفاض في قيمته بأكثر من 88% مقارنة بعام 2008، وهذا راجع إلى الانخفاض المهم لقيمة الصادرات بنسبة 44.91%، وبعبارة أخرى فإننا نلمس وجود تغير سلبي والذي أظهره الميزان التجاري (-) 88.48% بمعدل تغطية 115% عام 2009، وهذا ما يؤكّد الحقائق التي مفادها أن اقتصاديات البلدان النامية سريعة التأثير بالتقلبات التي تحدث لأسعار المواد الأولية المصدرة. وهذا بعكس الفترة 2008/2007، حيث حسب معطيات المركز الوطني للإحصائيات والإعلام CNIS بالمديرية العامة للحمارك فقد حقق الميزان التجاري الجزائري فائض قدر سنة 2008 بـ 39.819 مليار دولار بنسبة ارتفاع بـ 19% مقارنة بـ 2007 بسبب الارتفاع المستمر لحصة الصادرات ، وهذه الأخيرة تأثرت بارتفاع أسعار المحروقات في السوق العالمي وبما أن هيكل الصادرات تغلب عليه مادة أولية بأكثر من 97% نجد أن الصادرات خارج المحروقات لا تساهم في تغطية الواردات إلاّ بنسبة ضئيلة.¹

2. تطور تركيبة هيكل الصادرات الجزائرية خلال الفترة 2000-2010:

إنّ المعضلة المستعصية والمشكلة المزمنة التي يعاني منها الاقتصاد الوطني حسب إجماع الخبراء الجزائريين تتمثل في غياب إستراتيجية اقتصادية واضحة المعالم نابعة من إرادة سياسية تسترعيها رغبة جامحة لتحقيق النهوض والإقلاع، فحسب تقرير مناخ الأعمال الصادر عن البنك الدولي لعام 2009 جاءت الجزائر في المرتبة 136 من مجموع 168 بلد وجاء التقييم سلبيًا حول جاذبية مناخ الاستثمار في الجزائر، (تدفق نحو الجزائر كاستثمارات أجنبية حسب الوكالة الدولية لضمان الاستثمار 2.31 مليار دولار عام 2009) وفي تقرير صادر عن مؤتمر الأمم

¹ جمعي عماري، طارق قندوز: مرجع سابق، ص 6.

المتحدة للتجارة والتنمية، فقد بلغ حجم الصادرات العالمية لعام 2009 نحو 12419054 مليون دولار وكانت نسبة مساهمة الصادرات الجزائرية فيها 0.36% بقيمة 45194 مليون دولار، وجاء في تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي أنّ الجزائر كبلد نامي تصنف ضمن الدول ذات القدرات التنافسية الضعيفة المعتمدة على الاقتصاد السلطاني، حيث تحصلت الجزائر في مؤشر التنافسية الإجمالي GCI على المرتبة 86 من بين 139 دولة شملها تقرير عام 2010 بـ 3.96، وفي مؤشر مدركات الفساد CPI لعام 2010 تقرير المنظمة العالمية للشفافية جاءت الجزائر في الرتبة 105 من بين 128 دولة شملها التقرير بدرجة 2.9 من 10 على سلم الشفافية¹.

كما أن احتياطات البلد الرسمية من النقد الأجنبي البالغة عام 2010 قيمة 162.2 مليار دولار تمثل 38 شهر من الاستيراد ناجمة عن ارتفاع أسعار المحروقات، فالإقتصاد الجزائري تقليدي رهين الإيرادات الريعية والصناعات الإستخراجية الناضبة لا ينتج الثروة (حصة الصناعة من الناتج المحلي الإجمالي تمثل نسبة 5% فقط) يقوم على استنزاف البترول والغاز دون مراعاة لمحدودية الاحتياطات والكفاءة في تخصيص العائدات والعدالة في التوزيع. وبالموازاة مع ذلك تعتبر قضية ترقية الصادرات خارج المحروقات هاجس يؤرق السلطات المركزية (العقدة الهولندية)، حيث إنّ الإقتصاد الجزائري يقوم بإثراء باقي العالم وإفقار السوق المحلي، إذ يقوم بتمويل باقي العالم بالمواد الأولية غير المتجددة ويودع لديه جزءاً مهماً من إيرادات الصادرات في شكل تراكم احتياطات لا فائدة منها للدولة، أي بكل وضوح إنّ الإقتصاد الجزائري يتخصص في تحويل احتياطي غير متجدد إلى احتياطي متغير².

وفي هذا الصدد يمثل الجدول أدناه تطور هيكل الصادرات الجزائرية خلال الفترة (2000-2010)

¹ غلاب صباح: معوقات تطور الصادرات الجزائرية خارج المحروقات، دراسة حالة الشركة الإفريقية للزجاج - جيغل، مذكرة ماستر (أكاديمي)، تخصص إدارة أعمال تجارة دولية، علوم التسيير، جامعة المسيلة، 2012/2011، ص 34.

² زايري بلقاسم: إدارة احتياطات الصرف وتمويل التنمية في الجزائر، مجلة بحوث اقتصادية عربية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان 2008 ص 8 (حوار مع رئيس الحكومة الأسبق أحمد بن بيتور لجريدة الوطن).

جدول رقم (02): يوضح تطور هيكل الصادرات الجزائرية خلال الفترة 2000/2010.

الوحدة: مليار دولار

الصادرات الإجمالية		الصادرات غير النفطية		الصادرات النفطية		السنوات
%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	
100	22.031	2.80	0.612	97.20	21.419	2000
100	19.132	3.40	0.684	96.60	18.484	2001
100	19.554	3.80	0.734	96.20	18.820	2002
100	24.464	2.80	0.664	97.20	23.800	2003
100	31.775	2.50	0.788	97.50	30.980	2004
100	46.001	2.20	1.012	97.80	44.989	2005
100	54.613	2.20	1.180	97.80	53.433	2006
100	59.518	2.20	1.312	97.80	58.206	2007
100	81.238	2.50	1.940	97.50	79.298	2008
100	45.194	2.40	1.07	97.60	44.124	2009
100	57.053	2.70	1.526	97.30	55.527	2010

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

إحصائيات التجارة الخارجية الجزائرية للفترة 2000 إلى 2010 (جمارك الجزائرية: www.douane.gov.dz مستخرجة من تقرير المركز الوطني للإعلام الآلي (CNIS).

المطلب الثاني: التوزيع الجغرافي للصادرات الجزائرية خارج المحروقات.

كنتيجة للاتفاقيات والإجراءات التي اتخذتها الجزائر مع الأطراف الخارجية فيما يتعلق بالتجارة الخارجية، تتجه غالبية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات إلى الدول الأعضاء في هذه الاتفاقيات خاصة الدول التي وقعت معها على اتفاقية الشراكة الأورو متوسطية ودول منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى، بالإضافة إلى دول إفريقيا المنخرطة في إطار الشراكة الجديدة للتنمية الإفريقية، وباقي دول العالم في شكل اتفاقيات ثنائية.¹

ترتبط الجزائر مع العالم الخارجي وفق معاملات ذات طابع اقتصادي، والهدف من ذلك معرفة مدى الاعتماد على دولة واحدة أو تكتل اقتصادي واحد في تسويق المنتجات الجزائرية نحو الأسواق الأجنبية، وتكمن الفائدة التسويقية من دراسة النمط الجغرافي للصادرات هو إجراء التصنيف المبدئي للدول التي تشكل فرص سوقية من حيث التقارب الجغرافي والثقافي:

- **التقارب الجغرافي:** يتيح للمؤسسات الجزائرية فرص التصدير إلى البلدان القريبة من حيث الموقع، وذلك لتحقيق وفورات في تكاليف المواد المصدرة مما يزيد من تنافسية السلع المصدرة.

¹ منير نوري، ابراهيم لجلط: المؤسسات الاقتصادية الجزائرية واشكالية التصدير خارج المحروقات، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة واستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية 8-9 نوفمبر 2010، الشلف، ص 15.

- التقارب الثقافي: كالدين واللغة والعادات الاستهلاكية والأذواق والسلوك الشرائي ... إلخ، يسمح للمؤسسات الجزائرية المصدرة بتنميط منتجاتها إلى كل الأسواق المستهدفة بدل التعديل أو التكيف المحلي الذي يثبط من قدرة المؤسسات الجزائرية خاصة الصغيرة والمتوسطة، في مواجهة الاحتياجات المختلفة لكل سوق. ولدراسة النمط الجغرافي للتجارة الخارجية في شقه المتعلق بالتصدير يبين الجدول أسفله أهم الدول التي تستورد من الجزائر خارج المحروقات.¹

جدول (3) يوضح أهم الدول المتعاملة مع الجزائر خارج المحروقات (11 شهر الأولى لعام 2009).

الوحدة: مليون دولار.

2009		
%	القيمة	
20.05	202.35	فرنسا
15	151.36	إسبانيا
8.82	89.01	إيطاليا
6.91	69.76	بلجيكا
6.36	64.18	تركيا
3.94	39.70	هولندا
3.55	35.83	الولايات المتحدة الأمريكية
3.32	33.47	سويسرا
3.18	32.07	تونس
2.43	24.47	الهند

المصدر: طارق أبو مازن قندوز: ملتقى حول تحديات ورهانات استراتيجية ترقية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات مقارنة وصفية تحليلية، جامعة المسيلة، 2009، ص 6.

ويلاحظ من الجدول أعلاه :

أن فرنسا تمثل أكبر متعامل تجاري مع الجزائر خارج المحروقات، حيث تستورد ما قيمته 202.35 مليون دولار بنسبة 20.05% من هيكل الصادرات الجزائرية خارج المحروقات، تليها إسبانيا بقيمة إجمالية تصل إلى 151.36 مليون دولار، ثم المرتبة الثالثة إيطاليا بقيمة 89.01 مليون دولار. وعلى هذا الأساس يمكن القول بأن دول الحوض المتوسط وبحكم موقعها الجغرافي وكذا الروابط التاريخية المتينة قد ساعد بشكل كبير في تطوير علاقاتها التجارية مع الجزائر، في حين يبقى التعامل مع الدول العربية ضئيلا خلا بعض دول الجوار كتونس حيث بلغت

¹ طارق أبو مازن قندوز: ملتقى حول تحديات ورهانات إستراتيجية ترقية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات مقارنة وصفية تحليلية، جامعة المسيلة، 2009، ص 5.

قيمة الصادرات إليها 32.07 مليون دولار عام 2009 وهذا إن دلّ على شيء فإنما يدل على أن التكامل المغاربي إندماج أجوف فارغ من محتواه ويعزى السبب لغياب الإرادة السياسية التي تعتبر المحك الحقيقي لنجاح التكتلات الإقليمية الناجمة مثل الإتحاد الأوروبي، النافتا، الآسيان، ... إلخ.¹

المطلب الثالث: مشاكل التصدير و أهم الهيئات المكلفة بترقية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات.
أ. مشاكل التصدير:

من خلال دراستنا للبنية السلعية للصادرات الجزائرية وجدنا أن الصادرات من المحروقات تفوق في الغالب 95% من إجمالي الصادرات، و بالتالي فهناك أسباب أو إن صح القول مشاكل التصدير خارج قطاع المحروقات، و يمكن إجمالها فيما يلي:²

1. 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 الاختلاف.
- عدم الأخذ بأسلوب نظام الجودة في مجال تحديد وتصميم المنتجات.
- عدم توافر نظام للمعلومات يتضمن كافة البيانات والإحصائيات التي تربط بالعملية الإنتاجية وموقع السلعة في السوق.
- هياكل تنظيمية ميكانيكية لا تستجيب للتغيرات الحالية التي تحدث خارج حدود المؤسسة (البيئة الخارجية) منها تحرير المبادلات التجارية، التطور التكنولوجي والإعلام والاتصال أدى إلى ضعف صناعة المؤسسات الجزائرية على مواجهة الهزات الفردية التي تمارسها المؤسسات الاقتصادية العالمية لمباركة وبدعم منظمات سلبية المنظمة العالمية للتجارة.
- 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 الاقتصادية:

- غياب إستراتيجية محددة المعالم للتصدير أو على الأقل تغطية الحاجيات المحلية والذي يفترض أنها جزء ضروري لتنمية وتوزيع الصادرات وتحقيق تنافسية، تعطي الاعتبار الاقتصادي والاجتماعي والتشابك والتداخل الحاصل بين الأسواق الوطنية والأجنبية.

¹ طارق أبو مازن قندوز: مرجع سابق، ص 6.

² سامية سرحان: مرجع سابق، ص 117 - 119.

- غياب ثقافة التصدير لدى المتعاملين الاقتصاديين الجزائريين، وميلهم لممارسة عملية الاستيراد بسبب ارتفاع نسبة الربح 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 الإنتاجي الوطني.
- سوء استخدام التكنولوجيا حال دون تقديم منتجات مطابقة للمواصفات الدولية سواء من حيث التصميم تغليف. بالإضافة إلى غياب الإبداع والابتكار التقني والتكنولوجي سبب ضعف ميزانية البحث والتطوير وأنماط الإدارة المتسلطة.

3. المشاكل المرتبطة بالمحيط المؤسسي والتشريعي:

يتميز المحيط المؤسسي التشريعي للصادرات خارج المحروقات بالخصائص التالية:

- وجود تنظيم وتنسيق غير كافيين بين المصدرين الجزائريين سواء على المستوى الوطني أو الخارجي.
- سوء استخدام وتوجيه الموارد المالية للصندوق الخاص لترقية الصادرات خارج المحروقات.
- ارتفاع تكاليف النقل الدولي وعجز خدمات دعم التصدير المخصصة لذلك، والتي تعتبر أداة أساسية وضرورية لتطوير نشاطات التصدير لأن ارتفاع تكاليف النقل يترتب عليه ارتفاع التكاليف التسويقية وبالتالي انخفاض هامش الربح الممكن تحقيقه من عملية التصدير بسبب عدم انتظام برامج توجيه الرحلات ونقص الخطوط الموجهة للتصدير وعدم تخصيص بعض أرصفة الموانئ للعمليات التصديرية فقط.
- عدم الاهتمام بوظيفة التسويق الدولي وما يمكن أن تقدمه من معلومات للمؤسسات، بحيث أصبح الحصول على المعلومات عن الأسواق الخارجية من أهم المشكلات التي تواجه المصدر الجزائري نظرا لنقص خبرته بالدراسات التسويقية.

- عدم قياس القدرة التسويقية للمؤسسة فالمؤسسة التي تريد التصدير تعترضها عمليا إشكالية كبيرة ذات طابع إستراتيجي قبل القيام بتحديد الوسائل ووضعها حيز التطبيق.

ب. الهيئات المكلفة بترقية الصادرات خارج المحروقات.

و تتمثل هذه الهيئات فيما يلي:

1. الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير SAFEX:

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

أكثر حرية لصادراتنا، وقد خصصت الشركة (Safex) هيئة تتمثل في مديرية الجودة بغرض منح رخص لكل المنتجات الموجهة للتصدير وبالموازاة توفر الشركة عدة نشاطات في مجال ترقية الصادرات ومن أهمها:

- تنظيم نشاطات الأعوان الاقتصاديين سواء في البلاد أو خارجها.
- تقديم استثمارات لوكلاء الأعوان الاقتصاديين عند طلبهم من أجل إنجاز عمليات التصدير.
- تنظيم المعارض والتظاهرات التجارية وهدفها ترقية المنتجات المحلية نحو الخارج.¹

2. وكالة ترقية التجارة الدولية:

و لقد أنشئت بمقتضى مرسوم تنفيذي رقم 91-131 في 11 مايو سنة 1991، و توضع تحت وصاية وزير الاقتصاد، يكون مقرها في مدينة الجزائر، ويمكن نقله إلى أي مكان آخر من التراب الوطني بناء على قرار يتخذه مجلس إدارتها وهذا كما جاء في المادة الثانية، وتحدد المادة الثالثة هدف الوكالة فيما يأتي:

- تطور وتشجع الاستثمارات والمبادلات بواسطة صناديق المساهمة، والمؤسسات وكل التجمعات ذات المصلحة المشتركة.
- تطور وتشجع كل هندسة للاستثمارات والأعمال الضرورية لإنشاء المؤسسات وتطويرها لاسيما الصناعات الصغيرة والمتوسطة.
- تطور وتشجع في إطار تعاقدية خدمات الاستشارة والخبرة في إستراتيجية تنمية المؤسسات، وتأطيرها الإستراتيجي والتجارة الدولية.
- تضع خدماتها تحت تصرف المتعاملين الاقتصاديين العموميين والخواص في كل عمل يرمي إلى تكثيف المبادلات التجارية.
- تقييم أي بنك لمعطيات الإعلام المتخصص الاقتصادي، التجاري، والمالي، وتطوره.²

3. الغرفة الجزائرية للتجارة و الصناعة (CACI):

أنشئت بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 96-94 في 03 مارس سنة 1996، وتوضع تحت وصاية الوزير المكلف بالتجارة، وتتمثل مهامها حسب المادة الخامسة في:

- المساهمة في تنظيم كل اللقاءات والتظاهرات الاقتصادية في الجزائر وفي الخارج مثل المعارض والندوات والمهام التجارية التي تسعى لترقية وتطوير النشاطات الاقتصادية والمبادلات التجارية مع الخارج.
- توطيد العلاقات وعقد اتفاقيات تعاون مع المؤسسات الأجنبية المماثلة.
- ويمكن للغرفة التدخل - بطلب من المتعاملين- في حل النزاعات التجارية الوطنية والدولية.³

4. اللجنة الجزائرية لتأمين و ضمان الصادرات (CAGEX):

¹ الوليد قسوم ميساوي: دراسة اقتصادية و قياسية للصادرات الصناعية في الجزائر، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة بسكرة، 2007، ص 72.

² الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 23، 1991، ص 798.

³ منير نوري و إبراهيم خلط: مرجع سابق، ص 16.

أنشئت بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 96-235 في 02 جويلية 1996، وتكلف هذه اللجنة بما يأتي:

- تدرس وتفصل في الطلبات المتعلقة بالضمانات التي ترد من المصدرين.
- تبت في كل المسائل المتعلقة بالتأمينات عند التصدير وتقدم للوزير المكلف بالمالية كل الاقتراحات في هذا المجال.

- تدرس وتفصل، إن اقتضى الأمر، في الطعون التي يقدمها المصدرون وتكون مرتبطة بضمانات الأخطار التجارية.¹

هذا بالإضافة إلى بعض المهام الأخرى والتي منها:²

- ترقية وتشجيع الصادرات الجزائرية خارج المحروقات.
- تغطية المخاطر المتعلقة بعمليات التصدير (المخاطر التجارية، السياسية).
- تأسيس بنك للمعلومات في مجال الإعلام الاقتصادي.
- تعويض وتغطية الديون.

5. الديوان الجزائري لترقية التجارة الخارجية (PROMEX):

أنشئ بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 96-327 في 01 أكتوبر سنة 1996، ويوضع تحت وصاية الوزير المكلف بالتجارة، وتحدد المادة الرابعة المهام الأساسية لهذا الديوان بما يأتي:

- يشارك في تطوير إستراتيجية ترقية التجارة الخارجية ويساهم في تطبيق السياسة الوطنية في المبادلات التجارية.
- ينشط برامج تميم المبادلات التجارية الخارجية وترقيتها، الموجهة أساسا نحو تطوير الصادرات من غير المحروقات، ويساهم تحت سلطة الوزير المكلف بالتجارة، في تطبيق الإجراءات العمومية لدعم الصادرات.
- يرصد ويحلل الأوضاع الهيكلية والظرفية للأسواق العالمية بهدف تسهيل نفاذ المنتجات الجزائرية إلى الأسواق الخارجية، وتكاثرها فيها.
- يقيم جهازا لرصد الأسواق الخارجية، ويوفر على الخصوص المعلومات التي من شأنها أن تساعد المتعاملين الاقتصاديين على تقييم عمليات الاستيراد وترشيدها.
- ينشئ ويسير شبكة معلومات تجارية وبنوك المعطيات، التي توضع تحت تصرف كل المتدخلين في ميدان التجارة الخارجية عند الاستيراد والتصدير، ولاسيما بإدراجها في الشبكات العالمية للمعلومات.
- يصدر ويوزع كل النشرات والمذكرات المتعلقة بسياق التجارة الدولية، لفائدة المؤسسات والإدارات.
- ينجز كل الدراسات المستقبلية ويجند كل مساعدة تقنية مفيدة في مجال التجارة الدولية
- يتصور ويقدم الخدمات التي من شأنها أن تساعد وتوجه مستعملي التجارة الخارجية في ممارسة نشاطاتهم.

¹ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 41، 1996، ص 13.

² منير نوري و إبراهيم خلط: مرجع سابق، ص 17.

- يقيم ويطور علاقات تبادل وتعاون مع الهيئات الأجنبية المماثلة أو التي تمثل طرفا مقابلا في مجال التجارة الدولية.¹

وهناك خمسة (05) مجالات إعانة مقررة يتكفل بها الصندوق الخاص بالترقية:²

- أعباء لها صلة بدراسة الأسواق الخارجية.
- التكفل الجزئي بمصاريف المشاركة في المعارض بالخارج.
- جزء من تكاليف دراسة الأسواق الخارجية.
- تكاليف النقل الدولي لرفع وشحن البضائع بالموانئ الجزائرية والموجهة للتصدير.
- تمويل التكاليف المتعلقة بتكليف المواد حسب مقتضيات الأسواق الخارجية.

6. الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (ALGEX):

بغرض الخوض في سياسة توسعية للمبادلات التجارية والاندماج العالمي، فإن إنشاء وكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية، بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 04-174 في 12 جوان 2004، قد جاء لأجل تقديم دعم فعال للصادرات خارج المحروقات والاشتراك في ترويج المنتج الجزائري لأكبر عدد ممكن من البلدان هذا بالإضافة إلى بعض المهام الأخرى:³

- تساعد على التعرف وفهم قواعد وممارسات التجارة الدولية.
- ضمان تسيير أدوات ترقية الصادرات خارج المحروقات.
- ضمان تسيير ديناميكي للشبكة الوطنية للمعلومات التجارية.
- تزويد المؤسسات الجزائرية بالمعلومات التجارية والاقتصادية حول الأسواق الخارجية.
- دعم جهود المؤسسات الجزائرية في الأسواق الخارجية.
- إعداد المؤسسات الجزائرية وتنظيمها ومساعدتها في المعارض والتظاهرات الاقتصادية بالخارج.
- تسهيل دخول المؤسسات الجزائرية في الأسواق الخارجية.
- المرافقة في التظاهرات التجارية في الخارج وتنشيط بعثات الاستكشاف والتوسع للتجارين.
- مساعدة المتعاملين الجزائريين في تجسيد علاقات العمل مع شركائهم الأجانب.
- ترقية نوعية العلامة للمنتجات الجزائرية بالخارج.

7. البرنامج الجزائري- الفرنسي لدعم الصادرات خارج المحروقات (Optime Export):

أطلقت الجزائر وفرنسا بتاريخ 28 جوان 2008 برنامجا مشتركا لدعم الصادرات خارج المحروقات أطلق عليه "أوبتيم إيكسبورت" يركز على تعزيز قدرات التصدير لدى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والبرنامج ممول بالتعاون

¹ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 58، 1996، ص 09.

² منير نوري و إبراهيم جليل: مرجع سابق، ص 16.

³ موقع الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية: www.Algex.com تاريخ الإطلاع: 2013/05/03.

بين وزارة التجارة الجزائرية والوكالة الفرنسية للتنمية، ويتوجه إلى المؤسسات الجزائرية التي تنشط في مجال التصدير أو تلك التي تكتسب كفاءة عالية في هذا المجال، وتمثل مهمته أساسا في دعم المستفيدين من البرنامج من الجانب التقني وذلك يجعل مساراتهم التنموية الدولية أكثر حرفية من خلال ضمان تكوينات في المهن المتعلقة بالتصدير والإعلام التجاري واستكشاف الأسواق الخارجية، وعلى غرار الدورات التحسيسية المخصصة للمصدرين المبتدئين يرتقب البرنامج توفير دعم خاص لفائدة الأعوان والمستشارين في مجال التصدير والمكونين.

ولقد وضع هذا البرنامج لفترة قصيرة حيث ينتهي وقت تنفيذه في 30 ديسمبر 2010، إلا أنه مع أواخر سنة 2009 تم تأهيل 44 مؤسسة صغيرة ومتوسطة للتصدير في إطار هذا البرنامج لذا تمت المطالبة بتمديد فترة تنفيذ هذا البرنامج إلى غاية 2012 وتوسيعه ليشمل أكبر عدد ممكن من المؤسسات المصدرة، ويندرج هذا البرنامج الذي بلغت تكلفته ما يعادل 1.2 مليون دولار في إطار الجهاز الذي تم إنشائه من أجل ترقية الصادرات خارج المحروقات كالصندوق الخاص من أجل ترقية الصادرات ووكالة (ALGEX) واللجنة الجزائرية لتأمين وضمان الصادرات (CAGEX).¹

المبحث الثالث: تغير سعر الصرف وأثره على تنافسية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات .

يلعب سعر الصرف دور مهم في عملية التصدير، ويتجلى ذلك من خلال التأثير على تكلفة الصادرات بالزيادة أو النقصان، وهو ما ينعكس على تنافسيتها في الأسواق العالمية.

المطلب الأول: مؤشرات تنافسية الصادرات الجزائرية

سنحاول في هذا المطلب التعرف على بعض المؤشرات التي تعبر عن مدى تنافسية الصادرات الجزائرية.

أ. الميزة النسبية الظاهرة:

الجدول رقم (4): الميزة النسبية الظاهرة

البند	0	1	2	3	4	5	6	7	8
الجزائر	0.04	0.02	8.56	0.02	0.03	0.00	0.00	0.08	0.01

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على التصنيف المعياري للتجارة الدولية (SITC)

يمثل هذا الجدول قيم مؤشرات الميزة النسبية الظاهرة للجزائر حيث نجد أن قيم هذا المؤشر تتوزع على أقسام معينة من هذا التصنيف، وذلك كما يلي:²

- 0 الأغذية والحيوانات الحية حيث نجد نسبتها قليلة إذا ما قورنت بدول عربية أخرى.
- 1 المشروبات والتبغ، حيث نجد الجزائر أيضا حصتها لا تتجاوز 0.02 إذا ما قورنت بدول عربية أخرى.
- 2 المواد الخام، نجد الجزائر لديها ميزة نسبية ظاهرة في التصدير تقدر بـ 8.56 ويعود ذلك إلى وجود المادة الخام وعمليات الاستكشاف التي تقوم بها سنويا.

¹ موقع وكالة الأنباء الجزائرية: www.djazair.com تاريخ الإطلاع: 2013/05/05.

² بختيت حسان: تنافسية الصادرات العربية الأسواق الدولية "واقع ومتطلبات"، رسالة ماجستير، علوم اقتصادية، غير منشورة، تلمسان، 2010_2011، ص157.

- أما فيما يخص المجموعة 7 و8 فتكاد تنعدم، حيث تعبر المجموعة 7 عن السلع المصنعة فنجد الجزائر ميزتها النسبية تكاد تنعدم، ويعود ذلك إلى ضعف التقنيات في منتجات الصادرات الجزائرية. والسبب في ذلك نقص المخابر والبحوث العلمية المتخصصة والاختراعات والابتكارات.

ب. نسبة التجارة داخل نفس الصناعة:

يشكل مؤشر نسبة التجارة داخل نفس الصناعة دليلا على تقدم البلد اقتصاديا وتقنيا.

جدول رقم (5): عدد السلع التي زادت فيها نسبة التجارة داخل نفس الصناعة.

الدولة	عدد السلع الكلية المصدرة	عدد السلع التي زادت فيها التجارة داخل نفس الصناعة	النسبة المئوية للسلع المصدرة التي زادت عن نسبة التجارة داخل نفس الصناعة
الجزائر	3 674	173	4.3

المصدر: الأمم المتحدة، التجارة الخارجية، قسم الإحصاء، 2005.

يلاحظ من هذا الجدول أن عدد السلع التي زادت فيها نسبة التجارة داخل نفس الصناعة هو عدد قليل إذا ما قورنت بدول عربية أخرى مثل السعودية، التي يقدر فيها نسبة التجارة داخل نفس الصناعة 886 حسب تقرير الأمم المتحدة.

ج. نسبة تركيز وتنوع الصادرات:

لمعرفة مدى اعتماد الجزائر على صادرات معينة (تركيزها) أو قيامها بتنوع فيها سنتطرق إلى مؤشرين هما مؤشر التركيز (مؤشر هيرشمان) ومعامل التنوع.

يمكن معرفة وضع الجزائر من هذين المؤشرين من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (6): نسبة التركيز والتنوع في الجزائر.

البلد	مؤشر التركيز (مؤشر هيرشمان)	معامل (مؤشر) التنوع
الجزائر	0.606	0.797

Source : Unctad, 2008

من خلال الجدول رقم (6) نلاحظ أن الجزائر بسبب اعتمادها في التصدير على المواد الأولية يكون فيها مؤشر التركيز كبير يتعدى النصف، أما فيما يخص معامل التنوع فإننا نلاحظ أن الجزائر تشهد عدم وجود تنوع في عدد السلع المصدرة، حيث أن مؤشر التنوع فيها يتعد عن الصفر، وهذا نتيجة اعتمادها (تركيزها) على تصدير المواد الأولية الخام.

المطلب الثاني: دراسة تحليلية لانعكاسات تغير سعر الصرف على تنافسية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات.

سنحاول في هذا المطلب التعرف على أثر سعر الصرف على تنافسية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات من خلال تزايد وتناقص قيمتها التي تعني زيادة أو نقص عملية التصدير الناتجة عن تحسن أو ضعف تنافسيتها.

أ. تحليل سعر الصرف خلال الفترة ما بين 2000 إلى 2010:

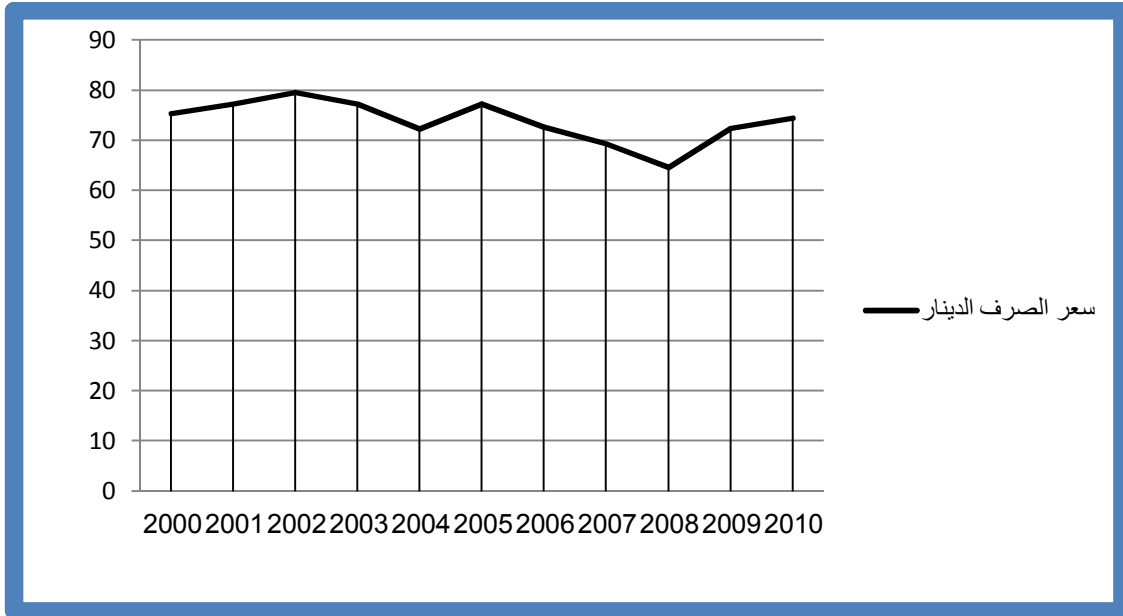
لقد مر سعر الصرف بعدة تغيرات خلال الفترة الممتدة ما بين 2000 إلى 2010 وهذا ما يوضحه الجدول أدناه: الجدول رقم (7): سعر صرف الدينار مقابل الدولار من 2000 إلى غاية 2010

السنة	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
سعر صرف الدينار	75.3	77.3	79.6	77.3	72.3	77.3	72.6	69.38	64.58	72.4	74.39

المصدر: بنك الجزائر.

الشكل رقم (3): سعر صرف الدينار مقابل الدولار خلال الفترة ما بين 2000/2010.

سعر صرف الدينار



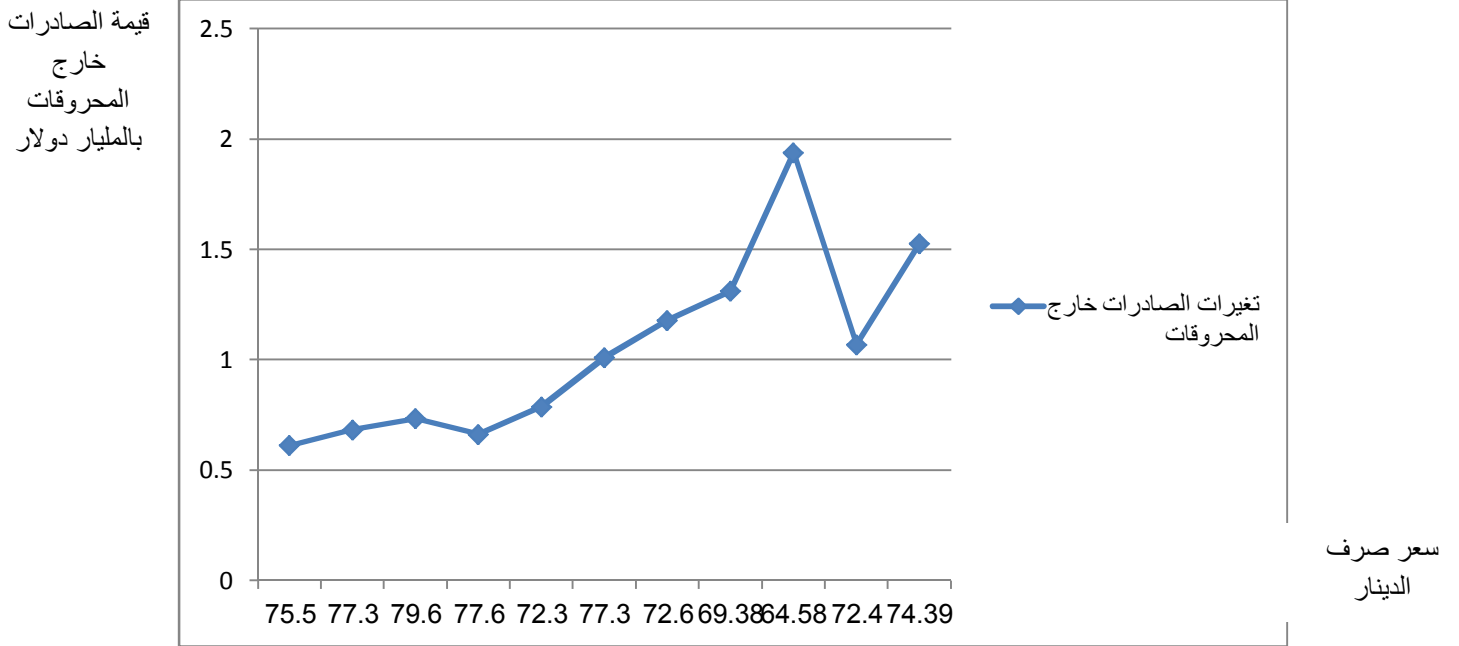
السنوات

من إعداد الطالبة بناء على الجدول رقم (7)

نلاحظ من خلال الشكل رقم (3) أن الفترة الممتدة ما بين 2000 إلى غاية 2010 و التي ساد فيها نظام التعويم المدار وذلك تماشياً مع التغيرات الاقتصادية التي أحاطت بالجزائر، قد عرف فيها سعر صرف الدينار تغيرات عديدة تراوحت ما بين 64.58 و 79.6 دينار للدولار الواحد، حيث سجلت أدنى قيمة لسعر الصرف الدينار (تحسن في قيمة العملة) عام 2008، في حين سجلت أعلى قيمة لسعر صرف الدينار (تدهور في قيمة العملة) عام 2002.

ب. تحليل أثر تغيرات سعر الصرف على الصادرات الجزائرية خارج المحروقات ما بين 2000 إلى 2010

الشكل رقم (4): تغيرات قيمة الصادرات الجزائرية خارج المحروقات نسبة إلى تغير سعر الصرف من 2010/2000



من إعداد الطالبة بناء على الجدول رقم (2) و الجدول رقم (7)

نلاحظ من خلال الشكل (4) أنه خلال عام 2000 قد سجلت صادرات خارج المحروقات أدنى قيمة لها قدرت بـ 0.612 مليار دولار رغم أن سعر صرف الدينار قدر بـ 75.3 دينار للدولار الواحد (تدهور قيمة العملة)، بعدها واصلت أسعار الصرف ارتفاع لتصل أعلى قيمة لها عام 2002 قدرت بـ 79.6 (أي مزيد من التدهور للدينار)، في حين أن الصادرات الجزائرية خارج المحروقات عرفت تحسن خاصة في عام 2002 عندما بلغت قيمتها 0.734 مليار دولار، لكن في عام 2003 حصل تحسن في قيمة الدينار ويظهر ذلك من خلال انخفاض سعر الصرف الدينار الذي بلغ 77.3 دينار للدولار، بعد أن كان 79.6 دينار للدولار (عام 2002)، في حين أن قيمة الصادرات الجزائرية خارج المحروقات قد سجلت انخفاض في قيمتها قدر هذا الانخفاض بـ 0.07 مليار دولار. و في سنة 2004 فرغم التحسن الذي عرفته قيمة الدينار إلا أن ذلك لم يمنع من تحسن في قيمة الصادرات الجزائرية خارج المحروقات التي بلغت 0.788 مليار دولار بعد أن كانت 0.664 مليار دولار عام 2003 لتواصل بعدها الصادرات خارج المحروقات الارتفاع لتبلغ أكبر قيمة لها قدرت بـ 1.94 مليار دولار وذلك بالرغم من الانخفاضات التي شهدتها سعر الصرف (تحسن في قيمة العملة) خاصة عام 2008 حينما بلغ سعر صرف الدينار 64.58 دينار للدولار الواحد، أما خلال عام 2009 فنلاحظ ارتفاع في سعر صرف الدينار (تدهور قيمة العملة)، حيث قدر سعر صرف الدينار بـ 72.4 دينار للدولار، في حين أن قيمة الصادرات الجزائرية خارج المحروقات قد تراجعت بمقدار 0.87 مليار دولار مقارنة بالعام الماضي. أما في عام 2010 فنلاحظ ارتفاع في سعر صرف الدينار (تدهور قيمة الدولار) بلغت قيمت سعر الدينار 74.39 دينار للدولار الواحد، نتج عنه زيادة وتحسن في قيمة الصادرات الجزائرية خارج المحروقات بمقدار 0.456 مليار دولار.

خلاصة الفصل.

يجسد سعر الصرف أداة ربط بين الاقتصاد المحلي وباقي الاقتصاديات دول العالم، فضلا عن كونه وسيلة هامة للتأثير على القطاعات الاقتصادية وعلى ربحية الصناعات التصديرية، فهو يعمل على ربط بين أسعار السلع في الأسواق الداخلية وأسعارها في الأسواق العالمية. ومهما كان نظام الصرف المعتمد في دولة ما فإنها تسعى من خلاله لتحقيق أهداف تتماشى مع سياستها الاقتصادية. فإذا كانت الدولة تسعى إلى تشجيع صادراتها فإنها تعتمد إلى تخفيض عملتها الوطنية فيجعل سعر منتجاتها منخفضة فتكون بذلك أكثر تنافسية في سوق تسودها منافسة شرسة.

وتعتبر الجزائر من الدول التي تعتمد في صادراتها على منتج واحد و مآله إلى النضوب، هذا المنتج يتمثل في المحروقات، أما فيما يخص صادراتها خارج المحروقات فهي تشكل نسبة ضئيلة تعبر عن ضعف قطاعها الإنتاجي من حيث الكمية المنتجة و الجودة، حيث تعتبر منتوجات الجزائر غير تنافسية.

خاتمة

1. نتائج البحث:

توصلنا إلى جملة من النتائج تتمثل فيما يلي:

- تكمن أهمية سعر الصرف في كونه أداة ربط بين الاقتصاد المحلي وباقي اقتصاديات الدول الأخرى وهذا ما تظهره عملية التصدير.
- يعتبر سعر الصرف وسيلة لزيادة تنافسية الصادرات من خلال سياسة تخفيض العملة الوطنية ويظهر ذلك جليا خلال الفترة ما بين 2000 إلى 2003.
- يتوقف نجاح سعر الصرف في التأثير على تنافسية الصادرات خارج المحروقات على الظروف الخاصة بكل بلد، وبنيته الاقتصادية، فبرغم التخفيضات التي قامت بها السلطات النقدية في قيمة العملة إلا أن ذلك لم يشجع على التصدير.
- تشكل الصادرات الجزائرية معظمها من المحروقات، ولا تتجاوز فيها الصادرات خارج المحروقات نسبة 3%.
- لم تحقق الجزائر الهدف الرئيسي من تخفيض قيمة الدينار في زيادة صادراتها خارج المحروقات وكل ذلك بسبب المشاكل التي تعيق عملية التصدير.

2. نتائج اختبار الفرضيات:

تم استخلاص النتائج التالية فيما يخص الفرضيات:

- سمح لنا البحث من تأكيد الفرضية الأولى حيث أن سعر الصرف له تأثير على تنافسية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات من خلال رفع أو خفض من حجم الصادرات وبالتالي زيادة أو نقص قيمتها (زيادة إيرادات الدولة).
- الفرضية الثانية التي مكنتنا البحث من تأكيدها الجزائر تحاول جاهدة الرفع من حجم صادراتها، ويظهر ذلك جليا من خلال مختلف الهيئات والبرامج الساعية لإنعاش الصادرات خاصة صادرات خارج المحروقات.
- أما الفرضية الثالثة التي مكنتنا البحث من نفيها، حيث فبرغم من التخفيضات التي تقوم بها السلطات النقدية على قيمة العملة إلا أن ذلك لا ينعكس إيجابيا دائما على تنافسية الصادرات خارج المحروقات في حين أنه في مرات تتحسن فيه قيمة العملة، ويحدث في نفس الوقت تحسن في تنافسية الصادرات خارج المحروقات من خلال زيادة قيمتها وهذا ما تظهره الفترة ما بين 2006 إلى 2009.

- الفرضية الرابعة التي سمح لنا البحث من تأكيدها، هي أن تنافسية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات أقل من تنافسية صادرات في قطاع المحروقات، وهذا ما يؤكد مؤشر التركيز ومعامل التنوع.

3. الاقتراحات.

- ضرورة الاهتمام بإدارة أسعار الصرف بالجزائر.
- يجب العمل وفق نظام الصرف الذي يخدم السياسات الاقتصادية التي تنتهجها الدولة.
- على الجزائر أن تقوم بتنوع صادراتها ولا تعتمد على منتج واحد وهو المحروقات، حيث أن سعره يخضع لقوى العرض والطلب وحتى للقرارات السياسية.
- على الجزائر أن تسعى جاهدة لاستغلال مواردها الأخرى خارج المحروقات إذا كانت تريد رفع من مستوى تنافسية صادراتها.
- تبني فكرة التصدير في جميع المجالات، والعمل على بناء استراتيجيات تساعد على غزو الأسواق العالمية.
- إن اعتماد الجزائر على صادرات المحروقات جعل اقتصادها يكون هش، بالإضافة لكون النفط من المواد الطاقوية الغير متجددة، لذلك عليها الاستثمار في مجالات أخرى لديها ميزة تنافسية فيها خارج المحروقات.

4. آفاق الدراسة.

- رغم الصعوبات الكثيرة التي واجهتنا في إعداد هذا البحث من تضارب في الإحصائيات، و عدم دقتها وإلى كثرة المصطلحات، والجوانب المتعددة التي يتناولها هذا البحث، فإن هذا الأخير لا يخلو من العيوب والنقص ولكن الأكد أنه يفتح النقاش لدراسة مواضيع متعددة تستكمل جوانب هذا الموضوع كآآتي:
- دراسة أثر سعر الصرف على تنافسية الصادرات ككل.
 - دراسة أثر سعر الصرف على تنافسية قطاع صناعي معين أو قطاع زراعي.
 - دراسة أثر سعر الصرف على الواردات.

قائمة المراجع.

قائمة المراجع باللغة العربية:

__ قائمة الكتب:

- أحمد سيد مصطفى: التسويق العالمي (بناء القدرة التنافسية للتصدير)، شركة ناس للطباعة، مصر 2001.
- أحمد ماهر: الإدارة الإستراتيجية الدليل العملي للمديرين، الدار الجامعية، مصر، 2007.
- إسماعيل إبراهيم الطراد: إدارة العملات الأجنبية، مطبعة الروزنا، عمان، الأردن، 2001.
- أمال عبد الرحمن زيدان قاسم: مشاكل الطلب على الصادرات الصناعية المصرية (في ضوء المتغيرات الدولية والمحلية المستجدة)، دار الكتب القانونية، مصر، 2008.
- بديع جميل قدو: التسويق الدولي، دار المسيرة، دار المسيرة، الأردن، 2009.
- توفيق محمد عبد المحسن: بحوث التسويق وتحديات المنافسة الدولية، دار النهضة العربية، مصر 2001/2000.
- حامد عمر: إدارة الأعمال الدولية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، مصر، 1999.
- خالد أمين عبد الله، إسماعيل إبراهيم الطراد: إدارة العمليات المصرفية المحلية والدولية، دار وائل للنشر الأردن، 2006.
- رشاد العصار، عليان الشريف: المالية الدولية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2000.
- رضوان المحمود العمر: التسويق الدولي، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.
- زينب حسين عوض الله: الاقتصاد الدولي العلاقات الاقتصادية والنقدية الدولية الاقتصاد الدولي الخاص للأعمال اتفاقيات التجارة العالمية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الأزريط، مصر، 2004.
- سامي عفيفي حاتم: التجارة الخارجية بين تنظيم والتنظيم، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 1994.
- شريف علي الصوص: التجارة الدولية (الأسس والتطبيقات)، درا أسامة للنشر والتوزيع، الأردن 2012.
- الطاهر لطرش: تقنيات البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
- عبد الحميد الشواربي، محمد عبد الحميد الشواربي: إدارة المخاطر الائتمانية، منشأة المعارف، مصر 2002.
- عبد السلام أبو قحف : الإدارة الإستراتيجية وتطبيقاتها، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2000.

- عبد العزيز صالح بن حبتور: الإدارة الإستراتيجية، إدارة جديدة في عالم متغير، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2004.
 - عبد المطلب عبد الحميد: اقتصاديات النقود والبنوك - الأساسيات والمستحدثات، الدار الجامعية، مصر 2007.
 - عبد المطلب عبد الحميد: الإدارة الإستراتيجية في بيئة الأعمال، الشركة العربية المتحدة لتسويق والتوريدات، مصر، 2001.
 - عبد المطلب عبد الحميد: البنوك الشاملة وعمليات إدارتها، دار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2000.
 - غازي عبد الرزاق النقاش: التمويل الدولي والعمليات المصرفية الدولية، دار وائل للنشر، عمان 1996.
 - غول فرحات: التسويق الدولي، دار الخلدونية، الجزائر، 2008.
 - فريد النجار: المنافسة والترويج التطبيقي، مؤسسة شباب الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2000.
 - فلاح حسن الحسيني: الإدارة الإستراتيجية، دار وائل للنشر، الأردن، 2000.
 - محمد عبد العزيز عجمية: الاقتصاد الدولي - دراسة نظرية وتطبيقية -، دون ذكر دار النشر، مصر 2000.
 - محمود الشيخ: التسويق الدولي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
 - محمود حميدات: مدخل للتحليل النقدي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط 3، 2005.
 - محمود يونس: اقتصاديات دولية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2000.
 - مدحت صادق: النقود الدولية وعمليات الصرف الأجنبي، دار غريب للطباعة، القاهرة، مصر، 1997.
 - مروان عطون: الأسواق النقدية والمالية والبورصات ومشكلاتها في عالم النقد والمال، ج 2، مشكلات البورصات وانعكاساتها على البلدان النامية ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط 3، 2005.
 - موسى سعيد مطر وآخرون: التمويل الدولي، دار صفاء للنشر و التوزيع، الأردن، 2008.
- __ الرسائل والأطروحات:

- بجيت حسان: تنافسية الصادرات العربية في الأسواق الدولية "واقع ومتطلبات"، رسالة ماجستير، علوم اقتصادية، غير منشورة، تلمسان، الجزائر، 2010-2011.
- سامية سرحان: أثر السياسات البيئية على القدرات التنافسية لصادرات الدول النامية - دراسة لآثار المتوقعة على تنافسية الصادرات الجزائرية، رسالة ماجستير، تخصص اقتصاد، غير منشورة، سطيف، الجزائر، 2010.

- عطاء الله بن طيرش: أثر تغير سعر الصرف على التجارة الخارجية- دراسة حالة الجزائر-، رسالة ماجستير تخصص تجارة دولية، غير منشورة، الجزائر، 2001_2011.
- غلاب صباح: معوقات تطور الصادرات الجزائرية خارج المحروقات، دراسة حالة الشركة الإفريقية للزجاج - جيغل، مذكرة ماستر (أكاديمي)، تخصص إدارة أعمال تجارة دولية، علوم التسيير، المسيلة 2011/2012.
- قطوش بشرى: الاتجاهات العامة للسياسة المالية وسياسة سعر الصرف في الجزائر خلال الفترة (1990-2007)، رسالة ماجستير، علوم اقتصادية، غير منشورة، جامعة الجزائر، 2008 - 2009.
- كمال عياشي: مكانية ترقية صادرات صناعية الجزائرية في ظل المتغيرات العالمية مع تطبيق على الصناعة التحويلية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، غير منشورة، باتنة، الجزائر، 2005-2006.
- مراد عبد القادر: دراسة أثر المتغيرات النقدية على سعر صرف الدينار الجزائري مقابل الدولار الأمريكي خلال فترة 1974 - 2003، رسالة ماجستير علوم اقتصادية، غير منشورة، ورقلة، الجزائر، 2001.
- موري سمية: آثار تقلبات أسعار الصرف على العائدات النفطية، دراسة حالة الجزائر، رسالة ماجستير تخصص مالية دولية، غير منشورة، جامعة تلمسان، الجزائر، دفعة 2009.
- الوليد قسوم ميساوي: دراسة اقتصادية و قياسية للصادرات الصناعية في الجزائر، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة بسكرة، الجزائر، 2007.

المواقع الالكترونية:

- موقع الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية: www.Algex.com تاريخ الإطلاع: 2013/05/03.
- موقع وكالة الأنباء الجزائرية: www.djazair.com تاريخ الإطلاع: 2013/05/05.

الجرائد الرسمية، تقارير.

- الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 41، 1996.
- الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 58، 1996.
- الأمم المتحدة، التجارة الخارجية، قسم الإحصاء، 2005.
- الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 23، 1991.

المجلات والتقارير والملتقيات:

- بلقاسم العباس: سياسات أسعار الصرف، سلسلة جسر التنمية، العدد 23، الكويت، 2003
- نوري منير: تحليل التنافسية العربية في ظل العمولة الاقتصادية، مجلة العمولة واقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 4، 2005.

- موزة مسعود: الإبداع التكنولوجي لتنمية القدرات التنافسية للاقتصاد الجزائري في اتفاق الشراكة الأوروبية، مداخلة قدمت ضمن فعاليات الملتقى الدولي حول آثار وانعكاسات اتفاق الشراكة على الاقتصاد الجزائري وعلى منظومة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، 13 - 14 نوفمبر 2006، سطيف، الجزائر.
- زاوي الحبيب: سعر الصرف ومؤشرات قياس التنافسية، مداخلة قدمت ضمن الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في بلدان العربية، 8-9 نوفمبر 2010، الشلف، الجزائر.
- محمد عدنان وديع: القدرة التنافسية وقياسها، سلسلة جسر التنمية، العدد 24، الكويت، 2003.
- يوسف مسعداوي: القدرات التنافسية ومؤشراتها، مداخلة قدمت ضمن المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، 8 - 9 مارس 2005، ورقلة، الجزائر.
- بن لخضر محمد العربي، بن سالم عامر: صياغة الإستراتيجيات التنافسية في المؤسسات الصناعية، مداخلة قدمت ضمن الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في البلدان العربية، 8 - 9 نوفمبر 2010، الشلف، الجزائر.
- وصاف سعيدي: تنمية الصادرات و النمو الاقتصادي في الجزائر، مجلة الباحث، العدد 1، 2002.
- بلقاسم العباس: مؤشرات التجارة الخارجية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 2005.
- بربري أحمد أمين: البعد الاقتصادي لتحرير سعر صرف الدينار الجزائري، مداخلة قدمت ضمن الملتقى الدولي الأول حول أبعاد الجيل الثاني من الإصلاحات الاقتصادية في الدول النامية، بومرداس، الجزائر، 04-05/12/2006
- منير نوري، ابراهيم جملط: المؤسسات الاقتصادية الجزائرية وإشكالية التصدير خارج المحروقات، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة واستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية 8-9 نوفمبر 2010، الشلف، الجزائر.
- زايري بلقاسم: إدارة احتياطات الصرف وتمويل التنمية في الجزائر، مجلة بحوث اقتصادية عربية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان 2008 (حوار مع رئيس الحكومة الأسبق أحمد بن بيتور لجريدة الوطن)
- طارق أبو مازن قندوز: ملتقى حول تحديات ورهانات إستراتيجية ترقية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات مقارنة وصفية تحليلية، جامعة المسيلة، 2009
- جمعي عماري، طارق قندوز: ملتقى حول الميزان التجاري الجزائري بين مطرقة تقلبات أسعار صرف العملات وسننات تذبذبات أسعار المحروقات دراسة تحليلية لدالة الصادرات والواردات، جامعة الجزائر 2010.

- طارق نوير: دور الحكومة الداعم لتنافسية (حالة مصر)، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، 2002.

ثانيا: المراجع باللغة الفرنسية:

1 /_ Les ouvrages :

- *Michel Jura*، *technique financière international*، édition *dunod*، paris ، 2003.
- *Dahlia Tang et autre*، *Le marche des changes et la zone France*، *Edicef Paris*.
- *Tahar Ben Merzouka*، *Ouverture et compétitive des pays en développement* édition *haramatan* ، 2005 .

LE Rapport.

- *Unctad*, 2008.

الملخص:

يعتبر سعر الصرف أداة ربط بين الاقتصاد المحلي وباقي اقتصاديات دول العالم، ويظهر ذلك من خلال الربط بين أسعار السلع في الأسواق الداخلية وأسعارها في الأسواق العالمية، فضلا عن كونه وسيلة هامة في التأثير على تنافسية صادرات.

تعتبر الجزائر من الدول التي تعتمد في صادراتها على المحروقات بحيث تتعدى نسبتها 97% أما الصادرات خارج المحروقات فنسبتها ضعيفة جدا تعبر عن الضعف الإنتاجي والتنافسي للمنتوج الجزائري.
الكلمات المفتاحية: سعر الصرف، التنافسية، الصادرات خارج المحروقات.

Résumé:

Le taux de change est un outil reliant l'économie nationale et le reste de l'économie mondiale, et il semble qu'en liant les prix des marchandises dans le marché intérieur et leurs prix sur les marchés mondiaux, tout en étant un moyen important d'influencer la compétitivité des exportations.

L'Algérie est l'un des pays qui dépendent de carburant de sorte que les exportations dépassent 97% des exportations de carburant à l'extérieur Vnsptha très faible express faiblesse productive et compétitive du produit algérien.

Mots-clés: le taux de change, la compétitivité, les exportations à l'extérieur le carburant.