

جامعة أحمد دراية أدرار – الجزائر
كلية العلوم الاقتصادية ، التجارية ، وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية



مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر
ميدان علوم اقتصادية والتسيير وعلوم تجارية
شعبة اقتصاد
تخصص مالية وبنوك
الموضوع:

دور الوكالات الوطنية لدعم التصدير في تنمية التجارة الخارجية الجزائرية
2004 - 2015

دراسة حالة الوكالة لترقية التجارة الخارجية ALGEX-

إشراف الأستاذ :

د. بلال بوجمعة

إعداد الطالبة :

بامو أمينة

الموسم الجامعي: 2016 / 2017م

الموضوع:

دور الوكالات الوطنية لدعم التصدير في تنمية التجارة الخارجية الجزائرية
2015 - 2004

-دراسة حالة الوكالة لترقية التجارة الخارجية -ALGEX-

بسم الله الرحمن الرحيم

{ اقرأ باسم ربك الذي خلق (1) خلق الإنسان من
علق (2) اقرأ وربك الأكرم (3) الذي علم بالقلم (4)
علم الإنسان ما لم يعلم (5) }

صدق الله العظيم

الآيات (1، 2، 3، 4، 5) من سورة العلق

شكر وتقدير

أشكر الله العلي القدير على إتمام هذا البحث.

أتقدم بالشكر والتقدير إلى الأستاذ الفاضل المشرف على هذه المذكرة د. بلال بوجمعة على ما قدمه لي من إرشادات هادفة وتوجيهات قيمة والحرص الدائم

على متابعة هذا العمل في مختلف مراحلها.

كما أتقدم بشكري الجزيل للأساتذة الأجلاء أعضاء لجنة

المناقشة على قبولهم مناقشة وتقييم هذه المذكرة.

كما لا يفوتني أن أتقدم بتشكراتي الخالصة إلى كل

الأساتذة والزملاء على تشجيعهم وإلى كل من أعانني

من قريب أو بعيد لإعداد هذه المذكرة.

إهداء

أهدي هذا العمل لوجه الله تعالى راجية أن يتقبله مني

ويجعل ثوابه في ميزان أعمالي .

إلى قرّة عيني رسول الله صلى الله عليه وسلم.

إلى من لا يمكن للكلمات أن توفي حقهما

والذي العزيزين أداهما الله لي

إلى من زين أيامي زوجي العزيز

إلى إخوتي وأخواتي

إلى عمال إدارة كلية العلوم الاقتصادية

إلى كل الأهل والأصدقاء

إلى كل طالب علم

لكل هؤلاء أهدي هذا العمل بنية صادقة ودعوة خالصة.

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	الاهداء
	تشكرات
I	فهرس المحتويات
I	قائمة الأشكال
I	قائمة الجداول
أ-ج	مقدمة عامة
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتجارة الخارجية	
05	تمهيد
06	المبحث الأول: عموميات حول التجارة الخارجية
06	المطلب الأول: مفهوم التجارة الخارجية
07	المطلب الثاني: أسباب قيام التجارة الخارجية
08	المطلب الثالث: النظريات المفسرة لقيام التجارة الخارجية
12	المبحث الثاني: ماهية سياسة التجارة الخارجية
12	المطلب الأول: مفهوم سياسة التجارة الخارجية وأهدافها
13	المطلب الثاني: أنواع سياسة التجارة الخارجية
14	المطلب الثالث: أساليب سياسة التجارة الخارجية
18	المبحث الثالث: أهمية التجارة الخارجية، خصائصها والعوامل المؤثرة فيها
18	المطلب الأول: أهمية التجارة الخارجية
19	المطلب الثاني: خصائص التجارة الخارجية
20	المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في التجارة الخارجية
21	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: أساسيات حول التصدير و إجراءات تنميته بالجزائر	
23	تمهيد
24	المبحث الأول: ماهية التصدير
24	المطلب الأول: مفهوم التصدير وأهميته
25	المطلب الثاني: أهداف التصدير
26	المطلب الثالث: دوافع وملامح نجاح التصدير
27	المبحث الثاني: التصدير: الأنواع، الأخطار، الإستراتيجية

27	المطلب الأول: أنواع التصدير
28	المطلب الثاني: أخطار التصدير
30	المطلب الثالث: إستراتيجية التصدير
32	المبحث الثالث: إجراءات التصدير ومشاكله بالجزائر
32	المطلب الأول: إجراءات تنمية الصادرات
34	المطلب الثاني: الإطار المؤسسي لترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات
37	المطلب الثالث: مشاكل التصدير في الجزائر
39	خلاصة الفصل
الفصل الثالث : دراسة تطبيقية للوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (ALGEX)	
41	تمهيد
42	المبحث الأول : الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (ALGEX)
42	المطلب الأول : تقديم الوكالة (ALGEX)
43	المطلب الثاني : الإجراءات المسبقة المتخذة من طرف الوكالة (ALGEX) للنجاح في التصدير
44	المطلب الثالث: المساعدة والدعم المقدمة من طرف الوكالة (ALGEX) في إطار ترقية التصدير
46	المبحث الثاني : دراسة تحليلية للصادرات الجزائرية خلال الفترة (2004-2015)
46	المطلب الأول : تطور الصادرات الجزائرية خلال الفترة (2004-2015)
48	المطلب الثاني: التركيبة السلعية للصادرات الجزائرية خلال الفترة (2004-2015)
49	المطلب الثالث: تطور الصادرات خارج المحروقات خلال الفترة (2004-2015)
52	المبحث الثالث: دراسة تحليلية للواردات الجزائرية وميزانها التجاري خلال الفترة (2004-2015)
52	المطلب الأول: تطور الواردات الجزائرية خلال الفترة (2004-2015)
53	المطلب الثاني: التركيبة السلعية للواردات الجزائرية خلال الفترة (2004-2015)
55	المطلب الثالث: وضعية الميزان التجاري خلال الفترة (2004-2015)
58	خلاصة الفصل
59	خاتمة
62	قائمة المصادر والمراجع
	ملخص الدراسة

قائمة الأشكال:

الرقم	العنوان	الصفحة
01	تطور الصادرات الإجمالية خلال الفترة (2004 - 2015)	47
02	التركيبية السلعية للصادرات الجزائرية خلال الفترة (2004-2015)	49
03	تطور الصادرات خارج المحروقات خلال الفترة (2004-2015)	51
04	تطور الواردات الجزائرية خلال الفترة (2004-2015)	53
05	التركيبية السلعية للواردات الجزائرية خلال الفترة (2004-2015)	55
06	وضعية الميزان التجاري خلال الفترة(2004-2015)	57

قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	تطور الصادرات الجزائرية خلال الفترة (2004 - 2015)	46
02	التركيبية السلعية للصادرات الجزائرية خلال الفترة (2004-2015)	48
03	تطور الصادرات خارج المحروقات خلال الفترة (2004-2015)	50
04	تطور الواردات الجزائرية خلال الفترة (2004-2015)	52
05	التركيبية السلعية للواردات الجزائرية خلال الفترة (2004-2015)	54
06	وضعية الميزان التجاري خلال الفترة (2004-2015)	56

مقدمة

للتجارة الخارجية أهمية بالغة في الإقتصاديات العالمية والمحلية على حد سواء، كونها مؤشر على القدرة الإنتاجية والتنافسية في السوق الدولية ومصدر أساسي للحصول على مكاسب تساهم في النهوض بتنمية الإقتصاد الوطني، فبواسطتها يتم تبادل السلع والخدمات بالإضافة إلى تبادل الأفكار بين المجتمعات، وبذلك فهي تعتبر من بين الراكز الأساسية في إقتصاد أي بلد لتصريف الفائض من الإنتاج وإستيراد فائض ما أنتجته الدول الأخرى بسبب التفاوت في الموارد الطبيعية والمزايا الإقتصادية في إنتاج السلع والخدمات، إذ تمثل سياسة تشجيع الصادرات محورا أساسياً في رسم السياسات الإقتصادية للدول لكون التصدير قوة محرّكة في النمو الإقتصادي ومصدر هام لتدفقات النقد الأجنبي.

ونظراً للدور التتموي الذي يلعبه قطاع التجارة الخارجية في النهوض بالإقتصاد فإن الجزائر أولت أهمية معتبرة لهذا القطاع من خلال القيام بجملة من الإصلاحات والتي من أهمها الوكالات الوطنية لدعم التصدير التي تعد من المؤسسات الفاعلة في هذا المجال عن طريق تشجيعها للصادرات وتنميتها خارج قطاع المحروقات.

الإشكالية:

ومن هنا تتبلور لنا الإشكالية التالية:

إلى أي مدى تساهم الوكالات الوطنية لدعم التصدير في تنمية التجارة الخارجية بالجزائر؟ ولإلمام بالموضوع من جوانبه المختلفة برزت لنا الاسئلة الفرعية التالية والتي سنحاول الإجابة عنها من خلال دراستنا للموضوع :

❖ ما مفهوم التجارة الخارجية ؟ وما فيما تتمثل أهم سياساتها؟

❖ ما هي أهم إجراءات تنمية التصدير في الجزائر؟ وما هي أهم المؤسسات الفاعلة في هذا المجال؟

❖ ما هو دور الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية في دعم التصدير خارج المحروقات بالجزائر؟

الفرضيات:

من أجل الإجابة على الأسئلة السابقة سننطلق من الفرضيات التالية:

❖ يقصد بالتجارة الخارجية عملية التبادل التجاري في السلع والخدمات وغيرها بين عدة دول؛

❖ تتمثل أهم سياسات التجارة الخارجية في: سياسة الحرية والحماية؛

❖ أهم المؤسسات الفاعلة في مجال التصدير: الديوان الجزائري لترقية التجارة الخارجية، الغرفة الجزائرية

للتجارة والصناعة ووزارة التجارة؛

❖ يكمن دور الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية في دعم التصدير خارج المحروقات بالجزائر

في مساعدة المتعاملين الإقتصاديين وترقية السياسة الخاصة بالمنتجات والخدمات الموجهة للتصدير .

حدود الدراسة:

الحدود الزمنية

تم تحديد الفترة إبتداء من 2004 بإعتبارها السنة التي بدأت فيها الوكالة نشاطها إلى غاية 2015، كما تم تحديد هذه الفترة لدراسة الوكالات الوطنية لترقية التجارة الخارجية.

أهمية البحث:

تكمن أهمية الدراسة في كونها تعالج موضوعاً ذو أهمية في إقتصاد أي دولة، وذلك بالتطرق إلى الدور الذي تلعبه الوكالات في تنمية التجارة الخارجية عن طريق تنمية الصادرات خارج المحروقات كسياسة بديلة على المدى البعيد بإعتبار البترول طاقة زائلة تخضع للتقلبات الدولية.

أهداف البحث: نسعى من خلال هذا البحث إلى تحقيق جملة من الأهداف تتمثل في:

- محاولة إبراز المنطلقات الفكرية للتجارة الخارجية؛
- إظهار أهمية إستراتيجية التصدير؛
- معرفة الإجراءات المتبعة من طرف الوكالة لترقية قطاع التجارة الخارجية والصادرات خارج المحروقات؛

• التعرف على التركيبة السلعية للصادرات والواردات الجزائرية.

أسباب إختيار الموضوع: هناك عدة أسباب دفعتنا للبحث في هذا الموضوع نذكر منها:

- الميول الشخصي للمواضيع ذات الصلة بالعلاقات الإقتصادية الدولية؛
- يعتبر هذا الموضوع من مواضيع الساعة حيث يستقطب كافة المتخصصين في قطاع التجارة الخارجية؛

• تعتبر هذه الدراسة لب إنشغال الدولة الجزائرية في الوقت الحاضر من خلال العمل على تركيز مجهوداتها وإمكاناتها لتحقيق هدف تنمية التجارة الخارجية خارج المحروقات بإتخاذ الإجراءات اللازمة لفك الإرتباط بالبترول.

المنهج المتبع:

بالنظر إلى طبيعة الموضوع فتم الإعتماد على المنهج الوصفي في الدراسة النظرية للتجارة الخارجية وأهم سياساتها بالإضافة إلى التصدير وإجراءات تنمية بالجزائر، وتم إستخدام المنهج التحليلي عند إبراز الدور الذي لعبته الوكالة الوطنية لدعم التصدير في تنمية التجارة الخارجية من خلال ترقية ودعم الصادرات خارج المحروقات.

صعوبات الدراسة:

تمثلت أهم الصعوبات التي واجهتنا عند إعداد هذا البحث في:

- ❖ صعوبة تطبيق وفهم الموضوع خاصة عند إسقاطه على التجارة الخارجية بسبب أن الواقع المعاش يختلف عن الجانب النظري؛

❖ قلة المراجع من الكتب التي تناولت الفصل الثاني من الموضوع.

هيكل الدراسة:

قصد تحليل الموضوع وطبقاً للأهداف التي حددت ووصولاً إلى نتائج تجيب على الإشكال المطروح قمنا بتقسيم دراستنا هذه إلى خطة قوامها مقدمة وخاتمة يتوسطهما ثلاثه فصول وكل فصل يحتوي بدوره على ثلاثة مباحث فالأول تعرضنا فيه الإطار المفاهيمي للتجارة الخارجية، أما الثاني فيتمحور حول أساسيات حول التصدير وإجراءات تنميته بالجزائر، أما الفصل الثالث فخصص إلى الدراسة التطبيقية لتشخيص دور الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية في تنمية التجارة الخارجية خلال الفترة الممتدة من 2004 إلى 2015، لنخلص في الختام على خاتمة تحوي جملة من النتائج المتوصل إليها من جراء البحث مع وضع بعض التوصيات وترك مجال الدراسة مفتوح من خلال آفاق مستقبلية للدراسة في هذا المجال.

الفصل الأول:

الإطار المفاهيمي للتجارة الخارجية

تمهيد

تعتبر التجارة الخارجية أحد أهم مجالات التفاعل بين الإقتصاد المحلي وإقتصاديات العالم الخارجي لما تتضمنه من تدفق لسلع والخدمات من وإلى الدولة وما تخلفه من روابط على مستوى الإقتصاد الكلي، نظرا لإختلاف الدول في ثرواتها الإقتصادية وإمكانياتها الصناعية فإنك تجد تباينا في الدول من حيث الإستيراد والتصدير ولن تجد دولة في العالم قط لديها كل الثروات والصناعات والزراعات فلا تستورد شيئا، وكذلك لا يمكن تخيل دولة لا تصدر شيئا مطلقا، وعليه يتم في هذا الفصل إعطاء تقديم للتجارة الخارجية من خلال المباحث التالية:

المبحث الأول: عموميات التجارة الخارجية

المبحث الثاني: ماهية سياسة التجارة الخارجية

المبحث الثالث: أهمية التجارة الخارجية، خصائصها والعوامل المؤثرة فيها .

المبحث الأول: عموميات حول التجارة الخارجية

تعتبر التجارة الخارجية إحدى الأنشطة الاقتصادية المهمة في حياة الإنسان والركيزة الأساسية لإقتصاد أي بلد، فهي تمكن كل بلد الإستفادة من مزايا البلد الآخر في سلعة معينة، وهكذا لا يمكن أن تعيش بمعزل عن غيرها.

المطلب الأول: مفهوم التجارة الخارجية

لقد تعددت الصيغ المختلفة لتعريف التجارة الخارجية بناء على الهدف من دراستها، والتي من بينها:

التعريف الأول: يقصد بالتجارة الخارجية عملية التبادل التجاري في السلع والخدمات وغيرها من عناصر الإنتاج المختلفة بين عدة دول بهدف تحقيق منافع متبادلة لأطراف التبادل. وهي تختلف بذلك عن التجارة الداخلية في أنها تتجاوز حدود الدولة الواحدة إلى دول متعددة سواء مجاورة للدولة أو غير مجاورة لها.¹

التعريف الثاني: هي المعاملات التجارية الخارجية في صورها الثلاثة المتمثلة في إنتقال السلع والخدمات ورؤوس الأموال تنشأ بين أفراد يقيمون في وحدات سياسية مختلفة أو بين حكومات ومنظمات إقتصادية تقطن في وحدات سياسية مختلفة،² ويمكن تصنيف الصفقات التجارية الخارجية فيما يلي:³

- تبادل السلع المادية وتشمل على السلع الإستهلاكية والسلع الإنتاجية والمواد الأولية والسلع نصف مصنعة والسلع الوسيطة؛

- تبادل الخدمات والتي تتضمن خدمات النقل والتأمين والشحن والخدمات المصرفية والسياحة وغيرها؛

- تبادل عنصر العمل ويشتمل على الأيدي العاملة من بلد لآخر بالإضافة إلى الهجرة.

التعريف الثالث: تمثل تبادل السلع والخدمات بين الدول التي تتوافر فيها والدول التي تفتقر إليها، أي أن هناك دولة مصدرة وأخرى مستوردة، والحكمة من التجارة الخارجية أنها الإستغلال الأمثل لموارد العالم.⁴

التعريف الرابع: فرع من فروع علم الإقتصاد والذي يهتم بدراسة الصفقات الإقتصادية الجارية عبر الحدود الوطنية، وتتضمن الصفقات الإقتصادية مايلي:⁵

- تبادل السلع المادية؛
- تبادل الخدمات؛
- تبادل النقود (رؤوس الأموال)؛

¹ حمدى عبد العظيم، إقتصاديات التجارة الدولية، الطبعة الرابعة، 2009-2010، ص 13.

² رشاد العصار، التجارة الخارجية، دار المسيرة للنشر، عمان، الطبعة الأولى، 2000، ص 12.

³ عتاب عبد الله، أهمية تمويل التجارة الخارجية عن طريق الإعتماد المستندي، مذكرة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الإقتصادية والتسيير، مالية و بنوك، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2013-2014، ص 14.

⁴ فؤاد مصطفى محمود، موسوعة التصدير العربية في تنمية وتسويق الصادرات، شركة مطابع لوتس، الفجالة، الطبعة الأولى، بدون سنة نشر، ص 473.

⁵ رائد فاضل جويد، النظرية الحديثة في التجارة الخارجية، مجلة الدراسات التاريخية و الحضارية، العدد 17، 2013 ص 122.

- تبادل عنصر العمل.

التعريف الخامس: هي وسيلة تسمح لدول ما بتصريف الفائض من منتجاتها لدولة أو مجموعة من دول أخرى، وفي نفس الوقت الحصول على المنتجات والخدمات التي تحتاج إليها، والتي لا تستطيع إنتاجها محليا أو تحقيق الإكتفاء الذاتي في إنتاجها، من دولة أو مجموعة دول أخرى، وهذه الأخيرة تصرف بدورها الفائض من منتجاتها وخدماتها.¹

المطلب الثاني: أسباب قيام التجارة الخارجية

كانت المجتمعات تعيش في ظل إقتصاد مغلق، حيث ظهرت تجارتها على شكل مقايضة داخل البلد الواحد ومع التطور إزدادت الحاجات بتنوع عدد السكان وتنوع سلوكهم الإستهلاكي الأمر الذي أدى بضرورة نشوء التجارة الخارجية ومن هذا المنطق يمكن إجمال أسباب قيام التجارة الخارجية في العوامل التالية:²

- ✓ عدم إمكانية تحقيق الإكتفاء الذاتي؛
- ✓ وجود فائض في الإنتاج؛
- ✓ الحصول على أرباح؛
- ✓ رفع مستوى المعيشة؛
- ✓ التخصص الدولي: إن الدول سابقا لا تستطيع الإعتماد على نفسها كليا في إشباع حاجات أفرادها وذلك بسبب التباين وتوزيع ثروات الطبيعة بين دول العالم؛
- ✓ تفاوت التكاليف والأسعار لعوامل الإنتاج والأسعار المحلية: إذ يعد تفاوت تكاليف الإنتاج بين الدول دافعا للتجارة بينها وبالذات في الدول التي تمتلك ما يسمى بإقتصاديات الحجم الكبير الذي يؤدي إلى تخفيض متوسط التكلفة الكلية للوحدة المنتجة مقارنة مع دولة أخرى تنتج بكميات ليست وفيرة، وبالتالي ترفع لديها تكاليف الإنتاج مما يعطي الدولة الأولى ميزة نسبية في الإنتاج مقارنة بالدولة الثانية؛
- ✓ إختلاف مستوى التكنولوجيا من دولة لأخرى: يتباين الأسلوب الإنتاجي والمعرفة الفنية بين الدول تباينا كبيرا، بحيث يؤثر بشكل كبير على طبيعة السلع المنتجة في كل بلد، فنجد أن الدول المتقدمة تحتكر إنتاج السلع التي تشكل التقنية عنصرا أساسيا في إنتاجها، أما الدول النامية فإنها في الغالب تتخصص في تلك التي يغلب عليها طابع المواد الخام مثل النفط والمعادن والقطن؛
- ✓ إختلاف ظروف الإنتاج: فبعض المناطق تصلح لزراعة البن والشاي مثلا، فيجب أن يتخصص في هذا النوع من المنتجات الزراعية، وتستورد المنتجات الأخرى التي لا تقوم بإنتاجها كالنفط الذي يتوفر في الدول ذات المناخ الصحراوي مثل دول الخليج العربي؛

¹ محمود عبد الرزاق، الإقتصاد الدولي والتجارة الخارجية (النظرية والتطبيق)، دار الجامعية للنشر والتوزيع، إسكندرية، الطبعة الأولى، 2010، ص 11.

² حسام علي داود، أحمدالهزيمة، أيمن أبو خضير، عبد الله صوفان، إقتصاديات التجارة الخارجية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2002، ص 16.

✓ إختلاف الميول والأذواق: فالمواطن المحلي يفضل المنتجات الأجنبية حتى ولو توفر البديل المحلي منها، وتزداد أهمية هذا العامل مع زيادة الدخل الفردي للدولة.

المطلب الثالث: النظريات المفسرة لقيام التجارة الخارجية

نتيجة التطور الذي عرفته التجارة أدى إلى ظهور أساليب تحليلية مختلفة ومتدرجة تمثلت في نظريات التجارية التي إهتمت بدراسة الأسس التي تقوم عليها التجارة حيث تمثلت هذه النظريات فيما يلي:

1- النظريات الكلاسيكية:

أ. نظرية (دافيد هيوم):

وتتلخص نظرية (دافيد هيوم) في التجارة الخارجية في أن الرفاه الإقتصادي في أي بلد سوف يعم على البلدان الأخرى، بسبب تكامل هذه البلدان في ظل تقسيم العمل الدولي، ففي حالة تطور بلد ما سيكون تأثيره إيجابيا على البلدان الأخرى المجاورة له، فمثلا تطور كل من (فرنسا ، ألمانيا و إيطاليا) هو لصالح بريطانيا وأن تخلف الدول سيؤثر سلبا على الإقتصاد البريطاني.¹

ب. نظرية (آدم سميث):

تعد نظرية الميزة المطلقة أول نظرية متكاملة ظهرت لتفسير قيام التجارة بين البلدان، وهي للإقتصادي الكبير (آدم سميث) من خلال كتابه " بحث في طبيعة و أسباب ثروة الأمم " سنة 1776 وهذه النظرية المستندة على مبدأ تقسيم العمل الدولي تعتمد على وجود فوارق واضحة في تكاليف الإنتاج بين بلد وآخر من حيث الإمكانيات والإنتاجية، وتتلخص هذه النظرية بأن يتخصص كل بلد بإنتاج تلك السلع التي يكون له ميزة مطلقة في إنتاجها. وعليه فالتجارة بين البلدان ستكون مفيدة لجميع الأطراف المشاركة فيه.

إلا أن نظرية (سميث) في الميزة المطلقة عجزت عن الإجابة على التساؤل المطروح فيما إذا كان بلد ما لا تتوفر فيه ميزة مطلقة بإنتاج أية سلعة مقارنة بمنافسيه من البلدان الأخرى؟ وإذا كان بلد معين يتمتع بميزة مطلقة في إنتاج جميع السلع على البلد الآخر، هل هذا يعني أنه لا يوجد مكاسب للتجارة بين البلدين؟ وقد حاول (دافيد ريكاردو) تقديم إجابة عن هذا التساؤل من خلال نظرية الميزة النسبية.²

ج. نظرية (دافيد ريكاردو):

في القرن التاسع عشر قام الإقتصادي الإنجليزي المعروف (دافيد ريكاردو) (1772-1823) بالرد على نظرية (آدم سميث)، وذلك بكتابه المشهور " مبادئ الإقتصاد السياسي والضرائب " سنة 1817 من خلال نظريته في الميزة النسبية. إن جوهر هذه النظرية يتمثل في إحتساب كلفة إنتاج الوحدات الإضافية من إحدى المنتجات بصيغة التقليل الضروري في إنتاج بقية السلع، بهذا توضح النظرية الجديدة أنه ليس بالضرورة لقيام التجارة بين البلدان أن يتمتع البلد بميزة مطلقة في إنتاج سلعة معينة بل إن قيام التجارة يعتمد

¹ خالد محمد السواعي، التجارة الدولية: النظرية وتطبيقاتها، عالم الكتب الحديث إربد، الأردن، الطبعة الأولى، 2010، ص ص 98-100، (بتصرف).

² زايري بلقاسم، إقتصاديات التجارة الدولية، ابن النديم للنشر و التوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى، 2013، ص ص 102-105، (بتصرف).

على إختلاف التكاليف النسبية للسلع بين البلدان وليس التكاليف المطلقة ويحقق البلد مكاسب من التجارة حتى لو كانت التكاليف الحقيقية لإنتاج جميع السلع فيه أكبر نسبيا مقارنة مع شركائه التجاريين. وتعد هذه النظرية تطورا كبيرا في الفكر الكلاسيكي، حيث أعتبر الإتجاه الصحيح في التجارة الخارجية، وخطوة هامة إلى الأمام ولازالت تشكل أساس أغلب النظريات الحديثة في التجارة الخارجية، وقد زودت الإقتصاديين ببرهان أكثر كفاية وأكثر إقناعا في جدوى وفوائد التجارة، بالرغم من كل الإنتقادات التي سيقّت في مواجهة هذه النظرية.¹

د. نظرية (جون ستيوارت ميل):

أكدت النظريات السابقة (الميزة المطلقة والميزة النسبية) لتفسير قيام التجارة الخارجية بين البلدان على جانب العرض (إمكانيات الإنتاج) دون الإهتمام بالطلب.

لقد تنبه إلى هذه المسألة (جون ستيوارت ميل) (1806-1873) الذي أشار في نظريته القيم الخارجية إلى أن رغبة كل بلد في عرض صادراته من السلع يعتمد على مقدار إستيراداته، بمعنى أن الصادرات تتغير وفقا لمعدلات التبادل التجاري السائدة بين البلدان المشاركة في التجارة، ولهذا قام (ميل) بإدخال جانب الطلب على التحليل بهدف تحديد معدلات التبادل بين هذه البلدان، وبناء على ذلك حدد مفهوم التوازن بين البلدان المشاركة فعليا في التجارة، بأنه الوضع الذي تكون فيه صادرات البلد مساوية لإستيراد البلد الآخر المشارك معه في التجارة، بعبارة أخرى إن عرض البلد (A) لسلعته يمثل طلبه على سلعة البلد (B) والعكس صحيح، وإن الإنحراف لمعدل التبادل التجاري الدولي عن معدل التبادل التجاري الداخلي في البلد يزيد مكاسب ذلك البلد من التجارة الخارجية.²

2- النظريات الحديثة:

إن الحصول على مكاسب متبادلة من التجارة الخارجية يتوقف على إختلاف معدلات التبادل الداخلية بين السلع من بلد إلى آخر، وإن أكبر مكسب يتحقق لكل بلد في حالة تخصصه في إنتاج السلعة التي يتميز فيها نسبيا.

فإذا كانت نظريات التجارة الخارجية الكلاسيكية قد تركت الأساس التي قامت عليه في الميزة المطلقة، لترتكز على الميزة النسبية التي بدأها (ريكاردو)، وأضاف عليها أسلافه الكثير من التعديلات، فإن النظريات التي إعتاد الإقتصاديون أن يسموها بالنظريات الحديثة في التجارة الخارجية، التي قامت على أساس العنصر الإنتاجي الوفير، لم تحرر تماما من الأسس التي وضعها الكلاسيكيون بإستثناء الإعتماد على عنصرين من عناصر الإنتاج هما العمل ورأس المال بدلا من العمل بوصفه عنصرا إنتاجيا وحيدا كما فعل كل من (آدم سميث) و(دافيد ريكاردو) و(جون ستيوارت ميل)، فجاءت النظريات الحديثة في تفسير

¹ جمال جويدان، التجارة الدولية، مركز الكتاب الأكاديمي، الطبعة الأولى، 2010، ص ص 23-26، (بنصرف).

² سامي عفيفي حاتم، التجارة الخارجية بين التنظير والتنظيم، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، 1991، ص ص 105-107، (بنصرف).

قيام التجارة الخارجية، إبتداء من الإقتصاديين (هيكشر-أولين)، والتي عرفت بنظرية وفرة المتغيرات الإقتصادية الحديثة. وتتمثل الفكرة الأساسية لهذه النظرية فيما يلي: ¹

إن الاختلاف في الوفرة النسبية لعوامل الإنتاج بين البلدان هي التي تؤدي إلى قيام التجارة الخارجية بينهم. إذ لكل بلد ميزة نسبية عندما ينتج ويصدر تلك السلعة التي تحتاج إلى أمل الإنتاج الأكثر وفرة نسبية فيها، إلى جانب أنه لن يكون للبلد هذه الميزة بالنسبة للسلع التي يحتاج إنتاجها إلى عامل الإنتاج الأكثر ندرة فيها، وبالتالي يجب أن يقوم البلد بإستيراد هذه السلعة من الخارج.

بعبارة أخرى يمكن إيجاز نظرية (هيكشر-أولين) فيما يلي: "إن إختلاف التكاليف النسبية مرجعه الإختلاف النسبي بين معطيات البلدان من عوامل الإنتاج الأكثر وفرة نسبية في البلد، وعلى العكس يكون للبلد غالبا تخلف نسبي في السلع التي يتطلب إنتاجها عامل الإنتاج الأكثر ندرة نسبية في البلد .

وهكذا فإنه عند قيام التجارة، فإن صادرات كل بلد ستكون من السلع التي تتفوق في إنتاجها على غيرها من البلدان، وبالتالي أسعارها تكون منخفضة نسبيا عن الأسعار السائدة في البلدان الأخرى، أما إستيراداتها فتكون من السلع التي يحتاج إنتاجها إلى عوامل إنتاج غير موجودة محليا، أو يعاني فيها البلد من عجز نسبي في وفرتها، وبالتالي فإن السبب الأساسي لقيام التبادل الدولي بين بلدين هو إمكانية الحصول على السلعة من الخارج بتكلفة أقل من تكلفة إنتاجها محليا.

وعليه فقد توصل الإقتصاديان إلى نتيجة أساسها إن إختلاف التكاليف النسبية بين البلدان ترجع إلى إختلاف وفرة الموارد الإقتصادية بين البلدان، وهذا يعني أن البلد يصدر سلعا تحوي على نسبة مرتفعة من عنصر الإنتاج المتوفر لديه نسبيا، بينما يستورد سلعا تحوي على نسبة مرتفعة من عنصر الإنتاج النادر لديه نسبيا.

لقد كانت نظرية (هيكشر-أولين) في التجارة الخارجية موضوعا لكثير من الدراسات والإختبارات التجريبية. ومن هذه الدراسات تلك التي قام بها الإقتصادي (لينتوف) عندما إستعان بجداول المستخدم المنتج للإقتصاد الأمريكي لسنة 1947 والتي تتضمن معلومات كافية عن كميات العمل ورأس المال اللازمة لإنتاج مجموعة معينة من السلع المعوضة عن الإستيرادات، وتبين أنها تصدر سلع مكثفة للعمل وتستورد سلع مكثفة لرأس المال، ولكن بسبب وفرة عنصر رأس المال بالقياس إلى عنصر العمل في الولايات المتحدة الأمريكية، فقد سمي هذا التناقض الذي وقعت به الدراسة بلغز لينتوف، وقد فسر ذلك لينتوف مبينا أن إنتاجية العامل الأمريكي تعادل ثلاثة أضعاف إنتاجية العامل في أي مكان آخر، ولهذا فإنه يتعين ضرب العمل الأمريكي في ثلاثة للوصول إلى العرض الحقيقي.

ولقد توصلت الدراسة التي أجراها كل من (تاتوموتو ولشيمورا) سنة 1959 على الإقتصاد الياباني، ودراسة (واهيل) عن الإقتصاد الكندي سنة 1961 إلى نتائج مناقضة لنظرية (هيكشر-أولين). في حين

¹ رائد فاضل جويد، مرجع سبق ذكره، ص 128-129.

أيدتها دراسات أخرى مثل دراسة (بهارادواج) سنة 1962 عن الهند، ودراسة (روسوكامب -ستوبلار) سنة 1961 عن ألمانيا الشرقية.

ثم جاءت نظرية (ستوبلار-ساميلسون) لتقوم على الفروض نفسها التي قامت عليها نظرية (هيكشر-أولين)، ولكنها تبحث في الأثر الذي يمكن أن يؤدي إليه التدخل في أسعار السلع على حجم إنتاج تلك السلع، وبالتالي على دخول عوامل الإنتاج المستخدمة في إنتاجها، وذلك في نموذج للتوازن العام.

المبحث الثاني: ماهية سياسة التجارة الخارجية

إن حقيقة وجود دول قومية مستقلة عن بعضها سياسيا وإقتصاديا وبأهداف مختلفة ومتناقضة في كثير من الأحيان جعل كل بلد يسعى إلى تحقيق مصالحه حتى ولو على حساب مصالح الدول الأخرى، لذا اختلفت السياسات المتبعة من طرف كل دولة حسب ما تقتضيه مصالحها الوطنية، وتراوحت بين التحرير والتقييد أو الحماية.

المطلب الأول: مفهوم سياسة التجارة الخارجية و أهدافها

تعددت وتنوعت تعاريف سياسة التجارة الخارجية حيث يقصد بها " مجموعة الوسائل التي تلجأ إليها الدولة للتدخل في تجارتها الخارجية بهدف تحقيق أهداف معينة"، كما تعرف أيضا أنها " وسيلة إلى جانب وسائل أخرى كالإجراءات المالية والنقدية التي تستعين بها الدولة لتحقيق أهداف معينة أهمها التنمية الوطنية، تثبيت سعر الصرف وإقرار التوازن في ميزان المدفوعات... الخ. بطريقة أخرى يمكن القول أنها اختيار الدولة وجهة معينة ومحددة في علاقاتها التجارية مع الخارج (حرية أم حماية)، وتعتبر عن ذلك بإصدار تشريعات وإتخاذ قرارات وإجراءات تضعها موضع التطبيق"¹.

تختلف السياسة التجارية باختلاف النظم الإقتصادية، فهي في دول النظام الرأسمالي تختلف عن دول النظام الإشتراكي، كما تختلف من الدول المتقدمة إلى الدول النامية، كما تعمل على تحقيق مجموعة من الأهداف الإقتصادية والإجتماعية والإستراتيجية، وتختلف باختلاف نوعية السياسة التجارية المطبقة (التقييد أو التحرير) ونذكر منها:²

الأهداف الإقتصادية: وتتمثل في:

- تحقيق التوازن في ميزان المدفوعات عن طريق تنظيم عائدات الصادرات والموارد من العملة الأجنبية وتخفيض الطلب على الصرف الأجنبي؛
- تشجيع الإستثمار من أجل التصدير وزيادة العمالة ومستوى التشغيل في الإقتصاد الوطني؛
- زيادة موارد الخزينة العامة للدولة وإستخدامها في تمويل النفقات العامة بكافة أشكالها وأنواعها؛
- حماية الإقتصاد الوطني من خطر الإغراق الذي يمثل التمييز السعري في مجال التجارة الخارجية أي البيع بسعر أقل من تكاليف الإنتاج، وحمايته من التقلبات الخارجية التي تحدث خارج نطاق الإقتصاد الوطني كحالات الإنكماش والتضخم؛
- حماية الصناعة الناشئة أي الصناعة حديثة العهد في الدولة حين يجب توفير الظروف الملائمة والمساندة لها، إضافة إلى حماية الصناعة المحلية من المنافسة الأجنبية.

¹ جاسم محمد منصور، التجارة الدولية، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2009، ص 125.

² محمد دياب، التجارة الدولية في عصر العولمة، دار المنهل اللبناني، بيروت، الطبعة الأولى، 2010، ص 300.

الأهداف الإجتماعية: وتتمثل فيما يلي:

- حماية مصالح بعض الفئات الإجتماعية كمصالح المزارعين أو المنتجين للسلعة معينة تعتبر ضرورية أو أساسية في الدولة؛
- إعادة توزيع الدخل القومي بين الفئات والطبقات المختلفة.

الأهداف الإستراتيجية: وتتمثل في:

- المحافظة على الأمن في الدولة من الناحية الإقتصادية والغذائية والعسكرية؛
- العمل على توفير الحد الأدنى من الإنتاج من مصادر الطاقة كالبتترول مثلا.

المطلب الثاني: أنواع سياسة التجارة الخارجية

تعتبر السياسة التجارية مجموعة الأساليب والأدوات التي تتخذها الدولة للحد من الواردات أو لتشجيع الصادرات وينحصر الإهتمام بالسياسة التجارية في موضوع الحماية أو الحرية كما يلي: ¹

1- سياسة حماية التجارة الخارجية:

تعرف سياسة حماية التجارة الخارجية بأنها تبني الدولة لمجموعة من القوانين والتشريعات وإتخاذ الإجراءات المنفذة لها بقصد حماية سلعها أو سوقها المحلية ضد المنافسة الأجنبية، أو هي قيام الحكومة بتقييد حرية التجارة مع الدول الأخرى بإتباع بعض الأساليب كفرض رسوم جمركية على الواردات أو وضع حد أقصى لحصة الواردات خلال فترة زمنية معينة مما يوفر نوعا من الحماية للأنشطة المحلية من منافسة المنتجات الأجنبية.

وقد تجلت السياسة الحمائية من خلال أفكار التجاربيين، والتي كانت ترى أن مصلحة الدولة تتمثل في تراكم الذهب داخل الدولة والسبيل إلى ذلك هو إتخاذ الدولة للتدابير اللازمة لتشجيع الصادرات والحد من الواردات، وقد إنتعشت تلك السياسة مرة أخرى بعد الحرب العالمية الأولى حيث توسعت كل الدول في إتخاذ الإجراءات الحمائية والتقييدية، وظهرت إلى جانب ذلك السياسة الحمائية الجديدة بالرغم من ظهور الجات سنة 1947 وخاصة في البلدان الصناعية ضد اليابان وبلدان شرق آسيا وبعض البلدان النامية الأخرى، ودون التعارض مع إلتزاماتها في إطار الجات.

حيث تمثلت حجج تقييد التجارة الخارجية في النقاط التالية:

- حماية الصناعة الناشئة؛
- إجتداب رؤوس الأموال الأجنبية؛
- تنويع الإنتاج و تحقيق الإستقرار الإقتصادي؛
- معالجة البطالة وتحسين مستوى العمالة؛
- الحماية كوسيلة لتحسين معدل التبادل؛
- تعويض التفاوت في ظروف الإنتاج؛

¹ يوسف مسعداوي، دراسات في التجارة الخارجية، دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر، 2010، ص ص 71-73.

- الحماية بغرض الحصول على إيراد.

2- سياسة حرية التجارة الخارجية:

تعرف سياسة حرية التجارة بأنها السياسة التي تتبعها الدول والحكومات عندما لا تتدخل في التجارة بين الدول من خلال التعريفات الجمركية والحصص والوسائل الأخرى ومن هنا نستنتج أن سياسة الحرية تتركز على ضرورة إزالة كل العقبات أو القيود المفروضة على تدفق السلع عبر الحدود سواء كانت صادرات أو واردات.

حيث تمثلت حجج حرية التجارة الخارجية في النقاط التالية:

- التقسيم الدولي للعمل؛
- إتساع الأسواق التي تحقق المنافسة الكاملة مما يؤدي إلى تحسين الإنتاج والوصول إلى الثمن العادل حيث تمهد الحماية التجارية إلى تكوين الكارتل الذي يربط آثار ضارة من ناحية التحكم في الأسعار وجودة المنتجات؛
- إمكانية دفاع المستهلك عن نفسه من إحتكار المنتج حيث تكون وسيلة المستهلك في ذلك إسترداد السلع من الخارج وبذلك يمكن لحرية التجارة أن تقضي على الإحتكار في الداخل؛
- تشجيع الإبتكار والإرتقاء بفنون الإنتاج الوطني نتيجة المنافسة مع الخارج على حين أن أساليب الحماية تحد من إمكانية التحسن وتفرض على المستهلك أن يتحمل تكاليف التخلف ويقبل إنتاجاً رديئاً بثمن مرتفع؛
- الحرية التجارية تؤدي إلى تخفيض أسعار السلع الدولية؛
- توسيع الإنتاج لأن حرية التجارة ستؤدي إلى وصول مشروعاتها الإنتاجية إلى حجومها المثلى وبالتالي تحقق مزايا الإنتاج الكبير؛
- الحماية تؤدي إلى سياسة إفتقار الغير وأساس سياسة إفتقار الغير أن الرسوم الجمركية العالمية تدعو إلى إضعاف التجارة الدولية بوجه عام فالإقلال من الواردات ينتهي بنقص في الصادرات إذ لن تستطيع هذه الدول تصدير الفائض من إنتاجها بصفة مستمرة دون أن تستورد فائض من إنتاج العالم الخارجي.

المطلب الثالث: أساليب سياسة التجارة الخارجية

تعددت وتنوعت أساليب سياسة التجارة الخارجية حيث تم تقسيمها إلى نوعين على النحو التالي:

1- الوسائل السعرية:¹

- الرسوم الجمركية: الرسم الجمركي هو ضريبة تفرضها الدولة على السلعة بمناسبة عبورها الحدود الوطنية في شكل صادرات أو واردات حيث مجموع الرسوم المطبقة يكون التعريف الجمركية وهي عبارة عن جدول توضع لدى كل دولة،

¹ جاسم محمد منصور، مرجع سبق ذكره، ص ص 138-135.

- الإعانات: يقصد بالإعانات كأحد أدوات السياسة التجارية تلك المساعدات والمزايا النقدية المباشرة وغير المباشرة كالإعفاء من الضرائب أو تخفيض تكلفة السلع المعدة للتصدير التي تقدمها الدولة للمصدرين حتى يتمكنوا من تصدير سلع معينة من أجل كسب أسواق في الخارج وكذا كل الإجراءات التي يكون الغرض منها تشجيع المصدريين المحليين على مزاولة نشاطهم في الأسواق العالمية،
- الإغراق: تختلف تعريف الإغراق من كتاب لآخر والتعريف الشائع له هو محاولة بيع السلعة في الأسواق الدولية بأقل من تكلفته أو على الأقل بيع السلعة دوليا بسعر يقل عن السعر المحلي وهو أحد الوسائل التي تتبعها الدولة أو المشروعات الإحتكارية للتمييز بين الأثمان السائدة في الداخل وتلك السائدة في الخارج حيث تكون منخفضة عن الثمن الداخلي للسلعة مضافا إليه نفقات النقل وغيرها من النفقات المرتبطة بانتقال السلعة من السوق الوطني إلى الأسواق الأجنبية،
- تخفيض سعر الصرف: يقصد بتخفيض سعر الصرف كل تخفيض تقوم به الدولة عمدا في قيمة الوحدة النقدية مقومة بالوحدات النقدية الأجنبية سواء إتخذ ذلك مظهرا قانونيا أو فعليا في نسبة الوحدة إلى الذهب أو لم يتخذ، ولتخفيض سعر الصرف أسباب متنوعة في مقدمتها علاج الإختلال في ميزان المدفوعات وذلك بتشجيع الصادرات وتقييد الواردات، كما أنه يعمل على الحد من تصدير رؤوس الأموال إلى الخارج وتشجيع إستيرادها من الخارج،
- الرقابة على الصرف: يقصد بالرقابة على الصرف أن تقوم الدولة بوضع قيود على التعامل في الصرف الأجنبي من شأنها القضاء على سوق الصرف الحر وإحتكار الدولة لعمليات بيع وشراء العملات الأجنبية، ففي ظل الرقابة على الصرف يتنازل المصدر عما يحصل عليه من عملات أجنبية إلى السلطات النقدية مقابل الحصول على ثمنها بالعملة المحلية على أساس سعر معين كما أن على المستورد أن يتقدم إلى مراقبة النقد بطلب شراء للعملات الأجنبية التي تريدها.

2- الوسائل الكمية¹

- نظام الحصص: يقصد بنظام الحصص ذلك النظام الذي تحدد الدولة بمقتضاه كمية الواردات التي يجب إستيرادها من سلعة معينة خلال فترة معينة من الزمن،
- تراخيص الإستيراد: في ظل هذا النظام يشترط حصول المستوردين مسبقا على تراخيص من الجهة الحكومية التي تقوم بالرقابة على الإستيراد ويتم تحديد حصة كل مستورد على أساس وارداته من السلعة في فترة زمنية سابقة،
- الأساليب التنظيمية: إن الإطار التنظيمي الذي تحقق في نطاقه المبادلات التجارية ينطوي على عدد من المواضيع المتصلة بالسيادة التجارية، وبالتالي بتخطيطها ولعل أهم ما يمكن التطرق إليه بهذا الصدد هي المعاهدات التجارية والإتفاقيات والإتحادات الجمركية وأخيرا الإجراءات الإدارية الخاصة بها، وفيما يلي عرض موجز لها:

¹ محمد عابد، التجارة الدولية، مكتبة الإشعاع، القاهرة، الطبعة الأولى، 1999، ص ص 211-212.

❖ المعاهدات التجارية:

يمكن تعريف المعاهدة التجارية على أنها إتفاق تعقده الدولة مع غيرها من الدول من خلال أجهزتها الدبلوماسية وذلك لتنظيم العديد من المسائل الاقتصادية كتلك المتعلقة بالنقل والحد من الإزدواج الضريبي.

❖ الإتفاقيات التجارية:

هنالك ما يميز الإتفاق التجاري عن المعاهدة وذلك من الناحية الشكلية والموضوعية. فالإتفاق أقصر مدة من المعاهدة، كما أنه يتناول جانبا محددا، وهو يعقد بواسطة وزارة الإقتصاد أو التجارة، على حين أن المعاهدة تعقد في العادة عن طريق وزارة الخارجية، وتتضمن الإتفاقيات نوع من المنتجات التي يشملها التعاون، حيث تسجل في قوائم التصدير والإستيراد الملحقة بالإتفاق على نص يبين الإجراءات الضرورية لتطبيق بنوده ومنح التراخيص اللازمة لذلك فيما يتعلق بالإستيراد والتصدير كما يشار إلى المدة وطريقة تمديده وتشكل لهذا الغرض لجنة مشتركة لوضع بنود الإتفاق موضع التطبيق ومن أمثلتها إتفاقية الدفع التي توضع أساليب تسوية الحسابات المترتبة على الإرتباطات التجارية والمالية يتم فيها تبيان طبيعة العمل التي تسوي بها العمليات وتسجيل العمليات في البنك المركزي ومدة الإلتزام.

❖ الإتحدات الجمركية: يتفق هذا الشكل مع منطقة التجارة الحرة فيما يتعلق بتحرير التجارة بين الدول الأعضاء وإلغاء كافة القيود الجمركية عليها ويختلف عنها في أنه يلزم الدول الأعضاء بإتباع سياسة جمركية موحدة في مواجهة الدول خارج الإتحاد. وأشهرها إتحاد البنيلوكس الذي يتكون من بلجيكا وهولندا ولكسمبورغ وأنشأ في لندن سنة 1944.

❖ المناطق الحرة:

يعد هذا النظام من أبرز الإستثناءات التي تخرج عن قاعدة تطبيق مختلف أنواع القيود الجمركية، وبفضل غيره من الإستثناءات وبرغم أن المناطق الحرة جزء من إقليم الدولة إلا أنها تعتبر خارج حدودها الجمركية مع وجودها داخل الحدود السياسية، ومن مظاهر ذلك تداول السلع والبضائع بحرية تامة وتجري في المناطق الحرة عدة عمليات منها تخزين بضائع الترانزيت والبضائع المعدة للتصدير إلى الخارج بعد دفع الرسوم الجمركية عليها، وإجراء عمليات الخلط والوزن وتصنيفها وتعبئتها وفق الشكل المطلوب.

❖ الإجراءات الإدارية:

يقصد بالإجراءات الإدارية جميع الوسائل التي ترمي إلى التشديد في تطبيق القوانين الجمركية وتضع عقبات جديدة في سبيل الإستيراد من الخارج بهدف حماية السوق الوطنية بتدابير أهمها:

✓ التعتن في تطبيق إجراءات التعريف الجمركية نفسها إذ يمكن إعتباره حاجزا جمركيا فعالا فتقوم السلطات بسحب البند على السلعة المستوردة فتسهل بذلك الإستيراد أو تقيده؛

✓ التعتن في تقسيم قيمة الواردات لزيادة قيمة الرسم الذي يتوجب دفعه؛

✓ التعتن في تطبيق الشروط الصحية لإضعاف المركز التنافسي للسلع المستورد مقارنة مع السلع

المحلية؛

✓ التصييق على المندوبين التجاريين الذين يقومون بأعمال الدعايا لمنتجاتهم بواسطة التعنت في إجراءات إقامتهم ومقاطعة منتجاتهم أو فرض الرقابة على الصرف وتعقيد إجراءات الدفع إلى الخارج.

المبحث الثالث: أهمية التجارة الخارجية، خصائصها والعوامل المؤثرة فيها

تناولنا في هذا الفصل الخصائص التي تمتاز بها التجارة الخارجية عن التجارة الداخلية وصولاً إلى الأهمية التي حظيت بها من خلال هذه الخصائص، وقد تناولت العوامل المؤثرة فيها نحاول سردها على النحو التالي:

المطلب الأول: أهمية التجارة الخارجية

للتجارة الخارجية أهمية كبيرة على مستوى الإقتصاد المحلي والإقتصاد الدولي، ولعل أبرز تلك الأهمية تتلخص في قدرتها على إيجاد أو توفير ما يلي: ¹

1. لاشك أن العمليات التجارية التي تتم بين الدول تعمل على تحريك رأس المال والنقود التي تحتاجها عمليات البيع والشراء بين الدول وهذا يوجد الكثير من الأرباح ولا لتوقفت العملية التجارية لعدم جدواها الإقتصادية في حالة الخسارة ومن ذلك نستطيع القول أن التجارة الخارجية تعمل على تحريك وتنمية الأموال وزيادة رؤوس الأموال التي تنتج من خلال العمل التجاري الخارجي؛

2. تعد التجارة الخارجية مصدراً أساسياً في الحصول على العملات الأجنبية الرئيسية أو النادرة منها مما يعزز قدرة الدولة من السيولة النقدية التي تعد من مرتكزات العمليات الإقتصادية خصوصاً عمليات التمويل والإستثمار كما أن السيولة النقدية تزيد من القدرة الإئتمانية للفرد والدولة على حد سواء فمن المعروف أنه كلما زادت السيولة زادت القدرة الإئتمانية للفرد والمؤسسة والدولة.

وأصبحت المتاجرة في النقود في الأسواق المالية من أكبر التجارات التي يتعامل فيها الأفراد والمؤسسات والأفراد خصوصاً مع ما يعرف بالمشنقات المالية والتي سهلت الحصول على السيولة النقدية وسرعة تداولها؛

3. يعمل الإقتصاد الوطني ضمن مجموعة من الأنشطة التمويلية والإستثمارية والإستهلاكية على مستوى الفرد والمجتمع مما يجعله بحاجة إلى مصادر لتنشيط تلك الأنشطة أو المكونات، وتعمل التجارة الخارجية على تطوير وتنمية الأنشطة الإقتصادية سواء منها الأنشطة الإقتصادية الإنتاجية أو الإستهلاكية والخدماتية ويتم ذلك من خلال تفعيل الحركة التجارية في تلك المصادر الإقتصادية الناتجة عن عمليات التصدير للسلع من مواد أولية أو مصنعة أو مواد أولية أو إستيرادها؛

4. ينجم عن التجارة الخارجية من الصادرات عائد مالي يمكن إستخدامه كمصدر تمويلي للمشاريع التنموية أو الخدمات التي تحتاج إليها الدولة أو ما يسمى بالإئفاق الجاري، فمن خلال عوائد الصادرات يمكن الإئفاق على المشاريع الإستثمارية والتي بقيت لزمان بعيد تنتظر المصدر التمويلي لها ولكن لضعف الدعم المالي في الدولة بقيت تلك المشاريع خارج حيز التنفيذ الذي تطمح إليه تلك الدول والتي تشكل في أغلبها بداية لعهد إقتصادي جديد وتتضح تلك الظاهرة بشكل كبير في الدول النامية والتي تحتوي على مواد أولية كبيرة تذهب إلى الأسواق الخارجية بأسعار قليلة وتعود سلعا مصنعة إلى الدول التي صدرت منها؛

¹ عطا الله علي الزبون، التجارة الخارجية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص ص، 17-18.

5. تحاول الدول ومن خلال التجارة الخارجية إيجاد نوع من الإتزان في وضعها الإقتصادي، فلا شك أن الصادرات إذا زادت فإنها تعمل على إحداث توازن مع الواردات خصوصا إذا كانت تلك الواردات تنمو وبشكل مضطرب وبالتالي ومن خلال الواردات فإنها تعمل على توفير ما يحتاجه المجتمع داخل الدولة من سلع وخدمات إستهلاكية لم تكن متوفرة ويحدث هناك نقص في الحاجات سواء الضرورية أو الكمالية فالتجارة الخارجية من الصادرات والواردات تعمل على إيجاد التوازن الإقتصادي الداخلي في إقتصاد الدولة؛

6. كما أن التجارة الدولية المتوازنة تعمل على إحداث التوازن في ميزان المدفوعات من خلال ما يترتب على الدولة من مطلوبات وما تحققه من إيرادات تعمل على تخفيض العجز وعدم التوازن إذا توازنت مع الصادرات، فالتجارة الخارجية مصدر لتوليد الأموال التي ترصد لسد ما يترتب على الدولة من واجبات مالية كما تعمل على التوازن النقدي بين التدفق الحقيقي من السلع والخدمات وبين التدفق النقدي داخل الدولة.

المطلب الثاني: خصائص التجارة الخارجية

تمتاز التجارة الخارجية بجموعة من المواصفات ويمكن إجمالها فيما يلي: ¹

1. تمتاز التجارة الخارجية بأنها عملية للسلع والخدمات بين الدول، وربما تكون تلك المبادلات بين الدول التي تسعى إلى تحقيق الهدف الإقتصادي، أو ربما بهدف السيطرة والإستحواذ على الأسواق الخارجية؛
2. تقوم التجارة الخارجية على التخصص في الإنتاج، بحيث تبذل كل دولة طاقاتها وتسخر مواردها في إنتاج السلعة التي تستطيع إنتاجها وتوريدها للدول الأخرى بتميز دون غيرها من الدول؛
3. تتطلب التجارة الخارجية إلى الإنتقال إلى التسويق الدولي، وهذا يتطلب أسواق خارجية كبيرة حتى تتمكن من تحقيق أهدافها ومن هنا تبدأ عمليات التنافس التجاري الدولي في السيطرة على الأسواق الدولية والعالمية وقد تباينت الدول في هذا المجال في السيطرة على الأسواق الخارجية من حيث الوسائل الدعائية والإعلامية والقرب من الأسواق المستهدفة وتميز الإنتاج لدى تلك الدول إلى غير ذلك من الأسباب؛
4. تعمل التجارة الخارجية إلى ضمن منظومة حدود القانون التجاري الدولي بهدف تنظيم التجارة الخارجية فقد وضعت عبر العقود الماضية العديد من الإتفاقات والقوانين الدولية التي تعزز كمية وحجم التجارة الخارجية وتنظم إنتقال السلع والخدمات بين الدول؛
5. تعتمد التجارة الدولية على الأسعار الدولية المعلومة والمعلنة للسلع المتبادلة بين الدول والتي حددت عن طريق العرض والطلب والسياسات الدولية، فقد يتم الإتفاق على تسعير السلع والخدمات من قبل قانون العرض والطلب مما يعمل على إحداث توازن في الكميات المعروضة والكميات المطلوبة؛
6. تعتبر التجارة الخارجية مؤشرا من مؤشرات التقدم الإقتصادي الوطني والرفاهية لأي بلد من البلدان فكلما كانت الدولة تتمتع بتجارة خارجية كبيرة وإنتفاحة على الدول كلما كانت قادرة على النهوض بمستوى المعيشة لدى مواطنيها وعملت على توفير وسائل التقدم الإقتصادي والإجتماعي والثقافي لديها، ناهيك عن إرتفاع معدلات الدخل القومي، وإخفاض البطالة، إلى غير ذلك من المؤشرات الإيجابية لدى الدولة.

¹ عطا الله علي الزبون، المرجع السابق، ص 20-21.

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في التجارة الخارجية

هناك عدة عوامل من شأنها التأثير على التجارة الدولية سواء كان في الدول المتقدمة أو النامية، و من أهم هذه العوامل نميز:¹

1. إنتقال الأيدي العاملة:

- تفاوت الأجور من دولة إلى أخرى: و الذي يرجع إلى تفاوت المستوى الإقتصادي بين الدول،
- الندرة النسبية والندرة المطلقة للعمالة،

- إختلاف درجة المهارة على المستوى العالمي بالنسبة للأيدي العاملة،

- تفاوت مستوى المعيشة والحضارة، مثلا هجرة الفلاحين من أجل تحقيق أموال،

- درجة التقدم الإقتصادي: ففي حالة الراج يزيد الطلب على العمالة،

- العوامل السياسية: الحروب لها تأثير على العمالة مما يجر تحويلات النقود وتأثر القدرة الشرائية.

2. رأس المال:

- سعر الفائدة الحقيقي: إنتقال الأموال يكون تبعا لمعدل الفائدة المرتفع،

- سعر الخصم: إذا كانت نسبة الخصم منخفضة فإنها تكون مشجعة لإنتقال رؤوس الأموال،

- سعر الصرف: رأس المال الذي ترتفع قيمة عملته عالميا يكثر الطلب عليه من دولة إلى أخرى ويزيد

حجم التبادل، والحوافز على الإستثمار في هذه البلدان.

3. التكنولوجيا:

إن إختراع آلات جديدة تساهم في الإنتاج والتغلب على مشاكل نقص الأيدي العاملة يوفر الجهد

والتكاليف، الوقت والجودة مما يؤثر على التبادل التجاري.

¹ زيرمي نعيمة، التجارة الخارجية الجزائرية من الإقتصاد المخطط إلى إقتصاد السوق، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في التسيير الدولي للمؤسسات، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية، المالية الدولية، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2010-2011 ص 29.

خلاصة الفصل:

نستخلص في نهاية هذا الفصل أن التجارة الخارجية من القطاعات الحيوية في أي مجتمع وذلك في ربط المجتمعات مع بعضها البعض ومنفذ للتصريف فائض الإنتاج عن حاجة أي دولة الذي أعتبر من أهم أسباب قيام التجارة الخارجية .

وقد اختلفت نظريات المفكرين في تحديد مبادئ التجارة الخارجية وتباينت أفكارهم، لكن في حقيقة الأمر يمكن القول أن نظريات التجارة الخارجية يمكن إعتبارها نظريات مكملة لبعضها البعض، حيث عندما يظهر خلل في نمط التبادل الدولي السائد يأتي تفسير آخر إما يصحح كليا أو يعدل جزءا من نمط التفكير السائد آنذاك، وهذا راجع للديناميكية التي يعرفها الإقتصاد والتجارة الخارجية، كذلك الظروف السياسية السائدة.

وللحفاظ على قطاع التجارة وخاصة التجارة الخارجية تعمل بعض الدول على إدخال سياسات وذلك بإتباع قوانين وتشريعات لحمايتها والبعض تعمل على عدم التدخل في التجارة بين الدول من خلال التعريفات الجمركية والحصص والوسائل الأخرى.

وباعتبار أن الصادرات تلعب دورا أساسيا في قطاع التجارة الخارجية جعل ذلك الدور موضوعا للعديد من الدراسات. فإننا سنتطرق في الفصل الموالي إلى الإطار النظري للتصدير.

الفصل الثاني:

أساسيات حول التصدير وإجراءات تنميته بالجزائر

تمهيد :

يعتبر التصدير أقدم أشكال التجارة الخارجية، كما يعد أحد البدائل الأساسية في دخول الأسواق الخارجية حيث أولته الدول أهمية كبيرة و ذلك بالنظر إلى الدور الذي كان يلعبه في جلب الثروة وإمكانية بذلك تلبية حاجياتها الضرورية من الدول الأخرى دون أن يكون هناك إفقار في الموارد الداخلية لهذه الدول، ومن خلال هذا الفصل سنحاول إعطاء مفاهيم حول التصدير من خلال المباحث التالية:

المبحث الأول: ماهية التصدير

المبحث الثاني: التصدير : الأنواع، الأخطار، الإطار المؤسساني

المبحث الثالث: إجراءات التصدير ومشاكله بالجزائر

المبحث الأول : ماهية التصدير :

نقدم في هذا المبحث مفهوم التصدير وأهميته بالإضافة إلى الأهداف ودوافع وملاحج نجاح العملية التصديرية.

المطلب الأول: مفهوم التصدير وأهميته

إن الأهمية الكبيرة التي حظي بها التصدير من طرف العديد من الإقتصاديين والباحثين جعلت لهذا النشاط العديد من المفاهيم والتعاريف، نذكر منها ما يلي:

أولاً: مفهوم التصدير :

يمكن تعريف التصدير على أنه " عملية تقوم على بيع وإرسال سلع وخدمات وطنية إلى الخارج، كما تعرف على أنها " إنفتاحا أجنبيا على السلع والخدمات المنتجة داخل البلد الأمر الذي يؤدي إلى الزيادة في دخل البلاد ولذا تصنف الصادرات ضمن عوامل الإضافة أي التي تضيف قوة جديدة إلى تيار الإنفاق الكلي، عن طريق أثر المضاعف.¹

وبصيغة أخرى " التصدير يعني قدرة الدولة وشركاتها على تحقيق تدفقات سلعية وخدمية ومعلوماتية ومالية وثقافية وسياحية وبشرية إلى دول وأسواق عالمية ودولية أخرى بغرض تحقيق أهداف الصادرات من أرباح وقيمة مضافة وتوسع ونمو وانتشار فرص عمل والتعرف على ثقافات أخرى وتكنولوجيا جديدة وغيرها. ومنه نستنتج أن التصدير هو بيع المنتجات المتنوعة من طرف المؤسسات المحلية إلى خارج الدولة، وهو أسهل وسيلة للمؤسسات في إقتحام الأسواق الأجنبية.²

ثانياً: أهميته:

تتمثل أهمية التصدير فيما يلي:³

- التصدير هو المخرج مما تعاني منه الكثير من المؤسسات من فائض في طاقات الإنتاج وفي المخزون نتيجة لمعوقات التسويق المحلي؛
- إن تنويع الصادرات فضلا عن كونه هدفا بحد ذاته يزيد من تنوع مصادر الدخل الوطني ويدعم الميزان التجاري، ويجلب العملات الأجنبية ويزيد من فرص تشغيل العمالة الوطنية؛

¹ بلقعة براهيم، آليات تنويع وتنمية الصادرات خارج المحروقات وأثرها على النمو الإقتصادي حالة الجزائر، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة

الماجستير في العلوم الإقتصادية، نقود ومالية، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، 2008-2009 ص 88.

² نسيم ناصر، دراسة تحليلية للميزان التجاري في الجزائر لفترة 2005-2012، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم

الإقتصادية، مالية وإقتصاد دولي، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013-2014 ص 35.

³ الجبارية كحلي، دور إستراتيجية التصدير في تحسين الأداء المؤسسي دراسة حالة مؤسسة حدود سليم لتوضيب وتصدير التمور -طولقة بسكرة

-، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير، التسيير الإستراتيجي للمنظمات، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2014-2015 ص 14.

- تزداد ضرورة التصدير مع كون المشروعات الوطنية تعتمد إلى حد كبير على إستيراد الخدمات والمواد والمعدات من الخارج، وهذا الإستيراد ينبغي أن يقابله تصدير للمنتجات لتعويض آثار التمويل بالعملات القابلة للتحويل؛
 - مواجهة ظاهرة الشركات المتعددة الجنسيات ودورها في إستحواذ على أكبر نصيب في حجم التجارة الدولية؛
 - مواجهة التطورات التي شهدتها الأسواق المحلية والعالمية والمنافسة بين الدول المتقدمة وسعي الشركات المتزايد لفتح المزيد من الأسواق الخارجية لتستطيع الصمود في وجه المنافسة القوية؛
 - ينظر دائما للتصدير على أنه قاطرة النمو الإقتصادي؛
 - المساعدة على تقليل حجم البطالة نسبيا وإزدهار الإقتصاد القومي.
- المطلب الثاني: أهداف التصدير**

نتطرق في هذا المطلب إلى أهداف التصدير التي حفزت المصدرين على تطوير عملية التصدير على النحو التالي:¹

أ. الأهداف المرتبطة بالإستراتيجية التجارية وهي:

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

ب. الأهداف المرتبطة بالجانب المالي وهي:

- ♦ الزيادة في رقم الأعمال؛
- ♦ رفع هوامش المردودية والإيرادات المالية؛
- ♦ رفع مردودية رؤوس الأموال المستثمرة؛
- ♦ تسمح المنافسة من الرفع من فعالية التسيير المالي للمؤسسة؛

ج. الأهداف المرتبطة بتحسين شروط الإنتاج:

- ♦ تحسين قدرات الإنتاج بالمؤسسة؛
- ♦ إستغلال الإمتيازات المتوفرة؛
- ♦ خفض الكلفة الإنتاجية؛
- ♦ رفع من جهود البحث والتطوير.

¹ حمشة عبد المجيد، دور تحرير التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج المحروقات في ظل التطورات الدولية الراهنة، دراسة حالة الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية، إقتصاد دولي، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2012-2013، ص 51.

المطلب الثالث: دوافع وملامح نجاح التصدير

نتطرق في هذا المطلب إلى أهم الدوافع المشجعة على التصدير والملاح التي تبين مدى نجاح عملية التصدير في أي دولة.

1 - دوافع التصدير: يمكن تلخيصها فيما يلي:¹

- ♦ عجز السوق المحلية عن تحقيق هدف النمو المتواصل. أي أن إيجاد قطاع تصديري يمكن أن يشكل النواة الإستراتيجية لتنمية أشمل؛
- ♦ يعتبر التصدير مخرج لما تعاني منه بعض المؤسسات من فائض طاقتها الإنتاجية؛
- ♦ نمو الطلب في السوق الأجنبي وكذا ضعف التنافسية فيه، وهو عامل مهم لإقتحام السوق الخارجية وهناك دوافع أخرى نابعة من داخل المؤسسة منها:

- أ. عوامل تجارية: تتمثل في تشبع السوق، ركود السوق، موسمية السوق، تخصص المؤسسة.
- ب. عوامل مالية: تتمثل في البحث عن غلة المؤسسة وإسترجاع الإستثمارات من خلال التوسع في المبيعات وتخفيض تكاليف الإنتاج وتخفيض الخطر من خلال التدويل والتواجد في عدة أسواق دولية.
- ج. عوامل بيئية: تتمثل في طلب تلقائي من الزبائن الأجانب وتغير المحيط الدولي نتيجة إزالة القيود وكذلك رغبة المسير في تدويل المؤسسة لإمتلاكها الخبرة وحبه على تحمل المخاطر.

2-أهم ملامح النجاح في تنمية الصادرات: قبل ذكرها نبرز أهم عوامل نجاح عملية التصدير:

- الموارد المتاحة والجاهزة لنجاح عملية التصدير، طرق ومنهجية التسويق، إلتزام الإدارة الواضح بعملية التصدير، متطلبات جودة السلعة. أما ملامح النجاح فهي:
- مدى التطور الفعلي للهيكل السلعي والخدمات المصدرة ليحقق هذا التطور قدر أكبر من التنوع؛
 - مدى التنوع الفعلي في نطاق الأسواق الخارجية، وبالتالي مدى تقليل الإعتماد على عدد محدود من الأسواق الرئيسية التقليدية مع ما يصاحب هذا الإعتماد من ضغوط إقتصادية وسياسية؛
 - مدى القدرة على تحقيق زيادة مطردة في حصيلة الصادرات من سلع وخدمات تقليدية وجديدة دون أن يترتب على ذلك زيادة في التكلفة وخاصة بالنسبة لعوامل الإنتاج النادرة نسبيا؛
 - مدى إستقرار وإنتظام التصدير إلى مختلف الأسواق الخارجية مما يدعم الموقف التنافسي في تلك الأسواق ليساعد على زيادة حصتها منها.

¹ حمشة عبد المجيد، دور تحرير التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج المحروقات في ظل التطورات الدولية الراهنة، دراسة حالة الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص ص 55-57.

المبحث الثاني: التصدير: الأنواع، الأخطار، الإستراتيجية

كما للتصدير أنواع له أخطار تواجه المصدر أثناء قيامه بالعملية التصديرية سنقوم من خلا هذا المبحث التطرق إليها مع إستراتيجياته.

المطلب الأول: أنواع التصدير

تجدر الإشارة إلى أن التصدير هو مصطلح شامل، أو المظلة التي تجمع تحتها الأنواع المختلفة لهذا النشاط، والتي يمكن إبرازها على النحو التالي:¹

1- التصدير المباشر: في هذا النوع من التصدير يقوم المنتج بالتصدير بنفسه إلى الأسواق الأجنبية، دون الإستعانة بخدمات الوسطاء ويتم التصدير وفق أربع طرق مع ذكر محاسن هذه الطرق:

طرق التصدير المباشر:

- ✓ التصدير المباشر بدون دعم من الخارج؛
- ✓ البيع عن طريق فروع الشركة في الخارج؛
- ✓ الممثل التجاري وهو شخص من دولة ما أو شركة ما ملحق بدولة أجنبية؛
- ✓ الوكيل التجاري وهو مندوب لشركة ما بغية التفاوض على بعض الأعمال تحت إسم هذا المشروع.

محاسن التصدير المباشر: يستخدم التصدير المباشر في نطاق واسع لأنه يمثل بالنسبة إلى المشروع طريقة سهلة وسريعة ولا تحتاج إلى إستثمارات كبيرة، كما يسمح هذا الأسلوب بدخول الأسواق الخارجية والهيمنة على عمليات البيع والحضور المباشر في البلد المستهدف.

2-التصدير غير المباشر: طريقة شائعة الإستخدام، إذ لا تتولى المؤسسات المنتجة للسلعة عملية التصدير للأسواق الخارجية وإنما توكل المهمة إلى جهات خارجية سواء كانوا من نفس البلد أو من خارج البلد.

ويطبق هذا النوع من التصدير على شركات حديثة العهد بالتصدير إلى الأسواق الخارجية، وذلك لأنها تتضمن أقل مخاطرة، وهذا النوع لا يكلف الشركة أي تكوين لأيدي عاملة في الخارج. فالوسيط التجاري لديه معرفة كافية بأحوال السوق الأجنبي وطريقة التعامل في الأسواق الأجنبية المستهدفة.

طرق التصدير غير مباشر:

- شركات التجارة الخارجية: في واقع الأمر ليس لدى الشركات كافة التوجه والإمكانيات لإملاك جملة الكفاءات اللازمة للتصدير، إذ لا بد لها من شركاء لبيع منتجاتها في الخارج.

محاسن التصدير غير مباشر: تتميز أساليب التصدير غير مباشر بالوفرة والسرعة النسبية وسهولة العمل، في هذه الحالة تستفيد الشركة من تجربة أحد الشركاء المقيمين في الخارج ومن معرفته وعلاقاته التجارية، حيث يتم توزيع المنتجات المصدرة وبسرعة وبدون إنتظار تأسيس شبكة توزيع خاصة بها.

¹ يهلول مقران، علاقة الصادرات بالنمو الإقتصادي خلال الفترة 1970-2005، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية، فرع إقتصاد كمي، جامعة الجزائر، 2010-2011 ص ص 8-10.

3- التصدير المشترك أو المنظم: هو عبارة عن تضامن عدة مصدرين معا، إنه أسلوب فريد في تنظيم النشاط التصديري، حيث تقوم الشركات الأعضاء بالإشتراك في تنظيم معين بهدف تحسين أنشطتها التصديرية. ويمكن أن يظهر هذا الأسلوب بأشكال مثل:

أ-الإتحاد التصديري: يقوم على فكرة مفادها أن التعاون بين عدة شركات رغبة بالتصدير سيكون إقتصاديا وأكثر فعالية من سلسلة من الأعمال الفردية، الهدف الأساسي للإتحاد هو التصدير بكثرة وبشكل أفضل مع الإحتفاظ بالإستقلال المالي والقانوني للشركة، بحيث نجد أن وظيفة التصدير التي كانت تقوم بها الشركة العضو سابقا مجمعة ومركزة في تنظيم خاص، إن تعاون الأعضاء يساعد على وضع أشخاص متخصصين، وبالتالي سيكون البيع بسعر أفضل في أسواق أوسع، ويكون هذا الإتحاد مفيدا أو يشكل إحدى وسائل الشركات للقيام بتصدير السلع، خاصة الشركات الصغيرة التي ليست لها القدرة على التصدير بمفردها، ويقوم هذا الإتحاد مهما كان شكله بوظائف جزئية هامة تتعلق بالنشاط التصديري مثل:

- القيام بوضع سياسة تسويقية أكثر فعالية تتعلق بدراسة السوق، والترويج، تطوير المنتجات... الخ.
- إعفاء الأعضاء من العوائق الفنية والإدارية المتعلقة بالتصدير.

وبشكل عام يكتب النجاح لهذه الإتحادات عندما تكون أحجام الشركات الأعضاء متقاربة وأهداف الإتحاد محددة بشكل واضح والإمكانيات المقدمة منسقة.

ب- التصدير المحمول :

هو أسلوب بيع يتم فيه قيام شركة كبيرة تمتلك شبكة توزيع في دولة أو عدة دول أجنبية بوضع هذه الشبكة في عمولة محددة، بخدمة شركة صغيرة حديثة التصدير وذات إمكانيات ضعيفة لا يمكنها القيام بعملية التصدير بمفردها، وبشكل عام يمكن أن نميز بين حالتين يتم فيها قيام أحد المصدرين بحمل شركة أخرى على التصدير خاصة من الشركات الصغيرة والمتوسطة.

الحالة الأولى: هي الحالة التي تمتلك فيها إحدى الشركات فروعاً في الخارج وتحمل معها عدداً من الموردين بهدف الإستمرار أو إطالة سياسة الإستثمار في الخارج.

الحالة الثانية: وهي حالة الحمل، أي إتفاق التوزيع الذي يتم من خلال عرض إحدى الشركات الدولية خدمات شبكة توزيعها في الخارج على شركات أخرى من أجل بيع منتجاتها مقابل عمولة محددة.

المطلب الثاني: أخطار التصدير:

يقصد بأخطار التصدير تلك المخاطر التي يتعرض لها المصدر أثناء العملية التصديرية، والتي قد تكون ناتجة عن عوامل تجارية أو غير تجارية أو عوامل أخرى لا يمكن تصنيفها في الأولى ولا الثانية، وستنطرق إلى أهم أخطار العملية التصديرية فيما يلي:¹

¹ وصاف سعدي، ضمان إئتمانات التصدير في البلدان النامية COTUNACE التونسية نموذجا، بحث مقدم إلى الملتقى الدولي حول سياسات التمويل وأثرها على الإقتصاديات والمؤسسات دراسة حالة الجزائر والدول النامية المنظم من قبل جامعة بسكرة، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة، ص3-4.

1-الأخطار التجارية :

ويقصد بها الأخطار التي يكون مصدرها ومسببها المستورد أو أوضاعه المالية، وتؤدي إلى عدم إستلام المصدر لكامل مستحقاته في الآجال المتفق عليها ومن بينها ما يلي:

- إفلاس المستورد أو إعساره أو تصفيته: ويعني ذلك صدور حكم قضائي بإفلاس المستورد، أو إذا تفررت تصفيته جبرا، مما قد يؤدي بالمستورد إلى عدم دفعه لديونه في المواعيد المتفق عليها؛
- إمتناع المستورد عن سداد ما أستحق عليه للمصدر: ويعني ذلك عدم وفاء المستورد بما أستحق عليه للمصدر أو عجزه عن ذلك رغم قيام هذا الأخير بالوفاء بجميع إلتزاماته قبل المستورد؛
- رفض المشتري إستلام البضاعة المشحونة: ويعني ذلك رفض المشتري أوإمتناعه عن إستلام مستندات البضاعة المشحونة رغم قيام المصدر بالوفاء بجميع إلتزاماته قبل المشتري.

2-الأخطار غير التجارية (السياسية):

ويقصد بها المخاطر التي تخرج عن إرادة المستورد والتي يكون مصدرها أو مسببها سلطات القطر المستورد، أو سلطات قطر العبور، وأيضا تلك التي تكون ناتجة عن إضطرابات عامة أو وقائع معينة يشهدها القطر المستورد، بمعنى آخر المخاطر الناتجة عن عجز مستورد عن الدفع بسبب عوامل سياسية، ومصطلح الأخطار السياسية يغطي جانبا واسعا من الأخطار، ويمكن تصنيفها إلى أخطار كلية وأخطار جزئية، و كذا إلى أخطار داخلية وأخطار خارجية .

3-أخطار أخرى: ويتعلق الأمر بـ:

- **تأمين المعارض والبحث عن أسواق جديدة:** يعد هذا النوع من التأمين أداة مهمة لتشجيع الصادرات، فالمؤسسات التي تريد عرض منتجاتها في المعارض الدولية، تدفع مصاريف هامة، بدون أن تكون متأكدة من بيع منتجاتها وحتى من إسترجاع مصارف العرض، هذا ما يجعل أغلب المؤسسات تتردد في المشاركة في المعارض الدولية، وهنا يبدو دور مؤمن القرض لتقليل هذا الخطر من خلال تعويض الشركة العارضة لمصاريف النقل والعرض وفق الإتفاق الذي تم مع شركة التأمين، لكن في الغالب يتراوح بين 50 % إلى 70 % من مصاريف العرض، وبالمقابل العارض يدفع قسطا بنسبة تتراوح ما بين 2 % إلى 3 % من مصاريف العرض، ومدة التأمين تتراوح من سنة إلى 5 سنوات حسب نوع التأمين المختار.

- **خطر تقلب الأسعار:** فعند إمضاء العقد تكون الأسعار ثابتة أو قابلة للتغير، ففي الحالة الأولى عندما تكون الأسعار ثابتة لا يتدخل مؤمن القرض لتغطية القيمة الزائدة على السعر الثابت الناتج عن تقلب أسعار مواد الخام والأجور، أما في الحالة الثانية، في حالة وجود أحكام في العقد متعلقة بتغير الأسعار، المؤمن يلتزم بتوسيع الضمان إلى المبلغ المكمل (السعر الزائد) الناتج عن تنفيذ هذه الأحكام بشرطين هما:

- الشرط الأول: يتم طلب توسيع هذا الضمان عند وجود الضرورة لذلك.
- الشرط الثاني: المدين لن يحتج عن تنفيذ الأحكام المتعلقة بتغيير الأسعار.

تطرح هذه الأحكام مشكل متعلق بطرق الدفع، حيث يجب أن يحتوي العقد على كيفية حل المشاكل المتعلقة بدفع الأسعار الإضافية. وإن انعدام الإشارة إلى الأسعار التكميلية (الأسعار الإضافية) بصفة عامة، إلا في حالة وجود حادث الإلغاء، لن يؤخذ بعين الاعتبار المصاريف الناتجة عن تنفيذ أحكام العقد المتعلقة بتغيير الأسعار إلا في الحالات التالية:

- ♦ قبول المدين إستلام جزء من السلع فقط.
- ♦ قبول المؤمن تأمين المصاريف المتعلقة بالمنتجات قيد الصنع والتي لم تتم فوترتها بعد.

ويمكن تصنيف أخطار التصدير إلى أخطار للدول النامية، وأخطار للدول المتقدمة، وأخرى مشتركة بين الإثنين، إذ نستطيع إعتبار الأخطار السياسية أكثر وقوعا في الدول النامية، في حين تعد أخطار الصرف، وتقلبات الأسعار أكثر وقوعا في الدول المتقدمة، أما الأخطار التجارية، وأخطار الكوارث الطبيعية، فقد نجدها في الدول النامية والمتقدمة على السواء.

المطلب الثالث: إستراتيجية التصدير

يقصد بالإستراتيجية النمط أو الأسلوب الذي تلزمه السلطات في مجالات التنمية الإقتصادية عن طريق رسم الخطوط العريضة للسياسة الإنمائية في إنتقال الإقتصاد الوطني من حالة الركود الإقتصادي إلى حالة النمو وهذا يتطلب ما يلي: ¹

أولا: برنامج الصادرات كما يلي:

- ♦ **تحليل موقف الصادرات:** وذلك بأن يتم إجراء تحليل كامل للموقف التصديري لكل قطاع ولكل صناعة، و بالتالي تعطي الإمكانيات التصديرية، وكذلك تحديد الإمكانيات الإستثمارية في المصانع الجديدة التي يمكن أن تخصص جزءا من إنتاجها لغرض التصدير، كذلك يجب دراسة الأسواق الخارجية.

- ♦ **تحديد الأولويات السلعية:** تقوم الإستراتيجية على الإختيار والإنتقاء وغالبا ما تتضمن إختيار عدد محدود من الصناعات الغير التقليدية لإنتاجها قصد التصدير، ويكون ذلك من خلال إعطاء أولوية مطلقة للتصنيع الذي يكون بمثابة القاطرة التي تجذب وراءها الزراعة والنقل وبقية قطاعات الإقتصاد الوطني.

- ♦ **تحديد الأولويات الجغرافية:** يتطلب هذا ضرورة إعداد البحوث التسويقية لوضع أولويات جغرافية للصادرات في ضوء الأولويات السلعية، ويجب أن يأخذ الإنتاج أذواق الأسواق الخارجية كما يجب تحليل كل سوق من هذه الأسواق من ناحية إتجاهات الطلب والمنافسة والرسوم الجمركية، القيود الغير الجمركية وأسعار الصرف الأجنبي، ومنافذ التوزيع.

¹ صلاح الدين عيد محمد علم الدين، دور الصادرات السلعية في تنمية الإقتصاد المصري دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، ص ص

♦ **الأنشطة و الخدمات التصديرية:** ويتمثل في حوافز غير مباشرة مثل الضريبة، ومباشرة مثل الحوافز المالية (الدعم) وكذلك عملية تمويل الصادرات من خلال توفير موارد مالية كافية لأغراض التصدير وتكون بأسعار فائدة وشروط تفضيلية مدعومة ومدروسة من طرف البنوك.

ثانيا: الإستراتيجية الدولية :

تعتمد على التشخيص الداخلي والخارجي لتصبح أمام المؤسسة خيارات إستراتيجية وهذا من خلال التقريب بين أهداف تدويل 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 كفاءات وموارد المؤسسة، ومن الخيارات الإستراتيجية التي يمكن للمؤسسة إتباعها هي:

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

النمو بالتنوع: أي دخول المؤسسة إلى السوق بمنتجات جديدة من خلال إعتداد التنوع المركز لجذب مجموعات جدد من المستهلكين أو توسيع السوق، أو التنوع المختلط الذي يهدف إلى تقليل من المخاطر ويعتمد على تقديم منتجات جديدة تتطلب موارد مالية وبشرية معتبرة.

المبحث الثالث: إجراءات التصدير ومشاكله بالجزائر:

يعتبر التصدير من بين السبل التي إنتهجتها الجزائر بغرض تحقيق التنمية، حيث حاولت مواجهة مشاكله بإتخاذ جملة من الإجراءات و التدابير التي نتطرق لها في هذا المبحث.

المطلب الأول: إجراءات تنمية الصادرات

إعتمدت الجزائر عدة إجراءات لتنمية الصادرات خارج المحروقات متعلقة بسعر الصرف، تمويل

الصادرات، إجراءات جبائية وجمركية ويتم شرحها كما يلي وعموما الحكومة مطالبة بـ¹:

- ✓ وضع البرامج والسياسات الخاصة بالتصدير؛
 - ✓ تقديم المشورة الإقتصادية والفنية الخاصة بإنتاج وتسويق المنتجات المصدرة؛
 - ✓ تقديم المساعدات المالية؛
 - ✓ توفير الإطار التشريعي والقانوني؛
 - ✓ كل هذا للوصول إلى مستوى جيد من المنتجات من خلال الخدمات لزيادة الصادرات.
- هيكل حوافز التصدير خارج النفط في الجزائر: تتمثل في:

(1) - سياسة سعر الصرف: قامت السلطات الإقتصادية العمومية بتخفيض سعر صرف العملة الوطنية في أبريل 1994 مما يؤدي إلى زيادة الطلب الخارجي على الإنتاج الوطني من السلع والخدمات القابلة للتصدير بإفتراض وجود مرونة طلب سعرية.

وأقر مثلا البنك المركزي تخفيض ثالث في يناير سنة 2003 بقيمة 5 % وأدى هذا التخفيض إلى غلاء المواد المستوردة وإرتفاع تكاليف الإنتاج الفلاحي والصناعي وبالتالي أدى إلى تدمير القدرة الشرائية للمستهلك.

(2) - تأمين وضممان الصادرات: فبعدها كانت تتم عن طريق شركات تأمين غير متخصصة تم إنشاء نظام جديد لتأمين وضممان الصادرات مع بداية 1996 تديره الشركة الجزائرية لتأمين وضممان الصادرات " كاجاكس"، حيث يتم بموجب هذا النظام تأمين الشركات المصدرة من الأخطار التجارية، إضافة للمشاركة في المعارض الدولية واكتشاف أسواق جديدة.

(3) - تمويل الصادرات: ويتم من خلال:

تقديم قروض للمؤسسات الراغبة في التصدير لإستيراد المواد الأولية الداخلة في المنتجات المعدة للتصدير أو إنشاء الشباك الوحيد على مستوى البنوك لتسهيل العمليات المالية للمصدرين.

تم إنشاء الصندوق الخاص بتنمية الصادرات، بمقتضى قانون المالية 1996 يقوم بمساعدة المؤسسات الراغبة في المشاركة في المعارض الدولية وتفعيلا أكثر لدور هذا الصندوق صدر قرار من هذا الصندوق، وإعفاء عمليات التصدير من الرسوم على رقم الأعمال والضرائب المباشرة... الخ.

¹ وصاف سعدي، تنمية الصادرات والنمو الإقتصادي في الجزائر الواقع والتحديات، جامعة ورقلة، مجلة، العدد 01، 2002، ص ص 11-13.

- (4) - **الإجراءات الجمركية:** إن للنظام الجمركي دور مهم وفعال من حيث المساهمة في التأثير على الصادرات وتنشيطها. ولمزيد من ترقية الصادرات وإستقطاب الإستثمارات الأجنبية وبالتالي المهام الجمركية يجب أن تستجيب للآفاق الإقتصادية وأما وظائف النظام الجمركي هي:
- وظيفة التخزين، ووظيفة الإستعمال، ووظيفة التمويل.
- أما أنواع الأنظمة الجمركية المعتمدة في الجزائر هي: نظام التصدير النهائي، ونظام التصدير المؤقت.
- (5) - **الإطار الضريبي والجبائي:** يتم منح التخفيضات الضريبية على دخول السلع التصديرية من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مما يؤدي إلى خفض تكلفة الإنتاج وبالتالي تمتع سلع هذه المؤسسات بالميزة التنافسية في الأسواق الدولية.
- (6) - **الإطار العقاري:** في إطار تحسين إستغلال العقار الصناعي قامت الدولة بتهيئة المناطق الصناعية مزودة بالوسائل اللازمة لتجسيد المشاريع وإنشاء الوكالة الوطنية للوساطة العقارية والضببط العقاري.
- (7) - **الإطار المصرفي المنظم لعملية التصدير:** ويشمل الأحكام التالية وهي:
- الأحكام المنظمة للتجارة الخارجية رقم 95-07 الصادر في 23/12/1995 وقانون النقد والقرض رقم 90/10 الصادر في 14 أبريل 1990 المتعلق بالمنتجات الخاصة بالتصدير.
 - قانون رقم 91/13 الصادر في 14 أوت 1994 وقانون 92-04 الصادر في 22 مارس 1992 الخاص بمراقبة المبادلات التجارية. وإجبارية التوطين المصرفي.
 - إجبارية دخول الأموال إلى الوطن حسب القانون 91-13 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 96-22 سنة 1996.
- (8) - **الإطار القانوني:** صدر القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بتاريخ 2001/12/12 ويعتبر منعرج حاسم في تاريخ هذا القطاع الذي حدد فيه آليات وأدوات ترقيتها ودعمها.
- (9) - **الإطار التجاري واللوجستي:** يمكن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن تجد طريقها للأسواق الخارجية بواسطة ثلاث قنوات من خلال وسطاء كمراكز التجارة ومراكز الصادرات. أو الإندماج مع المؤسسات الكبيرة. حيث تقوم بعض الدول بتقديم المساعدة لهذه المؤسسات المصدرة في مجال نقل وتوزيع السلعة المراد تصديرها بتحمل الدولة لنسبة من مصاريف النقل والتوزيع والمشاركة في المعارض الدولية قد تتعدى 50 % من التكلفة الكلية للنقل والتوزيع مثل ما هو معمول به بالجزائر منذ 1997.

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 ومتابعة تنفيذها.
- الدعوة إلى إنشاء الشركات التجارية المتخصصة في التصدير بهدف مساعدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- إنشاء مستودع للتصدير على مستوى الجمارك.
- إنشاء ممثلين تجاريين على مستوى بعض سفاراتنا بالخارج بالتعريف بالمنتج الوطني.
- تنظيم تجارة المقايضة على مستوى الحدود الجنوبية مع الدول المجاورة في بعض السلع.
- إصدار الجزائر لقانون توجيهي حول ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يكون مرجعا لبرامج وتدابير المساعدة والدعم لصالح هذه المؤسسات.

المطلب الثاني: الإطار المؤسسي لترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات

حاولت العديد من الدول والتي من بينها الجزائر تطوير ودعم عملية التصدير بغية تنمية الإقتصاد الوطني وعملت بذلك على إنشاء وكالات متخصصة في هذا المجال من بين هذه الوكالات: ¹

1- وزارة التجارة

حدد المرسوم التنفيذي (207/94) الصادر في 16 جويلية 1994، كافة المهام التي تقوم بها هذه الوزارة برئاسة وزير التجارة، حيث توجه المهام التالية لها في مجال العلاقات الخارجية حسب ما جاء في المادة الثامنة من هذا المرسوم:

- تنشيط وتحفيز النشاطات التجارية الخارجية الثنائية ومتعددة الأطراف؛
- المساهمة في إعداد الإتفاقيات التجارية والتفاوض في شأنها بالتعاون مع الهيئات المعنية ومتابعتها وتنفيذها؛
- تصور منظومة إعلام تخص العلاقات والمبادلات التجارية الخارجية؛
- تشجيع الصادرات وتوظيف الإنتاج الوطني من السلع والخدمات في الأسواق الخارجية؛
- المساهمة في إنشاء الوسائل الهيكلية والقانونية المتعلقة بالمبادلات التجارية الخارجية؛

¹ قطاف لويزة، التجارة الخارجية خارج قطاع المحروقات وأثارها في تحسين ميزان المدفوعات في الجزائر 2000-2013، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الإقتصادية، إقتصاديات المالية والبنوك، جامعة ألكلي محند أولحاج البويرة، 2013-2014 ص ص 71-73.

2-الديوان الجزائري لترقية التجارة الخارجية

وهو عبارة عن مؤسسة عمومية ذات طابع إداري وشخصية معنوية ومستقلة ماليا، وضعت تحت وصاية وزارة التجارة وأنشأت بمقتضى المرسوم التنفيذي (327/96) الصادر في 01 أكتوبر 1996، التي تحدد المادة الرابعة منه المهام الأساسية لهذا الديوان كالتالي:

- يصدر ويوزع كل النشريات والمذكرات المتعلقة بسياق التجارة الدولية لفائدة المؤسسات والإدارات؛
- يساهم في تطوير إستراتيجية ترقية التجارة الخارجية ويساهم في تطبيق السياسة الوطنية في المبادلات التجارية؛
- يرصد ويحلل الأوضاع الهيكلية والظرفية للأسواق العالمية بهدف تسهيل نفاذ المنتجات الجزائرية إلى الأسواق الخارجية وتكاثرها فيها؛
- ينشئ ويسير شبكة معلومات تجارية وبنوك المعطيات التي توضع تحت تصرف كل المتدخلين في ميدان التجارة الخارجية عند الإستيراد والتصدير؛
- ينجز كل الدراسات المستقبلية ويجند كل مساعدة تقنية في مجال التجارة الدولية؛

3-الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة

تتكون هذه الغرفة من 21 غرفة محلية مجهزة بإختصاص وطني، تلعب دورا في تشجيع المبادلات الإقتصادية والتجارية ومواكبة المؤسسات الأجنبية في الجزائر والمؤسسات الجزائرية في الخارج، وقد أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي (93/96) الصادر بتاريخ 03 مارس 1996، وهي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، تتمتع بالشخصية المعنوية والإستقلالية المالية، وتتمثل بعض مهامها حسب المادة السادسة في:

- تنظم كل التظاهرات الإقتصادية مثل المعارض والمناظرات والملتقيات التي تهدف خاصة إلى ترقية النشاطات الصناعية والتجارية والخدمات وتطويرها؛
- تزود المستثمرين الأجانب والجزائريين بكل المعلومات والمعطيات التي يطلبونها؛
- تقوم بكل عمل يهدف إلى ترقية قطاعات الصناعة والتجارة والخدمات وتنميتها؛
- تبادر بالمشاركة في التظاهرات الإقتصادية الوطنية أو الدولية بالتنسيق مع الغرفة الجزائرية للصناعة والتجارة؛

- توطيد العلاقات وعقد إتفاقات تعاون ومبادلات تعاونية مع المنظمات الأجنبية المماثلة؛
- تحقيق كل عملية ودراسة من الممكن أن تساعد في ترقية المنتجات والخدمات الوطنية.

4-الشركة الجزائرية لتأمين و ضمان الصادرات

بعدما كان تأمين و ضمان الصادرات يتم عن طريق شركات التأمين غير متخصصة مثل الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين والشركة الجزائرية للتأمينات الشاملة، تم إنشاء نظام جديد لتأمين و ضمان الصادرات مع بداية 1996 تديره الشركة الجزائرية لتأمين و ضمان الصادرات، وتتمثل مهمة هذه الشركة

في ضمان القرض، بجمع وإستحداث المعلومات لتخفيف أهم المخاطر التجارية وأخطار الكوارث الطبيعية التي يواجهها المصدرين، إضافة إلى المشاركة في المعارض الدولية وإستكشاف أسواق جديدة.

5- الصندوق الخاص بتنمية الصادرات

تم إنشائه بموجب المرسوم التنفيذي رقم 205/96 المؤرخ في 05/06/1996 المحدد لكيفيات سير حساب التخصيص الخاص رقم 84/32 المفتوح لدى الخزينة، حيث يقوم بمساعدات المؤسسات الراغبة في المشاركة في المعارض الدولية المسجلة وغير المسجلة في برنامج وزارة التجارة، إضافة إلى تغطية تكاليف النقل وعبور العينات عند القيام بالعرض، ومصاريف الإشهار الخاصة.

6- الديوان الوطني للمعارض والتصدير

تأسس هذا الديوان بمرسوم 87/63 المؤرخ في 03 مارس 1987، والذي تم تغيير تسميته في 24 ديسمبر 1994 من الديوان إلى الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير، يعمل على ترقية الصادرات من خلال تنظيم سلسلة من المعارض الوطنية والدولية، ومساعدة الشركات المهتمة بعملية التصدير بعرض منتجاتها في المعارض الدولية والجهوية.

7- المركز الوطني لرصد الأسواق الخارجية والصفقات العمومية

تم إنشاء هذا المركز بمقتضى المرسوم رقم 135/90 المؤرخ في 20 شوال عام 1410 الموافق لـ 15 ماي 1990، ومن أهم وأبرز المهام التي يقوم بها المركز نجد:

- رصد وتحليل الأوضاع الهيكلية والظرافية للأسواق العالمية بهدف تسهيل نفاذ المنتجات الجزائرية إلى الأسواق الخارجية؛
- توفير المعلومات التي من شأنها أن تساعد المتعاملين الإقتصاديين على تقييم عمليات الإستيراد وترشيدها؛
- تنظيم المعارض العامة والخاصة على المستوى الدولي، الوطني الجهوي والمحلي؛
- تنظيم المعارض الخاصة خارج البلاد؛
- إعانة المتعاملين الإقتصاديين في ميادين ترقية التجارة الخارجية.

8- الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية:

تعتبر الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية من المؤسسات الفاعلة في ترقية الصادرات خارج المحروقات والتي سنتطرق إليها بالتفصيل في الفصل الموالي.

المطلب الثالث: مشاكل التصدير في الجزائر

يواجه نشاط التصدير في الجزائر مشاكل وعراقيل تعيق تقدمه نوجزها فيما يلي: ¹

أولاً: المشاكل على المستوى الجزئي:

✚ غياب سياسة محددة الأهداف وواضحة ومعلنة ومعروفة من طرف كل الدوائر والمستويات والمصالح والأفراد؛

✚ تطبيق عشوائي وغير منتظم لإجراءات العمل المنصوص عليها في نظام الجودة، بالإضافة إلى غياب نظام قادر على القياس المبني على الأساليب الإحصائية لتحديد الاختلاف؛

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

✚ غياب التحفيز المادي والمعنوي داخل المؤسسة الذي قضى على كل فرص الإبداع والإبتكار كأسلوب عملي يمكن المؤسسة الجزائرية من تحضير المنتج الذي يتلاءم ومتطلبات الوضع الحالي.

ثانياً: المشاكل المرتبطة بالوضع الاقتصادي:

✚ غياب إستراتيجية محددة المعالم للتصدير أو على الأقل تغطية الحاجيات المحلية والذي يفترض أنه جزء ضروري لتنمية وتوزيع الصادرات وتحقيق تنافسية، تعطي الاعتبار للجانب الإقتصادي والإجتماعي والتشابك والتداخل الحاصل بين الأسواق الوطنية والأجنبية؛

✚ غياب ثقافة التصدير لدى المتعاملين الإقتصاديين الجزائريين، وميلهم لممارسة عملية الإستيراد بسبب إرتفاع نسبة الريج والتقليل من المخاطر الناجمة عن التصدير؛

✚ إنعدام الخبرة لدى المصدرين الجزائريين والتي تحول دون تموقعهم في الأسواق الأجنبية لمدة أطول. هذه الوضعية تجلب من خلال الإنعكاسات والتأثيرات السلبية من جراء تحرير التبادلات التجارية للنظام الإنتاجي الوطني؛

✚ سوء إستخدام التكنولوجيا حال دون تقديم منتجات مطابقة للمواصفات الدولية سواء من حيث التصميم، تغليف، بالإضافة إلى غياب الإبداع والإبتكار التقني والتكنولوجي سبب ضعف ميزانية البحث والتطوير وأنماط الإدارة المتسلطة.

ثالثاً: المشاكل المرتبطة بالمحيط المؤسسي و التشريعي:

✚ غياب أدنى تنظيم للتواجد التجاري في الأسواق الخارجية بما يخدم الصادرات؛

✚ وجود تنظيم وتنسيق غير كافيين بين المصدرين الجزائريين سواء على المستوى الوطني أو الخارجي؛

✚ سوء إستخدام وتوجيه الموارد المالية للصندوق الخاص لترقية الصادرات؛

¹ عبد الرزاق بن هارون، إستراتيجية ترقية الصادرات غير النفطية وآثارها على النمو الإقتصادي في الجزائر القطاع الزراعي - حالة التمور

الجزائرية -، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، قسم العلوم الإقتصادية، إقتصاد وتسيير بترولي، جامعة قاصدي مرباح ورقلة،

2012-2013 ص 17-18.

✚ إرتفاع تكاليف النقل الدولي وعجز خدمات دعم التصدير المخصصة لذلك، والتي تعتبر أداة أساسية وضرورية لتطوير نشاطات التصدير لأن إرتفاع تكاليف النقل يترتب عليه إرتفاع التكاليف التسويقية وبالتالي إنخفاض هامش الربح الممكن تحقيقه من عملية التصدير؛

✚ عدم الإهتمام بوظيفة التسويق الدولي وما يمكن أن تقدمه من معلومات للمؤسسات بحيث أصبح الحصول على المعلومات من أهم المشكلات التي تواجه المصدر الجزائري نظرا لنقص خبرته بالدراسات التسويقية.

خلاصة الفصل:

نستخلص من هذا الفصل أن التصدير هو بيع منتجات متنوعة من طرف المؤسسات المحلية خارج الدولة، لتتمكن هذه المؤسسات من إقحام الأسواق الأجنبية بهدف رفع هوامش مردوديتها وإيراداتها المالية وتحسين قدرتها الإنتاجية، وبغية تحقيق المؤسسات المصدرة لهذه الأهداف واجهتها عدة مخاطر من بينها المخاطر المتمثلة في المشتري البضائع المشحونة عليه إضافة إلى تأمين المعارض والبحث عن أسواق جديدة.

كما إتضح لنا أن الجزائر اتخذت جملة من الإجراءات لتنمية صادراتها والإبتعاد عن الأحادية في التصدير والانتقال من قطاع التصدير التقليدي إلى قطاع التصدير الذي يركز على التصنيع من أجل تنميته.

الفصل الثالث:

دراسة تطبيقية للوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية
(ALGEX)

تمهيد

تعتبر التجارة الخارجية بمثابة المحرك الرئيسي للتنمية الاقتصادية، وذلك لإرتباطها وتفاعلها مع عدة قطاعات مكونة للهيكل الاقتصادي لمختلف الدول، إلا أنها لا تخلو من المخاطر مما يستوجب تدخل المؤسسات كوسيط لترقية التجارة الخارجية، وبناءً على ذلك سنتطرق في هذا الفصل إلى:

المبحث الأول: الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (ALGEX)

المبحث الثاني: دراسة تحليلية للمصادرات الجزائرية خلال الفترة (2004-2015)

المبحث الثالث: دراسة تحليلية للواردات الجزائرية وميزانها التجاري خلال الفترة (2004-2015)

المبحث الأول : الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (ALGEX)

تعتبر الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية من بين الإجراءات والتدابير التي قامت بها الجزائر بهدف تطوير صادرات خارج المحروقات من خلال تسهيل وتوسيع المبادلات التجارية والإندماج العالمي.

المطلب الأول : تقديم الوكالة (ALGEX)

تعد الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (ALGEX) مؤسسة عمومية ذات طابع إداري. وقد تأسست عام 2004 بموجب المرسوم التنفيذي رقم 04-174 المؤرخ في 12 جوان 2004م.

• تتكفل بالمهام التالية:¹

• المشاركة في تحديد إستراتيجية ترقية التجارة الخارجية وتنفيذها ميدانيا، بعد الموافقة عليها من طرف السلطات المعنية؛

• تسيير آليات ترقية الصادرات خارج المحروقات لصالح المؤسسات المصدرة؛

• تحليل ودراسة الأسواق العالمية وإعداد دراسات إستشرافية شاملة وقطاعية حول الأسواق الخارجية؛

• إعداد تقرير سنوي لتقييم برامج الصادرات.

• وضع وتسيير نظام إعلامي إحصائي وحسب القطاعات وشامل حول القدرات الوطنية للتصدير وحول الأسواق الخارجية؛

• وضع نظام رصد ومتابعة حول الأسواق الخارجية وتداعياتها على المبادلات التجارية للجزائر؛

• إعداد ونشر مطبوعات متخصصة وأخرى مناسبة متعلقة بالتجارة الدولية؛

• مرافقة وتأطير مشاركة المتعاملين الإقتصاديين الوطنيين في مختلف التظاهرات الإقتصادية، المعارض، المعارض، والصالونات المتخصصة التي تنظم في الخارج ؛

• مساعدة المتعاملين الإقتصاديين من أجل تطوير عملية الإتصال والإعلام وترقية سياسة خاصة بالمنتجات والخدمات الموجهة للتصدير؛

• إعداد معايير للتمييز عبر جوائز ومكافأة تمنح لأحسن المصدرين؛

• كما يمكن للوكالة الوطنية لترقية الصادرات، أن تضمن تنظيم نشاطات مدفوعة في مجال تحسين والتكوين في تقنيات التصدير وقواعد التجارة الدولية، وكل الخدمات الأخرى في مجال المساعدة أو إعداد دراسة خبرة للإدارات والمؤسسات ذات العلاقة مع مهام الوكالة.

المطلب الثاني : الإجراءات المسبقة المتخذة من طرف الوكالة (ALGEX) للنجاح في التصدير

تضع الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية جملة من الإجراءات على المصدر اللاجئ إليها القيام بها لتحقيق هدفه. تتمثل هذه الإجراءات فيما يلي:²

¹ <http://www.algex.dz/index.php/ar> تقديم الرابط على الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية، متوفر على الرابط

تاريخ الإطلاع 2017/01/20.

² الدليل الإرشادي للمصدر الخاص بالوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية، طبعة 2015، ص 5-6، متاح على الرابط: www.algex.dz.

1. الإستراتيجية:

- يجب على المصدر أن تكون له نظرة واضحة حول منتوجه وحول السوق المستهدفة؛
- قبل عملية التصدير، يجب على الشركة أن تعد نفسها وذلك بالإستفسار حول متطلبات التعامل على المستوى الدولي.

2. الإنتاجية:

- معرفة التكاليف والتحكم فيها تسمح بتحديد السعر خلال المفاوضات مع الزبون من أجل الحصول على أكبر هامش ممكن؛
- أدوات تسيير الإنتاج (الوقت والطرق) تسمح لرئيس الشركة بإنتاج السلع والخدمات في الآجال التي تتطلبها عمليات التصدير.

3. التمويل:

- التحكم في التمويل من أجل تلبية طلبات الزبون الأجنبي في الآجال المحددة.

4. التسويق:

- ينصح أن يكون هناك مسؤول عن التصدير، ملم بتقنيات التجارة الدولية.

5. الموارد المالية:

- أن يكون هناك وسائل مالية لإدارة عملية التصدير (أ موال خاصة، قروض بنكية، تسبيقات على الفواتير، قروض التمويل المسبق للصادرات).

6. سعر التصدير:

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

7. اللوجستيك:

- توقع القيود المرتبطة باللوجستيك داخل المؤسسة وعند المتعاملين الخارجيين (النقل، العبور، التفريغ و النقل، التخزين، الإيجار... إلخ).

8. المعايير والنوعية:

- المنتج الموجه للتصدير وتغليفه يجب أن يحترم المعايير واللوائح التقنية المفروضة من طرف بلد الوجهة، كما يجب أن يستجيب لمتطلبات النوعية المطلوبة من طرف الزبون.

المطلب الثالث: المساعدة والدعم المقدمة من طرف الوكالة (ALGEX) في إطار ترقية التصدير

تقوم الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية بتقديم محفزات لمساعدة المصدر على النجاح في عملية تصدير منتوجه من أجل كسب ثقته وفي نفس الوقت جلب مصدرين جدد. تتمثل فيما يلي:¹

1. الدعم المالي:

- 50 % من نفقات النقل الدولي للمنتجات القابلة للتلف والموجهة للتصدير، عدا التمور (تعوض بنسبة 80%)، ويكون التعويض بعد عملية التصدير، وبتقديم الإثبات (فواتير النقل)؛
- 25% من نفقات النقل للمنتجات الغير زراعية تجاه وجهة بعيدة، وتعوض بعد العملية وبتقديم الإثبات؛

- التكفل بجزء من نشاط الشركة في المعارض والصالونات في الخارج (إستتجار الأجنحة، إرسال العينات، الإشهار)؛

- 80% بالنسبة للمعارض المسجلة في البرنامج الرسمي لوزارة التجارة؛
- 100% بالنسبة للمشاركة الرسمية المقررة بشكل إستثنائي من طرف وزارة التجارة؛
- 50% بالنسبة للمشاركات الفردية للشركات؛
- 50% من نفقات إعداد تشخيص للتصدير، وإنشاء خلية داخلية للتصدير؛
- التكفل بنفقات إستشراق الأسواق الخارجية، وإنشاء كيانات تجارية أولية في الخارج (بين 10%، 25% و 50 %)؛

- تكفل (بنسبة بين 25 % و 50 %) بالنفقات المرتبطة بدراسة الأسواق الخارجية لفائدة المصدرين، وبتحسين ونشر وتوزيع المنتجات الموجهة للتصدير، وكذا الموجهة لإستعمال التقنيات العصرية للإعلام والإتصال (بنسبة بين 25 % و 50 %)؛
- تكفل بنفقات إنشاء العلامات التجارية، والحماية في الخارج للمنتجات الموجهة للتصدير، وإعداد أوسمة تزيين تقدم للمصدرين المبتدئين، ومكافآت للدراسات الجامعية التي تساهم في ترقية الصادرات خارج إطار المحروقات.

2. النظام الجبائي:

- إعفاء فيما يخص الضرائب المباشرة: الرسم على النشاط المهني، الضريبة على أرباح الشركات؛
- إعفاء فيما يخص الرسم على رقم الأعمال: الرسم على القيمة المضافة، الشراء بالإعفاء من الرسم على القيمة المضافة، إسترجاع الرسم على القيمة المضافة؛
- بالنسبة للرسم على القيمة المضافة على المواد التي تدخل في الانتاج والسلع المستوردة، إذا تم دفعها مسبقا، ويمكن للمصدر أن يتلقى تعويضا عنها وذلك بتقديم الإثبات (نظام الشراء بالإعفاء من الرسم على القيمة المضافة).

¹ الدليل الإرشادي للمصدر خاص بالوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية، طبعة 2015، ص ص 7-9، متاح على الرابط: www.algex.dz.

3. الأنظمة الجمركية:

الأنظمة الجمركية الإقتصادية الرامية إلى تقليص آجال وتكاليف التخليص الجمركي: العبور، المستودعات الجمركية، القبول المؤقت، إعادة التموين المعفى من الضرائب، التصدير المؤقت؛
التسهيلات بالنسبة للمعارض والصالونات في الخارج:
إجراء مبسط بالنسبة للعينات الموجهة للمشاركة في المعارض والصالونات في الخارج.

المبحث الثاني : دراسة تحليلية للصادرات الجزائرية خلال الفترة (2004-2015):

سنقوم في هذا المبحث بإستعراض وتحليل تطور التجارة الخارجية للجزائر خلال الفترة الممتدة (2004-2015)، و ذلك من خلال التطرق في البداية لتطور الصادرات الإجمالية ثم التركيبة السلعية لها، أما فيما يخص المطلب الثالث فسوف نتناول الصادرات خارج المحروقات خلال نفس الفترة المشار إليها سابقا.

المطلب الأول : تطور الصادرات الجزائرية خلال الفترة (2004 - 2015):

في هذا المطلب سنحاول التطرق إلى تطور الصادرات الإجمالية التي ستكون كمدخل للتعرض لصادرات خارج قطاع المحروقات.

جدول رقم (01) : تطور الصادرات الجزائرية خلال الفترة (2004 - 2015):

الوحدة: مليون دولار

الصادرات الإجمالية		الصادرات خارج المحروقات		صادرات المحروقات		الصادرات السنوات
النسبة %	القيمة	النسبة %	القيمة	النسبة %	القيمة	
100	32083	2.43	781	97.56	31302	2004
100	45036	2.01	1099	97.55	43937	2005
100	54613	2.12	1158	97.88	53456	2006
100	60163	2.22	1332	97.78	58831	2007
100	79298	2.44	1937	97.55	77361	2008
100	45194	2.35	1066	97.64	44128	2009
100	57053	2.67	1526	97.32	55527	2010
100	73489	2.80	2062	97.19	71427	2011
100	71866	2.86	2062	97.14	69804	2012
100	65917	3.28	2165	96.71	63752	2013
100	62886	4.10	2582	95.89	60304	2014
100	37787	5.45	2063	94.54	35724	2015

المصدر: إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات المركز الوطني للمعلومات الإحصائية والجمركية CNIS متاح على الرابط:

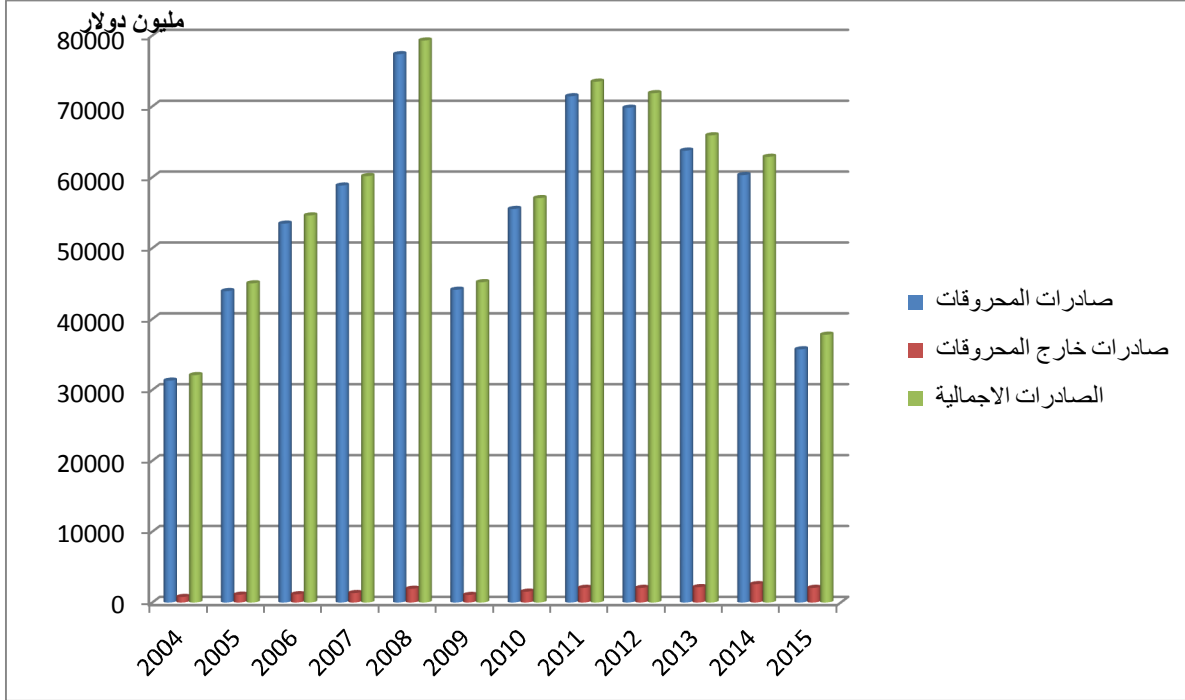
[www. www.andi.dz /index.php/ar/staistique](http://www.andi.dz/index.php/ar/staistique)

إن المتتبع للجدول يتبين له أن:

هيكل الصادرات الجزائرية يعتمد بالدرجة الأولى على قطاع المحروقات طوال فترة الدراسة بنسبة 98% من إجمالي الصادرات للفترة الممتدة من 2004 إلى 2015، حيث تراوحت نسبها ما بين 94.54%

و97.88% و الرسم البياني التالي يبين تطور حصيلة صادرات المحروقات والصادرات خارج المحروقات خلال الفترة المدروسة 2004 إلى 2015

الشكل رقم (01): تطور الصادرات الإجمالية خلال الفترة (2015-2004):



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات الجدول رقم (01).

نلاحظ من الجدول والشكل أعلاه أن الصادرات الجزائرية عرفت فائض متزايد طوال فترة ممتدة من سنة 2004 إلى 2008 حيث وصلت إلى 79298 مليون دولار سنة 2008 و ذلك نتيجة و صول سعر البرميل إلى 98.96 دولار للبرميل .

كما عرفت الصادرات الجزائرية انخفاضاً وصل إلى 45194 مليون دولار في سنة 2009 وذلك نتيجة إنخفاض صادرات المحروقات حيث كانت قيمتها 44128 مليون دولار أين عرف سعر البرميل من البترول 62.35 دولار، لتعاود الصادرات الإجمالية إرتفاعاً من جديد، حيث وصلت الصادرات إلى 57053 مليون دولار سنة 2010 وتزايدت سنة 2011 إلى 73489 مليون دولار نتيجة إرتفاع أسعار البترول بـ 80.35 دولار للبرميل و 112.92 دولار للبرميل على الترتيب.

لكن الصادرات الجزائرية عرفت إنخفاضاً طفيفاً سنة 2012 حيث وصلت الصادرات الإجمالية إلى غاية 71866 مليون دولار وذلك نتيجة إنخفاض صادرات المحروقات التي قدرت بـ 69804 مليون دولار وأستمر الإنخفاض طيلة السنوات الثلاثة الأخيرة ففي سنة 2013 بقيمة 65917 مليون دولار أين بلغت صادرات المحروقات 63752 مليون دولار، وفي سنة 2014 بقيمة 62886 مليون دولار أما سنة 2015 فانخفضت إلى 37787 مليون دولار حيث بلغت صادرات المحروقات 35724 مليون دولار.

فيما يخص الصادرات خارج المحروقات فقد كانت نسبة مساهمتها في الصادرات الجزائرية لا تتعدى 6% من إجمالي الصادرات الجزائرية خلال فترة الدراسة .

حيث سجلت قيمة **1099** مليون دولار أي بنسبة **2.01%** من إجمالي الصادرات وهذا بالنسبة لسنة **2004** ثم تطورت هذه القيمة إلى أن وصلت **2063** مليون دولار أي بنسبة **5.45%** من إجمالي الصادرات سنة **2015**، حيث خلال هذه الفترة سجلت الصادرات خارج المحروقات زيادات مستمرة في قيمها ولو بنسب ضئيلة وهذا راجع للجهود المبذولة من طرف الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (ALGEX) بتقديم مساعدات وإعانات و محفزات عديدة للمصدرين بهدف تقليص التبعية لقطاع المحروقات.

المطلب الثاني: التركيبة السلعية للصادرات الجزائرية

ويعبر هذا المؤشر على درجة إعتتماد صادرات بلد معين على عدد محدود من السلع والتركيبية السلعية للصادرات الجزائرية يبقى يميزه الطابع الأحادي، حيث تبقى المحروقات دائما تهيمن على حجم الصادرات وهذا وما سنوضحه من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (02): التركيبة السلعية للصادرات الجزائرية خلال الفترة (2015-2004):

الوحدة: مليار دولار

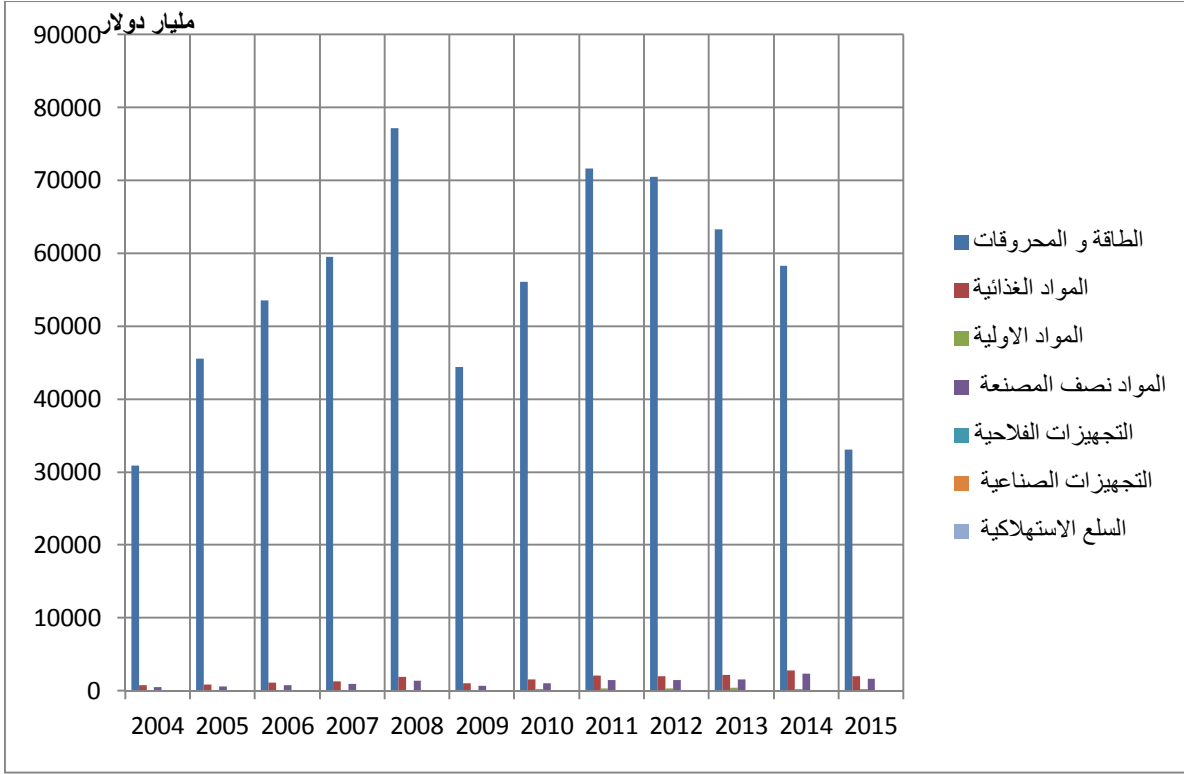
السنوات	الطاقة والمحروقات	المواد الغذائية	المواد الأولية	المواد نصف مصنعة	التجهيزات الفلاحية	التجهيزات الصناعية	السلع الإستهلاكية
2004	30925	788	65	552	1	52	16
2005	45588	907	67	656	/	36	14
2006	53608	1184	73	828	1	44	43
2007	59605	1312	88	99	1	44	34
2008	77192	1954	119	1384	1	69	32
2009	44411	1066	113	692	/	25	49
2010	56143	1619	305	1089	1	27	33
2011	71662	2140	357	1495	/	36	16
2012	70517	2048	314	1519	1	30	18
2013	63326	2161	402	1608	/	25	18
2014	58326	2810	310	2350	2	15	10
2015	33081	2057	239	1685	1	16	11

المصدر: إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات المركز الوطني للمعلومات الإحصائية والجمركية CNIS متاح على الرابط:

[www. www.andi.dz /index.php/ar/staistique](http://www.andi.dz/index.php/ar/staistique)

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن المحروقات لا تزال تحتل أعلى حصة من الصادرات الإجمالية الجزائرية في كل سنوات فترة الدراسة، بينما تبقى الصادرات خارج المحروقات تحتل موقعا هامشيا من إجمالي الصادرات والمتمثلة في 6 أصناف التالية: المواد الغذائية، المواد الأولية، المواد نصف مصنعة، التجهيزات الفلاحية، التجهيزات الصناعية والسلع الإستهلاكية، ومن بين هذه المنتجات فالمواد الغذائية تحتل حصة الأسد من إجمالي الصادرات خارج المحروقات ثم تليها المواد نصف مصنعة التي تحتل المرتبة الثانية ثم المواد الأولية، التجهيزات الصناعية، السلع الإستهلاكية والتجهيزات الفلاحية على التوالي حسب المراتب 4 المتبقية، وهو ما يمكن ملاحظته من الشكل الموالي.

الشكل رقم (02): التركيبة السلعية للصادرات الجزائرية خلال الفترة (2015-2004):



المصدر: إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات الجدول رقم (02)

المطلب الثالث: تطور الصادرات خارج المحروقات خلال الفترة (2015-2004):

سنحاول من خلال الجدول والشكل البياني أدناه، إستعراض تطور الصادرات خارج المحروقات خلال

الفترة (2015-2004).

الجدول رقم (03): تطور الصادرات خارج المحروقات خلال الفترة (2004-2015):

الوحدة: مليون دولار

السنوات	الصادرات خارج المحروقات	
	النسبة %	القيمة
2004	2.43	781
2005	2.01	1099
2006	2.12	1158
2007	2.22	1332
2008	2.44	1937
2009	2.35	1066
2010	2.67	1526
2011	2.80	2062
2012	2.86	2062
2013	3.28	2165
2014	4.10	2582
2015	5.45	2063

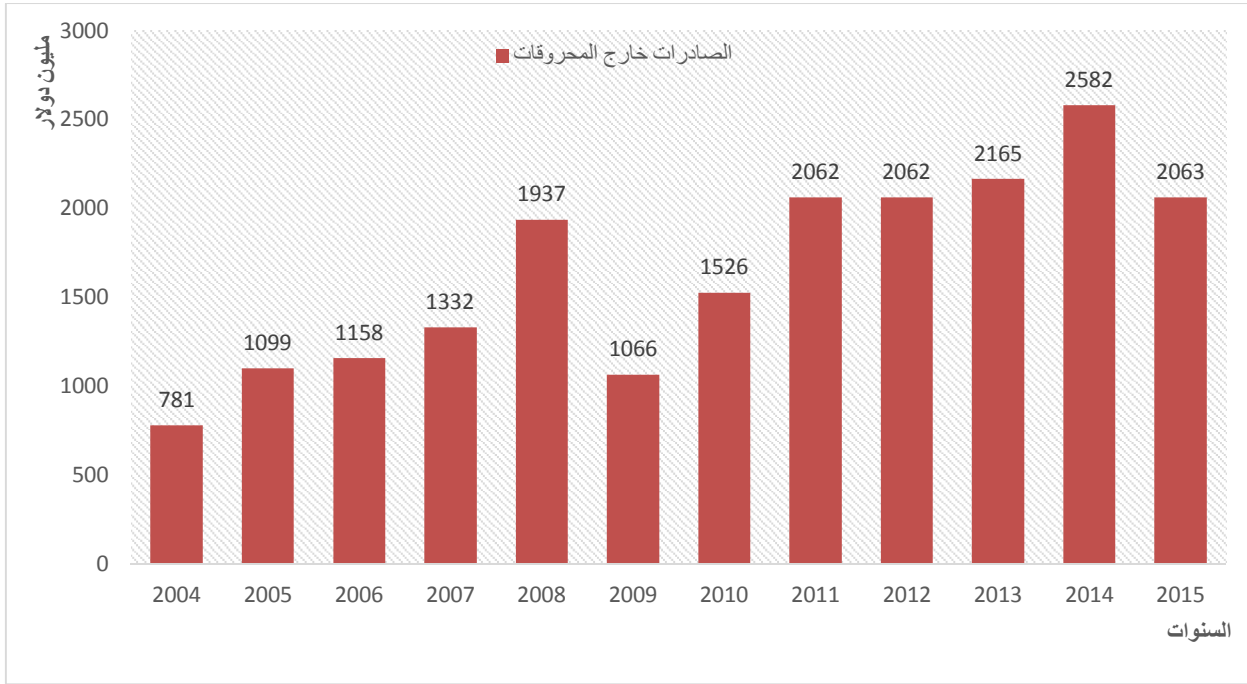
المصدر: إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات المركز الوطني للمعلومات الإحصائية والجمركية CNIS متاح على الرابط:

[www. www.andi.dz /index.php/ar/staistique](http://www.andi.dz/index.php/ar/staistique)

يلاحظ من هذا الجدول الذي تطرقنا إليه بهدف معرفة مدى مساهمة الصادرات خارج المحروقات في الرفع من قيمة الصادرات الإجمالية وتحقيق رصيد إيجابي للميزان التجاري أن الصادرات خارج المحروقات عرفت تزايدا في قيمتها طوال فترة الدراسة مع إنخفاضا طفيفا خلال سنتي 2009-2015 حيث أعلى قيمة لها كانت سنة 2014 بـ 2582 مليون دولار.

إن هذه الزيادة المستمرة في قيمة الصادرات خارج المحروقات جعلت من نسبتها بالصادرات الإجمالية في تزايد مستمر طوال فترة الدراسة مقارنة بالسنوات الماضية أين كانت نسبتها لا تتعدى 3 % وهذا راجع للجهود المبدولة من طرف الوكالة كما سبق وأن ذكرت، ولتوضيح تطور الصادرات خارج المحروقات تمت ترجمة معطيات الجدول السابق في الشكل التالي:

الشكل رقم(03): تطور الصادرات خارج المحروقات خلال الفترة (2004-2015):



المصدر: عداد الطلبة بالإعتماد على معطيات الجدول رقم (03).

المبحث الثالث: دراسة تحليلية للواردات الجزائرية وميزانها التجاري خلال الفترة (2004-2015):

سنقوم في هذا المبحث بإستعراض وتحليل تطور الواردات الجزائرية خلال الفترة الممتدة (2004-2015)، تم التطرق إلى التركيبة السلعية لهذه الواردات، إضافة إلى التعرّيج على وضعية الميزان التجاري خلال نفس الفترة المشار إليها سابقا.

المطلب الأول: تطور الواردات الجزائرية خلال الفترة (2004-2015):

عرفت الواردات الجزائرية زيادة في قيمتها خلال السنوات الأخيرة وهو ما يمكن ملاحظته في الجدول

الموالي:

الجدول رقم (04): تطور الواردات الجزائرية خلال الفترة (2004 - 2015):

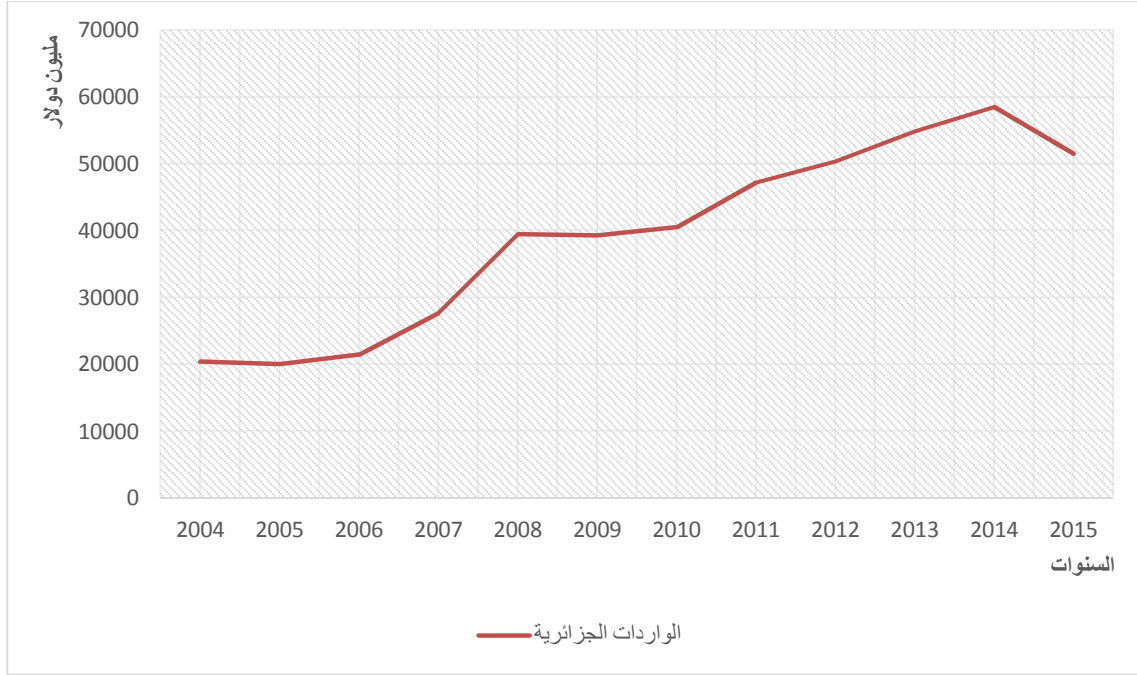
الوحدة: مليون دولار

الواردات	السنوات
20357	2004
20048	2005
21456	2006
27631	2007
39479	2008
39294	2009
40473	2010
47247	2011
50376	2012
54852	2013
58580	2014
51501	2015

المصدر: إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات المركز الوطني للمعلومات الإحصائية والجمركية CNIS متاح على الرابط:
www.andi.dz /index.php/ar/staistique

ما يمكن ملاحظته من خلال الجدول أن الواردات الجزائرية تزايدت طوال فترة الدراسة حيث بلغت قيمتها 20357 مليون دولار سنة 2004 وتزايدت إلى غاية 58580 مليون دولار سنة 2014 بإستثناء السنوات التالية 2005،2009،2015 التي عرفت إنخفاضا في قيمتها بـ 20048 مليون دولار، 39294 مليون دولار، 51501 مليون دولار على الترتيب، وهو ما سيوضحه الشكل الموالي:

الشكل رقم (04): تطور الواردات الجزائرية خلال الفترة (2004 - 2015):



المصدر: إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات الجدول رقم (4)

المطلب الثاني: التركيبة السلعية للواردات الجزائرية خلال الفترة (2004-2015):

إن الحديث عن الواردات يعني أن حجم الإنتاج المحلي لم يستطع تلبية حاجيات المستهلك. وقد يعود عدم القدرة هذا إلى قلة حجم الإنتاج، لسعره أو لنوعيته، أو لأن الوضع الإقتصادي الحالي المتميز بتسهيل الواردات جعل هذه الأخيرة محل تفضيل على المنتج المحلي حتى ولو كان هذا الأخير في درجة من الجودة. نستعين بالجدول الموالي لتوضيح التركيبة السلعية لواردات الجزائر لفترة (2004-2015) حيث يبين الجدول قيمة الواردات لكل سنة.

الجدول رقم (05): التركيبة السلعية للواردات الجزائرية خلال الفترة (2004-2015):

الوحدة: مليار دولار

السنوات	الطاقة	المواد الغذائية	المواد الأولية	المواد النصف مصنعة	التجهيزات الفلاحية	التجهيزات الصناعية	السلع الإستهلاكية	الواردات الإجمالية
2004	208	3604	803	3591	208	7020	2765	18199
2005	212	3587	751	4088	160	8452	3107	20357
2006	244	3800	843	4934	96	8528	3011	21456
2007	313	4827	1277	6918	142	9954	4008	27439
2008	595	7796	1376	9154	86	15434	5036	39479
2009	549	5863	1201	10165	234	15140	6145	39297
2010	945	6027	1406	9944	330	15573	5987	40212
2011	1164	9805	1776	10431	229	15951	7944	47300
2012	4955	9023	1839	10629	329	13604	9997	50375
2013	4356	9572	1766	10810	449	15745	12205	54903
2014	5212	9611	1800	1123	521	16745	13201	55223
2015	2352	9329	1508	11512	579	16523	9773	51646

المصدر: إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات المركز الوطني للمعلومات الإحصائية والجمركية CNIS متاح على الرابط:
www. www.andi.dz /index.php/ar/staistique

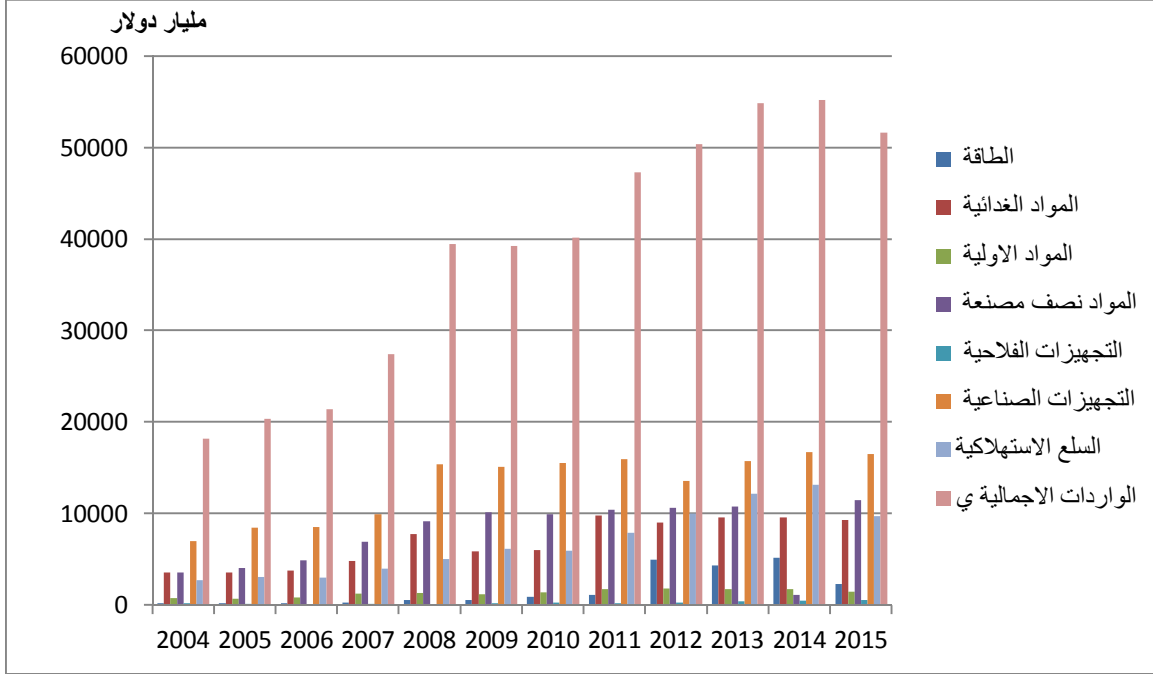
يوضح هذا الجدول أن هناك أربع مجموعات من السلع سيطرت على الواردات الجزائرية خلال الفترة المدروسة، ويتعلق الأمر بكل من التجهيزات الصناعية والمواد نصف مصنعة بالإضافة إلى السلع الإستهلاكية والمواد الغذائية بحيث إحتلت هذه السلع المراتب الأربعة الأولى على الترتيب حيث عرفت التجهيزات الصناعية زيادات متتالية مع إنخفاضات طفيفة من سنة 2004 إلى 2015 حيث كانت عام 2004 تقدر الواردات من هذه السلعة بـ 7020 مليار دولار وأرتفعت هذه القيمة سنة 2014 إلى 16745 مليار دولار.

المواد نصف مصنعة التي تحتل المرتبة الثانية من مجموع الواردات حيث عرفت تزيادا مستمرا أين كانت عام 2004 تقدر قيمتها 3591 مليار دولار لتصبح في عام 2008 9154 مليار دولار لتعاود الإرتفاع من جديد إلى أن وصلت ما قيمته 11512 مليار دولار سنة 2015 مع إنخفاض بقيمة 1123 مليار دولار سنة 2004.

أما فيما يخص السلع الإستهلاكية فقد كانت بالمثل مع بقية المنتجات الأخرى حيث كانت في تزايد طيلة فترة الدراسة مع إنخفاضات طفيفة في قيمها. وكذلك فيما يخص الواردات السلعية من المواد الأولية

والطاقة فقد إحتلت المرتبة الخامسة والسادسة على التوالي لتأتي في المرتبة الأخيرة من حيث إستيراد التجهيزات الفلاحية التي سجلت نسبا ضئيلة قياسا بالواردات الأخرى، وهذا ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم (05): التركيبة السلعية للواردات الجزائرية خلال الفترة (2004-2015):



المصدر: إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات الجدول رقم (05)

المطلب الثالث: وضعية الميزان التجاري خلال الفترة (2004-2015):

يعتبر الميزان التجاري من بين أهم المؤشرات التي بإمكانها إعطاء دلالات معبرة عن الوضع الإقتصادي لأي دولة وعليه فإن القيام بدراسته يبين الوضعية التي كانت تمر بها الجزائر ولهذا سنقوم بدراسة وضعية ميزانها خلال الفترة 2004-2015.

الجدول رقم (06): وضعية الميزان التجاري خلال الفترة (2004 - 2015):

الوحدة: مليون دولار

السنوات	الميزان التجاري	الصادرات	الواردات
2004	11726	32083	20357
2005	24988	45036	20048
2006	33157	54613	21456
2007	32532	60163	27631
2008	39819	79298	39479
2009	5900	45194	39294
2010	16580	57053	40473
2011	26242	73489	47247
2012	21490	71866	50376
2013	11065	65917	54852
2014	4306	62886	58580
2015	-13714	37787	51501

المصدر: إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات المركز الوطني للمعلومات الإحصائية والجمركية CNIS متاح على الرابط:

[www. www.andi.dz /index.php/ar/staistique](http://www.andi.dz/index.php/ar/staistique)

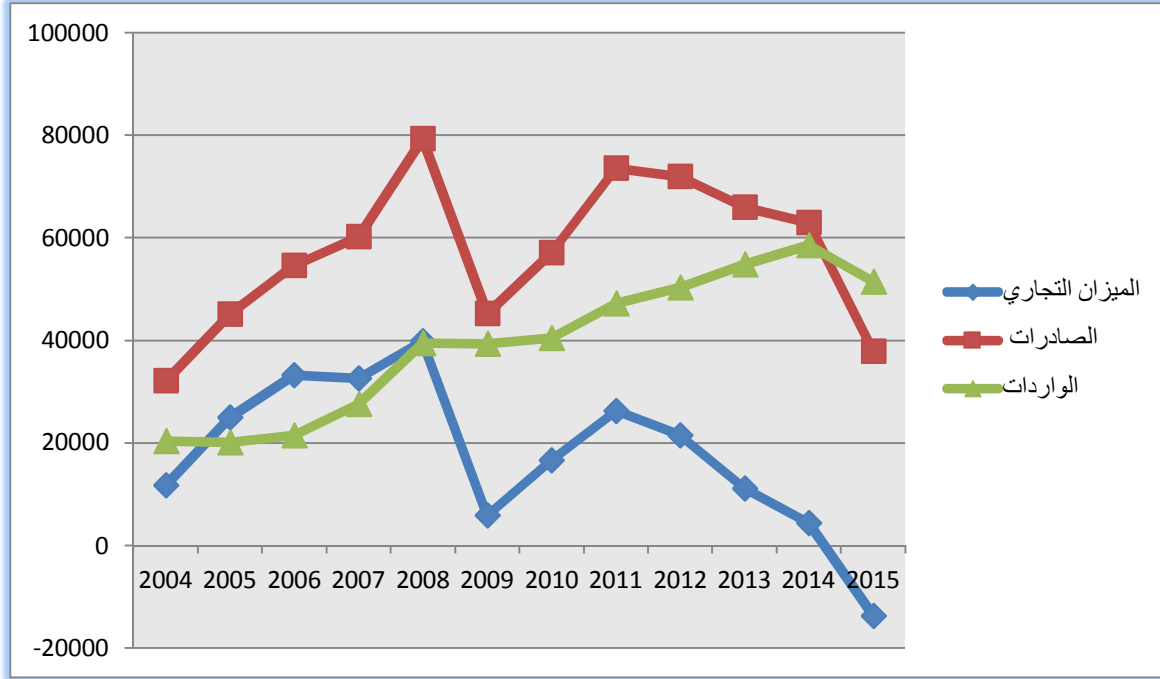
عرف الميزان التجاري تذبذبا طوال فترة الدراسة حيث حقق خلال سنة 2004 فائض قدره 11726 مليون دولار وقد جاء هذا نتيجة قيمة الصادرات المحققة والمقدرة بـ 32083 مليون دولار وقيمة الواردات المقدرة بـ 20357 مليون دولار.

كما إرتفع رصيد الميزان التجاري عام 2005 ليلبغ 24988 مليون دولار وكان هذا نتيجة إنخفاض في قيمة الواردات الجزائرية التي أصبحت تقدر بـ 20048 مليون دولار و إرتفاع الصادرات الجزائرية إلى 45036 مليون دولار وأستمر هذا الإرتفاع إلى سنة 2006 بقيمة 33157 مليون دولار لينخفض سنة 2007 بقيمة 32532 مليون دولار رغم الإرتفاع المستمر لقيمة الصادرات والواردات الجزائرية خلال هذه السنة.

أما سنة 2008 فقد إرتفع رصيد الميزان التجاري إلى ما قيمته 39819 مليون دولار ليعاود الإنخفاض كثيرا إلى ما قيمته 5900 مليون دولار بسبب الإنخفاض الكبير في قيمة الصادرات بـ 45194 مليون دولار لكن هذا الإنخفاض لم يستمر حيث عاود الميزان التجاري الإرتفاع بشكل تدريجي خلال سنة 2010 بقيمة 16580 مليون دولار وسنة 2011 بقيمة 26242 مليون دولار نتيجة الإرتفاع المستمر في كل من قيمة الصادرات والواردات الجزائرية التي عرفت إنخفاضا في السنوات الموالية مما أدى إلى الإنخفاض في رصيد الميزان التجاري من جديد إلى أن عرف رصيذا سلبيا قدر بـ -13714 مليون دولار

سنة 2015 وهي السنة الوحيدة التي عرف فيها الميزان التجاري عجزا وهذا راجع للإرتفاع في قيمة الواردات والإنخفاض الكبير في قيمة الصادرات الجزائرية، والشكل الموالي يوضح ما سبق ذكره:
الشكل رقم (06): وضعية الميزان التجاري خلال الفترة (2004 - 2015):

الوحدة: مليون دولار



المصدر: إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات الجدول رقم (06).

خلاصة الفصل:

من خلال دراستنا للوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (ALGEX) خلال الفترة 2004-2015 والجهود المبذولة من طرفها في سبيل تنمية التجارة الخارجية من خلال الصادرات خارج المحروقات تبين لنا أن الصادرات الجزائرية تعتمد على مادة أولية وحيدة تتمثل في قطاع المحروقات، حيث أن مساهمة الصادرات خارج هذا القطاع بالنسبة للصادرات الإجمالية ضئيلة جداً رغم الجهود المبذولة من طرف الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية، إضافة إلى أن الواردات الجزائرية ووضعية الميزان التجاري كانت متذبذبة خلال فترة الدراسة.

خاتمة

خاتمة

إن الحاجة الملحة لتطوير قطاع التجارة الخارجية خارج قطاع المحروقات في الجزائر، قامت الوكالات الوطنية بإتخاذ جملة من الإجراءات بغية تنمية هذا القطاع، ورغم الجهود المبذولة في ذلك إلا أن النتائج المتوصل إليها تبقى دون الآمال، وهذا ما يعني أن الإستراتيجية المتبعة لتنمية الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر تحتاج إلى المزيد من التفعيل وذلك من خلال الإعتماد على السياسات المناسبة لذلك بغية النهوض بهذا القطاع من أجل تشجيع الصادرات، نظراً للأهمية التي يحتلها قطاع الصادرات في النشاط الإقتصادي.

إختبار الفرضيات :

❖ الفرضية الأولى التي كان محتواها التجارة الخارجية عملية تبادل تجاري في السلع والخدمات وغيرها بين عدة دول، فمن خلال دراستنا تبين لنا أن التجارة الخارجية عبارة عن عملية التبادل التجاري في السلع والخدمات وغيرها من عناصر الإنتاج المختلفة بين عدة دول بهدف تحقيق منافع متبادلة لأطراف التبادل، وهي تختلف بذلك عن التجارة الداخلية في أنها تتجاوز حدود الدولة الواحدة إلى دول متعددة سواء مجاورة للدولة أو غير مجاورة لها، إذن الفرضية الأولى صحيحة

❖ الفرضية الثانية التي نصت على أن سياسات التجارة الخارجية تتمثل في سياسة الحرية والحماية، من خلال دراستنا تبين لنا أن السياسة التجارية مجموعة الأساليب والأدوات التي تتخذها الدولة للحد من الواردات أو لتشجيع الصادرات من خلال سياستين هما سياسة الحماية و سياسة الحرية، فرضية صحيحة.

❖ الفرضية الثالثة التي كان مفادها أهم المؤسسات الفاعلة في مجال التصدير: الديوان الجزائري لترقية التجارة الخارجية، الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة ووزارة التجارة، فمن خلال دراستنا تبين لنا أن هذه المؤسسات تنشط في مجال التصدير ولكن في إطار التصدير خارج المحروقات .

❖ الفرضية الرابعة التي نصت على أن دور الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية يكمن في دعم التصدير خارج المحروقات بالجزائر بمساعدة المتعاملين الإقتصاديين وترقية السياسة الخاصة بالمنتجات والخدمات الموجهة للتصدير، فمن خلال دراستنا تبين لنا أن دور الوكالة لا يكمن فيما سبق ذكره بل يكمن كذلك في أدوار عديدة ومنتوعة كتنظيم نشاطات مدفوعة في مجال تحسين والتكوين في تقنيات التصدير وقواعد التجارة الدولية، وكل الخدمات الأخرى في مجال المساعدة أو إعداد دراسة خبرة للإدارات والمؤسسات ذات العلاقة مع مهام الوكالة.

نتائج الدراسة: بعد دراستنا للموضوع تبين لنا أن:

✓ يساهم تخفيض القيود الجمركية والجبائية والإدارية على ترقية الصادرات خارج المحروقات عن طريق زيادة حركة إنسياب السلع والخدمات؛

✓ السياسات التجارية تتضمن إتجاهين الأول يقوم على أساس تحرير التجارة والإتجاه الثاني يتمثل في السياسة الحمائية للتجارة الخارجية؛

✓ ما زالت الصادرات خارج المحروقات لا تتعدى نسبة 6% من إجمالي الصادرات خلال فترة الدراسة؛

✓ حتى بعد ظهور الوكالات الوطنية لدعم التصدير لم يتحقق التنويع والزيادة المرجوة في الصادرات خارج المحروقات فلحد الآن مازالت هذه الصادرات تغطي على الصادرات الكلية للجزائر رغم الجهود المبذولة في تنميتها وتنويعها؛

✓ تعتمد الجزائر بشكل أساسي على صادرات المحروقات في تجارتها الخارجية ولم تكن الإجراءات والتدابير المتخذة من طرف الوكالة من أجل دعم وتشجيع الصادرات خارج المحروقات إذ ظلت لا تتعد 6% في أحسن الظروف ولم تتطرق بالشكل المخصص لها.

التوصيات:

من خلال النتائج المتوصل إليها يكمن تقديم بعض التوصيات التي نراها مناسبة لتفعيل دور الوكالات الوطنية لدعم التصدير في تنمية التجارة الخارجية:

◆ ضرورة الإهتمام بالمعلومات التصديرية الدقيقة والدورية وذلك بإعداد نظام معلومات تصديرية، وذلك ببناء قاعدة بيانات تصديرية ومحاكاة أسواق التصدير؛

◆ ضرورة إهتمام السلطات بقطاع التجارة الخارجية خارج المحروقات؛

◆ ضرورة قيام الوكالات الوطنية لدعم التصدير بزيادة جهودها لتطوير قطاع الصادرات خارج

المحروقات.

آفاق الدراسة:

نظرا لأهمية وإتساع موضوع دور الوكالات الوطنية لدعم التصدير في تنمية التجارة الخارجية بالجزائر فإنه من غير الممكن الإحاطة بكل جوانبه، لذا تبقى مجالات البحث مفتوحة لدراسة هذا الموضوع لتطرق إلى ما تم إغفال عن ذكره وعليه نطرح التساؤلات التالية

✓ ما هو مستقبل التجارة الخارجية خارج المحروقات؟

✓ فيما يتمثل دور الإستثمار الأجنبي المباشر في تنمية الصادرات خارج المحروقات؟

✓ ماهي آفاق الصادرات الجزائرية في عصرها بعد النفط وسبل ترقيتها وتطويرها؟

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: الكتب

1. جاسم محمد منصور، التجارة الدولية، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2009.
 2. جمال جويدان، التجارة الدولية، مركز الكتاب الأكاديمي، الطبعة الأولى، 2010.
 3. حسام علي داود، أحمد الهزايمة، أيمن أبو خضير، عبد الله صوفان، إقتصاديات التجارة الخارجية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2002.
 4. حمدي عبد العظيم، إقتصاديات التجارة الدولية، الطبعة الرابعة، 2009-2010.
 5. خالد محمد السواعي، التجارة الدولية : النظرية وتطبيقاتها، عالم الكتب الحديث إربد، الأردن، الطبعة الأولى، 2010.
 6. رشاد العصار، التجارة الخارجية ، دار المسيرة للنشر، عمان، الطبعة الأولى، 2000.
 7. زابري بلقاسم، إقتصاديات التجارة الدولية، إين النديم للنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى، 2013.
 8. سامي عفيفي حاتم، التجارة الخارجية بين التنظيم والتنظيم، الدار المصرية اللبنانية ، الطبعة الأولى، 1991.
 9. عطا الله علي الزبون، التجارة الخارجية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
 10. فؤاد مصطفى محمود، موسوعة التصدير العربية في تنمية وتسويق الصادرات، شركة مطابع لوتس، الفجالة، الطبعة الأولى، بدون سنة نشر.
 11. محمد دياب، التجارة الدولية في عصر العولمة، دار المنهل اللبناني، بيروت، الطبعة الأولى، 2010.
 12. محمد عابد، التجارة الدولية، مكتبة الإشعاع، القاهرة، الطبعة الأولى، 1999.
 13. محمود عبد الرزاق، الإقتصاد الدولي والتجارة الخارجية (النظرية والتطبيق) ، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، إسكندرية، الطبعة الأولى، 2010.
 14. يوسف مسعداوي، دراسات في التجارة الخارجية، دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر، 2010.
- ثانياً: المقالات والمقالات:
15. رائد فاضل جويد، النظرية الحديثة في التجارة الخارجية، مجلة الدراسات التاريخية والحضارية، العدد 17.
 16. وصاف سعدي، تنمية الصادرات والنمو الإقتصادي في الجزائر الواقع والتحديات، جامعة ورقلة، مجلة، العدد 01، 2002.

ثالثا: المذكرات:

17. بلقلة براهيم، آليات تنويع وتنمية الصادرات خارج المحروقات وأثرها على النمو الإقتصادي حالة الجزائر، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية، نقود ومالية، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، 2008-2009.
18. بهلول مقران، علاقة الصادرات بالنمو الإقتصادي خلال الفترة 1970-2005، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية، فرع إقتصاد كمي، جامعة الجزائر، 2010-2011.
19. الجبارية كحيلي، دور إستراتيجية التصدير في تحسين الأداء المؤسسي دراسة حالة مؤسسة حدود سليم لتوضيب وتصدير التمور -طولقة بسكرة -، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير، التسيير الإستراتيجي للمنظمات، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2014-2015.
20. حمشة عبد المجيد، دور تحرير التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج المحروقات في ظل التطورات الدولية الراهنة، دراسة حالة الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية، إقتصاد دولي، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2012-2013.
21. زيرمي نعيمة، التجارة الخارجية الجزائرية من الإقتصاد المخطط إلى إقتصاد السوق، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في التسيير الدولي للمؤسسات، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية، المالية الدولية، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2010-2011.
22. صلاح الدين عيد محمد علم الدين، دور الصادرات السلعية في تنمية الإقتصاد المصري دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة.
23. عبد الرزاق بن هارون، إستراتيجية ترقية الصادرات غير النفطية وآثارها على النمو الإقتصادي في الجزائر القطاع الزراعي - حالة التمور الجزائرية -، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، قسم العلوم الإقتصادية، إقتصاد وتسيير بترولي، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2012-2013.
24. عطاب عبد الله، أهمية تمويل التجارة الخارجية عن طريق الإعتماد المستندي، مذكرة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الإقتصادية والتسيير، مالية وبنوك، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2013-2014.
25. قطاف لويزة، التجارة الخارجية خارج قطاع المحروقات وآثارها في تحسين ميزان المدفوعات في الجزائر 2000-2013، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الإقتصادية، إقتصاديات المالية والبنوك، جامعة أكلي محند أولحاج البويرة، 2013-2014.
26. نسيمة ناصر، دراسة تحليلية للميزان التجاري في الجزائر لفترة 2005-2012، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الإقتصادية، مالية وإقتصاد دولي، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013-2014.

27. وصاف سعدي، ضمان إئتمانات التصدير في البلدان النامية COTUNACE التونسية نموذجاً، بحث مقدم إلى الملتقى الدولي حول سياسات التمويل وأثرها على الإقتصاديات والمؤسسات دراسة حالة الجزائر والدول النامية المنظم من قبل جامعة بسكرة، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة.
رابعاً: المواقع الإلكترونية:

28. الدليل الإرشادي للمصدر الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية، طبعة 2015، متاح على

الرابط: www.algex.dz

29. www.andi.dz

ملخص الدراسة:

تعتبر التجارة الخارجية معياراً لتطور وتوازن الدول من خلال تصدير الفائض من سلعها وخدماتها، ومن أجل تنمية الصادرات خارج المحروقات وضعت الجزائر برنامج مكون من مجموعة من الإجراءات على المستوى المالي والضريبي والجبائي والتجاري والجمركي إضافة إلى تحصين الصادرات الجزائرية بوكالات وطنية تعمل على دعم الصادرات خارج المحروقات، ومن بين أهم هذه الوكالات نجد: الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية التي عملت على تنمية الصادرات وتشجيعها من خلال قيامها بتقديم محفزات لمساعدة المصدر على النجاح في العملية التصديرية.

الكلمات المفتاحية: التجارة الخارجية، تنمية الصادرات خارج المحروقات، الوكالات الوطنية لدعم التصدير.

Abstract :

Foreign trade is considered a standard for the development and balance of countries through the export of surplus goods and services. In order to develop exports outside hydrocarbons, Algeria has developed a program consisting of a set of measures at the financial, tax, fiscal, commercial and customs levels, in addition to fortifying Algerian exports with national agencies that support exports outside hydrocarbons. The most important of these agencies are the National Agency for the Promotion of Foreign Trade, which has promoted and encouraged exports by providing incentives to help the exporter succeed in the export process.

Keywords: foreign trade, export development of non-fuel, national export support agencies