

تدويل المؤسسات الاقتصادية في الجزائر بين تحديات اختراق الأسواق العالمية ورهانات تنويع الصادرات

Internationalization of economic enterprises in Algeria between the challenges of penetrating international markets and the bets of export diversification

¹محمد يعقوبي

¹جامعة البليدة 2، الجزائر، mmed.yagoubi@gmail.com

تاريخ القبول: 2020-06-05

تاريخ الاستلام: 2020-04-22

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور تدويل المؤسسات الاقتصادية في تنويع هيكل الصادرات الجزائرية، ومدى قدرة هذه المؤسسات الإنتاجية على الاستثمار في مقوماتها التصديرية من أجل استغلال الفرص التسويقية المتاحة أمامها لتسويق منتجاتها في الأسواق الأجنبية. وقد استنتجنا في الأخير أن المؤسسات الجزائرية المصدرة العاملة في قطاعات غير المحروقات تعرض في معظمها منتجات فلاحية و سلع صناعية خفيفة، والتي تمثل سوق غرب إفريقيا أفضل وجهة تسويقية لها، مقارنة مع سوق غرب آسيا وسوق الاتحاد الأوروبي اللتان يصعب فيهما تسويق المنتجات الجزائرية.

الكلمات المفتاحية: تدويل المؤسسات الاقتصادية؛ المؤسسات الاقتصادية الجزائرية؛ الأسواق الدولية القريبة من الجزائر؛ تنويع

الصادرات الجزائرية.

تصنيف Jel: F23 , F14

Abstract:

This study aims to highlight the role of economic enterprises internationalization in diversifying the structure of Algerian exports, and the ability of these productive enterprises to invest in their export potentials in order to exploit the marketing opportunities available to their products in foreign markets. Finally, we concluded that the majority of Algerian exporting companies worked in non-hydrocarbon sectors offer agricultural and alimentary products and light industrial goods, which have a better marketing destination in the West Africa market, compared to Arab and the European Union markets, in which it is difficult to market Algerian products.

Key words: economic enterprises internationalization; Algerian economic enterprises; International markets near Algeria; Algerian exports diversification.

Jel Classification Codes: F14, F23

¹ المؤلف المرسل: محمد يعقوبي، mmed.yagoubi@gmail.com

مقدمة:

إن التطورات الكبيرة والمتلاحقة التي عرفتھا البيئة الاقتصادية الدولية، جعلت من التدويل يمثل خيارا استراتيجيا للعديد من المتعاملين الاقتصاديين في الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، وعليه فقد عملت معظم حكومات البلدان النامية على تقديم الأسواق الأجنبية كتوجه استراتيجي ذو مؤشرات مهمة عن النمو المستقبلي لمؤسساتها المصدرة، وبهذا نجد أن معظمها سجلت معدلات مرتفعة من المبادلات التجارية الخارجية خلال السنوات الأخيرة، وهو ما ساهم في تطوير بنية صادراتها. وتوفر الأسواق الأجنبية العديد من الفرص لتصريف السلع والخدمات، نظرا لما تضيفه إلى السوق المحلية من خصائص استهلاكية، متأنية من رفع حجم المستهلكين وتوسيع المجالات التسويقية، إضافة إلى تميز بعضها بانخفاض قيود المنافسة الأجنبية.

وفي هذا الإطار فقد خطت بعض مؤسسات الاقتصاديات النامية خطوات معتبرة في مجال تدعيم تقاريرها التجاري مع شركاء أجنب، وهو ما حقق مردودية كبيرة لوظيفتها التسويقية. وعلى غرار ذلك، تمتلك المؤسسات الجزائرية فرصا كبيرة للاستفادة من إيجابيات تدويل نشاطها التسويقي، نظرا لما يحيط بها من أسواق واسعة لتصريف مخرجات الاقتصاد الوطني. وبذلك يعتبر تدويل المؤسسات الإنتاجية في الجزائر ضرورة حتمية في ظل الصعوبات التي يعاني منها الاقتصاد الوطني، والمتعلقة بالأساس بتركز صادراته بدرجة كبيرة في قطاع المحروقات.

ومن هنا فقد تلعب استراتيجيات تدويل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية دورا مهما في تنويع هيكل التصدير الوطني، ولذلك فقد جاءت إشكالية دراستنا مبلورة كما يلي:

ما هو واقع وقدرات تدويل المؤسسات الاقتصادية في الجزائر؟ وما مدى مساهمته في ترقية هيكل الصادرات الوطنية؟

وللإحاطة بهذا الموضوع، والتمكن من الوصول إلى إجابة على مشكلة الدراسة، فقد انطلقنا من طرح فرضيتين لاختبار صحتها من عدمها، وقد جاءت صياغتهما كالتالي:

- تعتمد المؤسسات الاقتصادية الجزائرية على التصدير بشكل أساسي في تدويل نشاطها الإنتاجي والتجاري؛
- يساهم تدويل المؤسسات الاقتصادية في الجزائر في تحسين درجة تنوع الصادرات الوطنية.

وتكتسي دراسة إمكانيات تدويل المؤسسات الاقتصادية أهمية بالغة بالنسبة لمختلف الاقتصاديات النامية، نتيجة لأنه يمثل خيارا مساعدا على التقليل من التبعية الاقتصادية لمتطلبات وقيود السوق المحلية. وبالنسبة للاقتصاد الجزائري، فيمكن أن يوفر التدويل فرصا جديدة من أجل ترقية هيكل تجارته الخارجية، وكذا دعما للمؤسسات الإنتاجية الوطنية من أجل الاستفادة من الاحتكاك مع شركاء أجنب في تطوير هيكل إنتاجها كما ونوعا، خاصة وأنها تتمتع بمقومات إنتاجية جيدة، وبفرص تسويقية متنوعة في أسواق قريبة جغرافيا وثقافيا.

ونعتمد في دراستنا لهذا الموضوع على المنهج الاستقرائي باستخدام أداتي الوصف والتحليل، وهذا من خلال جمع المعلومات والبيانات ووصفها وتحليلها لاستقراء النتائج المتعلقة بمشكلة الدراسة. وعليه نسعى في هذه الدراسة إلى إبراز مقومات وفرص تدويل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، والتي يمكن استخدامها في تطوير الهيكل الإنتاجي للاقتصاد بشكل يسمح بتنويع سلة الصادرات الوطنية، إضافة إلى إظهار استراتيجيات تدويل النشاط التجاري كخيار متاح يكمل التسويق المحلي للمنتجات الوطنية، ويقلل من تقييد المؤسسات الوطنية بالظروف غير المواتية والخصائص السلبية للسوق الجزائرية.

وفي هذا السياق، فقد قسمنا مخطط الدراسة إلى ثلاثة محاور رئيسية، حيث نتطرق في المحور الأول إلى دراسة ماهية تدويل المؤسسات الاقتصادية وجوانبه النظرية و المفاهيمية، ثم نتعرف في المحور الثاني على خصائص ومميزات المؤسسات الاقتصادية الجزائرية وكذا خصائص ومميزات الأسواق الدولية القريبة من الجزائر، وفي المحور الثالث نتعرض إلى تحليل وتقييم مقومات تدويل المؤسسات الاقتصادية في الجزائر التي تساهم في تنويع هيكل الصادرات الوطنية.

المحور الأول: ماهية تدويل المؤسسات الاقتصادية

يعتبر ارتفاع حجم وقيمة المبادلات الدولية للسلع والخدمات أحد أهم مظاهر الاقتصاد العالمي خلال السنوات الأخيرة، حيث أصبحت نسبة المبادلات الدولية إلى الناتج المحلي العالمي تفوق 30%، بعد أن كانت لا تتجاوز 13% في بداية السبعينات. (CROZET, FONTAGNÉ, 2010, p3) وقد ساعد على هذا التطور الكبير في مستوى التجارة الدولية تحسن وسائل الاتصال والنقل على المستوى العالمي، مما جعل من تدويل النشاط واختراق الأسواق العالمية الاستراتيجية المستهدف تحقيقها من طرف العديد من المؤسسات الاقتصادية.

أولاً: مفهوم عملية تدويل المؤسسات الاقتصادية

يشير الطرح النظري للتجارة الدولية الذي جاء به الاقتصادي السويدي "ستافان ليندر" أن المؤسسات الاقتصادية يجب أن تتوجه لطرح منتجاتها على مستوى الأسواق الخارجية بعد كفايتها للطلب الموجه لها في السوق المحلية، وهو ما يكسبها خبرة كافية في عمليات الإنتاج والتوزيع والتسويق، ويعطي لها قدرة كافية للمنافسة على مستوى الأسواق العالمية. وعليه فإن عملية النشاط على مستوى أسواق أجنبية يجب أن تكون النتيجة النهائية لمجموعة من الخطوات الاستباقية، التي تتخذها المؤسسة من أجل ضمان نجاح استراتيجية تدويل نشاطها.

وعليه فإن هناك اختلافا واضحا بين الباحثين حول تحديد تعريف موحد لظاهرة التدويل، باعتباره مفهوما اقتصاديا متعدد الأبعاد، حيث يرى "روززي Ruzzier" أن التدويل هو "عملية التوسع الجغرافي للأنشطة الاقتصادية خارج الحدود الوطنية"، وحسب "غانكيما Gankema" فإن التدويل هو "عملية تتألف من مجموعة من الخطوات التي تمكن الشركة من تسويق منتجاتها بانتظام إلى الأسواق الخارجية. (جباري، العوادي، 2013، ص101)

وتعرف عملية التدويل كذلك على أنها ظاهرة إيجابية، معقولة ومنظمة عبر الزمن، وبإجراءات مقبولة ومرغوبة، تسمح بتكيف المنظمة مع شروط وحتميات البيئة العالمية، من أجل المحافظة على أدائها أو تحسينه. ومن وجهة نظر استراتيجية، فإن تدويل المؤسسات الاقتصادية لا يعتبر أبدا إجراءا لتلبية متطلبات النمو، وإنما يهدف كذلك إلى ضمان استمرارية مدة حياتها. (ST-

(PIERRE, PERRAULT, 2009, p9)

وعليه يمكن القول أن تدويل المؤسسة هي تلك العملية التي تتضمن زيادة حجم النشاط التجاري لها ليمس سوقا أجنبية عن الاقتصاد الذي تعمل فيه أو أكثر، والتي يكون الهدف من ورائها الحفاظ على مردودية أدائها التجاري أو تحسينه. وتتضمن هذه العملية سيورة من الإجراءات التي يجب أن تتخذها المؤسسة بإرادتها، ووفق ما يناسب قدراتها المالية والتسويقية، بحيث تأخذ فترة زمنية معتبرة من أجل التحضير الجيد والمحكم لعملية تدويل نشاطها.

ثانيا: دوافع تدويل المؤسسات الاقتصادية

عند وصول المؤسسة الاقتصادية إلى مستوى معين تتجمع لديها العديد من الأسباب والحقائق التي تدفع بها إلى البحث عن أسواق أجنبية للنشاط على مستواها، وقد تكون هذه الأسباب مختلفة في قدرة تأثيرها من مؤسسة إلى أخرى، نتيجة لطبيعة وخصائص القطاع الذي تنتمي إليه أو إلى سقف الأهداف الذي تضعه في استراتيجية توسعها. وعلى العموم يمكننا تصنيف دوافع تدويل المؤسسات الاقتصادية إلى ما يلي: (JOUAN, 2017, pp :3-6)

أ- دوافع تجارية: ونذكر منها ما يلي:

- تشبع السوق المحلية بالمؤسسات المنافسة، وهو ما يفرض على المؤسسة الاستثمار في الأسواق الأجنبية؛
- ضيق السوق المحلية بحيث تستطيع المؤسسة تغطيتها بشكل أمثل، وبذلك فالفرصة الوحيدة لنموها هي بالتوجه إلى الأسواق الأجنبية؛
- ركود السوق المحلية بحيث يكون الطلب على مستواها في مرحلة الثبات، في حين يبقى متنامي في دول أخرى، مما يدفع بالمؤسسة إلى التوجه إليها؛
- موسمية السوق المحلية من خلال تسجيل مبيعات المؤسسة تغيرات موسمية كبيرة، مما يجعلها تبحث عن أسواق أجنبية يتميز فيها الطلب بالثبات النسبي خلال سنة الاستغلال؛
- تخصص المؤسسة في بعض المنتجات الموجهة إلى شريحة قليلة من المستهلكين، مما يحتم عليها استثمار نشاطها على مستوى عالمي.

ب-دوافع مالية: ومن ذلك ما يلي:

- البحث عن التكاليف المنخفضة في الخارج، وهذا عن طريق نقل جزء أو كل نشاطها الإنتاجي إلى دول أخرى من أجل الاستفادة من تكاليف تنافسية للمواد الأولية، العمالة، الضرائب وغيرها؛
- اهتلاك الاستثمارات وأعمال البحث والتطوير، حيث تحتاج بعض قطاعات النشاط استثمارات مالية ومادية كبيرة، مما يدفع المؤسسة إلى جعلها أكثر مردودية من خلال تنمية المبيعات في الخارج؛
- البحث عن اقتصاديات الحجم، وهذا من خلال رفع حجم الإنتاج بأكبر سرعة ممكنة من أجل تخفيض التكاليف، مما يدفعها إلى استهداف حجم طلب مرتفع مقارنة بمنافسيها، عن طريق رفع عدد الأسواق التي تصرف فيها منتجاتها.

ت-دوافع خارجية عن المؤسسة: ومن بينها نذكر الدوافع التالية:

- ترابط الأسواق والذي يرجع إلى عدد من التغيرات المواتية في البيئة الاقتصادية العالمية، مثل إنشاء مؤسسات النظام الاقتصادي العالمي الجديد، تعدد التكتلات الإقليمية، انفتاح اقتصاديات النهج الاشتراكي، تطور وسائل الاتصالات الدولية وتوحيد الأذواق على المستوى العالمي، وهو ما يسمح بتعدد فرص النشاط في الخارج ويسهل المبيعات الدولية حتى بالنسبة للمؤسسات الصغيرة؛
- الطلب التلقائي الناتج عن تفاعل المؤسسة مع محيطها، مثل المشاركة في المعارض الدولية، المشاركة في المناقصات العالمية، العلاقات الشخصية للمديرين، التواصل مع الشبكات العالمية، وهو ما يقود المؤسسة إلى تلقي عروض لتدويل نشاطها.

وقد تجتمع هذه الدوافع، أو يمكن أن يكون دافع واحد كاف لجعل المؤسسة تفكر في تدويل نشاطها الأساسي، إلا أنه في الأخير يجب على عملية التدويل أن تحقق عوائد أكبر من تلك المحققة بالاكتماء بالنشاط على مستوى السوق المحلية.

ثانيا: الإطار النظري لتدويل المؤسسات الاقتصادية

مثل موضوع تدويل المؤسسات الاقتصادية موضوعا أساسيا للعديد من الأعمال الأكاديمية النظرية، والتي تبحث في أسباب التوجه إليه، وكذا الطرق الواجب سلكها من أجل تحقيق عملية تدويل ناجحة. وفي تاريخ الفكر الاقتصادي نجد ثلاثة مدارس فكرية التي توصل للخلفية النظرية لتدويل المؤسسات هي: المدرسة التدريجية المطورة على أساس المقاربة السلوكية، مدرسة التحالفات من خلال نظرية الشبكات، وأخيرا المدرسة الاقتصادية بنظرية الاستثمارات الأجنبية المباشرة.

أ- **نظرية المراحل التدريجية:** تنطلق هذه النظرية من الإقرار بوجود العديد من الاختلافات بين الأسواق العالمية، فيما يتعلق باللغة، الثقافة، طرق الإدارة، النظام السياسي، التطور الصناعي، ... الخ، وتعتبر هذه العوامل من محددات التباعد النفسي أو السلوكي بين الأسواق. ويعتبر هذا التباعد النفسي عنصرا مؤثرا على تبادل المعلومات بين المؤسسة والأسواق الأجنبية، ويساهم بالضرورة في تحديد الأسواق الأجنبية المستهدفة من قبلها. وبهذا فإن عملية تدويل المؤسسة تتعلق بكل من حجم المعلومات المتاحة على مستوى السوق الأجنبية والتي تؤثر طرديا على التوجه للنشاط الدولي، وكذا بتوزيع هذه المعلومات عبر الزمن والذي يجعل من التدويل عملية تدريجية تأخذ فترة زمنية معينة. ويشتمل التحليل النظري التدريجي على نموذجين أساسيين هما: (CAZABAT, 2014, p-p : 57-59)

■ **نموذج "أوبسالا" (Uppsala Model) (U-Model):** تم تطوير هذا النموذج من قبل "جونسون (Johanson)" و"فالن (Vahlne)" سنة 1977، وهو من بين الإسهامات الكبرى للمدرسة السويدية، حيث يعتبر هذا النموذج عملية التدويل كسيرورة من التعلم التدريجي، من خلال الخبرة والمعرفة التي تتكون لديها تدريجيا فيما يتعلق بالأسواق الأجنبية. وعليه فإن التدويل يعتبر نتيجة لمجموعة من القرارات التدريجية، حيث يتدخل المؤسسة على مستوى الأسواق الأجنبية فإنها تكتسب العديد من المعارف من تجاربها، وهو ما يمكنها من اتخاذ قراراتها المتعلقة بالنشاط خارج الحدود. ومن هنا فإن عملية التدويل تمر بأربعة مراحل أساسية هي:

- القيام بنشاطات تصدير فردية ومعاينة الفرص المتاحة؛
- التصدير عن طريق وكيل مستقل؛
- إنشاء فرع للشركة بالخارج؛
- الإنتاج في الدول الأجنبية.

والفرضية الأساسية لهذا النموذج هي المتعلقة بالتباعد النفسي، فحسب أصحاب هذا النموذج فإنه كلما زادت تجارب التدويل بدأت مسافة البعد النفسي التي تفصل بين المؤسسة والأسواق الأجنبية في التراجع.

■ **نموذج "الاكتشاف" (Innovation Model) (I-model):** جاء بهذا النموذج الاقتصادي "بيلكي (Bilkey)" و"تيسار (Tesar)" سنة 1977، حيث اعتبرا أن التدويل هو عملية مشاهجة لمراحل اختيار منتج جديد، حيث أن كل مرحلة

تمثل اكتشافا للمؤسسة، والاختلافات الوحيدة هي في نجاح المراحل، عددها والميكانيزمات المعتمدة في كل منها. ويقترحان هذان الاقتصاديان عملية تدويل مبنية على الاكتشافات متكونة من ستة مراحل كما يلي:

- تكون المؤسسة غير مهتمة بالتصدير نتيجة لارتفاع مخاطره وانخفاض عوائده؛
- تكون المؤسسة مهتمة قليلا بالتصدير، حيث تتلقى طلبية غير ملحّة ولكنها لا تقوم بأي مجهود من أجل دراسة إمكانية التصدير؛

- تدرس المؤسسة فعليا إمكانية التصدير وتقدر عوائدها؛
- تقوم المؤسسة بتصدير عينة تجريبية إلى دولة قريبة منها نفسيا أو سلوكيا؛
- تصبح المؤسسة مصدرا ذو خبرة لهذه الدولة؛
- تدرس المؤسسة إمكانية التصدير إلى دول بعيدة عنها نفسيا أو سلوكيا.

ب-نظرية الشبكات: ينطلق تحليل هذه النظرية من أهمية شبكات التواصل أو شبكات الأعمال، ليس فقط في تبادل المعلومات وإنما في امتدادها لتشمل بناء علاقات التعاون التجاري بين المؤسسات. وقد تم تطوير مقاربة الشبكات في عملية التدويل من قبل مؤسسي مدرسة "أويسالا"، حيث ركز كل من "جونسون" و"فالن" على أهمية وضعية المؤسسة في الشبكة التي تنشط بها، وبيننا من خلال ذلك دوافع وطرق التدويل.

وقد بين هذان الاقتصاديان أن التدويل كشبكة يتطور من خلال علاقات تجارية مبنية مع دول أخرى، مروراً بالمرحلة التي جاء بها كل من "جونسون" و"ماتسون" سنة 1988 وهي: التوسع، الاختراق، والتكامل. حيث يمثل التوسع الخطوة الأولى المتخذة من قبل المؤسسات من أجل الدخول في شبكة معينة، وتكون مرفوقة باستثمارات جديدة تقوم بها، أما الاختراق فيكون مرتبطاً بتنمية الموارد وترقية مكانة المؤسسة على مستوى شبكتها، في حين يعتبر الاختراق خطوة متقدمة تكون من خلالها المؤسسة مرتبطة بمجموعة من الشبكات الوطنية الواجب تنظيمها وترتيبها. وبخلق علاقات مالية وتكنولوجية وتسويقية مع الفاعلين الآخرين في الشبكة، تستطيع المؤسسات توسيع روابطها ومد نشاطاتها إلى خارج الحدود الوطنية إلى أن تصبح مدولة. (DOUADI, 2015, p55)

ت-نظرية الاستثمارات الأجنبية المباشرة: يتخذ طرح الاستثمارات الأجنبية المباشرة أو المدرسة الاقتصادية جذوره النظرية في تفسير عملية تدويل المؤسسات الاقتصادية من نظرية التجارة الدولية بشكل عام، والجزء المتعلق بالاستثمارات الأجنبية المباشرة بشكل خاص. وفي هذا الإطار يمكن لاستثمار أجنبي أن يعطي فائدة دائمة للمؤسسة المستثمرة في دولة أجنبية، بحيث يكون الهدف هو التأثير الفعلي على أداء المؤسسة.

ووفقاً لهذه النظرية فإن المؤسسة تقوم بتدويل نشاطها بخلق وحدة إنتاج في دولة أجنبية عنها، وفي الغالب يقوم هذا الصنف من المؤسسات بفتح فروعهم الإنتاجية في الخارج دون الاتصال مع شركاء محليين، أو تعبئة موارد معينة من أية شبكة كانت. وتعود أسباب الاعتماد على هذه الاستراتيجية إلى بحث المؤسسات عن عوائد تمكنها من الحصول على توزيع غير متساو للمعلومات، حيث أن إفشاء المعلومات المتعلقة بأصول أو منتجات المؤسسات المدولة كلياً للفاعلين في شبكة معينة يمكن أن يشكل خطراً على

المزايا النسبية المكتسبة بتكاليف باهظة. (LEVRATTO, RAMADAN, 2009,p6)

الخور الثاني: خصائص ومميزات قطاع المؤسسات الاقتصادية في الجزائر والأسواق القريبة منها

بعد الاستقلال مباشرة ركزت الدولة الجزائرية على رفع قدرات الإنتاج في الاقتصاد الوطني، من خلال الاهتمام بالقطاع الصناعي، ومتطلبات النهوض به، ولذلك فقد واكبت سياسة تسييره التحولات الكبرى في النهج الاقتصادي المتبع خلال كل مرحلة تاريخية منذ الاستقلال. ولهذا نجد أن المؤسسة الاقتصادية كانت ولا زالت محور السياسة الاقتصادية العامة للدولة، من خلال توفير الشروط القانونية، المالية والتجارية لإنجاح دورها في الاقتصاد، وفق ما تفرضه تعاليم النموذج الاقتصادي المعتمد.

أولاً: هيكل ومقومات قطاع المؤسسات الاقتصادية الجزائري

يعتبر الإنتاج الصناعي الكثيف من بين أهم المؤشرات المستعملة في قياس تقدم وتطور الاقتصاديات، وذلك بفعل ما يوفره من قيمة مضافة كبيرة جداً للاقتصاد والمجتمع ككل، ولذلك سعت معظم دول الشمال إلى تطويره وجعله محور تنميتها ونهضتها الاقتصادية. وبالنسبة للجزائر فقد كان توجهها في بداية مرحلتها الاستقلالية في هذا المسعى، في إطار النهج الاقتصادي الاشتراكي، حيث ركزت على تنمية قطاع الصناعات المصنعة وتنويع وترقية مخرجاته. ثم بعد ذلك ومع تزايد حدة ظاهرة العولمة، وتوسع رقعة المنهج الرأسمالي واقتصاديات السوق، بدأ هذا القطاع يفقد شيئاً فشيئاً أهميته التي كان يحتلها في الاقتصاد الجزائري لصالح قطاعات أخرى.

وعليه فقد اعتمدت الجزائر في سياستها الصناعية الحديثة على تبني خيار المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كأسلوب لتنمية الإنتاج المحلي، حيث تم تحييد القطاع العام بصفة كبيرة من الحياة الاقتصادية، وتدعيم توسع القطاع الخاص في مختلف مجالات النشاط الاقتصادي. وقد أكد الإحصاء الاقتصادي الذي قامت به الجزائر سنة 2011 على هذا التوجه، حيث أفرز توزيعاً هيكلياً للمؤسسات الاقتصادية قائماً على تنمية المشاريع الإنتاجية الصغيرة والمتوسطة على حساب خيار الصناعات المصنعة (ONS, 2012, P-P : 11-17). ويمكن إبراز البناء الهيكلي لقطاع المؤسسات الاقتصادية في الجزائر من خلال الجدول الموالي:

الجدول رقم (1): التوزيع الهيكلي للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية إلى غاية نهاية 2018

عدد المؤسسات (النشطة) حسب الشكل القانوني	مؤسسة ذات مسؤولية محدودة	مؤسسة ذات الشخص الوحيد و ذات المسؤولية المحدودة	مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري	أخرى	المجموع
101051	68665	1204	23285	194205	

عدد المؤسسات حسب قطاع النشاط	إنتاج السلع	التوزيع بالجملة والتجزئة	الخدمات	التصدير والاستيراد	المجموع
324467	980047	810223	45039	2165892	

المصدر: المركز الوطني للسجل التجاري: *السجل التجاري: مؤشرات وإحصائيات*، 2018، صفحات متفرقة

تؤكد بيانات الجدول رقم (1) على سيطرة القطاع الخدمي على النسيج الصناعي الجزائري، حيث تعمل أكثر من 80% من المؤسسات الإنتاجية في قطاعي التوزيع والخدمات، في حين لا تتعدى نسبة المؤسسات المنتجة للسلع 15% من مجموع المؤسسات الاقتصادية المقيدة في السجل التجاري. ومن جهة أخرى فإن بيانات الجدول تشير إلى أن أكثر من 169716 مؤسسة من مجموع 194205 مؤسسة ناشطة (أي أكثر من 87%) هي من نوع المؤسسات ذات المسؤولية المحدودة أو ذات الشخص الوحيد، في حين لا يتعدى عدد المؤسسات العمومية 1204 مؤسسة، وهو ما يدل على هيمنة القطاع الخاص على النسيج المؤسساتي للاقتصاد الجزائري.

وقد انعكس هذا الخيار هيكل القيمة المضافة في الاقتصاد، وخاصة خلال السنوات الأخيرة، كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (2): تطور هيكل القيمة المضافة المحققة في الاقتصاد الوطني (نسبة مئوية من القيمة المضافة الإجمالية)

2018	2017	2016	2015	2014	
12.4	12.4	12.7	12.1	11.1	الزراعة
23.2	20.7	18.0	19.6	29.1	المحروقات
5.8	5.9	5.8	5.7	5.2	الصناعة
12.0	12.3	12.3	12.0	11.2	البناء والأشغال العمومية، والأشغال العمومية البترولية
27.1	27.2	28.7	28.4	26.2	خدمات تجارية
19.5	21.4	22.5	22.2	17.1	خدمات غير تجارية
100	100	100	100	100	مجموع القيمة المضافة

المصدر:

-ONS, la Direction Technique chargée de la Comptabilité Nationale(2016): *les comptes économiques de 2001 à 2015* (750), différentes pages.

-ONS, la Direction Technique chargée de la Comptabilité Nationale(2019): *les comptes économiques de 2015 à 2018* (861), différentes pages.

يتبين من خلال أرقام الجدول أن قطاع الخدمات، والمكون أساساً من مؤسسات صغيرة ومتوسطة، يسيطر على هيكل القيمة المضافة الإجمالية في الاقتصاد الوطني، حيث بلغ نسبة مساهمته في تكوين القيمة المضافة الإجمالية أكثر من 40% خلال السنوات الأخيرة، بل وصلت إلى أكثر من 50% خلال سنتي 2015 و 2016. وفيما عدا المحروقات، فإن القطاعات الإنتاجية تساهم في تكوين القيمة المضافة الإجمالية بنسب قليلة، وخاصة الصناعة التي لم تتجاوز حصتها من القيمة المضافة الإجمالية 6%. ونتيجة

لذلك فإن توزيع القيمة المضافة في الاقتصاد الجزائري بين القطاعين العمومي والخاص، يصب في مصلحة هذا الأخير الذي يهيمن على تكوينها الإجمالي والجزئي في أغلب القطاعات، كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (3): توزيع القيمة المضافة للمؤسسات الاقتصادية بين القطاع العمومي والخاص (نسبة مئوية من القيمة المضافة الإجمالية)

2018	2017	2016	2015	2014		
36.4	34.9	32.3	33.3	40.5	القطاع العمومي	القيمة المضافة الإجمالية
63.6	65.1	67.7	66.7	59.5	القطاع الخاص	
89,2	89,8	89,7	87,7	88,3	القطاع العمومي	المحروقات
10,8	10,2	10,3	12,3	11,7	القطاع الخاص	
92	89,5	91,5	92,1	91,4	القطاع العمومي	المناجم والمقالع
8	10,5	8,5	7,9	8,6	القطاع الخاص	
90,1	92	92,8	93,3	92,5	القطاع العمومي	الصناعات الحديدية، المعدنية، الميكانيكية والكهربائية
9,9	8	7,2	6,7	7,5	القطاع الخاص	
50,8	50,6	52,8	54	47	القطاع العمومي	مواد البناء
49,2	49,4	47,2	46	53	القطاع الخاص	
0.7	0.8	0.7	0.7	0.8	القطاع العمومي	الفلاحة، الغابات والصيد
99.3	99,2	99.3	99.3	99.2	القطاع الخاص	
16.6	16.7	16.9	17.8	17.7	القطاع العمومي	البناء والأشغال العمومية
83.4	83.3	83.1	82.2	82.6	القطاع الخاص	
15.5	16.4	17.3	17.2	152	القطاع العمومي	النقل والاتصالات
84.7	83.8	82.7	82.8	220	القطاع الخاص	
19.5	18.7	18.7	17.9	18.4	القطاع العمومي	الفندقة والإطعام
80.7	81.3	81.3	82.3	81.8	القطاع الخاص	
12.9	163,1	12.9	13.3	12.10	القطاع العمومي	الصناعات الغذائية
87,2	238,5	87.3	87,8	87.2	القطاع الخاص	
14.8	12.3	13.7	15.7	10.9	القطاع العمومي	صناعات الجلود والأحذية
85.4	87.9	86.5	84.5	89.3	القطاع الخاص	
5.10	7	5.8	5.9	5.5	القطاع العمومي	التجارة والتوزيع
94.1	94.0	94.2	94.1	95,5	القطاع الخاص	

المصدر: ONS, la Direction Technique chargée de la Comptabilité Nationale, OP-: Cit, Différentes pages.

تبين هذه النتائج أن مؤسسات الخواص استطاعت خلال الفترة 2010-2015 تقديم نسبة لا تقل عن 59% من القيمة المضافة الإجمالية السنوية في الاقتصاد الوطني، وهذا ما يدل على اعتمادها كبديل لمؤسسات الدولة في مختلف أوجه النشاط الاقتصادي. وبالفعل فإن التوزيع القطاعي للقيمة المضافة الوطنية يؤكد هيمنة القطاع الخاص على معظمها، وخاصة في قطاعي الفلاحة والتجارة والتوزيع التي لا تقل فيها مساهمة الخواص عن 94% من القيمة الإجمالية للقيمة المضافة المحققة على مستواها.

ثانيا: دراسة الأسواق الدولية القريبة من الجزائر

تمكنت العديد من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية من توفير منتجات متنوعة للسوق الوطنية، لدرجة تحقيق اكتفاء ذاتي في بعض من قطاعات الإنتاج، وهو ما يقود لإمكانية توسيع نشاطها التسويقي إلى أسواق أجنبية. وفي هذا الإطار تحيط بالجزائر بعض الأسواق المتاحة أمام المؤسسات الاقتصادية من أجل تدويل نشاطها، أهمها الأسواق المتواجدة على مستوى المنطقة الإفريقية، العربية والأوروبية.

أ. سوق غرب إفريقيا: تتكون سوق غرب إفريقيا من سبعة عشر (17) دولة أغلبها محيطة بالجزائر من الناحية الجنوبية، وهي من أكبر الأسواق الإفريقية، حيث بلغ عدد سكانها سنة 2018 أكثر من 381 مليون نسمة، إلا أن معدل الناتج المحلي بالنسبة للفرد على مستوى بلدانها في نفس السنة بلغ 1679 دولار وهو أقل من المستوى القاري، معبرا عن انخفاض القدرة الشرائية لأفرادها. وقد حققت الواردات الإجمالية لهذه السوق خلال سنة 2015 أكثر من 102 مليار دولار، (**Centre de données d'UNCTADSTAT**) وبالنسبة للاستيرادات الجزئية لبعض السلع المتوفرة إنتاجها في السوق الوطنية فيمكن تبيينها من خلال الجدول الموالي:

الجدول رقم (4): تطور واردات سوق غرب إفريقيا من بعض المنتجات (آلاف الدولارات الأمريكية)

2018	2010	
418565,525	478764,072	أجهزة التلفاز (حتى المرفقة بأجهزة أخرى)
2216776,338	1538752,928	أدوية للطب البشري والبيطري
458268,985	128919,458	الآلات الفلاحية (ما عدا الجرارات) أجزاء وقطع
429538,095	282864,394	الورق والكرتون
328548,384	193960,902	خضر طازجة، مجمدة ومحفوفة
194117,117	94206,776	فواكه طازجة ومجففة
38448,023	31892,496	الأجبان
43249,191	50165,421	زبدة ودهون الحليب الأخرى
280715,062	168645,525	مشروبات غير كحولية
113774,844	62141,87	القهوة وبدائل القهوة

المصدر:

Centre de données d'UNCTADSTAT, consulté le: 1103 2017, <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableView/tableView.aspx>

توضح بيانات الجدول أن معظم واردات دول غرب إفريقيا عرفت ارتفاعا كبيرا في قيمتها بين سنتي 2010 و 2018، وهو ما يؤكد على انتعاش الطلب على مستوى هذه السوق. وعلى الصعيد السلعي نلاحظ أن هذه الدول تستورد قيمة كبيرة من الأدوية

بلغت سنة 2018 أكثر من 2.2 مليار دولار، تليها بعد ذلك وارداتها من الآلات الفلاحية والورق والكرتون بقيمة 458.2 مليون دولار و 429.5 مليون دولار على التوالي. ويمثل هذا فرصة كبيرة للمؤسسات الجزائرية المنتجة لهذه السلع من أجل تصريفها في هذه السوق، خاصة مع قربها الجغرافي من بلادنا، والثقل السياسي والسمعة الاقتصادية الجيدة التي تتمتع بها الجزائر في هذه الدول.

ب. السوق العربية: تتكون هذه السوق من 22 دولة متوزعة بين قارتي إفريقيا وآسيا، وهي أقرب الأسواق الآسيوية جغرافيا بالنسبة للجزائر، وقد بلغ عدد سكانها سنة 2018 أكثر من 420 مليون نسمة، ووصل معدل الناتج المحلي بالنسبة للفرد على مستوى بلدانها في نفس السنة 6472 دولار وهو أكبر من المستوى المسجل في اقتصاديات آسيا النامية. وقد حققت الواردات الإجمالية لهذه السوق خلال سنة 2018 أكثر من 818 مليار دولار، (Centre de données d'UNCTADSTAT, OP-Cit) أما بالنسبة للاستيرادات الجزئية لبعض السلع المتوفرة إنتاجها في السوق الوطنية فيمكن تبينها من خلال الجدول الموالي:

الجدول رقم (5): تطور واردات سوق غرب آسيا من بعض المنتجات (آلاف الدولارات الأمريكية)

2018	2010		
222952,092	337483,523	أجهزة التلفاز (حتى المرفقة بأجهزة أخرى)	المنتجات المصنعة
16167610,07	11148217,78	أدوية للطب البشري والبيطري	
783015,03	730910,828	الآلات الفلاحية (ما عدا الجرارات) أجزاء وقطع	
6106909,245	5061306,743	الورق والكرتون	
4909044,814	4834566,795	خضر طازجة، مجمدة ومحفوظة	الخضر والفواكه
7306659,786	5146640,993	فواكه طازجة ومجففة	
2608065,376	2147990,534	الأجبان	المواد الغذائية
1036712,96	741196,665	زبدة ودهون الحليب الأخرى	
2207894,39	4246869,389	مشروبات غير كحولية	
1774098,307	1031616,274	القهوة وبدائل القهوة	

المصدر: Centre de données d'UNCTADSTAT, OP-Cit

تبين هذه الأرقام أن معظم واردات دول غرب آسيا عرفت ارتفاعا كبيرا في قيمتها بين سنتي 2010 و 2018، وهو ما يؤكد على تزايد الطلب على مستوى هذه الدول. وبالنسبة لبعض المجموعات السلعية فقد استوردت هذه الدول سنة 2018 قيمة كبيرة من أدوية الطب البشري والبيطري بلغت أكثر من 16 مليار دولار، تليها بعد ذلك وارداتها من الفواكه الطازجة والمجففة إضافة إلى الورق والكرتون بقيمة 7.3 مليار دولار و 6.1 مليار دولار على التوالي. وتعد هذه السوق امتدادا جغرافيا وثقافيا للجزائر، على اعتبار أن أغلب سكانها هم عرب ومسلمون، مما يمثل فرصة كبيرة للمؤسسات الجزائرية المنتجة لهذه السلع من أجل تصديرها إليها.

ت. سوق الاتحاد: تتكون سوق أوروبا المتقدمة من ست وثلاثين (36) دولة تقع أغلبها في شمال وغرب القارة الأوروبية، وهي أقرب الأسواق المتقدمة بالنسبة للجزائر، وقد بلغ عدد سكانها سنة 2018 أكثر من 513 مليون نسمة، في حين بلغ

معدل الناتج المحلي بالنسبة للفرد على مستوى بلدانها في نفس السنة بلغ 36408 دولار وهو من أكبر من المستويات في العالم، مؤكداً على القدرة الشرائية المرتفعة لأفرادها. وقد بلغت الواردات الإجمالية لبلدان هذه السوق خلال سنة 2018 أكثر من 6.7 تريليون دولار، (Centre de données d'UNCTADSTAT, OP-Cit) أما بالنسبة لاستيرادات بعض السلع التي تنتج بدائلها المؤسسات الجزائرية فيمكن إظهارها في الجدول التالي:

الجدول رقم (6): تطور واردات سوق الاتحاد الأوروبي من بعض المنتجات (آلاف الدولارات الأمريكية)

2018	2010		
3726383,211	5601810,216	أجهزة التلفاز (حتى المرفقة بأجهزة أخرى)	المنتجات المصنعة
207321863,7	187116983,8	أدوية للطب البشري والبيطري	
20134180,26	13652088	الآلات الفلاحية (ما عدا الجرارات) أجزاء وقطع	
54825427,23	54746806,18	الورق والكرتون	
30834668,85	26156675,12	خضر طازجة، مجمدة ومحفوظة	الخضر والفواكه
54000718,5	38157852,37	فواكه طازجة ومجففة	
21017313,46	16717953,79	الأجبان	المواد الغذائية
6294599,071	3722273,635	زبدة ودهون الحليب الأخرى	
10825461,91	7856234,679	مشروبات غير كحولية	
20293620,95	16258532,41	القهوة وبدائل القهوة	

المصدر: Centre de données d'UNCTADSTAT, OP-Cit

تؤكد هذه البيانات على الارتفاع الكبير لواردات دول أوروبا المتقدمة بين سنتي 2010 و2018، وهو ما يشير إلى الطلب الواسع الذي توفره هذه السوق. وبالنسبة للواردات الجزئية لهذه السوق، فنلاحظ أنها استوردت خلال سنة 2018 قيمة مرتفعة جدا من أدوية الطب البشري والبيطري بلغت أكثر من 207 مليار دولار، تليها بعد ذلك وارداتها من الورق والكرتون إضافة إلى الفواكه الطازجة والمجففة بقيمة 54.8 مليار دولار و54 مليار دولار على التوالي. وعلى الرغم من صعوبة الدخول والتنافس على مستوى السوق الأوروبية، إلا أنها تمثل فرصة حقيقية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية المصدرة من أجل تدويل نشاطها، نتيجة لقربها الجغرافي، وسهولة التواصل الثقافي والاجتماعي مع مستهلكيها، ناهيك عن الارتفاع الكبير لمستويات الطلب بها.

المحور الثالث: مقومات تدويل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية المساعدة على تنويع هيكل الصادرات

يعد تنويع هيكل الصادرات التحدي الأكبر للسياسة الاقتصادية الجزائرية، حيث تعاني الصادرات الوطنية من تركيز سلب في قطاع المحروقات، وهو ما يجعل أداء الاقتصاد الكلي رهين تقلبات أسعار سلع هذه المجموعة في البورصات الدولية. وفي هذا الإطار فإن تدويل نشاط المؤسسات الجزائرية العاملة في قطاعات خارج المحروقات، من شأنه أن يساهم في الخروج من هذه الوضعية الصعبة التي يعاني منها الاقتصاد الوطني، خاصة وأن إمكانيات التصدير متوفرة لديها، وفي مختلف الاتجاهات التسويقية.

أولاً: هيكل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية المصدرة

يعتبر مستوى التدويل الاقتصادي في قطاع المؤسسات الجزائرية المنتجة منخفضاً جداً، حيث لا يتعدى مرحلة التصدير نتيجة لغياب استراتيجيات واضحة من قبل هذه المؤسسات لتحويل نشاطها الإنتاجي إلى أسواق أجنبية، وبالتالي تكتفي هذه المؤسسات بتدويل النشاط التجاري من خلال عملية التصدير. وفي دراسة أعدتها الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة سنة 2019 بلغ عدد المؤسسات الاقتصادية الجزائرية المصدرة 1221 مؤسسة، موزعة على مختلف ميادين النشاط الاقتصادي كما هو مبين في الجدول الموالي: **الجدول رقم (7): المؤسسات الاقتصادية الجزائرية المصدرة حسب ميدان النشاط**

ميدان النشاط	عدد المؤسسات	أهم السلع المصدرة
منتجات الثروة الحيوانية والمنتجات الزراعية	386	التمور، الخضر من أهمها البطاطا، الفواكه من أهمها الزيتون والمشمش
منتجات الصناعة الغذائية	176	مشروبات طبيعية وغازية، القهوة، الزيوت النباتية، الأجبان، البسكويت والحلويات
منتجات الصيد	43	الأسماك، فواكه البحر، الروبيان
منتجات منجمية	19	الرخام وبعض المنتجات القليلة الأخرى
منتجات طاقة ومنتجات ببتروكيمياوية	14	الغاز الطبيعي وغاز البوتان، الطاقة الكهربائية، الأسمدة
منتجات كيميائية، تجميلية، صيدلانية وبيطرية	71	أدوية للاستعمالات البشرية، زيوت نباتية للتجميل، عطور ومواد التنظيف
منتجات بلاستيكية، مطاطية وزجاجية	87	أشرطة تصوير بلاستيكية، قنينات زجاجية وبلاستيكية، صحن وملاعق بلاستيكية وزجاجية
منتجات الحديد والصلب	49	منتجات الزنك والنحاس والحديد، أنابيب معدنية، مضخات وصمامات.
النفايات المعدنية وغير المعدنية	28	نفايات نحاسية، حديدية، ونفايات الرصاص والبطاريات
تجهيزات، وسائل ومنتجات الصناعة الميكانيكية	20	قطع غيار المعدات الميكانيكية الفلاحية، قطع غيار خفيفة للسيارات مثل صفائح الفرامل والمصافي
تجهيزات ومواد كهربائية والإلكترونية	58	أجهزة التلفاز والمستقبلات الرقمية والأدوات المرافقة، التلاجات والغسالات، الكوابل الكهربائية، المصابيح الكهربائية
مواد البناء والخزف	40	الخزف الصحي، البلاط، الجبس
فلين ومواد خشبية	47	الفلين ومشتقاته، تجهيزات المكاتب الخشبية
ورق وكرتون	53	نفايات الورق والكرتون، مستلزمات ورقية مكتبية
إنتاج وفنون الرسم	4	الكتب
منتجات جلدية	37	أحذية، جلود الأغنام والأبقار
منتجات النسيج	36	البسة منزلية ومهنية، قماش وأغطية
منتجات الحرف	5	مصنوعات خزفية، حلي وملابس تقليدية
تجارة متنوعة وتصدير واستيراد	48	توزيع منتجات متنوعة

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على: **Chambre Algérienne De Commerce Et D'industrie (2019):Fichier Des Exportateurs Algériens,Différentes pages.**

يتضح من خلال هذا الجدول أن المؤسسات الاقتصادية الجزائرية المصدرة تتوزع على مختلف القطاعات الإنتاجية، بالإضافة إلى أن منتجاتها المعروضة للتصدير متنوعة إلى حد مقبول، حيث تنشط النسبة الأكبر منها على مستوى قطاعي الفلاحة والصناعات الغذائية، كما فاق عدد المؤسسات المصدرة عتبة 50 مؤسسة في كل من قطاع المنتجات البلاستيكية، المطاطية والزجاجية، وقطاع المنتجات الكيماوية، التجميلية، الصيدلانية والبيطرية، وقطاع التجهيزات والمواد الكهربائية والالكترونية. لكن وبالمقابل فإن الواقع التجاري يثبت أن نسبة الصادرات الوطنية خارج المحروقات هي منخفضة جدا، وهذا راجع إلى أن أغلب منتجات هذه المؤسسات المدوّلة النشاط تتسم بانخفاض مستوى الكثافة التكنولوجية لها، وهو ما يسبب تدني أسعارها في الأسواق الدولية، ناهيك عن انخفاض حجم إنتاجها الموجه للتصدير.

ثانيا: المزايا الجمركية التي توفرها الأسواق القريبة من الجزائر

تعطي الواجهات التجارية الإفريقية، العربية والأوروبية للجزائر فرصا كبيرة لتدويل نشاط مؤسسات الاقتصادية المنتجة، حيث أن القرب من الأسواق يعد من أهم العوامل المؤثرة على مردود استراتيجيات التدويل. إلا أن العوائق الجمركية تلعب هي الأخرى دورا معتبرا في تحديد الاتجاهات الجغرافية لتسويق المنتجات، ولهذا تبحث المؤسسات الاقتصادية دائما عن النشاط في الأسواق التي تطبق فيها تعريفات جمركية منخفضة مقارنة بالأسواق الأخرى.

وندرج في الجدول الموالي معدلات التعريفات الجمركية المطبقة وفقا لنظام الدولة الأكثر رعاية من طرف أهم بلدان أسواق كل من غرب إفريقيا، غرب آسيا وأوروبا المتقدمة:

الجدول رقم (8): معدلات التعريفات الجمركية المطبقة على الواردات في أهم البلدان على مستوى سوق غرب إفريقيا، سوق غرب آسيا وسوق الاتحاد الأوروبي لسنة 2018 (%)

المنتجات المصنعة أخرى	آلات ومعدات النقل	المنتجات الكيماوية	المنتجات المصنعة	المواد الخام والمعدنية	المنتجات المصنعة الخام والمعدنية		
16.06	8.54	7.94	12.49	8.84	12.3	مالي	غرب إفريقيا
15.83	8.41	7.37	12.31	8.43	12.18	السنغال	
15.31	8.56	6.72	11.69	7.31	11.48	نيجيريا	
15.82	8.39	7.36	12.24	7.94	12.08	كوديفوار	
15.56	7.71	6.9	11.83	7.69	11.65	غانا	
12.31	5.27	5.79	9.26	4.92	9.05	المغرب	الدول العربية
17.89	8.62	5.78	13.05	4.67	12.63	مصر	
13.24	8.11	1.32	9.51	6.72	9.4	الأردن	
4.89	4.25	4.49	4.65	4.75	4.66	الإمارات العربية	
4.89	4.25	4.52	4.66	4.8	4.66	السعودية	
4.55	2.15	4.69	4.01	1.58	3.86	الاتحاد الأوروبي	

المصدر: Centre de données d'UNCTADSTAT, OP-Cit

يتبين من خلال هذا الجدول أن السوق الأوروبية تقدم تعريفات جمركية على الاستيراد جد منخفضة مقارنة مع أهم اقتصاديات السوقين الغرب إفريقية والعربية، حيث لا تتجاوز معدلات الرسوم الجمركية 4.69% في بلدان الاتحاد الأوروبي، في حين تتجاوز 10% في أغلب بلدان غرب إفريقيا والبلدان العربية. أما بالنسبة للمكونات الجزئية فتبقى دول الاتحاد الأوروبي تطبق تعريفات أقل بالنسبة لكل المجموعات السلعية، وخاصة المواد الخام والمعدنية، ما عدا المنتجات الكيميائية، التي تطبق الأردن رسماً جد منخفض على استيراداتها منها، في حين أن كلا من المغرب ومصر تخفضان نسب رسوم استيراداتها من المواد الخام والمعدنية، والإمارات العربية والسعودية فتعطيان تعريفات منخفضة على استيراداتها من آلات ومعدات النقل. أما بالنسبة لبلدان غرب إفريقيا فنجد أنها تطبق تعريفات مرتفعة على أغلب وارداتها، وخاصة المنتجات المصنعة التي تصل التعريفات المطبقة عليها إلى أكثر 15%.

ومن هنا يمكن القول أن سوق الاتحاد الأوروبي تقدم أفضل المزايا الجمركية بالنسبة للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية المصدرة، إلا أنها تتميز بصعوبة الدخول إليها نتيجة للحواجز القانونية والاجتماعية المطبقة بها، ناهيك عن شدة المنافسة مع المؤسسات المحلية والأجنبية على مستواها. وبالمقابل نجد أن السوق العربية هي أحسن من السوق غرب إفريقيا لتنفيذ استراتيجيات تدويل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، نتيجة للتخفيضات الجمركية التي تقدمها على وارداتها والتي تتسم بالتنوع حسب قطاعات الإنتاج، إضافة إلى انخفاض درجة المنافسة على مستواها، وهو ما يمكن المؤسسات الوطنية من اختراقها بمزايا تنافسية كافية.

ثالثاً: قيمة الصادرات السلعية الجزائرية الجزئية نحو الأسواق القريبة

نمت في الاقتصاد الجزائري في السنوات الأخيرة العديد من الصناعات في مختلف القطاعات الاقتصادية، حيث تعددت المؤسسات الاقتصادية التي تستطيع تقديم بدائل حقيقية عن الواردات، مغطية بذلك الطلب المحلي بالنسبة لبعض المجموعات السلعية. ويعد هذا، من الناحية النظرية، مؤشراً على اكتساب المؤسسات الإنتاجية الوطنية خبرة كافية تؤهلها لتسطير خطط استراتيجية لاختراق الأسواق العالمية، وكما رأينا سابقاً فإن أغلب المؤسسات الجزائرية المالكة لقدرات تصديرية تنشط في مجال الصناعات الخفيفة مثل المنتجات الغذائية والألبسة، وكذا في قطاعات الصناعات الاستخراجية، وهو ما يمثل أهم أنواع الصادرات التي يمكن أن يوفرها الاقتصاد الوطني.

وفي هذا الإطار فقد كانت للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية المدولة تجارب تصديرية في الأسواق المجاورة، إلا أنه وعلى الرغم من ذلك مازال الاقتصاد الجزائري يعاني من تركيز كبير لصادراته في قطاع المحروقات، مما يعكس وجود مشاكل معوقة على مستوى التوجه الجغرافي والهيكل لصادرات المؤسسات الوطنية العاملة خارج قطاع المحروقات. ومن خلال الجدول الموالي يمكننا التعرف على أهم المنتجات المصدرة من طرف المؤسسات الاقتصادية الجزائرية إلى الأسواق المجاورة:

الجدول رقم (9): قيم أهم أنواع الصادرات الجزائرية الموجهة إلى سوق غرب إفريقيا، السوق العربية وسوق الاتحاد الأوروبي خلال سنة 2018 (آلاف الدولارات الأمريكية)

سوق غرب إفريقيا		السوق العربية		سوق الاتحاد الأوروبي	
كل المنتجات	128396,047	كل المنتجات	2299108,431	كل المنتجات	23726433,9
محروقات	42829,033	محروقات	1993390,637	محروقات	22755513,9 3
سكر ومشتقاته	60047,024	سكر ومشتقاته	157902,781	منتجات كيميائية غير عضوية	388799,954
مشروبات غير كحولية	7015,136	منتجات كيميائية غير عضوية	18964,57	أسمدة	260814,91
آلات صناعة النسيج وجلود	3254,116	زجاج	16183,282	سكر ومشتقاته	51820,92
فواكه طازجة ومجففة	2673,369	تجهيزات توزيع الكهرباء	12556,406	فواكه طازجة ومجففة	31688,582
منتجات ومستحضرات غذائية	1594,824	فواكه طازجة ومجففة	8883,202	آلات وأجهزة للاستخدام المنزلي	27240,092

المصدر: Centre de données d'UNCTADSTAT, OP-Cit

من خلال قراءتنا لبيانات هذا الجدول نستطيع تبين الأهمية الكبيرة للسوق الأوروبية بالنسبة لجهاز التصدير الوطني، حيث تجاوزت الصادرة الموجهة إليها 23 مليار دولار، مرتفعة بنسبة هائلة عن قيمة الصادرات الموجهة إلى كل من السوق العربية التي لم تتجاوز 2.3 مليار دولار، وسوق غرب إفريقيا التي لم تتجاوز 130 مليون دولار، ويمكن إرجاع ذلك إلى حجم اقتصاديات الاتحاد الأوروبي التي تتميز بطلب كبير جدا، مقابل ضآلة هذا الطلب على مستوى السوق العربية وخاصة سوق غرب إفريقيا. ولكن بالمقابل تتميز الصادرات الموجهة إلى الدول الأوروبية المتقدمة بتركز شديد في قطاع المحروقات يقارب 96% من الصادرات الإجمالية، وكذلك الحال بالنسبة للصادرات الموجهة إلى الدول العربية إلا أنها بنسبة أقل في حدود 86.7%، في حين أن الصادرات الموجهة لدول غرب إفريقيا لا تهيمن عليها المحروقات، حيث لم تتجاوز حصتها 33.36%. أما بالنسبة للتوزيع القطاعي للصادرات خارج المحروقات، فنلاحظ أن المنتجات المصدرة إلى سوق غرب إفريقيا هي أغلبها منتجات غذائية وفلاحية، وخاصة في قطاعي السكر ومشتقاته والمشروبات غير الكحولية، وكذلك الحال تقريبا بالنسبة للسوق العربية حيث تحتل صادرات السكر ومشتقاته المرتبة الأولى بين المنتجات المصدرة الأخرى، تليها صادرات المنتجات الكيميائية غير العضوية، في حين تسيطر صادرات هذه الأخيرة وكذا صادرات الأسمدة على سلة المنتجات الموجهة إلى السوق الأوروبية.

الخاتمة:

يعتبر الاقتصاد الجزائري من أكثر الاقتصاديات النامية ارتباطا بقطاع المحروقات، حيث تتركز معظم صادراته في مخرجات هذه الشعبة الإنتاجية، إضافة إلى أن أغلبها موجهة إلى الاقتصاديات المتقدمة، وهو ما يؤثر كذلك على تركيزها الجغرافي. وفي هذا الإطار نجد أن أداء التجارة الخارجية الجزائرية لا تتحكم فيه المتغيرات المحلية، وإنما هو مرتبط بظروف البيئة المحيطة بالأسواق الدولية، والتي تسير من طرف البلدان الكبرى. وعلى الرغم من امتلاك الجزائر لمقومات معتبرة للنهوض الاقتصادي، إلا أن البنية الهيكلية للاقتصاد الوطني لا زالت متخلفة، ولم تستفد بعد من المركز الجغرافي الاستراتيجي الذي تحتله، ولا من التطور الاقتصادي السريع الذي تعرفه معظم الاقتصاديات المتقدمة والنامية المحيطة بها. حيث يعطي هذا الموقع الجغرافي للمؤسسات الإنتاجية الوطنية إمكانيات كبيرة لتقوية العلاقات الاقتصادية المربحة لها مع شركائها الأجانب، والاستفادة من فرص التوسع التجاري المتاحة على مستوى الأسواق المجاورة. وعليه فإن تدويل المؤسسات الاقتصادية أصبح خيار متاحا للجزائر في إطار سعيها لتنويع اقتصادها، وإخراجها من التبعية الهيكلية والجغرافية.

وقد حاولنا من خلال موضوع دراستنا هذه إبراز إمكانيات وفرص تدويل المؤسسات الإنتاجية العاملة في الاقتصاد الجزائري المساعدة على تطوير بنيته الهيكلية، إضافة إلى التعرف على دوره في دعم سياسة ترقية الصادرات الوطنية، وقد خرجنا بعدد من النتائج نبورها في النقاط التالية:

- تعتبر عملية تدويل المؤسسة الاقتصادية عن تلك السيورة من العمليات التحضيرية على المستوى المالي والتسويقي، والتي يكون الغرض منها الهروب من قيود وخصائص السوق المحلية، واستهداف سوق أجنبية أو أكثر من أجل رفع مردودية نشاطها التجاري. وعلى المستوى العملي فإن استراتيجيات التدويل تبنى على أساس اكتشافات تدرجية للفرص المتاحة على مستوى الأسواق الأجنبية، أو من خلال تنمية علاقات تجارية تشاركية مع مؤسسات عاملة في نفس الشبكات الصناعية، أو عن طريق اختراق الأسواق الأجنبية المستهدفة باستثمارات إنتاجية بها؛

- ساهمت التدابير التشريعية المتخذة من قبل الجزائر منذ بداية التسعينات، في إطار التوجه بالاقتصاد الوطني من الاعتماد على النهج الاشتراكي إلى الاعتماد على النهج الرأسمالي، في توسيع حصة الخواص في قطاع المؤسسات الاقتصادية. وعليه تهيمن المؤسسات الخاصة على النسبة الغالبة من الإنتاج الوطني، إلا أن توزيعها القطاعي موجه أكثر لقطاعات الخدمات، كما أن مستويات تدويلها لا تتعدى مرحلة التصدير، وهو ما ساهم في بقاء الاقتصاد الوطني دون مستويات التطور الصناعي المطلوبة لترقية بنيته الهيكلية؛

- تتوفر أمام الاقتصاد الجزائري واجهات تسويقية قريبة ومهمة، تتمثل أساسا في سوقين ناميتين هما سوق غرب إفريقيا والسوق العربية، وسوقا متقدمة هي سوق الاتحاد الأوروبي، وهو ما يعطي إمكانيات كبيرة للتوسع التجاري للمؤسسات الوطنية. وفي هذا الإطار تقدم السوق الأوروبية مزايا جمركية مهمة مقارنة بالسوقين العربية وغرب إفريقيا، إلا أنه بالمقابل تتميز بصعوبة الدخول والتواجد إليها نتيجة لشدة المنافسة التي تفرضها الشركات الأوروبية والأجنبية على مستواها؛

- تعتبر السوق الأوروبية سوقا استراتيجية بالنسبة للمنتجات الجزائرية بالنظر إلى قيمة الصادرات الكبيرة الموجهة إليها، إلا أنها تتميز بتركز شديد في قطاع المحرقات يليها قطاع المنتجات الكيماوية والأسمدة، وبالمثل بالنسبة للسوق العربية حيث تمثل صادرات

المحروقات أكثر من 86% من الصادرات الجزائرية الإجمالية الموجهة إليها، تليها منتجات السكر ومشتقاته والمنتجات الكيميائية. وعلى العكس من ذلك نجد أن الصادرات الجزائرية الموجهة إلى سوق غرب إفريقيا لا تهيمن عليها منتجات المحروقات، بل تغلب عليها المنتجات الغذائية والفلاحية، وهو ما يجعلها سوقا استراتيجية للمؤسسات الجزائرية للقيام بعملية تدويل نشاطها الإنتاجي، والمساهمة في رفع درجة تنوع الصادرات الوطنية بالتبعية.

وبناء على هذه النتائج يمكننا الحكم على الفرضيات الموضوعة للدراسة، حيث تبين من منطوق النتيجة الثانية أنها صحيحة، حيث لم يتعدى مستوى تدويل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية درجة التصدير إلى الخارج، وبالمثل فقد أثبتت النتيجة الرابعة أن الفرضية الثانية صحيحة، حيث أن القيام بتدويل نشاط المؤسسات الجزائرية من خلال ما تمنحه السوق الأفريقية من مميزات يساهم بالضرورة الحتمية في ترقية هيكل الصادرات الوطنية.

وعلى أساس النتائج المتوصل إليها واختبار الفرضيات المطروحة، يمكن اقتراح التوصيات التالية:

- يعتبر تدويل المؤسسات الاقتصادية خيارا حتميا في الجزائر، ولذلك يتوجب على السلطات الوطنية دعم ومرافقة المؤسسات الإنتاجية التي تتبناه وتذليل العقبات أمامها من أجل رفع قدراتها الإنتاجية والتجارية وتنمية الاقتصاد الوطني بالتبعية؛
- تحتل الجزائر موقعا جغرافيا استراتيجيا وهو ما يتيح للمؤسسات الاقتصادية الوطنية واجهات تسويقية متعددة في الخارج، ولذا يتوجب على السلطات الجزائرية دعم ومساعدة المؤسسات الجزائرية المصدرة على تسويق منتجاتها في الأسواق المجاورة، بما يساهم في ترقية المبادلات التجارية الدولية للاقتصاد الجزائري هيكليا وجغرافيا؛
- تتوفر الجزائر على مقومات إنتاجية كبيرة وغير مستغلة بالشكل اللازم، مما يدعو إلى تشجيع الاستثمار في القطاعات الإنتاجية ذات القيمة المضافة المرتفعة، والطلب العالمي المتزايد، وكذا تسهيل التوسع الخارجي للمنتجين المحليين ودعم قدراتهم على الوصول إلى الأسواق الأجنبية.

قائمة المصادر المراجع:

■ المراجع باللغة العربية:

المركز الوطني للسجل التجاري: السجل التجاري: مؤشرات وإحصائيات، 2018، صفحات متفرقة.
شوقي جباري، حمزة العوادي: تدويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية بين فرص النجاح
ومخاطر الفشل. مجلة أداء المؤسسات الجزائرية العدد رقم 04، 2013، ص 101.
■ المراجع باللغات الأجنبية:

Centre de données d'UNCTADSTAT, disponible sur le site :

<https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx>, consulté le:

11/01/2020.

Chambre Algérienne De Commerce Et D'industrie : Fichier Des Exportateurs Algériens, 2019, (différentes pages).

Gérard CAZABAT : *Internationalisation de la petite entreprise (PE) Une nouvelle représentation organisationnelle: La facilitation d'internationalisation*. THÈSE pour obtenir le grade de : Docteur du Conservatoire National des Arts et Métiers Discipline/ Spécialité : SCIENCES DE GESTION, ÉCOLE DOCTORALE, Abbé Grégoire (ED 546), Laboratoire Interdisciplinaire de Recherche en Sciences de l'Action (LIRSA EA 4603), 2014, p-p : 57-59.

Josée ST - PIERRE, Jean-Louis PERRAULT : *Mondialisation et PME L'internationalisation des activités comme solution*. Document de réflexion et compte rendu de discussions avec des dirigeants de PME manufacturières, Laboratoire de recherche sur la performance des entreprises, 2009, p9.

LilaDOUADI : *L'internationalisation des entreprises et les stratégies marketing*. Thèse de doctorat, université Mouloud MAMMERI Tizi Ouzou, (soutenue le : 10 mai 2015), 2015, p 55.

Matthieu CROZET, Lionel FONTAGNE : *L'internationalisation des entreprises : une analyse microéconomique de la mondialisation*. Économie Et Statistique (435–436), 2010, p 3.

Nadine LEVRATTO, Maarouf RAMADAN : *L'internationalisation des PME dans les pays en développement: un modèle conceptuel des PME libanaises*. « La vulnérabilité des TPE et des PME dans un environnement mondialisé », 11^{es} Journées scientifiques du Réseau Entrepreneuriat, INRPME, Trois-Rivières, Canada, (27, 28 et 29 mai 2009), 2009, p 6.

ONS, la Direction Technique chargée de la Comptabilité Nationale: *les comptes économiques de 2001 à 2015 (750)*, 2016, (différentes pages).

ONS, la Direction Technique chargée de la Comptabilité National: *les comptes économiques de 2015 à 2018* (861), 2019, (différentes pages).

ONS:*Premier recensement économique – 2011 – Résultats définitifs de la première phase.* Collections Statistiques, Série E : Economie N° 69, 2012,P-P : 11-17.

ThierryJOUAN (2017): *techniques et management des opérations de commerce international.* 2017, disponible sur le site :<https://tamifamadagascar.files.wordpress.com/2011/06/techniques-et-management-du-commerce-internnational.pdf> ,Consulté le: 11/03/2017.