



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية



المركز الجامعي تيسمسيلت

معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الموضوع:

تنافسية الصادرات الجزائرية في الأسواق الدولية

—دراسة حالة منتج التمور الجزائرية—

مذكرة تخرج تدرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير

تخصص: علوم مالية

إشراف الأستاذ:

زيان موسى

إعداد الطالبين:

• واجر إيمان

• زغاري حكيمة

لجنة المناقشة:

رئيسا

مقررا مشرفا

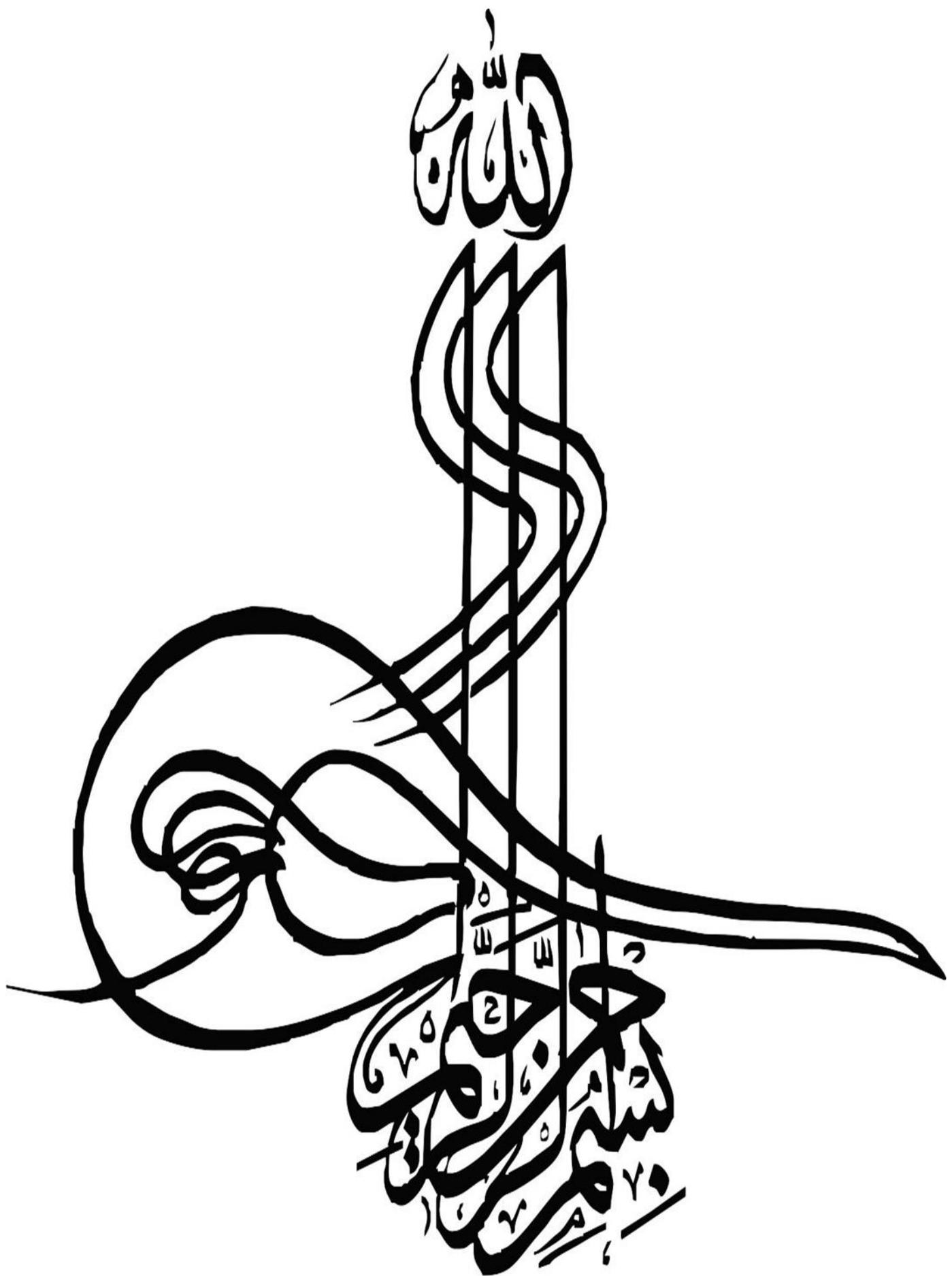
ممتحنا

الأستاذ: زيان بروجة علي

الأستاذ: زيان موسى مسعود

الأستاذ: بن غالية فؤاد

السنة الجامعية: 2017/2016



شكر وتقدير

الحمد لله الذي تتم بنعمته الصالحات وبفضله تنزل الخيرات وبتوفيقه
تتحقق المنايا والغايات والصلاة والسلام على أشرف خلقه محمد ابن عبده
المبعوث رحمة للناس كافة، وعلى آل بيته الأطهار وصحبه الأخيار.

الشكر كل الشكر للأستاذ المشرف (زيان موسى) على كل ما قدمه لنا
من نصائح مفيدة ووقت ثمين

كما أوجه الشكر المسبق لأعضاء لجنة المناقشة على سعيهم وصبرهم
لقراءة وتقييم هذا العمل

كما لا أنسى أن أشكر كل من قدم لنا يدا العون والمساعدة.

إهداء

أهدي ثمرة جهدي إلى من قال فيهما رب العزة والإكرام " واخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل رب
ارحمهما كما ربياني صغيراً"

إلى من أحمل إسمه بكل فخر " أبي العزيز"

إلى منبع الحنان والعطف والوجدان إلى من تشاركني الماضي والحاضر بنبضات قلبها وشوق عينيها يلوح
إلى مستقبل أفضل إلى "أمي الغالية".

إلى أختي العزيزتين حنان وهديل هبة الرحمان.

إلى كل الأصدقاء والأحباب.

حكيمه

إهداء

أهدي هذا العمل إلى من كان لهما الفضل في تربيتي و تعليمي "أمي وجدتي" حفظهما الله وأطال
في عمرهما.

إلى أعز الناس إلي "أختي."

إلى كل الأهل والأصدقاء.

إيمان

ملخص

تحاول الجزائر بوصفها دولة نامية و مصدرة للنفط تنويع صادراتها و عدم الاعتماد على منتج واحد لتجنب آثار الأزمات الاقتصادية و بالتالي العمل على ترقية صادراتها لاختراق الأسواق الدولية. ولقد سعت الجزائر على غرار الدول الأخرى إلى رفع مستواها التنافسي لتحقيق المراتب الأولى في التصنيف العالمي و العربي بغرض الاندماج السليم في الاقتصاد العالمي على أسس قوية و متينة. و يعتبر محصول التمور من المحاصيل المصدرة الهامة في الجزائر، التي من شأنها جذب النقد الأجنبي و الذي يمكن أن يساهم في تنمية الصادرات خارج المحروقات و من هذا المنطلق تطرقنا إلى تحليل الهيكل الحالي لصادرات التمور الجزائرية مع تسليط الضوء على تنافسية صادرات التمور الجزائرية في الأسواق المستوردة، من خلال مؤشر اختراق السوق.

الكلمات المفتاحية :

التصدير - التنافسية - الاسواق الدولية - تنافسية صادرات التمور الجزائرية.

Résumé :

L'Algérie en tant qu'un pays exportateur de pétrole en voie de développement, tente de varier ses exportations et de ne pas dépendre d'un seul produit afin de se mettre à l'abri des répercussions des crises économiques, et ce dans le but de promouvoir ses exportations dans le sens de pénétrer les marchés internationaux.

À l'instar des autres pays, l'Algérie tend à développer le niveau concurrentiel en vue d'atteindre un meilleur classement à l'échelle mondiale.

Les dattes algériennes sont considérées en tant que les récoltes exportées les plus importantes en Algérie, susceptible aussi d'attirer la devise étrangère, cette dernière pourrait contribuer au développement des exportations en des hydrocarbures. Sur ce nous avons abordé l'analyse de la structure actuelle des exportations algériennes en dattes, tout en se focalisant sur la compétitivité des exportations des dattes algériennes, dans les marchés exportateurs à travers l'indicateur de pénétration du marché.

Mots clés :

L'exportation, la compétitivité, les marchés internationaux, compétitivité des exportations des dattes algériennes.

الفهرس

الفهرس

شكر و تقدير

إهداء

ملخص

II	الفهرس
V	قائمة الجداول
VI	قائمة الأشكال
VII	قائمة المختصرات
ب	المقدمة العامة:

الفصل الأول

الصادرات في الفكر الاقتصادي

2	مقدمة الفصل :
3	المبحث الأول : أساسيات حول التصدير
3	المطلب الأول : مفهوم التصدير
6	المطلب الثاني : أهم نظريات التصدير
10	المطلب الثالث : دوافع التصدير وملامح نجاحه
13	المبحث الثاني : إستراتيجية التصدير وإجراءات التنمية في الجزائر:
13	المطلب الأول : إستراتيجيات الجزائر في تنمية الصادرات:
14	المطلب الثاني : إجراءات تنمية التصدير

17	المبحث الثالث :الوضع التصديري خارج المحروقات في الجزائر
17	المطلب الأول: تطور قيمة الصادرات الجزائرية خارج المحروقات (2005-2015)
18	المطلب الثاني : التركيب السلعي للصادرات الجزائرية خارج المحروقات(2005-2015)
20	المطلب الثالث:التوزيع الجغرافي للصادرات الجزائرية خارج المحروقات:.....
25	خلاصة الفصل :

الفصل الثاني

الإطار النظري للتنافسية

27	مقدمة الفصل :
28	المبحث الأول: ماهية التنافسية
28	المطلب الأول: مفهوم التنافسية
30	المطلب الثاني: محددات التنافسية
32	المطلب الثالث: عوامل التنافسية
33	المبحث الثاني : مؤشرات التنافسية
33	المطلب الأول: تنافسية فرع النشاط الاقتصادي.....
35	المطلب الثاني: المؤشرات المركبة.....
39	المبحث الثالث : وضعية الجزائر في تقارير مؤشرات التنافسية
39	المطلب الأول : واقع التنافسية الاقتصاد الجزائري حسب تقرير التنافسية العالمية والعربية
44	المطلب الثاني : وضعية الجزائر في مؤشر الحرية الاقتصادية
46	المطلب الثالث: وضعية الجزائر في مؤشر أداء الصادرات غير النفطية
48	خلاصة الفصل :

الفصل الثالث

دراسة تقييمية لأثر التنافسية على تنمية صادرات التمور الجزائرية

50	مقدمة الفصل:
51	المبحث الأول : الوضع التصديري للتمور الجزائرية:
51	المطلب الأول : نسبة صادرات التمور إلى إجمالي الصادرات الزراعية .
52	المطلب الثاني : نسبة صادرات التمور إلى إجمالي الصادرات خارج المحروقات .
53	المطلب الثالث : نسبة صادرات التمور إلى إجمالي الصادرات الوطنية .
55	المبحث الثاني: دراسة الأسواق الدولية المستوردة للتمور الجزائرية .
55	المطلب الأول : تنافسية صادرات التمور الجزائرية في السوق الأوروبي .
57	المطلب الثاني: تنافسية صادرات التمور الجزائرية في السوق الإفريقي .
58	المطلب الثالث: تنافسية صادرات التمور الجزائرية في السوق الأمريكي .
59	المطلب الرابع: تنافسية صادرات التمور الجزائرية في السوق الآسيوي .
61	خلاصة الفصل:
63	خاتمة عامة .
64	قائمة المصادر و المراجع.

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	رقم الجدول
17	جدول تطور قيمة الصادرات الجزائرية (2005-2015)	(01-I)
19	جدول التركيب السلعي للصادرات خارج المحروقات (2005-2015)	(02-I)
21	جدول التوزيع الإقليمي للصادرات الجزائرية (2005-2015)	(03-I)
23	جدول العملاء الرئيسيين لدى الجزائر سنة 2015	(04-I)
40	جدول تصنيف الجزائر حسب تقرير التنافسية العالمي للفترة (2008-2015)	(01-II)
42	جدول تصنيف الجزائر ضمن تقرير التنافسية العربية خلال الفترة (2009-2012)	(02-II)
44	جدول ترتيب الجزائر حسب مؤشر الحرية الاقتصادية للفترة (2009-2015)	(03-II)
46	جدول لبعض مؤشرات التصدير خارج المحروقات خلال الفترة (2008-2015)	(04-II)
51	جدول نسبة صادرات التمور الى اجمالي الصادرات الزراعية (2005-2015)	(01-III)
52	جدول نسبة صادرات التمور الى اجمالي الصادرات خارج المحروقات (2005-2015)	(02-III)
53	جدول نسبة صادرات التمور الى اجمالي الصادرات الوطنية (2005-2015)	(03-III)
55	جدول تطور مؤشر اختراق السوق و صادرات التمور الجزائرية في السوق الاوروي خلال الفترة (2005-2015)	(04-III)
56	جدول تطور مؤشر اختراق السوق و صادرات التمور الجزائرية في السوق الافريقي خلال الفترة (2005-2015)	(05-III)
57	جدول تطور مؤشر اختراق السوق و صادرات التمور الجزائرية في السوق الامريكى خلال الفترة (2005-2015)	(06-III)
58	جدول تطور مؤشر اختراق السوق و صادرات التمور الجزائرية في السوق الاوروي خلال الفترة (2005-2015)	(07-III)

قائمة الأشكال

الصفحة	الشكل	الرقم
24	أهم الشركاء في الصادرات سنة 2015.	(01-I)
43	الهيكل العام لمؤشر التنافسية العربية 2003.	(01-II)

قائمة المختصرات

Imd	المعهد الدولي لتنمية الإدارة
Wcy	كتاب سنوي عن التنافسية في العالم
Wef	المنتدى الاقتصادي العالمي
Gcr	تقرير التنافسية الكونية
Isi	مؤشر مجتمع المعلومات
Eiu	الإيكونوست
Idc	مركز التنمية الدولية
Cagex	الشركة الجزائرية للتأمين وضمان الصادرات
Fspe	الصندوق الخاص بتنمية الصادرات

مقدمة عامة

مقدمة عامة:

أصبحت عبارة التنافسية ذات واقع متزايد في عالم اليوم وأصبح للتنافسية مجالس وهيئات ولها أساسيات واستراتيجيات ومؤشرات وتقارير خاصة، مع ذلك فإن التنافسية لا زالت غير معرفة بشكل واضح ودقيق، إذ تحصر في مفهوم ضيق يتركز على تنافسية التجارة تكاد تضمن كل نشاط الاقتصاد والمجتمع للدول التي ترغب في استدامة وزيادة مستوياتها وتحسين صادراتها، وبما أن صادرات الدول هي التي تنافس وليس الدول، فإن الصادرات التي تملك قدرات تنافسية عالية تكون قادرة على رفع مستوى معيشة أفراد دولها كون مستوى معيشة أفراد الدول مرتبط بشكل كبير بنجاح الصادرات من خلال قدرتها على اقتحام الأسواق الدولية، وتسعى الجزائر كغيرها من دول العالم إلى بناء قاعدة اقتصادية تكسبها تنافسية لصادراتها في السوق العالمية. وبما أن الجزائر تعتمد على تصدير النفط بدرجة شبه كلية إذ تصل نسبة الاعتماد على هذا المورد أكثر من 97% من إجمالي الصادرات، هذا الوضع قد أدى إلى نتائج خطيرة عند انهيار أسعار المحروقات، لذلك سعت الجزائر إلى إعطاء أهمية بالغة للقطاع الزراعي خاصة منتج التمور الذي يعتبر من أهم المنتجات التي يمكن للمؤسسات الجزائرية تسويقها على مستوى الأسواق الدولية باعتبارها من أهم الدول المنتجة إضافة إلى جودته وسمعته الحسنة في الأسواق.

الإشكالية الرئيسية:

من مجمل ما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية:

ما موقع الصادرات الجزائرية في الأسواق الدولية بصفة عامة ومنتج التمور بصفة خاصة؟

وتندرج ضمن هذه الإشكالية الأسئلة الفرعية التالية:

- فيما تتمثل الجهود المبذولة من طرف الجزائر من اجل ترقية و تفعيل صادراتها؟
- ما مدى قدرة المنتوجات الجزائرية في غزو الأسواق الدولية؟
- ما واقع تنافسية التمور الجزائرية في الأسواق الدولية؟

الفرضيات:

على ضوء ما تقدم يمكن صياغة الفرضيات التالية:

- 1- الجهود المبذولة من طرف الجزائر لترقية صادراتها تتمثل في إتباعها لسياسة الإحلال و التوجه نحو الخارج.
- 2- لا زالت الجزائر تعمل جاهدة لتقديم منتجات بالمواصفات القياسية العالمية لغزو السوق الدولية.
- 3- تتميز درجة تنافسية التمور الجزائرية في الأسواق الدولية بانخفاض لوجود صعوبات تواجه التصدير.

أهداف البحث: تهدف بمجمل دراستنا إلى:

- إظهار ملامح المنافسة في السوق الدولية ودور التنافسية في تحقيق ذلك .
- محاولة استغلال الفرص المتاحة للصادرات الجزائرية في الأسواق الدولية.
- توضيح أهم الوسائل والجهود التي تعتمدها إستراتيجية تنمية الصادرات في الجزائر.
- تسليط الضوء على مؤشر إختراق السوق لأهم الأسواق المستوردة للتمور الجزائرية.

أهمية البحث: تبرز أهمية هذه الدراسة من خلال ما يلي:

- أهمية التنافسية بالنسبة للتجارة الخارجية وخاصة من جانب الصادرات.
- تعزيز مكانة القطاع الزراعي في الاقتصاد الوطني مما يسمح بتنوع صادراتها خارج المحروقات.
- إبراز واقع تنافسية الصادرات الجزائرية في الأسواق الدولية.
- إبراز أهمية منتج التمور، كمنتوج يمكن للمؤسسة الجزائرية أن تستفيد من وفرة الانتاج والجودة من أجل غزو السوق الدولي.

أسباب اختيار الموضوع:

- وجود رغبة لمعالجة موضوع تنافسية الصادرات الجزائرية.
- الرغبة في توسيع الاطلاع على الموضوع.
- لإعتبار الموضوع حديث الساعة.

الدراسات السابقة:

- 01- حمشة عبد الحميد، دور تحرير التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج المحروقات في ظل التطورات الدولية الراهنة- دراسة حالة الجزائر- ، مذكرة ماجستير في العلوم الإقتصادية، جامعة بسكرة، الجزائر، 2013.
- قام بالتطرق إلى آليات تحرير التجارة الخارجية و المتمثلة في سعر الصرف، الإستثمار الأجنبي المباشر، آلية التكتل الإقتصادي و المناطق الحرة، الخوصصة، تدعيم القطاع الخاص بالإضافة إلى آليات تأهيل المؤسسات من حيث الجودة و التنافسية في الأسواق الأجنبية، أما دراستنا فتطرقت إلى تنافسية الصادرات الجزائرية في الأسواق الدولية و إتخذنا منتج التمور كدراسة حالة.
- 02- سليمان دحو، التسويق الدولي للمنتوج الزراعي كأداة لتنمية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات - دراسة واقع تسويق التمور في الجزائر-، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة بسكرة، الجزائر، 2016.
- تطرق فيها إلى القطاع الزراعي في الجزائر بصفة عامة و كيفية تسويق المنتج الزراعي بصفة خاصة، و تطرق إلى منتج التمور من خلال دراسة ميدانية في الجنوب الشرقي للجزائر، أما دراستنا فتطرقت إلى مكانة منتج التمور الجزائرية في الأسواق العالمية.
- 03- بوايزيد وسيلة، مقارنة الموارد الداخلية و الكفاءات كمدخل للميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية - دراسة تطبيقية على بعض المؤسسات الاقتصادية بولاية سطيف- مذكرة ماجستير في علوم التسيير، جامعة سطيف 01، الجزائر، 2012.
- تناولت مجمل هذه الدراسة عدة جوانب تتعلق بالميزة التنافسية و مقارنة الموارد الداخلية و الكفاءات ودورها في تحقيق هذه الميزة، بالإضافة إلى تناول دراسة تطبيقية في مؤسسة اقتصادية جزائرية، أما دراستنا فتطرقت إلى إبراز واقع تنافسية الجزائر من خلال مؤشرات قياسها.
- 04- ناصر الدين قريبي، أثر الصادرات على النمو الاقتصادي- دراسة حالة الجزائر- مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة وهران، الجزائر، 2014.
- تناولت هذه المذكرة أهم العوامل التي تؤثر على معدلات النمو الاقتصادي في الجزائر، و تبيان أثر قطاع المحروقات كمكون أساسي للصادرات الجزائرية في دفع معدلات النمو الاقتصادي، أما دراستنا فلم نتطرق إلى كافة الصادرات و إنما خصصنا دراسة الصادرات خارج المحروقات و قمنا بدراسة وضعية الجزائر.

حدود الدراسة:

الحدود الزمانية : وشملت السنوات التالية من 2005 إلى غاية 2015، وأخذت هذه الفترة بسبب برنامج النمو كمعيار محدد.

الحدود المكانية: فقد شملت الجزائر والأسواق الدولية .

الحدود الموضوعية : لم يتم التطرق إلى كافة الصادرات وإنما التطرق إلى الصادرات خارج المحروقات.

منهج البحث:

استخدمنا المنهج الوصفي في الدراسة النظرية للتنافسية والصادرات، والمنهج الإحصائي في إبراز أهم الإحصائيات التي تخص الوضع التصديري خارج المحروقات في الجزائر خلال الفترة 2005-2015.

و الوضع التصديري للتمور الجزائرية خلال الفترة (2005-2015) مع الاعتماد أيضا على المنهج الإحصائي القياسي في إبراز تنافسية صادرات التمور الجزائرية عن طريق اختيار مدى تأثير مؤشر اختراق السوق على صادرات التمور الجزائرية.

صعوبات البحث:

تمثلت أهم الصعوبات التي واجهتنا في إعداد المذكرة قلة المراجع التي تناولت موضوع التنافسية، وبالتالي دعمنا الدراسة بالاعتماد على مراجع مختلفة كالملتقيات والمجلات والمذكرات والمراجع الالكترونية هذا في الجانب النظري، أما فيما يخص الجانب التطبيقي من الدراسة فقد واجهتنا صعوبة في إيجاد الاحصائيات الشاملة والوافية التي تخدم الموضوع بشكل أوسع.

اقسام الدراسة:

من أجل الإجابة على إشكالية موضوع بحثنا وتحقيق أهداف دراستنا قمنا بتقسيم مذكرتنا إلى ثلاثة فصول بالإضافة إلى مقدمة وخاتمة كما يلي:

فالفصل الأول قد عنوانه بالصادرات في الفكر الاقتصادي، سوف نتطرق إلى أساسيات التصدير من خلال المبحث الأول، وإلى إستراتيجية التصدير وإجراءات تنميته في الجزائر في المبحث الثاني، أما المبحث الثالث سوف نتطرق إلى الوضع التصديري خارج المحروقات في الجزائر خلال الفترة (2005-2015)

أما الفصل الثاني فكان بعنوان الإطار النظري للتنافسية، سوف نتطرق فيه إلى ماهية التنافسية في المبحث الأول، وسنتعرض إلى أهم مؤشراتها في المبحث الثاني، في المبحث الثالث سندرس تنافسية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات خلال الفترة (2005-2015).

وفي الفصل الثالث تناولنا دراسة تقييمية لأثر التنافسية على تنمية صادرات التمور الجزائرية، كذلك قسمناه إلى ثلاث مباحث عنوانها المبحث الأول بوضعية الجزائر في تقارير مؤشرات التنافسية، أما المبحث الثاني فخصصناه للوضع التصديري للتمور الجزائرية، كما سندرس الأسواق الدولية المستوردة للتمور الجزائرية في المبحث الثالث.

الفصل الأول
المصادر في الفكر
الاقتصادي

مقدمة الفصل :

إحتلت الصادرات دورا بارزا في مختلف المدارس الفكرية لما لها من دور كبير في اقتصاديات معظم الدول المتقدمة والنامية على حد سواء وقد سعت إلى تنمية صادراتها من مختلف السلع والخدمات بهدف توفير النقد الأجنبي وكذا تصريف الفائض من الإنتاج المحلي ، لكن تبقى كثير من الدول تعتمد في صادراتها على المادة الأولية التي تتوفر عليها الجزائر وهذا ما سيكون له تداعيات سلبية على الاستقرار الاقتصادي الاجتماعي لذا توجهت الى تبني آليات وسياسات من أجل تنويع صادراتها و تقوم على مجموعة من الإجراءات والإستراتيجيات التي تهدف إلى تمكين صادراتها من اختراق الأسواق الدولية .

وهذا ما سنتناوله في هذا الفصل من خلال المباحث التالية:

المبحث الأول: أساسيات حول التصدير

المبحث الثاني: إستراتيجية التصدير وإجراءات تنميته في الجزائر

المبحث الثالث: الوضع التصديري خارج المحرقات في الجزائر.

المبحث الأول: أساسيات حول التصدير

يعتبر التصدير من القضايا الأساسية التي أولتها مختلف الدول أهمية كبيرة ، حيث برزت أهم أفكار التجار في هذا المجال ثم تلتها مدارس متعددة أعطت له أهمية كبيرة على غرار المدرسة الكلاسيكية التي قدمت عدة إسهامات للسعي وراء تطوير نشاطات التصدير في العالم باتخاذ عدة سياسات واستراتيجيات تناسب إمكانيات الدول وهذا ما عملت به العديد من الدول النامية .

المطلب الأول: مفهوم التصدير

للجارة الخارجية أهمية وأهداف مختلفة في سياسات الدول الراغبة في تحقيق التنمية الاقتصادية بصفة عامة ، وعملية التصدير بصفة خاصة وهذا ما أدى إلى كثرة تعاريف التصدير ونذكر أهمها في هذا المطلب .

أولا: تعريف التجارة الخارجية :

تعرف التجارة الخارجية بأنها أحد فروع علم الاقتصاد التي تختص بدراسة المعاملات الاقتصادية الدولية ممثلة في حركات السلع والخدمات ورؤوس الأموال بين الدول المختلفة فضلا عن سياسيات التجارة التي تطبقها دول العالم للتأثير في حركات السلع والخدمات ورؤوس الأموال بين الدول المختلفة.¹

ثانيا : التصدير : يمكن توضيح تعريف التصدير من خلال التعاريف التالية:

1-1- يؤخذ التصدير على انه وصف لمجمل العملية الإدارية لبيع وتوزيع المنتجات في الخارج و من ضمنها عمليات مثل القيام بالترتيبات المالية ،المستندات والإجراءات المكتتبية الضرورية ، والهيكلة التنظيمي المعتمد.²

1-2- تعني الصادرات قدرة الدولة وشركاتها على تحقيق تدفقات سلعية وخدماتية ومعلوماتية ومالية وثقافية وسياحية وبشرية الى الدول والأسواق العالمية والدولية الأخرى وبغرض تحقيق أهداف الصادرات من أرباح وقيمة مضافة وتوسع ونمو انتشار فرض العمل والتعرف على ثقافات أخرى وتكنولوجيا جديدة إلخ.³

- إنطلاقا من التعاريف السابقة يمكن تعريف التصدير بأنه:

- الوسيلة الأكثر سهولة للمؤسسات في اقتحام الأسواق الأجنبية ،ونجد أن معظم المؤسسات تبدأ توسعها نحو الأسواق العالمية من خلال قيامها بدور المصدر ثم التحول بعد ذلك إلى أحد الأشكال الأخرى لخدمة السوق

¹ - السيد محمد أحمد السريتي ،اقتصاديات التجارة الخارجية .مؤسسة رؤية للطباعة والنشر والتوزيع ، الإسكندرية .مصر 2009ص8.

² - محمود جاسم الصعدي ، ردينة عثمانى يوسف .إدارة الأعمال الدولية .دار المناهج للنشر والتوزيع .عمان .الأردن 2007ص174.

³ - ناصر الدين قريبي . أثر الصادرات على النمو الإقتصادي "دراسة حالة الجزائر " مذكرة ماجستير في العلوم الإقتصادية .جامعة وهران .الجزائر 2014ص83.

الأجنبي ، فهي بمثابة المرحلة الأولية لتحول المؤسسة نحو العالمية وهو ما يتحقق إذا تمكنت المؤسسة من تطور منتجاتها ذات مواصفات تتناسب واحتياجات الزبائن في الأسواق الأجنبية.¹

ثالثاً-أنواع التصدير

يمكن للمؤسسة أن تقوم بعملية التصدير بشكل مباشر أو غير مباشر أو مشترك.

1-التصدير المباشر:

هو دخول الشركة بصورة مباشرة في عمليات التصدير مع تحملها تكاليف الاستثمار و المخاطرة و مفترضة بأن العوائد المتحققة من وراء دخوله المباشر يغطي تكاليف الاستثمار فضلاً عن رغبتها في عدم إعطاء حصة من عوائدها المتحققة إلى الوسطاء، وتتم عملية التصدير المباشر من خلال مايلي:

- إنشاء إدارة متخصصة للتصدير ويكون مسؤول عنها مدير المبيعات الخارجية (مدير التصدير) و مجموعة من المساعدين هدفهم البحث عن أسواق خارجية من خلال تفاوتهم مع إدارة التسويق في المؤسسة.
- وجود فرع لإدارة المبيعات في الأسواق الخارجية و ذلك حتى تتمكن المؤسسة من تحقيق وجود فعلي لها على أرض الأسواق الدولية وللتعرف عن كثر على طبيعة هذه الأسواق وحاجات ورغبات الزبائن فيها.
- تعيين مديرين وممثلين في الأسواق الخارجية وتكون مهمتهم السفر للأسواق الدولية.
- وكيل أجنبي في السوق الدولية. حيث يقوم بالبيع لصالح المؤسسة نيابة عنها في سوقه الدولية.

2 -التصدير غير المباشر²:

يتم التصدير غير المباشر من خلال أن يقوم الوسطاء و وكلاء البيع أو وكلاء التصدير (بشراء المنتج مباشرة من المصنع ومن ثم إعادة بيعها إلى دولة أجنبية وتحت اسم وكيل البائع أو وكيل التصدير ،وعليه فان المصدرين غير المباشرين ليس لديهم اتصال مباشر مع المستهلكين في الأسواق الأجنبية .و الذي يمكن أن: يأخذ الأشكال التالية:

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

¹ - غول فرحات .التسويق الدولي (مفاهيم وأسس النجاح و في الأسواق العالمية .دار الخلدونية للنشر والتوزيع .الجزائر 2008ص 190.189.

²-الجبارية كحيلي، دور استراتيجية التصدير في تحسين الاداء المؤسسي - دراسة حالة مؤسسة حدود سليم لتوظيف وتصدير التمور، طولقة بسكرة- مذكرة ماستر في علوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر ، 2009، ص12-13

- المنظمات التعاونية: حيث تقوم هذه المنظمات بالتعاون مع الشركات المنتجة للبحث لها عن أسواق خارجية لمنتجاتها وتكون هذه المنظمات تحت سيطرة ورقابة الشركات المنتجة. وهذه الطريقة في الدخول للأسواق الخارجية تحقق ميزتين أساسيتين هما:
- أنها تقلص التكاليف المترتبة على الاستثمار لكون الشركة ليست بحاجة إلى إيجاد وتطوير قسم التصدير وإيجاد قوة بيعية للعمل فيه، وتحمل التكاليف الإضافية مقابل ذلك.
- تقليل هذه المخاطرة لأدنى حد ممكن لكون هؤلاء الوسطاء الذين ينوبون عن الشركة في التصدير لهم الإلهام والمعرفة الكافية عن الأسواق الخارجية ولذلك فالأخطاء المحتملة بالعمل ستكون قليلة جدا.

3- التصدير المشترك أو المنظم:

- هو عبارة عن تضامن عدة مصدرين ذوي اهتمام مشترك للتصدير معا، وهو يشكل أسلوبا فريدا في تنظيم النشاط التصديري، حيث تقوم الشركات بالاشتراك في تنظيم معين لتحسين أنشطتها التصديرية.¹
- رابعا- أهمية التصدير :** تتمثل أهمية التصدير في المزايا التي تحصل عليها الدولة باعتبارها أيضا أحد العوامل الأساسية للتنمية الاقتصادية وتتجلى هذه الأهمية فيما يلي :

- إن التصدير هو المصدر الرئيسي للنقد الأجنبي الذي يستفاد منه في تمويل عمليات الاستيراد من جهة وتخفيض العجز في ميزان المدفوعات من جهة أخرى .
- يعتبر وسيلة فعالة لتحقيق معدلات النمو المرجوة .
- التصدير مرتبط بحجم الإنتاج الذي كلما زاد اضطرت مختلف المؤسسات والشركات إلى مضاعفة الإنتاج قصد تغطية هذه الزيادة في السوق.²

خامسا- أهداف التصدير :

1- الأهداف المرتبطة بالاستراتيجية التجارية:

- تجاوز السوق الوطنية المشبعة .
- توزيع جغرافي للمخاطر .
- التكيف مع المنافسة .

¹ - الجبارة كحيلي، نفس المرجع السابق، ص13.

² - حمشة عبد الحميد . دور تحرير التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج المحروقات في ظل التطورات الدولية الراهنة -دراسة حالة الجزائر - مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية . جامعة محمد خيضر . بسكرة ، الجزائر 1013. ص50.

- التواجد في السوق الدولية .
- 2- الأهداف المرتبطة بالجانب المالي :

- الزيادة في رقم الأعمال
- رفع هوامش المر دودية والإيرادات المالية
- رفع مرد ودية رؤوس الأموال المستثمرة
- تسمح المنافسة من الرفع في فعالية التسيير المالي للمؤسسة .¹

المطلب الثاني: أهم نظريات التصدير

إن أهم النظريات التي ساهمت في تطوير عملية التصدير هي كالآتي:

1- سياسة التصدير عند التجارين :

أكد التجارون على أن الوسيلة الفعالة لتحقيق القدر الأكبر من المعادن النفسية للأمة هي التجارة الخارجية كما دعو إلى تسخير كل النشاطات الاقتصادية الأخرى لكي تكون في خدماتها ، ولم تقتصر مطالبهم بتدخل الدولة في التجارة وإنما طالبوا بضرورة تدخلها المتكامل في الحياة الاقتصادية لضمان نجاح التجارة كما طالبوا كذلك بتدخلها من أجل تنظيم علاقاتها التجارية مع الدول الأخرى وذلك لأن التجارة لها أكبر قدر من الثروة للدول وتقلل من الخسائر الناجمة عنها ، حيث رأى التجارون أن تحقيق قدر كبير من المعادن النفسية يأتي من خلال الميزان التجاري وبذلك تمثلت لديهم السياسة التجارية في إنعاش وتشجيع الصادرات وتقليل الواردات ، واعتبر التجارون أن التجارة الخارجية والتصدير أداة فعالة لزيادة الثروة ، وقد تمثلت سياسة التصدير لديهم في تشجيع الصادرات من السلع الصناعية بكافة الوسائل والعمل بشكل مستمر على توسع وإيجاد الأسواق الخارجية الجديدة بالإضافة إلى تقديم والمعونة المالية لبعض الصناعات التصديرية لمواجهة المنافسة الخارجية وإنشاء المستودعات الكبيرة للسلع الجاهزة للتصدير وتشجيع عمليات التصدير ودعمها ومن هنا وجد التجارون في التجارة الخارجية بصفة عامة والتصدير بصفة خاصة أداة فعالة لزيادة الثروة.²

¹-ناصر دادى عدون ، إقتصاد المؤسسة .دار المحمدية العامة .الجزائر 1998ص 43.

²-وصاق سعدي . تنمية الصادرات والنمو الإقتصادي في الجزائر الواقع والتحديات مجلة الباحث عدد 2002 جامعة ورقلة ص 7.6.

2-الصادرات في الفكر الكلاسيكي :

- نشأ الفكر الكلاسيكي في إنجلترا في أواخر القرن 18 أوائل 19 ووضع كثير من أسسه " آدم سميث" وأسهم في تطويره مالتوس وريكاردو و جون ستيوارت ميل .

- أبرز الفكر الكلاسيكي دور التجارة الخارجية في تدقيق التنمية الأولية من خلال مجموعة من المكاسب التي تكفل تحقيق الكفاءة في تخفيض الموارد وتحسين الإنتاج وتنقسم هذه المكاسب إلى نوعين :

-مكاسب اقتصادية مباشرة : وفق قانون الميزة النسبية وتتمثل في الاستخدام الأكثر كفاءة لعناصر الإنتاج في العالم .

-مكاسب غير مباشرة : تحدث كنتيجة لقيام التجارة يمكن إنجازها في:

أ/ تحسين طرق الإنتاج كنتيجة لإستداع نطاق السوق واتساع نطاق تقسيم العمل واستخدام الآلات والاختراعات الجديدة.

ب/ إحداث تغيير ديناميكي في الاقتصاد الوطني من خلال تمكين الأفراد من الحصول على إشباع هذه الحاجات .

ج/ تحقيق بعض الفوائد للدول الأقل نمو من خلال إدخال فنون إنتاجية متقدمة الأمر الذي يؤدي إلى رفع العائد على الاستثمار وإمكانية استيراد رأس المال الخارجي بما يدعم زيادة الإنتاج.¹

ويمكن التمييز بين ثلاث نظريات تضمنها الفكر الكلاسيكي و هي :

1-2- نظرية الميزة المطلقة (آدم سميث) : إن أول اقتصادي كلاسيكي حاول تفسير أسباب قيام التجارة الخارجية بين الدول هو العالم الاقتصادي الشهير آدم سميث(adem smith) في كتابه المعروف "بثروة الأمم"الذي صدر عام 1776 في نيويورك حيث استخدم سميث الفرق المطلق في التكاليف الإنتاجية بين الدول أو ما أصبح يعرف " بالميزة المطلقة " وقد افترض سميث ان كل دولة يمكن أن تنتج سلعة واحدة على الأقل أو مجموعة من السلع بكلفة حقيقية أقل مما يستطيع شركائها التجاريون وبالتالي فإن كل دولة ستكسب أكثر فيها إذا إذا تخصصت بتلك السلعة وقد اعتبر سميث أن الكلفة الحقيقية تقاس بمقدار وقت العمل اللازم للإنتاج السلعة وحسب هذا المفهوم فإن السلعة ستبادل بعضها وفقا لنسبة ساعات العمل المستخدمة لإنتاجها .²

¹ - سليمان دحو التسويق الدولي للمنتوج الزراعي .أداة التنمية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات - دراسة واقع النمو في الجزائر ، أطروحة دكتوراه في العلوم ،جامعة محمد خيضر ، بسكرة،الجزائر.2016،ص13،14.

²-جمال جويداناجمل،التجارةالخارجية،ب.د.ن،عمان،الأردن،2013.

2-2- الميزة النسبية: لقد تمت صياغة هذه النظرية من طرف الاقتصادي الإنجليزي دافيد ريكاردو في كتابه عن "مبادئ الاقتصاد السياسي والضرائب" ، المنشور عام 1817 وفي هذه النظرية أشار ريكا دو إلى مسألة الدولة التي لا تملك أية ميزة مطلقة في إنتاج سلعة ما عند مقارنتها بالسلع الأخرى ، هل يعني أن هذه الدول ستتجه نحو الانعزال أو تلجأ إلى تطبيق سياسة الاكتفاء الذاتي وتمنع التجارة بينها وبين الدول الأخرى كما أن القول بأن مجرد التفوق المطلق بعد أساس التبادل الدولي لا يتماشى مع واقع العلاقات والمعاملات الدولية حيث ان التفوق النسبي يمكن ان يكون أساس التخصص الدولي ، حيث تخصص عمل الدولة في إنتاج السلع التي تكون فيها تكلفتها النسبية أقل وهي :امتداد القاعدة تقسيم العمل ومن منافات التكلفة عند ريكاردو لسين نقدية ولمنها تعبر عن كمية عناصر الإنتاج اللازمة لإنتاج وحدة السلعة ، وتعتبر أن العمل هو مقياس التكلفة.

2-3 نظرية القيم الدولية لجون ستيوارت ميل: ركز جون ستيوارت ميل (1806-1873) على تحليل العوامل التي تحكم التبادل الدولي من خلال نظريته حول القيم الدولية للسلع المختلفة أي قيمة سلعة تنتج في دول معينة مقارنة مع السلعة الثانية التي تنتج في دول ثانية أو البحث عن الوضع الذي يستقر عنده نسبة التبادل الدولي أو بمعدل التجارة.¹

3-الصادرات في الفكر الحديث: عندما جاء كنيوز برز الاهتمام البالغ في تحليل أهمية دور الصادرات كأحد مكونات الدخل القومي وظهر عدد من الاقتصاديين الذين يحملون وجهة نظر مغايرة لما سبقهم حول دور الصادرات في عملية التنمية الاقتصادية منهم " nurkse " "myrdal" "marx" . حيث أشار "marx" إلى استحالة قيام التجارة الخارجية بدور فاعل في الإنماء الإقتصادي للدول النامية في ظل السيطرة الكبيرة للدول الرأسمالية على العلاقات الاقتصادية الدولية وما تمارسه من نهب الثروات للدول الفقيرة بالإضافة إلى المنافسة الكبيرة بين الدول للسيطرة على الأسواق أما "myrdal" فيرى ان التجارة الخارجية بين الدول النامية والمتقدمة تعمل على زيادة التفاوت القائم في المستويات الاقتصادية بين المجموعتين ويرى ان الأسواق الكبيرة التي تخلقها التجارة الخارجية تعمل في المقام الأول على تعزيز وضع الدول المتقدمة إلى جانب الطلب على الصادرات الدول النامية (مواد خام أولية) يتصف بعدم المرونة ويرى أن أي تقدم يحدث في قطاع الصادرات لهذه الدول غالبا ما يرجع أثره إلى الدول الصناعية المستوردة للمواد الأولية 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.

¹- سليمان دحو .مرجع سبق ذكره ص16،17،18.

وأما "nurkse" فيرى أن التجارة الخارجية أداة لانتشار النمو الاقتصادي فضلا عن كونها وسيلة لتوزيع الموارد وتوزيعها أكثر كفاءة كما أكد على ضرورة الاهتمام بهذا الجانب في الدول النامية وإزاء ذلك بين تشاؤمه بما يتعلق بإمكانية قيام التجارة الخارجية بدور نهائي للدول النامية ، وذلك لما تواجهه صادراتها من عقبات عديدة في أسواق الدول المتقدمة ، وهذا ما يجعل اللجوء إلى تنمية الصادرات أكثر من ضرورة.¹

4- نظرية هكشر - أولين: تركز نظرية هكشر - أولين على الاختلاف النسبي في هبات أو نسب عوامل الإنتاج أو أسعار عوامل الإنتاج بين الدول كأهم عامل محدد لقيام التجارة والتبادل الدولي حسب هكشر - أولين سيكون تبادل غير مباشر لعوامل الإنتاج الوفيرة مقابل عوامل الإنتاج النادرة.²

ففي عام 1919 قام الاقتصادي السويدي هيكشر بنشر مقالة تحت عنوان "أثر التجارة الخارجية في توزيع الدخل". وقد ضمن هذه المقالة الخطوط الرئيسية للنظرية الحديثة في التجارة الدولية والتي يطلق عليها أيضا "نظرية هكشر - أولين" ونرى أن هيكشر في مقالته ربط بين النظرية الأم التي خطها ريكاردو (نظرية التكاليف النسبية) وتفسيره لأسباب اختلاف المزايا النسبية بين الدول المتاجرة. وبعد عقد من الزمن قام أولن وهو اقتصادي سويدي أيضا وتلميذه كشير بتتقيح ما كتبه أستاذه ونشر كتابه المشهور عام 1933 تحت عنوان (التبادل الإقليمي والتجارة الدولية) وقد وجه انتقاداته إلى نظرية النفقات النسبية لاعتمادها على نظرية العمل في قياس القيمة وأشار إلى ان الأسعار وهي نتيجة لتفاعل قوى العروض والطلب في الأسواق وإنها الأساس للتبادل التجاري في الظروف العملية ولكن انتقادات أولن لم تتعرض إلى جوهر نظرية النفقات النسبية وهذا ما دعى الاقتصاديون لاعتبارها نظرية هكشر - أولن نظرية مكتملة وليس بديلة لنظرية النفقات النسبية.³

¹ - وصاب سعيدي ، مرجع سبق ذكره ص 8.

² - بلقاسم زايري. المالية والتجارة الدولية. دار النشر الجامعي تلمسان. الجزائر 2016. ص 125.

³ - على عبد الفتاح بوشارة لإقتصاد الدولي نظريات وسياسيات دار الميسرة. عمان الأردن 2007 ص 101.102.

أما الفكرة الأساسية لهذه النظرية تمثلت فيما يلي :

1/ إن الاختلافات في الوفرة النسبية لعوامل الإنتاج بين الدول هي التي تؤدي إلى قيام التجارة الدولية إذا ان لكل دولة ميزة نسبية عندما تنتج وتقدر تلك السلع التي تحتاج إلى عامل إنتاج الأكثر وفرة نسبة فيها وبالمقابل فلن تكون لهذه الدولة الميزة بالنسبة للسلع التي يحتاج إنتاجها إلى عامل الإنتاج الأكثر ندوة فيها وبالتالي تستورد الدولة هذه السلع من الخارج .

2/ لقد اعتبر هكشير أن اختلاف التكاليف النسبية بين دولة أخرى مرتبط باختلاف إنتاجية هذه الدولة وإن هذه الإنتاجية تتوقف على عاملين هما:

أ/ اختلاف الدول من حيث تمتعها بالوفرة أو الندرة النسبية لعوامل الإنتاج وهذا ما يؤدي إلى اختلاف الأسعار النسبية لعوامل الإنتاج من دولة إلى أخرى.

ب/ اختلاف دول إنتاج السلع المختلفة فمن الناحية الفنية تحتاج بعض السلع التي توفر بعض العوامل الإنتاج بدرجة أكثر من العوامل الأخرى .

3/ عند قيام التجارة فإن صادرات كل دولة ستكون من السلع التي تكون هناك وفرة نسبية في عوامل إنتاجها بالنسبة لغيرها من الدول وذلك لأن تكلفة إنتاجها بالنسبة لغيرها من الدول وبذلك لأن تكلفة إنتاجها ستكون منخفضة نسبياً عن الأسعار السائدة في الدول الأخرى ، أما وارداتها فستكون من السلع التي يحتاج إنتاجها إلى عوامل إنتاج غير موجودة كلياً أو تعاني فيها الدولة من عجز نسبي وبالتالي فإن السبب الأساسي لقيام التبادل الدولي بين دولتين وهو امكانية الحصول على السلعة من الخارج بتكلفة أقل من تكلفة إنتاجها محلياً.¹

المطلب الثالث: دوافع التصدير وملامح نجاحه.

سنقوم من خلال هذا المطلب بالتطرق إلى مختلف الأسباب الدافعة إلى سياسة التوجه إلى التصدير والملامح التي تبين مدى نجاحه.

أولاً: دوافع التصدير: يمكن تلخيصها كما يلي² :

- تحقيق مردود مناسب من تسويق المنتج في الأسواق الخارجية .
- تنويع مخاطر الدخول إلى الأسواق الخارجية.
- تصريف خارجي لسلع موسمية الإنتاج والاستخدام.

¹ - شقيري نوري موسى ، وآخرون . التمويل الدولي . نظريات التجارة الخارجية . دار المسيرة للنشر والتوزيع . عمان . الأردن . 2011 . ص 94 . 93 .

² - فريد النجار . التصدير المعاصر والتحالفات الإستراتيجية . الدار الجامعية . الإسكندرية ص 119 .

- تشغيل طاقات وموارد فائضة ومعطلة.
 - صغر السوق المحلية الغير القدرة على استيعاب السلع المنتجة محليا
 - الاستفادة من معدلات النمو الاقتصادي في دول العالم .
 - تحقيق خطوط متكاملة من المنتجات التصديرية.
 - تشغيل الطاقات الزراعية المتاحة.
 - الحاجة إلى تطوير المنتجات وفق اتجاهات المنافسين.
 - الرغبة في الحصول على العملات الأجنبية .
 - استغلال الفروق بين دورات حياة المنتجات في أسواق التصدير.
 - استغلال عبقرية المكان والزمان.
 - تصدير الثقافات والتاريخ.
 - متابعة العملاء والمستهلكين في أسواق التصدير.¹
- ثانيا: ملامح نجاح التصدير:²
- قبل الملامح نتطرق إلى اهم عوامل نجاح عملية التصدير:³
- الموارد المتاحة والجاهزة لنجاح عملية التصدير
 - طرق و منهجية التسويق
 - التزام الإدارة والواضح بعملية التصدير
 - متطلبات جودة السلعة
 - أما ملامح التجارة هي كالأتي:
 - مدى التطور الفعلي للهيكل السلعي والخدمات المصدرة لتحقيق هذا التطور قد أكبر من التنوع.

¹ - بديع جمال قديو، التسويق المحلي . جامعة الإسراء الخاصة ص 52.

² - فؤاد مصطفى محمود . التصدير والإستيراد علميا و عمليا دار النهضة العربية القاهرة 1993 ص 219.

³ - محمد بن دليم القحطاني، مدى مساهمة نظام تقييم جاهزية التصدير للدخول إلى الأسواق العالمية ، الملتقى العربي الثاني للتسويق في الوطن العربي الفرض والتحديات ، المنعقد في (الدوحة) قطر 2003 المنظمة العربية للتنمية الإدارية ص 72.

- مدى التنوع الفعلي في نطاق الأسواق الخارجية وبالتالي مدى تحليل الاعتماد على عدد محدود من الأسواق الرئيسية التقليدية مع ما يصاحب هذا الاعتماد من ضغوط اقتصادية وسياسية .
- مدى القدرة على تحقيق زيادة في حصة الصادرات من السلع وخدمات تقليدية وجديدة دون أن يترتب على ذلك زيادة في التكلفة وخاصة بالنسبة لعوامل الإنتاج النادرة نسبيا.
- مدى استقرار وانتظام والتصدير مختلف الأسواق الخارجية مما يدعم الموقف التنافسي في تلك الأسواق ليساعد على زيادة حصتها منها.

المبحث الثاني: إستراتيجية التصدير وإجراءات التنمية في الجزائر:

إن كثيرا من الدول وخاصة دورا العالم النامية تسعى جاهدة إلى تنمية وتنويع صادراتها من مختلف السلع والخدمات من اجل المساهمة في جلب المزيد من العملة الصعبة وتمويل التنمية لديها وذلك بتبني عدة استراتيجيات وإجراءات لترقية صادراتها .

المطلب الأول: إستراتيجيات الجزائر في تنمية الصادرات:

تعرف الإستراتيجية على أنها" تنفيذ مجموعة من الإجراءات والوسائل المختلفة على مستوى الدولة ، بهدف التأثير على كمية وقيمة الصادرات بما يؤدي إلى زيادة القدرة التنافسية للمنتجات المحلية في الأسواق العالمية".¹

أولا: برنامج الصادرات : كما يلي²:

- 1- **تحليل موقف الصادرات:** وذلك بأن يتم إجراء تحليل كامل بموقف التصديري لكل قطاع صناعة بالتالي تعطى الإمكانيات التصديرية ، وكذلك تحديد الإمكانيات الاستثمارية في المصانع الجديدة التي يمكن أن تخصص جزءا من انتاجها بغرض التصدير ، كذلك يجب دراسة الأسواق الخارجية .
- 2- **تحديد الأولويات السلعية:** تقوم الإستراتيجية على الاختيار والانتقاء وغالبا ما تتضمن اختبار عدد محدود من الصناعات الغير التقليدية لإنتاجها قصد التصدير ، ويكون ذلك من خلال إعطاء أولوية مطلقة للتصنيع الذي يكون بمثابة القاطرة التي تجذب ورائها الزراعة والنقل وبقية قطاعات الاقتصاد الوطني .
- 3- **تحديد الأولويات الجغرافية:** يتطلب هذا ضرورة إعداد بحوث تسويقية بوضع اولويات جغرافية للصادرات في ضوء الأولويات السلعية ، ويجب ان يأخذ الإنتاج أذواق الأسواق الخارجية كما يجب تحليل كل سوق من هذه الأسواق الخارجية كما يجب تحليل كل سوق من هذه الأسواق من ناحية اتجاهات الطلب ومنافسة الرسوم الجمركية والقيود الغير الجمركية وأسعار الصرف الأجنبي ومنافذ التوزيع.
- 4- **الأنشطة والخدمات التصديرية:** ويتمثل في حوافر غير مباشرة مثل الضريبة ومباشرة مثل الحوافر المالية وكذلك عملية تمويل الصادرات من خلال توفير موارد مالية وكذلك عملية تمويل الصادرات من خلال توفير موارد مالية كافية للأغراض التصدير وتكون بأسعار وفائدة وشروط تفضيلية مدعومة ومدروسة من طرف البنوك.

¹ - سليمان دحو. مرجع سبق ذكره ص 32.

² --حمشة عبد الحميد . مرجع سبق ذكره ص 57.

ثانيا: الإستراتيجية الدولية: تعتمد على التشخيص الداخلي والخارجي لتصبح أمام المؤسسة خيارات إستراتيجية وهذا من خلال التقريب بين أهداف تدوين المؤسسة وتحليل المنافسة والبيئة المستقبلية والإستراتيجية الدولية تعتمد أساسا على تحليل البيئة الخارجية لتحديد الفرص الدولية من ناحية حاجيات المستهلكين وكذلك تحديد عوامل النجاح الرئيسية لقسم السوق المختار أما التحليل الداخلي يسمح بالوقوف على الكفاءات وموارد المؤسسة ، ومن الخيارات الإستراتيجية التي يمكن للمؤسسة اتباعها هي :

أ/التخصص: تتمثل هذه الإستراتيجية في تركيز جهود المؤسسة على سوق معين أو منتج محدد باستعمال ميزة التكلفة أو ميزة جودة المنتج .

ب/النمو بالتوزيع: أي دخول المؤسسة إلى السوق بمنتجات جديدة من خلال اعتماد التنوع المركز لجذب مجموعات جدد من المستهلكين أو توسيع السوق أو التنوع المختلط الذي يهدف إلى التقليل من المخاطر ويعتمد على تقديم منتجات جديدة تتطلب موارد مالية وبشرية معتبرة¹ .

المطلب الثاني: إجراءات تنمية التصدير

اعتمدت الجزائر عدة إجراءات لترقية الصادرات خارج المحروقات متعلقة بسعر الصرف ، تمويل الصادرات وإجراءات جبائية وجمركية ويتم نشرها كما يلي :

أ/ هيكل حوافز التصدير خارج المحروقات في الجزائر: تتمثل في:

1- سياسة سعر الصرف: قامت السلطات الاقتصادية العمومية بتخفيض سعر الصرف العملة الوطنية في أفريل 1994 مما يؤدي إلى زيادة الطلب الخارجي على الإنتاج الوطني من السلع والخدمات القابلة للتصدير بافتراض وجود مرونة طلب سعرية. وافر من البنك المركزي تخفيض ثالث في جانفي 2003 بقيمة 5% وأدى هذا التخفيض إلى غلاء المواد المستوردة وارتفاع تكاليف الإنتاج الفلاحي والصناعي وبالتالي أدى إلى تدمير القدرة الشرائية للمستهلك.

2- تأمين وضممان الصادرات: فبعدما كانت تتم عن طريق شركات تأمين غير مخصصة تم إنشاء نظام جديد مع بداية 1996 تديره الشركة الجزائرية لتأمين وضممان الصادرات **CAGEX** حيث يتم بموجب هذا النظام

¹ - حمشة عبد الحميد ، مرجع سبق ذكره ص 58.

تأمين الشركات المصدرة من الأخطاء التجارية إضافة إلى المشاركة في المعارض الدولية واكتشاف أسواق جديدة .

3-تمويل الصادرات : ويتم من خلال :

- تقدم قروض للمؤسسات الراغبة في التصدير والاستيراد المزداد الأولية الداخلة في المنتجات المعدة للتصدير أو إنشاء الشباك الوحيد على المستوى البنوك لتسهيل العمليات المالية للمصدرين .

- تم إنشاء الصندوق الخاص بتنمية الصادرات **FSPE** المتضمن قانون المالية سنة 1996 يقوم بمساعدة المؤسسات الراغبة في المشاركة في المعارض الدولية وتغعيلا أكثر لدور هذا الصندوق صدرا قرارا وزاري مشترك رقم 10 في 26 مارس 2000 عدد شروط الاستفادة من مساعدة شروط الدولة انطلاقا من هذا الصندوق وإعفاء عملية التصدير من الرسوم على رقم الأعمال والضرائب المباشرةإلخ.¹

4-الإجراءات الجمركية : إن للنظام الجمركي دور مهم وفعال من حيث المساهمة في التأثير على الصادرات وتنشيطها بمزيد من ترقية الصادرات واستقطاب الاستثمارات الأجنبية وبالتالي المهام الجمركية يجب أن تستجيب للأفاق الاقتصادية وأما وظائف النظام الجمركي هي :وظيفة التخزين : ووظيفة الاستعمال - وظيفة التمويل .

أما أنواع الأنظمة الجمركية المعتمدة في الجزائر هي : نظام التصدير النهائي - نظام التصدير المؤقت .

5-الإطار الضريبي والجبائي: يتم منع التخفيضات الضريبية على دخول السلع التصديرية من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مما يؤدي إلى خفض تكلفة الإنتاج وبالتالي تمتع سلع هذه السلع بالميزة التنافسية في الأسواق الدولية.²

6-الإطار العقاري : في إطار تحسين إستقلال العقار الصناعي قامت الدولة بتهيئة المناطق الصناعية مزودة بالوسائل اللازمة لتجسيد المشاريع وإنشاء الوكالة الوطنية للوساطة والضبط العقاري.³

7-الإطار المصرفي المنظم لعملية التصدير : ويشمل الأحكام التالية :

- الأحكام المنظمة للتجارة الخارجية رقم 95-07 الصادر في 22 مارس 1992 الخاص بمراقبة المبادلات التجارية وإجبارية التوطيد المصرفي .

¹ و صاف سعيدي ، مرجع سبق ذكره ص 12.11.

² - حمشة عبد الحميد . مرجع سبق ذكره ص 59.

³ - حمشة عبد الحميد، مرجع سابق ص 59.

- إجبارية دخول الأموال إلى الوطن حسب القانون 31-13 بتاريخ 14/08/1991 وقرار البنك رقم 09-92 بتاريخ 26/11/1992.
- حيث يجب أن يرفق كل تصدير دخول الأموال.
- الرقابة على الصرف وحركة الأموال والعقوبات حسب القانون رقم 26-22 سنة 1996.
- إصدار بنك الجزائر قانون في بداية سنة 2011 يتم القانون 07-01 المؤرخ في 2007 المتضمن القواعد المطبقة على المعاملات الجارية مع الخارج وعلى الحسابات بالعملة الصعبة الإجراء الأول يتمثل في تمديد اجل التحويل الإيرادات الصادرات من 120 يوم إلى 180 يوم وكذلك الإجراء الثاني الخاص بنسبة تحويل مداخيل الصادرات خارج المحروقات والمواد المنجمية فعليا من 20 إلى 40 حصة إيرادات التصدير مما يعطي الحق في تسجيل المصدر في الحساب بالعملة الصعبة¹.
- إجراءات أخرى :
- إنشاء شهادة المصدر لبعض المنتجات حماية لسمعة الإنتاج الوطني في الخارج بعد التلاعب الملاحظ في عملية التصدير إلى الأسواق الدولية .
- إنشاء مجلس أعلى لتنمية الصادرات مهمته القيام برسم الإستراتيجية الكلية لتنمية الصادرات الوطنية.
- إنشاء ملف وطني للمصدر على المستوى الديوان الوطني لتنمية التجارة الخارجية مهمته إحصاء جميع المتعاملين المصدرين .
- إنشاء مستودع للتصدير على مستوى الجمارك .
- إنشاء ممثلين تجاريين على مستوى بعض سفاراتنا بالخارج للتعريف بالمنتج الوطني .
- تنظيم تجارة المقايضة على مستوى الحدود الجنوبية مع الدول المجاورة في بعض السلع .
- عصنة إدارة الجمارك على مستوى أليات العمل لتسهيل الإجراءات الجمركية للمؤسسات العاملة في التصدير.²

¹- مرجع سبق ذكره، ص 60

²- وصاف سعيدي، مرجع سبق ذكره ص 12.

المبحث الثالث: الوضع التصديري خارج المحروقات في الجزائر .

يرتبط حجم الصادرات الجزائرية بقطاع المحروقات الذي يمثل النسبة الكبيرة من إجمالي الصادرات مع بعض السلع المتنوعة والتي تمثل نسبة ضئيلة من هذا الهيكل للوقوف على حجم الصادرات الجزائرية وتوزيعها الجغرافي وتركيبها السلعي نتطرق إليها من خلال المطالب التالية :

المطلب الأول: تطور قيمة الصادرات الجزائرية خارج المحروقات (2005-2015)

يبين الجدول التالي لحجم الصادرات الجزائرية خلال الفترة (2005-2015)

الجدول (01-I): جدول تطور قيمة الصادرات الجزائرية (2005-2015)

الوحدة "مليون دولار أمريكي"

الصادرات الإجمالية		صادرات خارج المحروقات		صادرات المحروقات		السنوات
النسبة %	القيمة	النسبة %	القيمة	النسبة %	القيمة	
100	46001	1.98	907	98.02	45094	2005
100	54613	2.12	1158	97.88	53456	2006
100	60163	2.22	1332	97.78	58831	2007
100	79298	2.41	1937	97.59	77391	2008
100	45194	2.36	1066	97.64	44128	2009
100	57053	2.65	15.26	97.35	55527	2010
100	73489	2.81	2062	97.19	71427	2011
100	71866	2.86	2062	97.14	69804	2012
100	64974	3.33	2165	98.12	63752	2013
100	62886	4.46	2805	95.54	60081	2014
100	37787	5.46	2063	94.54	35724	2015

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على موقع الجمارك الجزائرية <http://www.douane.gov.dz>

Consulté le : 08/01/2017

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن هيكل الصادرات الجزائرية يتركز على سلعة واحدة وهي صادرات المحروقات طوال فترة الدراسة ب 97.16% من إجمالي الصادرات حيث تراوحت نسبتها في الفترة 2005-2015 ما بين 94.54% و 98.12% على التوالي في حين أن الصادرات خارج المحروقات لم تتعدى 06% حيث سجلت سنة 2005 قيمة 907 مليون دولار أمريكي أي نسبة 1.98% من إجمالي الصادرات ثم تطورت هذه القيمة إلى 2063 سنة 2015 بنسبة 5.46% كما نلاحظ أن الفترة من 2005 إلى 2008 عرفت تزايد تدريجي في نسبة الصادرات خارج المحروقات حيث وصلت قيمتها سنة 2008 إلى 1937 م.د.أ أي نسبة 2.41% وهذا راجع لارتفاع أسعار البترول حيث أن المنتجات الصغيرة خارج المحروقات تشكل أساسا من مشتقات البترول أما نسبة 2009 تراجعت لتصل إلى 1066 م.د.أ وهذا ناجم عن عدة عوامل من بينها قرار منع تصدير النفايات غير الحديدية.

لكن مع حلول عام 2010 ارتفعت الحصيلة مرة أخرى لتصل إلى 1526 م.د.أ وتبقى حصيلة الصادرات خارج المحروقات في زيادة مستمرة إلى غاية سنة 2013 حيث وصلت إلى ما قيمة 2165 م د أ وهذه الزيادة تعتبر زيادة ملحوظة حيث نرى ان الجزائر استطاعت ان تحقق الأهداف المرجوة بسبب وضع الحكومة لبرنامج النمو الذي يسعى إلى تنمية الصادرات خارج المحروقات. ولكن مع حلول سنة 2014 و 2015 نلاحظ تراجع في قيمة الصادرات خارج المحروقات حيث كانت حيث كانت تراوحت قيمتها 2805 م د أ و 2063 م د أ على التوالي وذلك راجع لارتفاع سعر البرميل من البترول ومنه نستنتج ان الجزائر مازالت تعاني من نقص في نسبة مساهمة الصادرات خارج المحروقات من إجمالي الصادرات الكلية.

المطلب الثاني : التركيب السلعي للصادرات الجزائرية خارج المحروقات(2005-2015)

- نتطرق في هذا المطلب إلى التركيب السلعي للصادرات خارج المحروقات لمعرفة مدى تطوره وأسباب التغييرات على مستوى المنتجات المصدرة للقيام بتطوير المنتجات ذات التنافسية العالية وفق المتطلبات التسويقية الدولية الحالية .

الجدول (I-02): التركيب السلعي للصادرات خارج المحروقات من (2005-2015)

الوحدة : مليون دولار أمريكي

البيان		مواد غذائية		سلع استهلاكية		منتجات خام		منتجات نصف مصنعة		سلع التجهيز الفلاحية		سلع التجهيز الصناعية	
السنوات													
2005	67	42.7	19	1.54	134	14.73	651	72.29	0	0.05	36	3.97	
2006	73	6.33	43	3.44	195	16.83	828	69.20	1	0.07	44	3.75	
2007	88	6.64	35	2.49	169	14.72	993	74.51	1	0.04	46	3.45	
2008	119	6.12	32	0.85	334	17.22	1384	71.46	1	0.05	67	3.46	
2009	113	10.60	49	4.59	170	15.94	692	64.91	0	0	42	3.93	
2010	315	18.83	30	2.03	94	10.19	1056	67.26	1	0	30	1.66	
2011	355	17.21	15	0.72	161	7.80	1496	72.55	0	0	35	1.69	
2012	315	15.27	19	0.92	168	8.14	1527	74.05	1	0.04	32	1.55	
2013	402	18.656	17	0.78	109	5.03	1458	67.43	0	0	28	1.29	
2014	323	11.49	10	0.35	110	3.91	2350	83.62	2	0.07	15	0.53	
2015	234	11.34	11	0.53	106	5.14	1693	82.06	1	0.05	18	0.87	

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على موقع الجمارك الجزائرية <http://www.douane.gov.dz>

Consulté le : 08/01/2017

من خلال الجدول السابق يتبين لنا أن الصادرات الغير نفطية في الجزائر تتركب من 6 أصناف أساسية تختلف من نسب مساهمتها في إجمالي الصادرات من صنف إلى آخر حيث أن المنتجات النصف مصنعة تحتل المرتبة الأولى وذلك بنسبة 72.66% من إجمالي الصادرات الغير نفطية خلال الفترة (2005-2015) وذلك نتيجة طبيعة نظرا لاعتماد الجزائر على قطاع المحروقات بشكل كبير في صادراتها. وقد عرفت المنتجات النصف مصنعة انتعاشا ملحوظا حيث انتقلت قيمتها من 651 مليون دولار أمريكي سنة 2005 إلى 2350 م.د. أ سنة 2014 ، والسبب راجع للارتباط الوثيق بالمحروقات فكلما زادت هذه الأخيرة ازدادت معها .

في المرتبة الثانية تأتي المواد الغذائية وذلك بنسبة 15.02% من إجمالي الصادرات الغير نفطية وعرفت أيضا انتعاشا ملحوظا حيث انتقلت من 67 مليون دولار أمريكي سنة 2005 إلى 402 م د أ سنة 2013 وذلك

راجع للجهود المبذولة من طرف الدولة للارتقاء بالنشاط الفلاحي أما بالنسبة لسنة 2014 و 2015 فقد تراجعت حيث وصلت إلى 323 م.د. أ و 234 م.د. أ وذلك راجع لانخفاض الصادرات من المواد الغذائية .

وفي المرتبة الثالثة تأتي المواد الخام بنسبة 10.7% من إجمالي الصادرات الغير نفطية وسبب ذلك الثروة المعدنية التي تزخر بها الجزائر و الت لم تستغل لحد الان استغلالا حقيقيا. وتعتبر سنة 2008 السنة التي سجلت فيها الجزائر أكبر نسبة للصادرات المنتجات الخام حيث وصلت إلى ما يقارب 334 مليون دولار أمريكي.

أما في الرتبة الرابعة تأتي سلع التجهيز الصناعية بنسبة 2.37% حيث سجلت أعلى حصيلة لها سنة 2008 بقيمة 67 م.د. أ .

- في المرتبة الخامسة السلع الاستهلاكية بنسبة 1.69% من إجمالي الصادرات الغير نفطية وتعتبر سنة 2009 أحسن سنة حيث قدرت قيمتها ب 49- م.د. أ.

- أما سلع التجهيز الفلاحية احتلت المرتبة السادسة وذلك بنسبة 0.03 من اجمالي الصادرات الغير نفطية وظلت هذه السلع تتدهور من سنة إلى أخرى وسنة 2014 ارتفعت بقيمة 02 مليون دولار أمريكي.

المطلب الثالث: التوزيع الجغرافي للصادرات الجزائرية خارج المحروقات:

يعكس التوزيع الجغرافي للصادرات مجموعة من العوامل لعل من أهمها طبيعة الصادرات في حد ذاتها والعلاقات التجارية وقدرتها التنافسية في احيان كثيرة ولذل سنتناول في هذا المطلب التوزيع الإقليمي للصادرات حسب التجمعات الإقليمية وتطورها خلال الفترة (2005-2015) حسب أهم الدول التي تشكل منفذ لها وذلك من خلال:

الجدول (I-03): التوزيع الإقليمي للصادرات الجزائرية للفترة (2005-2015)

الوحدة: مليون دولار أمريكي

باقي بلدان إفريقيا		بلدان المغرب العربي		البلدان العربية		آسيا		أمريكا الجنوبية		باقي دول أوروبا		منظمة التعاون والتطور الاقتصادي		الإتحاد الأوربي		البيان
القيمة	النسبة	النسبة	القيمة	النسبة	القيمة	النسبة	القيمة	النسبة	القيمة	النسبة	القيمة	النسبة	القيمة	النسبة	القيمة	السنوات
0.10	49	0.9	418	1.34	621	2.64	1218	6.78	3124	0.03	15	32.48	14963	55.66	25593	2005
0.02	14	0.94	515	1.08	591	3.28	1792	4.93	2398	0.01	7	37.62	20546	52.64	28750	2006
1.18	701	1.16	695	1.25	746	5.30	3162	3.90	2326	0.03	21	38.28	22785	48.77	29027	2007
0.46	365	2.04	1616	1	793	4.75	3764	3.62	2874	0.01	10	36.08	28608	52.04	41268	2008
0.21.	93	1.90	857	1.25	564	7.35	3364	4.07	1841	0.02	7	33.91	15326	51.30	23186	2009
0.14	79	2.52	1281	1.22	694	7.15	4020	4.59	2620	0.02	10	35.54	20278	49.09	28009	2010
0.20	146	2.16	1586	1.10	810	7.03	5182	5.81	4270	0.014	102	32.74	24059	50.77	37307	2011
0.09	62	2.28	2073	1.33	958	6.52	4668	5.88	4228	0.05	36	27.87	20029	55.38	39797	2012
0.10.	67	4.17	2749	1.32	869	6.43	4283	4.50	2965	0.08	51	18.51	12202	64.89	42773	2013
0.17	110	4.87	3065	1.03	648	8.05	5041	5.06	3183	0.16	98	16.45	10344	64.21	40378	2014
0.24	92	4.25	1607	1.66	628	6.78	2562	4.17	1575	0.10	37	14.36	5428	68.28	52801	2015

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على موقع الجمارك الجزائرية. <http://www.douane.gov.dz>

Consulté le : 15/01/2017

نلاحظ من الجدول السابق ان نسب توزيع الصادرات الجزائرية على مختلف الأقاليم الجغرافية تختلف من منطقة إلى أخرى .

حيث يتبين لنا ان دول الإتحاد الأوروبي لهل النسبة الأكبر من الصادرات الجزائرية وذلك بنسبة 55.73% وتليها مباشرة دول منظمة التعاون الاقتصادي وذلك بنسبة 29.44% من إجمالي الصادرات الجزائرية خارج المحروقات خلال الفترة الممتدة من (2005-2014) وتعتبر كل من دول الإتحاد الأوروبي ومنظمة التعاون الاقتصادي اهم منفذ للصادرات الجزائرية. ويرجع السبب الرئيسي في ذلك للاتفاقيات الثنائية والمتعددة الأطراف التي تربط الجزائر بهذه الدول بالإضافة إلى القرب الجغرافي بينها. وكون هاتين المنطقتين تضم أكبر عدد ممكن من الدول الصناعية المستهلكة للمواد الأولية والمواد الخام ، و باعتبار الجزائر من أكبر البلدان المصدرة للمحروقات هذا ما يفسر لنا مدى تبعية الاقتصاد الجزائري لهذه الدول.

- حيث سجلت دول الإتحاد الأوروبي أعلى نسبة سنة 2015
 - 68.82% أما أدنى نسبة سجلت سنة 2007 ب 48.77% ويرجع سبب انخفاض الصادرات تجاه الإتحاد الأوروبي سنة 2007 بدرجة كبيرة لارتفاع أسعار البترول مما أدى إلى تراجع واردات بلدان الإتحاد الأوروبي من هذه المادة .

- أما بالنسبة لدول منظمة التعاون الاقتصادي فقد سجلت أعلى نسبة سنة 2007 ب 38.28 في حيث أدنى نسبية كانت سنة 2015 ب 14.36% من إجمالي الصادرات. كذلك فقد كانت نسبة الصادرات الموجهة للأقاليم الأخرى المتمثلة في باقي الدول الإفريقية ، آسيا ، أمريكا الجنوبية ، البلدان العربية ، دول المغرب العربي ، باقي الدول الأوروبية لم تتجاوز 20% من إجمالي الصادرات رغم سلسلة الاتفاقيات الثنائية ومتعددة الأطراف ويمكن ان يعود السبب كون هذه البلدان تصدر نفس نوع المنتجات أو نظرا لموقعها الذي يفرض تشابه في الثروات الطبيعيةإلخ.

- حيث نلاحظ ان صادرات الجزائر تجاه البلدان العربية يمكن القول أنها مستقرة نوعا ما على العكس نلاحظ ان الصادرات اتجهت للمغرب العربي في تزايد حيث انتقلت من 418 م د أ سنة 2005 إلى 1607 م د.أ سنة 2015 وذلك بسبب الجهود التي تبذلها هذه الدول لتطوير التجارة فيما بينها. أما بالنسبة لدول آسيا فكانت نسبتها 5.94% من إجمالي الصادرات حيث بلغت أعلى قيمة لها سنة 2011 ب 5168 م د أ بينما أدنى قيمة فقد سجلت سنة 2005 بقيمة 1218 م د. أ و بالنسبة لدول أمريكا الجنوبية فقدرت نسبتها ب 4.85% من إجمالي الصادرات الجزائرية حيث سجلت اعلى قيمة سنة 2011 بقيمة 4270 م د. أ اما ادنى

نسبة فكانت سنة 2015 بقيمة 1575 م.د. أ في حين أن الصادرات الجزائر باتجاه باقي الدول الأوروبية تميزت بالضعف حيث بلغت نسبتها 0.04% من إجمالي الصادرات خلال فترة الدراسة.

- أهم الدول المتعاملة مع الجزائر سنة 2015-

- سنتطرق إلى أهم المتعاملين مع الجزائر في إطار التصدير لسنة 2015 ويظهر ذلك من خلال الجدول التالي :

الجدول (I-04): العملاء الرئيسيين لدى الجزائر سنة 2015.

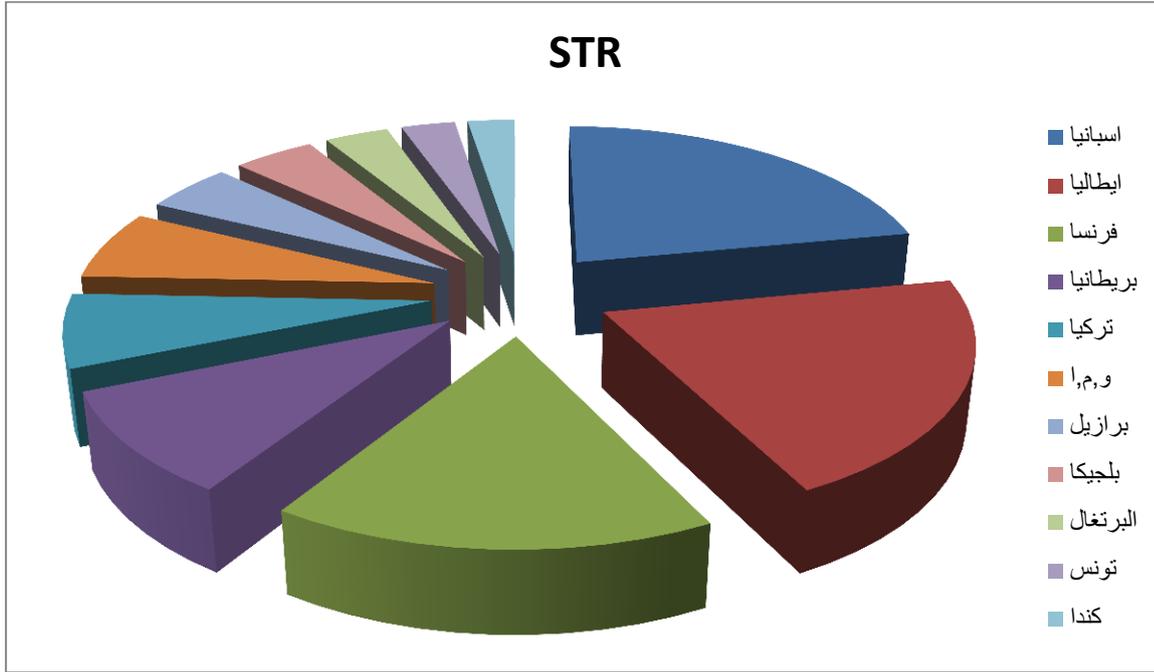
الوحدة : مليون دولار أمريكي

الدول	القيمة	STR%
إسبانيا	6565	17.37
إيطاليا	6167	16.32
فرنسا	2921	13.02
بريطانيا	2883	7.63
تركيا	2071	5.48
الولايات المتحدة الأمريكية	1977	5.23
برازيل	1393	3.69
بلجيكا	1282	3.39
البرتغال	1009	2.67
تونس	856	2.27
كندا	748	1.98

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على موقع الجمارك الجزائرية. <http://www.douane.gov.dz>

Consulté le : 05/03/2017

الشكل رقم (I-01) يبين أهم الشركاء في الصادرات سنة 2015



من خلال الجدول (I-04) و الشكل رقم (I-01) نلاحظ ان أكبر متعامل تجاري في مجال الصادرات هي اسبانيا اذ صدرت الجزائر لهذه الدول مقيمة 6565 م. د. أي بنسبة 17.37% من اجمالي الصادرات الجزائرية ثم تليها ايطاليا بقيمة 6167 م.د. أي بنسبة 16.32% من اجمالي الصادرات الجزائرية لسنة 2015 ثم فرنسا بقيمة 2921 م. د. أي بنسبة 13.02% وهذا ما يوضح أكثر أهمية الإتحاد الأوروبي ، أما في المرتبة الرابعة نجد بريطانيا نسبة 7.63 % ثم تليها تركيا و الو م أ بنسبة 5.48% و 5.23% على التوالي. أما باقي الصادرات لسنة 2015 فإنها تتوزع بنسب متفاوتة على باقي الدول كالبرازيل بقيمة 1393 م د أي بنسبة 3.69% وبلجيكا بقيمة 1282 م.د. أي بنسبة 3.39% البرتغال بنسبة 2.67% و تونس بنسبة 2.27%.....إلخ.

خلاصة الفصل :

يتبين لنا من خلال الفصل أن هناك مجموعة من النظريات التي حاولت تفسير الصادرات نظرا للدور الأساسي الذي تلعبه هذه الأخيرة بوصفها محركا للاقتصاد لأجل هذا سعت العديد من الدول النامية إلى تنمية صادراتها والابتعاد عن الأحادية في التصدير والانتقال من قطاع تصديري إلى قطاع غير تقليدي يركز على التصنيع من أجل التصدير. وعليه بالرغم من الجهود التي تبذلها الجزائر وذلك من خلال تسطير إستراتيجية لتنمية وتوزيع الصادرات بإدخال حيز التنفيذ جملة من السياسات والإجراءات وإضافة إلى تحفيز المؤسسات الوطنية على التصدير واختراق الأسواق العالمية للإتحاد لا تزال تعاني من الأحادية بالنظر لكون أن مايفوق 95% من صادراتها عبارة عن نفط.

الفصل الثاني

الإطار النظري للتنافسية

مقدمة الفصل :

أصبحت التنافسية مصطلحا يكتسي أهمية بالغة في عالم يتميز بسرعة التغيرات و تعقدتها في مختلف المجالات و أصبحت الدول تتسابق للوصول إلى أعلى مستويات التنافسية التي تؤهلها لخلق مركز قوي و احتلال مكانة رفيعة على المستوى العالمي و إن حصر التنافسية في مجال محدد من خلال مؤشرات ثابتة مسألة في غاية الصعوبة و الوصول إلى توحيد الرؤى حولها و تكييفها مع طبيعة الاقتصاديات يعد الأصعب ، فلم تعرف الاستمرار حول تعريف موحد و لا حول قياسها و لا حتى أهميتها بالنسبة للدول ، و بناءا عليه تعددت الآراء و اختلفت بالنسبة لتعريفها و تحديد مؤشرات قياسها و العوامل المحددة لها ، و هو ما يحاول هذا الفصل عرضه و توضيحه من خلال المباحث التالية :

- المبحث الأول : ماهية التنافسية .
- المبحث الثاني : مؤشرات التنافسية .
- المبحث الثالث :وضعية الجزائر في تقارير مؤشرات التنافسية .

المبحث الأول: ماهية التنافسية

يتميز مفهوم التنافسية بالحدائثة و لا يخضع للنظرية الاقتصادية العامة و يختلف باختلاف محل الحديث و هذا ما سيتم عرضه من خلال المطالب التالية :

المطلب الأول: مفهوم التنافسية

يصعب تقديم تعريف واحد محدد و دقيق للتنافسية لاختلاف وجهات النظر حولها و يمكن توضيح ذلك من خلال التعاريف الآتية و قبل ذلك نتطرق إلى تعريف المنافسة

أولا: تعريف المنافسة :

هي الشروط التي يتم وفقها الإنتاج و التجارة في البلد المعني¹

- **تعريف المنافسة :** تعرف على أنها تعدد المسوقين و تنافسهم لكسب العميل بالاعتماد على الأساليب مختلفة كالأسعار و الجودة و المواصفات و توقيت البيع و أسلوب التوزيع و الخدمة ما بعد البيع و كسب الولاء السلعي و غيرها².

ثانيا: تعريف التنافسية: أعطيت عدة تعريفات للتنافسية منها :

- **التعريف الشائع :** هو قدرة الدولة على إنتاج سلع و خدمات تلقى نجاحا في الأسواق العالمية و تحافظ على متوسط نصيب الفرد من الدخل القومي

- كما يمكن تعريف التنافسية من خلال المستويات التالية :

1- **على مستوى القطاع :** هي قدرة شركات قطاع صناعي معين في دولة ما على تحقيق نجاح مستمر في الاسواق الدولية دون الاعتماد على الدعم و الحماية الحكومية . و بالتالي تتميز تلك الدولة في هذه الصناعة و تقاس تنافسية صناعة معينة من خلال الربحية الكلية للقطاع و ميزاته التجاري . و محصلة الاستثمار الأجنبي المباشر الداخل و الخارج ، أضافت إلى مقاييس متعلقة بالكلفة و الجودة للمنتجات على مستوى الصناعة .

¹-نوري منير، تحليل التنافسية العربية في ظل العولمة الاقتصادية، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، العدد 4، جامعة شلف، ص23.

²-بوايزيد وسيلة، مقارنة الموارد الداخلية والكفاءات كمدخل للميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية(دراسة تطبيقية على بعض المؤسسات الاقتصادية بولاية سطيف، رسالة ماجستير، قسم علوم التسيير، جامعة سطيف1، 2012، ص10

2- على مستوى الدولة : و تعرف على أنها تعكس قدرة البلد على تحقيق معدل مرتفع و مستمر لمستوى دخل أفرادها ، ففي حين تقتضي الميزة النسبية التنافسية على أجور منخفضة ، فات الميزة التنافسية تقتضي تحسين الإنتاجية للمنافسة في نشاطات اقتصادية ذات أجور مرتفعة ، الأمر الذي يضمن تحقيق معدل نمو مرتفع و مستمر لدخل الفرد ¹.

ثالثا: أنواع التنافسية

تم تصنيف أنواع التنافسية وفق منظورين هما:

أ - التنافسية وفق الزمن: وضمن هذ المنظور نجد بأن التنافسية تنقسم إلى:

التنافسية الملموسة: يعتمد هذا النوع من التنافسية على النتائج الإيجابية المحققة خلال دورة محاسبية ، غير أنه لا يجب التفاؤل بشأن هذه النتائج ، أو نحا تنجم عن فرصة عابرة في السوق ، أو عن طريق ظروف جعلت المؤسسة في وضعية احتكارية ، إذ أن النتائج (الإيجابية في الأجل القصير، قد لا تكون كافية لأجل طويل).
القدرة التنافسية : على الرغم من أن مفهوم القدرة التنافسية يستخدم معايير متفاوتة وغير محددة ، فإنه يمكن تعريف القدرة التنافسية بشكل عام على أنها الكيفية التي تستطيع بها المؤسسة أن تستخدم تدابير أو إجراءات معينة تؤدي إلى تميزها عن (منافسيها وتحقق لنفسها التفوق والتميز عليهم) ².

ب- التنافسية بحسب الموضوع: وتنقسم إلى

• تنافسية المنتج: تعتبر تنافسية المنتج شرطاً لازماً لتنافسية المؤسسة ، لكنها ليست كافية و كثيراً ما يُعتمد على سعر التكلفة كمعيار وحيد لتقويم تنافسية منتج ، ويعد ذلك أمراً مضللاً ، باعتبار أنها كمعايير آخر قد تكون أكثر دلالة ، كالجودة وخدمات ما بعد البيع.

وعليه يجب اختيار معايير معيّنة تمكن من التعرف الدقيق على وضعية المنتج في السوق في وقت معين.

• تنافسية المؤسسة : يتم تقويمها على مستوى أشمل من تلك المتعلقة بالمنتج؛ حيث لا يتم حسابها من الناحية المالية في نفس المستوى من النتائج. في حين يتم التقويم المالي للمنتجات استناداً إلى الهامش الذي يتجه إليه هذا الأخير . أما تنافسية المؤسسة ، فيتم تقويمها آخذين بعين الاعتبار هوامش كل المنتجات من جهة ، والأعباء الإجمالية

¹ -أورسي هيبية الله، تنافسية القطاع السياحي وانعكاساته على التنمية المستند في الدول العربية، دراسة مقارنة بين الجزائر ومصر، رسالة ماجستير، جامعة فرحات عباس سطيف، 2012، ص3،5.

² -عمار طيبي، دور التسيير الكفاءات البشرية في تنافسية المؤسسات الإعلامية، حالة قناة الجزيرة-مذكرة ماجستير في العلوم التجارية- مدرسة الدراسات العليا التجارية، الجزائر، 2012، ص11-12.

، التي نجد من بينها تكاليف البنية؛ النفقات العامة، نفقات البحث والتطوير، والمصاريف المالية... إلخ، من جهة أخرى. فإذا فاقت هذه المصاريف والنفقات الهوامش، واستمر ذلك مدة أطول، فإن ذلك يؤدي إلى خسائر كبيرة، يصعب على المؤسسة تحملها. ومن ثمة فالمؤسسة مطالبة بتقديم قيمة لربائنها، ولا يتم ذلك إلا إذا كانت حققت قيمًا إضافية في كل مستوياتها¹.

رابعا : أهمية التنافسية :

إن أهمية التنافسية تكمن في تعظيم الاستفادة ما أمكن من المميزات التي يوفرها الاقتصاد العالمي والتقليل من سلبياته ، و يشير تقرير التنافسية العالمي إلى أن الدول الصغيرة أكثر قدرة على الاستفادة من مفهوم التنافسية من الدول الكبيرة حيث تعطي التنافسية الشركات في الدول الصغيرة فرصة للخروج من معدودية السوق إلى رحابة السوق العالمي ، و كما تنبع أهمية القدرة التنافسية من كونها تعمل على توفير البيئة التنافسية الملائمة لتحقيق كفاءة تخصيص الموارد و استخدامها و تشجيع الإبداعو الابتكار مما يؤدي إلى رفع مستوى الأداء و تحسين مستوى معيشة المستهلكين عن طريق خفض التكاليف و الأسعار و بالتالي أصبح ما يميز النشاطات الاقتصادية في وقتنا الحاضر هو وقوعها في هاجس التنافس و بدأ الاهتمام يتجه نحو الميزة القدرة التنافسية كنموذج استرشادي للتنمية².

المطلب الثاني: محددات التنافسية

توصل بورتر إلى طرح نموذج رائد للتنافسية المسمى بنموذج الماسة diamond model تضمن مجموعة المحددات التي تؤلف البيئة التنافسية الكلية للصناعات التي تحكم عملية تحقيق المزايا التنافسية للدولة ، و تنقسم إلى أربع محددات رئيسية تتمثل في : عوامل الإنتاج، ظروف الطلب ، الصناعات الداعمة ، و الصناعات ذات صلة ، إستراتيجية المؤسسة ، و محددين ثانويين هما : دور الدولة و أحداث الصدفة ، و يمكن حصر هذه المحددات في الآتي :

¹-مرجع سبق ذكره، ص12.

²-هشام حريز، بوشمال عبد الرحمان، التسويق كمدخل استراتيجي لتحسين القدرة التنافسية للمؤسسة، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2014، ص137-

1- عوامل الإنتاج :

يصنفها بورتر إلى خمس مجموعات أساسية : الموارد البشرية ، الموارد المادية و موارد المعرفة ، رأس المال ، و البنية التحتية ، فهو يعتبر نجاح الدول في صناعتها يكون عند خلق منتج متميز و أكثر أهمية من خلال الاستغلال الأمثل لتلك العوامل .

2- **الطلب**: يشير هذا العنصر إلى أهمية تأثير الطلب المحلي على نجاح منتجات أو خدمات صناعة معينة ، فتحقيق المزايا التنافسية يتطلب الانطلاق من الطلب المحلي المعتمد على الجودة و هذا يعد خطوة أساسية في تحقيق القدرة على تلبية الطلب العالمي و المنافسة دوليا .

3- **الصناعات المدعمة و ذات صلة** : إن نجاح صناعة معينة دوليا توفر فرص تدفق المعلومات و تبادل التقنيات التي ترفع مستوى الإنتاجية و تسمح بزيادة الطلب على المنتجات أو الخدمات المكملة التي تعرضها الصناعات ذات الصلة و عليه تتحقق مزايا التنافسية دوليا بالتفاعل و التكامل بين القطاعات المختلفة ذات الصلة و بين فروع الصناعة الواحدة .

4- **إستراتيجية المؤسسة**: تعد هذه الخاصية أهم محددات الميزة التنافسية الوطنية التي تتمكن من خلالها المؤسسات اختراق الأسواق الدولية ، فلا يمكن لصناعة ما اكتساب ميزة تنافسية دولية إلا إذا كان لمؤسساتها الكفاءة الكاملة لاستراتيجياتها و هياكلها التنظيمية و القدرة العالية لسياستها و أساليبها الإدارية على ان تتلاءم مع البيئة المحلية¹ .

5- **دور الدولة** : رغم الاختلافات المتعددة القائمة حول دور الدولة في دفع عجلة التنافسية إلا انه يمكن التأكيد على تحول هذا الدور من التدخل المباشر للحكومة بالدعم و الحماية للأعمال التجارية ، إلى دور المساندة غير المباشرة التي تتمثل في إجراءات التهيئة لبيئة الأعمال المحيطة بالمؤسسات كتقليص العوائق التجارية و الضريبية و خلق بيئة تساعد على اكتساب المزايا التنافسية .

رغم إن هذا العامل يعد ثانويا بالنسبة للنموذج إلا انه على الحكومة إن تلعب دورها بجدارة مما يسمح بتشجيع المؤسسات على المنافسة و يدفعها لتحسين إنتاجيتها .

¹-أوريسي هبة الله، مرجع سابق، ص20.

6- أحداث الصدفة : تعد هي الأخرى ركنا ثانويا في النموذج و تتمثل في الظروف التي تطرأ بشكل مفاجئ و تكون خارج نطاق المؤسسات و الدولة على حد سواء ، و التي لا يمكن التحكم فيها كحدوث تحولات هامة في الأسواق المالية العالمية او أسعار الصرف ، انقطاع مفاجئ في التكنولوجيا القرارات السياسية للحكومات الاجنبية و الحروب¹ .

المطلب الثالث: عوامل التنافسية² : تتمثل ابرز عوامل التنافسية فيما يلي:

- ضخامة و تعدد الفرص في السوق العالمي بعد ان افتتحت الأسواق أمام حركة التحرير التجارة الدولية نتيجة اتفاقيات الجات و منظمة تجارية عالمية .
- وفرة المعلومات عن الأسواق العالمية و السهولة النسبية في متابعة و ملاحقة المتغيرات نتيجة تقنيات المعلومات و الاتصالات ،وتطور أساليب بحوث السوق ، تقنيات القياس المرجعي و الشفافية النسبية التي تتعامل بها المنظمات الحديثة في المعلومات المتصلة بالسوق و غيرها من المعلومات ذات الدلالة على مراكزها التنافسية .
- سهولة الاتصالات و تبادل المعلومات بين المنظمات المختلفة ، و فيما بين وحدات و فروع المنظمة الواحدة بفضل شبكة الانترنت و شبكات الانترنت و غيرها من آليات الاتصالات الحديثة و تطبيقات معلوماتية المتجددة .
- تدفق نتائج البحوث و التطورات التقنية نمو تسارع عمليات الإبداع و الابتكار بفضل الاستثمارات الضخمة في عمليات البحث و التطوير ، و نتيجة للتحالفات بين المنظمات الكبرى في هذا المجال .
- مع زيادة الطاقات الإنتاجية ، و ارتفاع مستويات الجودة ، و السهولة النسبية في دخول منافسين جدد في الصناعات كثيفة الأسواق ، تحول السوق إلى سوق مشتري تتركز القوة الحقيقية فيه للعملاء الذين انفتحت أمامهم فرص الاختيار و المفاضلة بين بدائل متعددة لإشباع رغباتهم بأقل تكلفة و بأسير الشروط ، و من ثم تصبح التنافسية هي الوسيلة الوحيدة للتعامل في السوق من خلال العمل على اكتساب و تنمية القدرات التنافسية .

¹-أوريسي هبة الله، مرجع سبق ذكره، ص. 20،21.

²-بويعة عبد الوهاب، دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية (دراسة حالة اتصالات الجزائر للهاتف النقال، موبليس)، رسالة ماجستير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2012، ص72-73.

المبحث الثاني : مؤشرات التنافسية

يستعين الباحثون في مجال التجارة الدولية بالعديد من الأدوات و المؤشرات الإحصائية للتعبير عن العديد من الظواهر في مجال العلاقات التجارية من حيث تطورها ، اتجاهاتها و أثرها على المتغيرات الاقتصادية ، كما يمكن لهذه الأدوات أن تقيس مستوى إنتاج الدولة مقارنة مع الإنتاج العالمي ، التوازن الاقتصادي ، مستوى التنافسية ، الخ

و لذلك نجد ان هذه المؤشرات تسعى إلى تحقيق أهداف معينة و محددة مما يتطلب استعمالها استعمالا دقيقا و بطريقة صحيحة لفهم أحسن للعديد من الظواهر في مجال الاقتصاد الدولي

المطلب الأول: تنافسية فرع النشاط الاقتصادي¹

يمكن قياس تنافسية فرع النشاط بالاعتماد على مقاييس تنافسية المشروع : و اهم المؤشرات المستخدمة تتمثل في:

أ- مؤشرات التكاليف و الإنتاجية : يكون فرع النشاط تنافسيا إذا كانت الإنتاجية الكلية للعوامل (PTF) فيه مساوية أو أعلى منها لدى المشروعات الأجنبية المماثلة أو كان مستوى لتكاليف الوحدة بالمتوسط يساوي أو يقل عن تكاليف الوحدة للمزا هين الأجنب . و غالبا ما يتم لذلك إجراء المقارنات الدولية حول إنتاجية اليد العاملة أو التكلفة الوحودية لليد العاملة CUMO ، و من الممكن تعريف دليل تنافسية تكلفة اليد العاملة لفرع نشاط i في البلد j في الفترة t بواسطة المعادلة :

$$cumo_{ijt} = \frac{wijt \times Rjt}{\left(\frac{q}{l}\right)_{ijt}}$$

حيث:

$wijt$: تمثل معدل اجر الساعة في فرع النشاط i في البلد j في خلال الفترة t

Rjt : تمثل معدل سعر الصرف للدولار الأمريكي في البلد j في خلال الفترة t

$\left(\frac{q}{l}\right)_{ijt}$: تمثل الإنتاج الساعي في فرع النشاط i في البلد j في خلال الفترة t

¹-عيسى محمد الغزالي، القدرة التنافسية وقياسها، المعهد العربي للتخطيط، العدد24، 2003، ص13-17

و يصبح من الممكن التعبير من خلال المعادلة التالية عن التكلفة الوصوية ليد العاملة النسبية مع البلد k

$$cumo_{ijt} = \frac{cumo_{ijt}}{cumo_{ikt}}$$

و يمكن أن ترتفع CUMO البلد j بالنسبة إلى مثيلاتها الأجنبية لسبب أو أكثر مما يلي:

- ان يرتفع معدل الأجور و الرواتب بشكل أسرع مما يجري في الخارج .
- ان ترتفع إنتاجية اليد العاملة بسرعة اقل من الخارج.
- ارتفاع قيمة العملة المحلية بالقياس لعملات البلدان الأخرى.

ان المشكلة الرئيسية لمقارنة التكلفة الوحدوية تنجم عن غموضها ، فان ارتفاع التكلفة الوحدوية النسبية بسبب ارتفاع في الأجور أو في زيادة في السعر الصرف ، يكون مرغوبا أن كان يعكس زيادة في جاذبية صادرات البلد أو قيمتها في البلدان الأجنبية أو زيادة في التكلفة "العدول" للعمال بالبلد ، و إلا فالتكلفة الوحدوية للبلد ينبغي إن تهبط بالمقارنة مع التكلفة شركائه التجاريين ، و هذا التراجع يمكن أن يستلزم تحسينات في الإنتاجية أو هبوطا في الأجور أو خفضا للعملة .

تبنى العديد من الاقتصاديين من منتصف الثمانينات فكرة ان التنافسية الدولية محددة بشكل وحيد بأسعار التصدير التي هي دالة أساسا في تكلفة عوامل الإنتاج الصناعي الوحدوي و على الخصوص الأجور ، لذلك كانت توصياتهم العملية حول السياسة الاقتصادية في ضوء هذه المقاربة للتنافسية الدولية تتناول :

- إجراءات مستندة أساسا على تكلفة الأجرية و إنتاجية القوى العاملة ، و في بعض الأحيان التكلفة الأجرية فقط.
 - إمكان تحقيق مكاسب في التنافسية من خلال خفض قيمة العملة .
- ب- مؤشرات التجارة و الحصة من السوق الدولي :

يستخدم الميزان التجاري و الحصة من السوق كمؤشر لقياس تنافسية قطاع نشاط معين : فالقطاع يخسر تنافسيته عندما تنخفض حصته من الصادرات الوطنية الكلية ، أو حصته من الواردات تتزايد لسلعة معينة أخذا في الاعتبار رخصة تلك السلعة في الإنتاج أو الاستهلاك الوطنيين الكلي¹.

¹- عيسى محمد الغزالي، نفس المرجع، ص17

ج - الميزة النسبية الظاهرة : و تعتبر من بين أهم المؤشرات المستخدمة في مجال التجارة الدولية لقياس الميزة التنافسية للسلع او المنتجات الصناعية ، حيث بنفس نسبة مساهمة المنتج محل التصدير في صادرات الدولة الى نفس مساهمة المنتج في التجارة العالمية او يحسب بالصيغة الرياضية التالية :

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

X : قيمة الصادرات.

i : مؤشر البلد .

k : مؤشر السلعة.

T : مؤشر يفيد إجمالي القيمة .

W : مؤشر نسبة إلى العالم (العالم، الاتحاد الأوروبي... الخ)

$RCA > 1$ ميزة نسبية الظاهرة

إذا كانت قيمة المؤشر أكبر من 1 الصحيح (او 100)، فان ذلك يعني أن الدولة تتميز بميزة نسبية ظاهرة في هذا المنتج (تخصص في السلعة) ، و أن لها ميزة تنافسية في الأسواق حيث أن معدل أدائها محلية يفوق معدل أداء نفس المنتج في الصادرات العالمية . و كلما كانت قيمة المؤشر قيمة أكبر كلما كانت درجة التخصص أكبر . و إذا كان المؤشر اقل من 1 الصحيح (او 100)، فلا تكون الدولة متخصصة في السلعة¹.

المطلب الثاني: - المؤشرات المركبة²

تعد جهات عديدة تقارير عن التنافسية في العالم أو بعض أقاليمه أو تقدم مؤشرات واسعة عن التنافسية في دول العالم ، و تتنوع أدبيات في معالجتها لمحددات القدرة التنافسية أو عواملها ، و يبرز بعضها جوانب من المناخ الاقتصادي و جاذبية البلد في نظر المستثمرين او المتعاملين الأجانب ، نذكر بهذا الصدد جهود الجهات التالية:

¹- بلقسام زايري، مرجع سبق ذكره، ص16، 17.

²- عيسى الغزالي، مرجع سبق ذكره، ص22-23.

أ- المعهد الدولي لتنمية الإدارة **IMD** الذي يتخذ سويسرا مقرا له ،كتابا سنويا عن التنافسية في العالم (world competitiveness yearbook)(wcy) يتضمن تصنيفا للدول rating حسب قدراتها التنافسية و ترتيبها لها ranking وفق لإجمالي عدد من المؤشرات ، و قد بلغ عدد الدول المشمولة في التقرير عام 2002 (49 دولة) ليس منها أي دولة عربية و قام المعهد بتطوير العوامل و المؤشرة المعتمدة في تقاريره حيث كانت في تقريره عام 1997 ثمانية عوامل هي : هياكل و أداء الاقتصاد الوطني. الصلات مع الخارج (التدويل)الحكومة المالية ،الإدارة ، البنية التحتية ،العلم ،البشر وفي عام 2002 تم تجميع المؤشرات في أربعة عوامل هي : الانجاز الاقتصادي ، فاعلية الحكومة ، فاعلية قطاع الأعمال ، البنية التحتية ، و لكل من هذه العوامل عناصر و لكل من هذه العناصر مؤشرات بلغ عددها 244 عام 1997 و 314 عام 2000 بعضها على شكل قياسات كمية مباشرة و أخرى مسموح رأي .

ب- المنتدى الاقتصادي العالمي :

يتخذ المنتدى الاقتصادي العالمي WEF من سويسرا مقرا له أيضا ، و كان قبل عام 1996 مشاركا ل **IMD** في إعداد تقرير السنوي عن تنافسية العالم ثم استقل بعد ذلك بإصدار تقرير مستقل بالتعاون مع مركز التنمية الدولية CID التابع لجامعة هارفرد في الولايات المتحدة باسم "تقرير التنافسية الكونية " **Gcr**(global competitiveness report) شمل التقرير عام 2001 (75 دولة) من بينها دولتين عربيتين هما :الأردن و مصر ، و كما هو حال **IMD** فان **GCR** يقوم ايضا بالاستناد إلى عدد كبير من المؤشرات بتصنيف الدول و ترتيبها ، و تضمن المؤشر عام 2000 (175) متغيرا بعضها كمي و أخرى تشمل مسوح رأي مديري الأعمال بالعالم و تنوزع المتغيرات على مجموعة عوامل أيضا .

ج-مؤشرات التنافسية من البنك الدولي : يعد البنك الدولي بيانات عن مؤشرات التنافسية للعديد من الدول ، لكنه لا يصدر تقريرا لهذا الغرض . تتضمن هذه المؤشرات عددا من البلدان العربية هي : الجزائر ، مصر ، الأردن ، الكويت ، موريطانيا ، المغرب ، عمان ، السعودية ، تونس ، الإمارات ، اليمن. و أن كانت بيانات هذه الدول غير كاملة لكافة المؤشرات المنتقاة¹.

¹- عيسى الغزالي ،مرجع سابق، ص23-24.

كما إن البنك الدولي لا يقدم ترتيبا دوليا لمؤشر التنافسية مركب ، و لكنه يقدم تحت اسم "مؤشرات التنافسية" مجموعة من المؤشرات و المتغيرات يبلغ عددها 64 متغيرا و يقع ترتيبا للبلدان و فق كل هذه المؤشرات التي تتجمع عموما في المجموعات التالية:

- الانجاز الإجمالي .
- الدينامية الكلية و الدينامية التسوق.
- الدينامية المالية.
- البنية التحتية و مناخ الاستثمار.
- راس المال البشري و الفكري.

د- مؤشرات متخصصة مساعدة : تقوم عدة جهات دولية بإعداد تقارير و كمؤشرات قد تكون ذات صلة بالتنافسية من بينها :

- 1- مؤشر الحرية الاقتصادية لدول العالم : الذي يعده معهد heritage و يتكون المؤشر من تجميع عشرة عوامل و يحتوي كل من هذه العوامل على متغيرات و مؤشرات مكونة و يتم احتساب المؤشر عن طريق متوسط المؤشرات الحركية و قيمتها تتراوح بين : 1 و تعني الحرية الكاملة و 5 و تعني غياب الحرية الاقتصادية شكل كامل ، و يضم المؤشر عددا كبيرا من الدول العربية .
- 2- مؤشر الحرية: الذي يعده بيت الحرية " freedom house " و يشمل كامل الدول العربية التي يصنفها التقرير بين حرة جزئيا(4من 21دولة) و غير حرة على الإطلاق.
- 3- مؤشر مجتمع المعلومات (ISI)

و يعده مركز التنمية الدولية IDC بالتعاون مع جريدة (world times) و يشمل 35 دولة و يقدم عن هذه الدول بيانا عن قدراتها على المشاركة في ثورة المعلومات مقارنة بالبلدان الأخرى و يقدم للحكومات و الشركات الدولية بيانات و تحليلات عن تقدم كل من هذه الدول الرقمية و تقييم فرص السوق في هذه البلدان ، و يقيس المؤشر الأثر الكوني لثقافة المعلومات و انتشار الانترنت¹.

¹-عيسى الغزالي، مرجع سابق: ص23-24.

4- المؤشر الثلاثي عن ثروة الأمم للاقتصاديات الصاعدة : و تعده منذ عام 1996 جريدة الإحداث العالمية و يصدر مرتين في العام . و قد شمل أحر عدد صدر في مارس 2001 (و يمثل الفقرة 1996-2000) 41 دولة منها أربعة دولة عربية و يتكون المؤشر المركب الثلاثي من 63 متغيرا أعطيت وزنا واحدا لتشكيل ثلاثة مؤشرات مركبة فرعية هي : مؤشر البيئة الاقتصادية ، مؤشر التبادل المعلومات ، مؤشر البيئة الاجتماعية.

- كما تقوم وحدة الاستطلاع في الايكونوست EIU بتصنيف البلدان حسب المخاطر و وثيقة تصدر دوريا باسم (CRS) (risk rating review)

و تعد مجلة السياسة الخارجية كذلك مؤشرا مركبا باسم " مؤشر العولمة " و لا يضم أي دولة عربية¹.

¹-مرجع سابق، ص24.

المبحث الثالث : وضعية الجزائر في تقارير مؤشرات التنافسية

رغم الجهود المبذولة منذ بداية التسعينات و الموجهة نحو رفع التنافسية للاقتصاد الجزائري ، و رغم النتائج الإيجابية المحققة على مستوى المؤشرات الإقتصادية الكبرى و التي نالت في مجموعها إستحسان الهيئات العالمية المراقبة و المتابعة لمسار الإصلاح في الجزائر ، لا تزال التنافسية في الجزائر توصف بأنها غير مؤهلة تأهيلا كافيا ، لذا و لأجل معرفة مكانة الجزائر في التنافسية الدولية سنتطرق في هذا المبحث إلى أهم المؤشرات المعتمدة من طرف أهم المؤسسات الدولية المهتمة بتنافسية الدول

المطلب الأول : واقع التنافسية الاقتصاد الجزائري حسب تقرير التنافسية العالمية و العربية

الفرع الأول : تقرير التنافسية العالمية :

يعتبر تقرير التنافسية العالمي الذي يصدره المنتدى الإقتصادي العالمي مؤشرا فاعلا لقياس التنافسية كدول ، و أداة لتفحص نقاط القوة و الضعف في بيئة الأعمال ، كما أنه يعتبر أداة لتوجيه السياسات الإقتصادية لبلداتهم على المستويين الكلي و الجزئي بغية النهوض بتنافسية اقتصادياتهم ، خاصة في ظل التحديات و الأزمات التي تعصف بالاقتصاد العالمي و من بينها الجزائر، و هذا ما سيوضحه الجدول التالي :

الجدول رقم (II-01): يبين تصنيف الجزائر حسب تقرير التنافسية العالمي للفترة الممتدة من 2008 إلى 2015.

مرتبة الجزائر حسب التقرير 2015-2014		مرتبة الجزائر حسب التقرير 2014-2013		مرتبة الجزائر حسب التقرير 2013-2012		مرتبة الجزائر حسب التقرير 2012-2011		مرتبة الجزائر حسب التقرير 2011-2010		مرتبة الجزائر حسب التقرير 2010-2009		مرتبة الجزائر حسب التقرير 2008- 2009		المحاور الرئيسية
المرتبنة 144-1	النقاط -1 7	المرتبنة 148-1	النقاط -1 7	المرتبنة 144-1	النقاط -1 7	المرتبنة 142-1	النقاط -1 7	المرتبنة 139-1	النقاط -1 7	المرتبنة 133-1	النقاط -1 7	المرتبنة 134-1	النقاط -1 7	
4.1	79	3.8	100	3.7	110	4	87	4	86	3.9	83	3.7	99	تصنيفا للتنافسية الإجمالي
4.6	65	4.3	92	4.2	89	4.4	75	4.3	80	4.4	61	4.5	61	المتطلبات الأساسية
3.4	101	3	135	2.7	141	3.1	127	3.5	98	3.2	115	3.4	102	1- مؤشر المؤسسات
3.1	106	3.6	106	3.2	100	3.4	93	3.5	87	2.9	99	3	84	2- مؤشر البنية التحتية
6.4	11	5.5	34	5.7	23	5.7	19	4.8	57	6.4	2	6.1	5	3- مؤشر الاقتصاد الكلي
5.6	81	5.4	92	5.4	93	5.5	82	5.6	77	5.3	77	5.3	76	4- مؤشر الصحة و التعليم الأساسي
3.3	125	3.2	133	3.1	136	3.4	122	3.5	107	3.3	117	3.3	113	معززات الكفاءة
3.7	98	3.5	101	3.4	108	3.5	101	3.6	98	3.3	102	3.3	102	5- مؤشر التعليم العالي و التدريب
3.5	136	3.2	142	3	143	3.4	134	3.6	126	3.4	126	3.5	124	6- مؤشر كفاءة سوق السلع
3.1	139	2.9	147	2.8	144	3.4	137	3.7	123	3.5	127	3.3	132	7- مؤشر كفاءة سوق العمل
2.7	137	2.6	143	2.4	142	2.6	137	2.8	135	2.8	132	2.9	132	8- مؤشر تطور الأسواق المالية
2.6	129	2.5	136	2.6	133	2.8	120	3	106	2.6	123	2.5	114	9- مؤشر الجاهزية التكنولوجية
4.4	47	4.4	48	4.3	49	4.3	47	3.4	50	4.3	51	4.2	51	10- مؤشر حجم السوق
2.9	133	2.6	143	2.3	144	2.7	136	3	108	2.9	122	2.8	126	عوامل تطور الإبداع و الابتكار
3.2	131	2.9	144	2.5	144	2.9	135	3.3	108	3.1	128	3	132	11- مدن تطور بيئة الأعمال
2.6	128	2.4	141	2.1	141	2.4	132	2.8	107	2.6	114	2.7	113	مؤشر الابتكار

المصدر: من إعداد الطابيتي بالاعتماد على معطيات تقرير تنافسية العالمي 2017-03-17 World economic forum the global competitiveness reports consulté le

و يتضح من خلال تحليل الجدول رقم (II-01) أن الجزائر سجلت تحسن في ترتيبها ضمن مؤشر التنافسية العالمي بين 2008-2011 و ذلك بتحقيق 4 درجات عام 2011 من أصل 7 درجات مع تسجيل ارتفاع ب 0.3 درجة مقارنة بعام 2008 ، لتنخفض درجة المؤشر عام 2012 واقع 0.3 درجة بتحقيق 3.7 درجة و هذا ما يعني تراجع الأداء التنافسي للإقتصاد الجزائري ، كما يلاحظ تراجع ترتيب الجزائر بشكل كبير بين الدول المشاركة و ذلك من المرتبة 83 من أصل 133 دولة عام 2009 إلى المرتبة 86 عام 2010 من أصل 139 دولة مشاركة ، و ذلك بسبب الانكماش الاقتصادي الذي أدى إلى فقدان الميزة التنافسية للدولة فقد انتقل الاقتصاد الكلي من الترتيب الثاني عالميا عام 2009 إلى الترتيب 57 عالميا عام 2010 و يعود هذا التراجع إلى مستوى الاقتصاد الكلي إلى عدة عوامل نذكر منها: العجز الكبير في الميزانية ، انخفاض المدخرات الوطنية ، ارتفاع معدل التضخم و الدين العام .

- كما تراجع ترتيب الاقتصاد الجزائري بواقع 23 مرتبة عام 2012 مقارنة بعام 2011 حيث احتلت المرتبة 110 من أصل 144 دولة ، و قد صنفت الجزائر في المركز 79 من أصل 144 دولة شملها المسح عام 2014 مقابل المرتبة 100 من أصل 148 دولة عام 2013 ، و ذلك بتحقيق 4.1 درجة عام 2014 من أصل 7 درجات ، مع تسجيل ارتفاع ب 0.3 درجة مقارنة بعام 2013 و ذلك بفضل الوضعية الاقتصادية الكلية المتينة .

- و قد استند الترتيب إلى عدة مؤشرات من بينها المحيط الاقتصادي الكلي الذي و احتلت الجزائر فيه المرتبة 11 من بين 144 دولة ، كما احتلت الجزائر المرتبة 47 عالميا من حيث حجم السوق .

الفرع الثاني : تقرير التنافسية العربية

تقرير التنافسية العربية هو تقرير صادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي خلال إنعقاد إجتماع دولي حول التنافسية في الدول العربية في مدينة ضيف في سويسرا يومي 8-9 سبتمبر 2002 ، و هو التقرير الإقليمي الأول من نوعه الذي يحلل الوضع التنافسي للدول العربية من قبل مؤسسة دولية .

و يعتبر المؤشر الإجمالي للتنافسية العربية مؤشرا مركبا يتكون من مؤشرين (مؤشر التنافسية الجارية و مؤشر التنافسية الكامنة)

و الجدول التالي يوضح ترتيب الجزائر ضمن هذا التقرير :

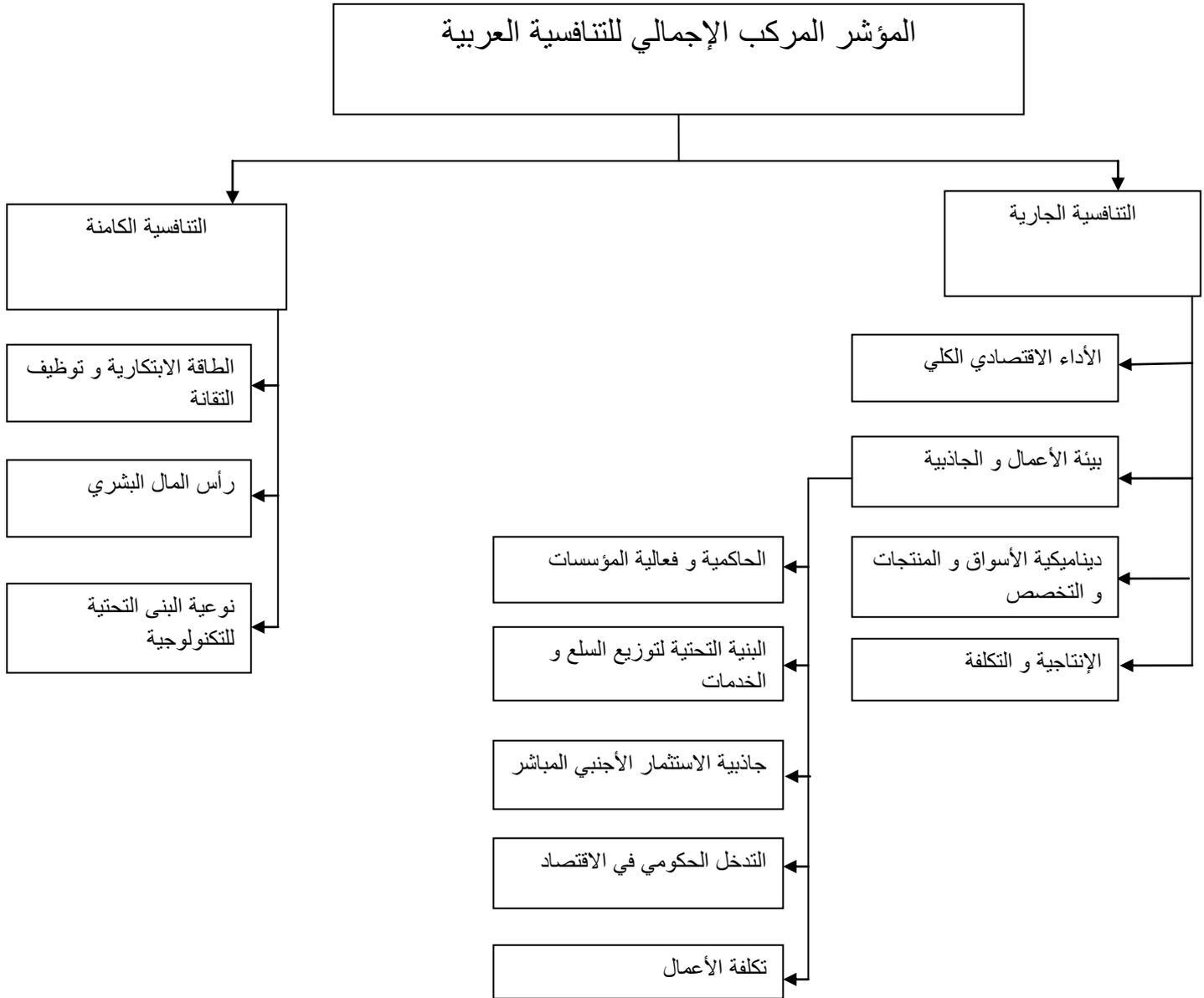
الجدول رقم(II-02): تصنيف الجزائر ضمن تقرير التنافسية العربية خلال الفترة(2009-2012)

2012			2009			البلد
مؤشر التنافسية العربية	مؤشر التنافسية الكامنة	مؤشر التنافسية الجارية	مؤشر التنافسية العربية	مؤشر التنافسية الكامنة	مؤشر التنافسية الجارية	
0.36	0.33	0.39	0.22	0.36	0.21	الجزائر
0.42	0.43	0.41	0.51	0.55	0.51	الأردن
0.52	0.47	0.58	0.50	0.53	0.51	الإمارات
0.36	0.32	0.39	0.31	0.35	0.35	مصر

المصدر : من إعداد الطالبتين بالإعتماد على تقرير التنافسية العربية "2009-2012" ص28،14، تاريخ الإطلاع على الموقع : (19-3-2017)

لقد تبين من الجدول السابق أن خلال سنة 2009 احتلت الأردن الصدارة في الترتيب الإجمالي لمؤشر التنافسية العربية حيث سجلت 0.51، تليها الإمارات و مصر ب 0.51 و 0.31 وتليها الجزائر ب 0.22 و ظهر هذا التوزيع من الوهلة الأولى ارتباطا بين المستوى الإجمالي للتنافسية و مستوى الدخل و خاصة في الدول الأكبر دخلا على غرار الإمارات و تقل درجة هذا الارتباط بالنسبة للأقطار العربية متوسطة الدخل مثل (الأردن و مصر و الجزائر)، أما خلال سنة 2012 فقد اتضح من خلال الجدول أن الإمارات تبقى متصدر الترتيب أما الجزائر و مصر نلاحظ تحسنا مقارنة بسنة 2009 ب 0.14 و 0.05 على التوالي نتيجة إرتفاع معدلات النمو الاقتصادي بسبب ارتفاع أسعار النفط، أما الأردن فتراجعت ب 0.09 مقارنة بسنة 2009 .

الشكل رقم (II-02) الهيكل العام لمؤشر التنافسية العربية .



المصدر: تقرير التنافسية العربية، 2003، ص 25 .

المطلب الثاني : وضعية الجزائر في مؤشر الحرية الاقتصادية .

يأتي إصدار التقرير السنوي للحرية الاقتصادية العالمي و الذي يعتبر أهم الأنشطة البحثية التي تصدر عن كل من معهد **Heritage foundation** و صحيفة **Wall street** منذ عام 1995 بهدف قياس مدى التجانس بين السياسات المتبعة لدى الدول و مؤسساتها المختلفة الرامية إلى دعم الحرية الاقتصادية بمفهومها العريض ، حماية حقوق الملكية الخاصة للأصول و توفير مجالات حرية الاختيار الاقتصادي للأفراد ، و تعزيز روح المبادرة و الإبداع ، كما تعني غياب الإكراه للحكومة في عمليات الانتاج و التوزيع و الاستهلاك للسلع و الخدمات من غير مستلزمات حماية المصلحة العامة ، كما يساهم مؤشر الحرية الاقتصادية ، في إعطاء صورة عامة حول مناخ الاستثمار في البلد ، لكونه يأخذ بالاعتبار التطورات المتعلقة بالمعوقات الادارية و البيروقراطية . ووجود عوائق التجارة و مدى سيادة القانون و قوانين العمالة ، حيث إزدادت أهمية مؤشر الحرية الاقتصادية و تتبعه من قبل المستثمرين بالدرجة الأولى و كذلك أصحاب القرار و المسؤولين لخلق إنطباع إيجابي عن البلد ، و يدعم عمليات الترويج للاستثمار لاستقطاب حصة متزايدة من الاستثمار الأجنبي المباشر .

و الجدول رقم (03-II) يبين لنا مرتبة الجزائر العالمية ضمن 179 دولة شملتها الدراسة للفترة الممتدة ما بين سنة 2009-2015 من خلال مؤشر الحرية الاقتصادية .

الجدول رقم (03-II) : ترتيب الجزائر حسب مؤشر الحرية الاقتصادية للفترة (2009-2015)

السنوات	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
الترتيب عالميا/179 دولة	107	105	132	140	145	146	157
الترتيب عربيا/17 دولة	14	13	14	15	14	14	14
التنقيط في المؤشر	56.60	56.90	52.40	51	49.6	50.8	48.9

المصدر : من إعداد الطالبتين بناء على معطيات الموقع <http://www.heritage.org/index>

Consulté le :20/03/2017

نلاحظ من خلال الجدول رقم (03-II) أن الجزائر كانت دائما في مراتب متدنية خلال الفترة (2009-2015) حيث كانت ترتيبها ما بين 107 و 157 عالميا في مؤشر الحرية و تراوحت ما بين 56.60 و 48.9 نقطة مئوية أما عربيا فكان ترتيبها 14 من أصل 17 دولة .

ففي سنة 2015 كانت الجزائر في منطقة الحرية الاقتصادية الضعيفة حيث حلت في المركز 157 عالميا من أصل 179 دولة و يرجع سبب ذلك إلى الانخفاض الكبير في حرية الاستثمار و إدارة الانفاق الحكومي إلى الحد الذي يفوق ادخال تحسينات في التحرر من الفساد ، كما احتلت الجزائر المرتبة 14 من أصل 17 دولة عربيا ، وهذا يعني أن الاقتصاد الجزائري يسير في مسار تنازلي في مجال الحرية الاقتصادية على مدى السنوات الستة الماضية.

و يرجع التصنيف الضعيف للجزائر في مؤشر الحرية الاقتصادية إلى الانفتاح التجاري الضعيف للجزائر وتعاملها المحدود مع بقية دول العالم ، بسبب العديد من المعوقات الإدارية و البيروقراطية ، و وجود العديد من العوائق التجارية ، و عدم كفاءة القوانين الخاصة بالاستثمارات و التي كانت غير جاذبة و غير مشجعة للاستثمار الأجنبي المباشر مما انعكس على درجة التصنيف التي تتحصل عليها الجزائر ضمن هذا المؤشر ، نظرا لقوة ارتباط التجارة الخارجية بالاستثمارات الأجنبية .

المطلب الثالث: وضعية الجزائر في مؤشر أداء الصادرات غير النفطية
يمكن قياس أداء الصادرات الجزائرية خارج المحروقات من خلال المؤشرات التالية¹ :

1. **مؤشر القدرة على التصدير خارج المحروقات** : ويحسب بقسمة قيمة الصادرات خارج المحروقات على الناتج الداخلي الخام، ويعبر عن مدى قدرة الدولة على التصدير خارج المحروقات، ويمثل هذا المؤشر نصيب الصادرات خارج المحروقات من الناتج الداخلي الخام.
2. **معدل التغطية خارج المحروقات** : ويحسب بقسمة قيمة الصادرات غير النفطية على إجمالي الواردات، ويعبر عن معدل تغطية الواردات الإجمالية بالصادرات غير النفطية.
3. **مؤشر الإنفتاح التجاري خارج المحروقات**: ويحسب بقسمة قيمة الصادرات غير النفطية مضافا إليها قيمة الواردات على قيمة الناتج الداخلي الخام ، ويقيس هذا المؤشر مدى الانفتاح الدولي على العالم الخارجي في المجال غير النفطي.

¹-خلوئي عائشة، بن زيادي أسماء، آيت زينب بارة شقيقة، تقييم آثار لبرامج الإستثمارات العامة على إستراتيجية تنمية الصادرات غير النفطية في الجزائر ، أبحاث المؤتمر الدولي: يقيم آثار برامج الإستثمارات العامة وانعكاساتها على التشغيل والإستثمار والنمو الإقتصادي خلال الفترة 2001-2014، جامعة سطيف1 ، 11، 12 مارس 2013، ص،22،23.

والجدول رقم (II-04) يبين بعض مؤشرات التصدير خارج المحروقات خلال الفترة (2005-2015):

2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	
4.68	6.60	5.37	5.18	5.36	4.08	2.95	5.45	3.84	3.45	2.75	مؤشرات القدرة على التصدير خارج المحروقات
4	4.78	3.95	4.34	4.36	3.77	2.71	4.90	4.82	5.40	4.52	مؤشر التغطية خارج المحروقات
121.40	144.55	139.26	124.51	128.11	112.28	111.8	116.55	83.5	67.4	63.5	مؤشر الإنفتاح التجاري خارج المحروقات

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على إحصائيات الجمارك الجزائرية بالنسبة لقيم الصادرات خارج المحروقات وإجمالي الواردات، أما بالنسبة للقيم الناتج الداخلي الخام فتم الاعتماد على موقع البنك الدولي <http://data.albankadawli.org> 21-03-2017

نلاحظ من خلال الجدول أن المؤشر القدرة على التصدير بقي متذبذبا بسبب تدني الصادرات خارج المحروقات وأيضا لتأثر المؤشر بالارتفاع الكبير في الناتج الداخلي الخام نتيجة لإرتفاع أسعار النفط .

أما بالنسبة لمؤشر التغطية خارج المحروقات فقد عرف هو الآخر تذبذبا بسبب تدني الصادرات خارج المحروقات من جهة ولارتفاع الواردات من جهة أخرى وذلك نتيجة تحسن المداخيل واستجابة لمتطلبات برنامج النمو الاقتصادي الذي تم وضعه بداية 2004.

أما مؤشر الانفتاح التجاري خارج المحروقات فهو الوحيد الذي عرف تحسنا فكان سنة 2005 من 63.5 إلى 144.55 سنة 2014 ليعود إلى الانخفاض سنة 2015 بـ 121.40 ويعود هذا التحسن إلى تزايد الواردات الجزائرية وتحسن طفيف على مستوى الصادرات خارج المحروقات.

خلاصة الفصل :

من خلال ما تم عرضه في هذا الفصل يتبين أن التنافسية أصبحت مهمة بالنسبة للدول، حيث أصبحت تسعى لتحسين وضعيتها التنافسية رغم أن معظم الاقتصاديين والهيئات الاقتصادية الدولية لم يتفقوا على تعريف موحد للتنافسية، والمؤشرات المستعملة في قياسها تدور حول حجم التبادلات التجارية للدولة وتطورها، وقدرتها على اقتحام الأسواق الدولية والصمود في وجه المنافسين الدوليين. والجزائر كغيرها من الدول مازالت تسعى جاهدة إلى رفع تنافسية صادراتها من خلال تحسين وضعيتها في هذه المؤشرات كونها مهمة في تحديد مكانتها وواقعها على المستوى الدولي وبالتالي معرفة مدى مساهمتها في الحركة التجارية العالمية.

الفصل الثالث

دراسة تقييمية لأثر التنافسية على تنمية
صادرات التمور الجزائرية

مقدمة:

في ضوء الإستراتيجيات والسياسات الزراعية التي تتبناها الدولة الجزائرية والتي تستهدف تنشيط القطاع الزراعي الذي يعتبر من اهم القطاعات التي تلعب دورا هاما في الإقتصاد الوطني بشكل عام، وتنشيط القطاع التصديري للتمور بشكل خاص، لكي يواكب التغيرات الاقتصادية والمحلية والدولية في ظل ارتفاع حدة المنافسة .

كما سيتناول أهم الأسواق الدولية للتمور الجزائرية من حيث الاتجاهات السعرية والكمية ومستقبل صادرات التمور الجزائرية إلى تلك الأسواق من خلال المباحث التالية:

المبحث الأول: الوضع التصديري للتمور الجزائرية

المبحث الثاني: دراسة الأسواق الدولية المستوردة للتمور الجزائرية

المبحث الأول : الوضع التصديري للتمور الجزائرية:

يعتبر القطاع الزراعي من أهم القطاعات التي تلعب دورا هاما في الاقتصاد الوطني، كما يعتبر النهوض بصادرات هذا القطاع هدفا وطنيا و ذلك في ضوء الإستراتيجيات و السياسات الزراعية الراهنة التي تتبناها الدولة الجزائرية ، و التي تستهدف تنشيط القطاع التصديري للتمور و زيادة معدلاته لكي يواكب التغيرات المحلية و الإقليمية و الدولية في ظل ارتفاع حدة المنافسة في السوق العالمي للتمور بين الدول المصدرة ، هذا إلى جانب تغير شروط التبادل الدولي و التي أصبحت تتفوق فيه معايير الجودة عن باقي المعايير.

المطلب الأول : نسبة صادرات التمور إلى إجمالي الصادرات الزراعية .

يعتبر منتوج التمور من بين أهم المنتجات الزراعية التي تمتلك فيه الجزائر ميزة تنافسية من حيث الإنتاج سواء من خلال الجودة و النوعية ، و هذا ما نلاحظه من الجدول أدناه:

الجدول رقم (III-01): نسبة صادرات التمور إلى إجمالي الصادرات الزراعية.

النسبة	الصادرات من التمور(مليون دولار)	الصادرات الزراعية(مليون دولار)	السنوات
11.04	18.49	167.473	2005
12.30	20.05	162.922	2006
12.76	23.08	180.85	2007
6.61	20.01	302.54	2008
6.86	14.31	208.51	2009
10.87	22.67	208.51	2010
11.34	23.65	208.51	2011
3.12	26.21	840.03	2012
5.25	29.85	568.51	2013
5.30	38.35	772.54	2014
4.45	34.44	774.56	2015

المصدر : من إعداد الطالبتين بالاعتماد على المنظمة العربية للتنمية الزراعية ، الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية العربية و موقع الجمارك

الجزائرية <http://www.douane.gov.dz>consulté le : 18/03/2017

ومن خلال الجدول رقم (III-01) نلاحظ أن إجمالي الصادرات الزراعية في تزايد مستمر حيث بلغت قيمتها سنة 2005 167.473 م.د.أ، أما سنة 2014 فقدرت قيمتها بـ 772.54 م.د.أ، و ذلك راجع إلى برنامج النمو الذي وضعتة الدولة الجزائرية لإنعاش القطاع الزراعي و من بين هذه القطاعات قطاع التمور الذي وصلت نسبة صادراته إلى ما يقارب 38.31 م.د.أ، سنة 2014 بسبب دعم الدولة للمؤسسات المنتجة و المصدرة للتمور .

المطلب الثاني : نسبة صادرات التمور إلى إجمالي الصادرات خارج المحروقات .

تسعى الجزائر جاهدة إلى تنويع صادراتها خارج المحروقات و ذلك من خلال تنمية و دعم القطاعات الاقتصادية التي تتوفر على ميزة نسبية و من هذه القطاعات قطاع تصدير التمور الذي يساهم في زيادة الصادرات الوطنية و يشير الجدول (III-02) إلى نسبة صادرات التمور إلى الصادرات خارج المحروقات : من الفترة (2005-2015):

الجدول رقم (III-02): نسبة صادرات التمور إلى إجمالي الصادرات خارج المحروقات.

الوحدة : مليون دولار أمريكي .

السنوات	الصادرات من التمور مليون دولار	الصادرات خارج المحروقات مليون دولار	النسبة %
2005	18.49	907	2.03
2006	20.05	1158	1.73
2007	23.08	1332	1.73
2008	20.01	1937	1.03
2009	14.31	1066	1.34
2010	22.67	1526	1.48
2011	23.65	2062	1.14
2012	26.21	2062	1.27
2013	29.85	2165	1.37
2014	38.35	2805	1.36
2015	34.44	2063	1.66

المصدر : من إعداد الطالبتين بالاعتماد على : موقع الجمارك الجزائرية <http://www.douane.gov.dz> Consulté le : 19/03/2017

نلاحظ أن نسبة صادرات التمور مقارنة بالصادرات خارج المحروقات قد سجلت انخفاضا متذبذبا ، حيث سجلت أعلى نسبة سنة 2005 بـ 2.03 لتبدأ هذه النسبة في التراجع إلى 1.73 سنة 2006-2007 على التوالي لتصل أدها سنة 2008 بنسبة 1.03 و يرجع سبب ذلك إلى التذبذب في الكميات المصدرة من التمور ، أما بالنسبة للصادرات خارج المحروقات فنلاحظ ارتفاعا حيث بلغ إجمالي الصادرات خارج المحروقات سنة 2014 بـ 2805 م.د.أ، أما سنة 2015 بـ 2063 م.د.أ .

المطلب الثالث : نسبة صادرات التمور إلى إجمالي الصادرات الوطنية .

سنتطرق من خلال هذا المطلب الى اجمالي الصادرات الوطنية من التمور و سنوضح هذا من خلال الجدول التالي :

الجدول رقم (III-03) : نسبة صادرات التمور إلى إجمالي الصادرات الوطنية من الفترة (2005-2015)

الوحدة مليون دولار أمريكي

النسبة	القيمة بالمليون دولار	الصادرات الوطنية	السنوات
0.16	18.49	11258	2005
0.17	20.05	12130	2006
0.18	23.08	12820	2007
0.20	20.01	9640	2008
0.20	14.31	7230	2009
0.31	22.67	7230	2010
0.33	23.65	7230	2011
0.36	26.21	7230	2012
0.20	29.85	14716	2013
0.15	38.35	25640	2014
0.15	34.44	23026	2015

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على : المنظمة العربية للتنمية الزراعية ، الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية العربية و موقع الجمارك

الجزائرية <http://www.douane.gov.dz> Consulté le : 20/03/2017

تشير بيانات الجدول رقم (III-03) أن نسبة صادرات التمور الوطنية إلى إجمالي الصادرات الوطنية خلال الفترة 2005-2015 إلى أنها لم تتعدى 1% و يعود سبب ذلك إلى الافتقار إلى أساليب التصدير الحديثة للتمور بسبب قلة التعبئة و التغليف و معالجة التمور مقارنة مع باقي الصادرات من التمور في الأسواق العالمية ، بالإضافة إلى عدم وجود إستراتيجية فعالة لتنمية صادرات التمور من قبل الدولة .

المبحث الثاني: دراسة الأسواق الدولية المستوردة للتمور الجزائرية

نتجه العديد من الدول الأوروبية والأمريكية وغيرها إلى استيراد التمور من أجل تلبية حاجات الاستهلاك المحلي وايضا لجني الأرباح بإعادة تصديرها مرة أخرى وبأسعار أعلى من سعر الاستيراد، وسنتناول في هذا المبحث تطور مؤشر اختراق السوق لصادرات التمور الجزائرية في اهم القارات، التي تستورد التمور الجزائرية وهي في أوروبا -إفريقيا-أمريكا-اسيا.

المطلب الأول : تنافسية صادرات التمور الجزائرية في السوق الأوروبي

سنتطرق في هذا المطلب إلى طريقة حساب مؤشر اختراق السوق، ثم إلى قيمته في السوق الأوروبي وأثر ذلك على صادرات التمور الجزائرية إلى السوق الأوروبي.

معامل اختراق السوق: يعتبر معدل اختراق السوق من أكثر معايير قياس التنافسية انتشار لأي دولة في تصدير السلع، وذلك لأنه تمثل مقياس مدى قبول واستيعاب السلعة المصدرة بالأسواق الخارجية كما يوضح مدى إمكانية زيادة الصادرات من تلك السلعة بتلك الأسواق، ومن ثم يسهم في وضع السياسات الخاصة بالتسويق الخارجي للسلعة، ومدى قابليته لاستيعاب كميات اضافية من السلعة¹

ويتم حساب معامل اختراق السوق وفقا للمعادلة التالية:

$$X_{ij} = \text{صادرات السلعة } j \text{ بواسطة الدولة } I$$

$$M_{ij} = \text{واردات الدولة } I \text{ من السلعة } j$$

$$m_{pi} = x_{ij} / m_{ij}$$

¹-محمد محمد فواز، سرحان لعمد سليمان، القدرة التنافسية والكفاءة التصديرية للبطاطس المصرية في الأسواق العالمية مع التركيز على السوق الروسية، جامعة المنصورة، مجلة الاقتصاد الزراعي والعلوم الاجتماعية، العدد2، فبراير 2016، ص3

الجدول رقم (III-04): تطور مؤشر اختراق السوق وصادرات التمور الجزائرية في السوق الأوروبي خلال الفترة (2005-2015).

الوحدة: مليون دولار أمريكي

السنوات	صادرات التمور الجزائرية إلى أوروبا	واردات أوروبا من التمور من العالم	مؤشر اختراق السوق
2005	16.21	13.59	1.19
2006	16.98	13.54	1.25
2007	19.09	16.36	1.16
2008	16.55	19.99	0.82
2009	11.21	16.96	0.67
2010	18.08	21.09	0.85
2011	14.42	24.68	0.58
2012	16.31	29.57	0.55
2013	18.19	33.57	0.54
2014	23.24	38.30	0.60
2015	18.54	28.63	0.64

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الموقع: 16-04-2017. [Comtrade. Un.orgconsult](http://Comtrade.Un.orgconsult)

تشير بيانات الجدول رقم (III-04) إلى ارتفاع مؤشر اختراق السوق الأوروبي حيث بلغ 1.25 سنة 2006 وهذا كان له أثر على زيادة صادرات التمور الجزائرية إلى أوروبا وأيضا إلى قلة إنتاج التمور في أوروبا من جهة ومن جهة أخرى لوجود جالية مغربية وإسلامية كبيرة تستهلك التمور إضافة إلى جودة التمور الجزائرية كدقلة نور التي تحتل المراتب الأولى عالميا.

لينخفض المؤشر إلى ما قيمته 0.64 سنة 2015 بسبب نقص وتراجع في التصدير واستيراد.

المطلب الثاني: تنافسية صادرات التمور الجزائرية في السوق الإفريقي.

سنتناول في هذا المطلب طريقة حساب مؤشر اختراق السوق الإفريقي وأثر ذلك على الصادرات التمور الجزائرية في السوق الإفريقي.

الجدول رقم (III-05): تطور مؤشر اختراق السوق وصادرات التمور الجزائرية في السوق الإفريقي خلال الفترة (2015-2005)

. الوحدة: مليون دولار أمريكي

السنوات	صادرات التمور الجزائرية إلى أفريقيا	واردات إفريقيا من التمور من العالم	مؤشر اختراق السوق
2005	0.724	30.73	00
2006	13.61	34.91	038
2007	12.61	52.75	0.23
2008	13.32	89.32	0.14
2009	16.52	77.28	0.21
2010	16.49	92.62	0.17
2011	62.91	90.42	0.69
2012	30.83	104.17	0.29
2013	32.55	102.92	0.31
2014	48.49	134.60	0.36
2015	37.47	50.94	0.73

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على الموقع: [Comtrade. Un.orgconsult](http://Comtrade.Un.orgconsult) le 16-04-2017.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (III-05) أن مؤشر اختراق السوق الإفريقي لم يكن له أثر على

زيادة صادرات التمور الجزائرية حيث تراوح خلال الفترة 2015-2005 ما قيمته 0.02 و 0.73 على التوالي

ويعود سبب انخفاض صادرات التمور الجزائرية إلى السوق الإفريقي إلى ارتفاع إنتاج التمور في إفريقيا وايضا إلى

المنافسة السعرية من قبل الدول المنافسة لصادرات التمور الجزائرية في السوق الإفريقية وهذا ما يبحث عنه

المستهلك الإفريقي الذي يهتم بالسعر أكثر من اهتمامه بالجودة والنوعية.

المطلب الثالث: تنافسية صادرات التمور الجزائرية في السوق الأمريكي

سنتناول في هذا المطلب طريقة حساب مؤشر اختراق السوق الأمريكي وأثر ذلك على صادرات التمور على صادرات التمور الجزائرية في السوق الأمريكي.

الجدول رقم (III-06): تطور مؤشرات اختراق السوق وصادرات التمور الجزائرية في السوق الأمريكي خلال الفترة (2015-2005)

الوحدة: مليون دولار أمريكي

السنوات	صادرات التمور الجزائرية إلى أمريكا الشمالية	واردات أمريكا الشمالية من التمور من العالم	صادرات التمور الجزائرية إلى أمريكا الجنوبية	واردات أمريكا الجنوبية من التمور من العالم	مؤشر اختراق السوق
2005	17.32	20.18	/	/	0.85
2006	11.42	25.10	/	/	0.45
2007	21.07	30.51	/	/	0.69
2008	15.78	28.27	/	/	0.55
2009	0.98	18.89	/	/	0.05
2010	63.21	44.02	/	/	1.43
2011	10.70	58.44	/	/	0.18
2012	15.82	60.84	2.13	42.27	0.26
2013	22.10	68.58	/	26.73	0.32
2014	15.93	82.52	/	34.78	0.19
2015	31.36	99.22	/	29.77	0.31

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الموقع. 16-04-2017. Comtrade. Un.org consult le

نلاحظ من خلال الجدول رقم (III-06) أنه خلال الفترة الممتدة من 2005 إلى 2015 عرف تذبذبا في مؤشر اختراق السوق الأمريكي حيث بلغ سنة 2005 0.85 ليرتفع خلال 2010 إلى ما قيمته 1.43. وهذا ما أدى إلى زيادة صادرات التمور الجزائرية إلى السوق الأمريكي. ويعود ذلك إلى قلة الإنتاج باعتبار الولايات المتحدة الأمريكية والمكسيك الدولتين الوحيدتين المنتجتين للتمور بكميات قليلة ولهذا تلجأ إلى الإستيراد ومن جهة أخرى بسبب تنافس التمور الجزائرية مع بقية التمور حيث تعتبر من احسن أصناف التمور في العالم، ليعود المؤشر إلى الإنخفاض إلى غاية 2015 بسبب انخفاض صادرات التمور الجزائرية إلى السوق الأمريكي

المطلب الرابع: تنافسية صادرات التمور الجزائرية في السوق الآسيوي

سنتطرق في هذا المطلب إلى تطور مؤشر إختراق السوق في السوق الآسيوي وأثر ذلك على صادرات التمور الجزائرية في السوق الآسيوي.

جدول رقم (III-07) تطور مؤشر إختراق السوق وصادرات التمور الجزائرية في السوق الآسيوي خلال الفترة 2005-

2015

السنوات	صادرات التمور الجزائرية الى اسيا	واردات اسيا من التمور من العالم	مؤشر اختراق السوق
2005	29.50	102.24	0.28
2006	52.58	60.20	0.87
2007	44.04	104.88	0.42
2008	54.65	173.78	0.31
2009	46.28	123.905	0.37
2010	21.76	138.173	0.15
2011	32.90	166.85	0.19
2012	48.07	154.55	0.31
2013	53.40	157.10	0.33
2014	83.81	215.26	0.38
2015	90.02	158.62	0.56

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الموقع. Comtrade. Un.org consult le :21-04-2017.

تشير بيانات الجدول إلى أن مؤشر إحتراق السوق في السوق الآسيوي، بلغ قيمته سنة 2005، 0.28 و 0.56 سنة 2015 ويتضح من خلال ذلك إمكانية زيادة صادرات التمور الجزائرية إل السوق الآسيوي ولكن بكميات محدودة ولم يكن له أثر على صادرات التمور الجزائرية، ويعود السبب لارتفاع صادرات التمور الجزائرية إلى السوق الآسيوي إلى زيادة الطلب على التمور من جهة ومن جهة أخرى اختراق صادرات التمور الجزائرية أسواق جديدة مثل: السوق الماليزي والسوق الاندونيسي.

خلاصة الفصل:

تساهم صادرات التمور الجزائرية بشكل ملحوظ في الصادرات الزراعية ولكن بشكل متذبذب، وهذا نتيجة لتحديد وغرس النخيل عن طريق استصلاح الأراضي. أما مساهمتها في الصادرات خارج المحروقات فهي ضعيفة ويرجع ذلك إلى عدم قدرة المصدرين الخواص إلى مضاعفة صادرات التمور بسبب الشروط المفروضة من طرف الاتحاد الأوروبي على صادرات التمور الجزائرية. أما سبب النمو البطيء لصادرات التمور الجزائرية في الأسواق المستوردة للتمور يعود إلى الافتقار لأساليب التصدير الحديثة للتمور بسبب قلة مصانع التعبئة والتغليف والتصنيع مقارنة مع باقي صادرات التمور في الأسواق الدولية، لأن معظم الدول المستوردة تعطي أهمية بالغة إلى التمور ذات النوعية الرفيعة وذات عبوات تغليف جذابة.

خاتمة عامة

خاتمة عامة :

بعد إجراء الدراسة النظرية و التطبيقية على قطاع التمور في الجزائر توصلنا إلى نتيجة مفادها أن الجزائر لازالت تعتمد بالدرجة الأولى على عائدات المحروقات لذلك تسعى لتنويع صادراتها خارج المحروقات للنهوض بالإقتصاد الوطني وتحسين وضعيتها في الأسواق العالمية.

وأصبحت الجزائر تهتم بتحقيق تنافسية عالية تسمح لها بالنفاذ إلى الأسواق الدولية لتصريف منتجاتها وتحقيق أرباح إضافية.

كما تناولنا من خلال هذه الدراسة تنافسية صادرات التمور الجزائرية وعلى مدى اثر تنافسية صادرات التمور الجزائرية في الأسواق المستوردة من خلال مؤشر اختراق السوق.

إختبار الفرضيات:

ومما ذكرنا سابقا نستنتج النتائج التالية:

*- بناء على الجهود المبذولة من طرف الجزائر و المتمثلة في البعد القانوني و المؤسساتي من أجل تنويع و تعزيز الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات و هذا ما يثبت صحة الفرضية الأولى.

*- لازالت الجزائر تحاول تقديم منتجات بالمواصفات القياسية العالمية لغزو الأسواق الدولية وذلك من خلال إتباعها لجملة من استراتيجيات التصدير و هذا ما يثبت صحة الفرضية الثانية.

*- من خلال دراسة التمور الجزائرية و مدى تنافسيتها في الأسواق الدولية التي تشير إلى ضعف نسبة التصدير و هذا ما يثبت صحة الفرضية الثالثة.

النتائج:

من خلال الدراسة استخلصنا مجموعة من النتائج وهي كالآتي:

1-لازالت الجزائر تعتمد بدرجة كبيرة على صادرات المحروقات رغم الاستراتيجيات المسطرة من قبل الدولة لتشجيع وتنمية الصادرات خارج المحروقات.

2- تبقى التنافسية في الجزائر ضعيفة وغير مؤهلة تأهيلا كافيا حيث احتلت الجزائر المراتب الأخيرة في كل من تقرير التنافسية العالمي والعربي ومؤشر الحرية الاقتصادية ومؤشر أداء الصادرات غير النفطية.

3- يعتبر السوق الأوروبي أول سوق مستورد للتمور الجزائرية خلال الفترة (2005-2015) بمتوسط اختراق السوق قيمته 0.80.

4- يعتبر السوق الأمريكي ثاني سوق مستورد للتمور الجزائرية خلال الفترة (2005-2015) بمتوسط اختراق السوق قيمته 0.48.

5- يعتبر السوق الآسيوي ثالث سوق مستورد للتمور الجزائرية خلال الفترة (2005-2015) بمتوسط اختراق السوق قيمته 0.37.

6- يعتبر السوق الإفريقي رابع سوق مستورد للتمور الجزائرية خلال الفترة (2005-2015) بمتوسط اختراق السوق قيمته 0.32.

الإقتراحات: بناء على نتائج دراسة تنافسية الصادرات الجزائرية في الأسواق الدولية نقترح مجموعة من التدابير و هي كالآتي:

1- انتهاج إستراتيجية وطنية مثلى لتوفير مناخ استشاري مناسب وفعالة لترقية الصادرات خارج المحروقات.

2- ضرورة الاهتمام برفع المستويات الجودة الإنتاجية وتحسين التعبئة والتغليف لكي يصبح المنتج الجزائري مستوفي الشروط المنافسة العالمية.

3- إجراء مسح الأهم الأصناف المحلية للتمور من أجل اختيار أجودها وتحسين مواصفاتها كي تتماشى مع متطلبات السوق الدولية

4- فتح مكاتب لترويج التمور في العالم وتعريف العالم بأهميتها الغذائية والصحية.

5- يجب الاقتداء بالدول الناجحة في مجال التنافسية لتطوير تنافسية الاقتصاد الوطني.

أفاق البحث:

في نهاية هذا البحث يمكن أن تقترح إشكالية البحث لمعالجتها في المستقبل من كل الجوانب وهي:

1- تنافسية الصادرات الزراعية الجزائرية في الأسواق الدولية

2- تنافسية الصادرات العربية

3- آليات تفعيل وتنمية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر.

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المراجع:

1- الكتب باللغة العربية:

1. بدبع جميل قدو، التسويق الدولي، جامعة الإسراء الخاص، عمان الأردن، 2009.
2. بلقاسم زايد، المالية والتجارة الدولية، للنشر الجديد الجامعي، الجزائر، 2016.
3. جمال جويدان الجمل، التجارة الخارجية، عمان، الأردن 2013.
4. جمال جويدان الجمل، التجارة الدولية، عمان، 2010.
5. السيد محمد السريتي، اقتصاديات التجارة الخارجية، مؤسسة رؤية للطباعة والنشر والتوزيع، الاسكندرية، مصر، 2009.
6. شعيري نوري موسى وآخرون، التمويل الدولي ونظريات التجارة الخارجية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.
7. علي عبد الفتاح أو شرار، الاقتصاد الوطني النظريات وسياسات، الطبعة الأولى، دار المسيرة والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2007.
8. غول فرحات، التسويق الدولي مفاهيم وأسس النجاح في الأسواق العالمية، الطبعة الأولى: دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.
9. فريد النجار، التصدير لمعاصر والتحالفات الإستراتيجية، الدار الجامعية الإسكندرية.
10. فؤاد مصطفى محمود، التصدير والإستيراد علميا وعمليا، الطبعة 3، دار النهضة العربية، القاهرة، 1993.
11. محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، إدارة الأعمال الدولية، الطبعة الأولى: دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007.
12. ناصر دادي عدون، إقتصاد المؤسسة، دار المحمدية العامة، الجزائر، 1998.
13. هشام حرز، بوشمال عبد الرحمان، التسويق كمدخل إستراتيجي لتشجيع القدرة التنافسية للمؤسسة، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2014.

2-المقالات والمجالات والدوريات العلمية:

1. محمود محمد فواز، سرحان أحمد سليمان، القدرة التنافسية والكفاءة التصديرية للبطاطس المصرية في الأسواق العالمية مع التركيز على السوق الروسي، مجلة الاقتصاد الزراعي والعلوم الاجتماعية، العدد الثاني، جامعة المنصورة، 2016.
2. نوري منير، تحليل التنافسية العربية في ظل العولمة الاقتصادية، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد4، جامعة شلف.
3. وصاف سيعيدي، تنمية الصادرات والنمو الاقتصادي في الجزائر، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد01، 2002

3- الملتقيات والمؤتمرات العلمية:

1. خلوفي عائشة، بن زيادي أسماء، آيت بارة شفيعة، تقييم آثار برامج الاستثمارات العامة على إستراتيجية تنمية الصادرات غير النفطية في الجزائر، أبحاث المؤتمر الدولي: تقييم آثار برامج الاستثمارات العامة وانعكاساتها على التشغيل والاستثمار والنمو الاقتصادي خلال الفترة 2001-2014، جامعة سطيف1، 11-12 مارس 2013.
2. محمد بن ديلم القحطاني، مدى مساهمة نظام تقييم جاهزية التصدير للدخول إلى الأسواق العالمية، الملتقى العربي الثاني التسويق في الوطن للدخول إلى الأسواق العالمية، الملتقى العربي الثاني التسويق في الوطن العربي (القرص والتحديات)، جامعة الدول العربية، الدوحة (قطر)، 6-8 أكتوبر 2003.

4-الرسائل والمذكرات:

1. سليمان دحو، التسويق الدولي المنتج الزراعي كأداة لتنمية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات، دراسة واقع التمور في الجزائر، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2016.
2. أورسي هيبه الله، تنافسية القطاع السياحي وانعكاساته على التنمية المستدامة في الدول العربية، دراسة مقارنة بين الجزائر ومصر، رسالة ماجستير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2012.
3. بوازيد وسيلة، مقارنة الموارد الداخلية والكفاءات كمدخل للميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، دراسة تطبيقية على بعض المؤسسات الاقتصادية بولاية سطيف- مذكرة ماجستير في علوم التسيير، جامعة سطيف1، الجزائر، 2012.
4. بوبعة عبد الوهاب، دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، دراسة حالة اتصالات الجزائر للهاتف النقال، موبليس، رسالة ماجستير، جامعة منتورة،
5. حمشة عبد الحميد، دور تحرير التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج المحروقات في ظل التطورات الدولية الراهنة (دراسة حالة الجزائر) مذكرة ماجستير في علوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013.

6. ناصر الدين قريبي، أثر الصادرات على النمو الاقتصادي، دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة وهران، الجزائر، 2014.
7. الجبارية كحيلي، دور إستراتيجية التصدير في تحسين الأداء المؤسساتي، دراسة حالة مؤسسة حدود سليم لتوضيب وتصدير التمور، طولقة بسكرة، مذكرة ماستر في علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015.
8. عمار طيبي، دور تسيير الكفاءات البشرية في تنافسية المؤسسات الإعلامية، حالة قناة الجزيرة، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، مدرسة الدراسات العليا التجارية، الجزائر، 2012.

5-التقارير:

1. عيسى الغزالي التقرير التنافسية العربية المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 2003.
2. المنظمة العربية للتنمية الزراعية، الكتاب السنوي للإحصائيات الزراعية العربية.

6-مواقع الانترنت:

<http://www.douane.gov.dz>

<http://www.heritage.org/index>.

[comtrade .un .org](http://comtrade.un.org).

[world economic forum the global competitiveness reports](http://www.weforum.org).

<http://data-albankaldawli.org>.