

عراقيل تصدير المنتجات غير النفطية في الجزائر:

دراسة ميدانية لمدارك مديري الشركات المصدرة

***Export barriers of non-oil products in Algeria:
An empirical study of export barriers perceived by exporters***

د. عامر ملايكية

قسم علوم التسيير

جامعة سوق أهراس

الملخص:

يعرض هذا المقال نتائج دراسة ميدانية تمت في إطار مشروع بحث جامعي معتمد هدف إلى التعرف على أهم معوقات التصدير خارج قطاع المحروقات في الجزائر حيث تم اختبار خمس وثلاثين معوقا من معوقات تصدير المنتجات غير النفطية على عينة قوامها أربع وثلاثين مؤسسة مصدرة ناشطة في تسع قطاعات صناعية مختلفة. توصلت الدراسة الاستقصائية إلى تحديد ثلاث فئات كبرى للعقبات التي تواجه المصدرين الجزائريين تتمثل في العراقيل الهيكلية التنظيمية ومعوقات ضعف القدرات التنافسية للمؤسسات الجزائرية والعراقيل المرتبطة بالبيئة المحلية. كما أظهرت النتائج عدم تحسن قدرة المصدرين الجزائريين في التغلب أو التخفيف من حدة العقبات الخارجية رغم الخبرات التسويقية التي يتمتعون بها. **الكلمات المفتاحية:** التصدير، عراقيل التصدير، المنتجات غير النفطية، التسويق الدولي، السلوك التصديري للمؤسسات، التنافس في الأسواق الخارجية.

Abstract:

The study aims to identify the most significant barriers export of non-oil products in Algeria. After a review of literature, Thirty-five barriers export tested on a sample of thirty-four Algerian exporter. The survey results identify three categories of obstacles encountered by Algerian exporters, the first includes the structural and organizational barriers, the second is the low competitiveness of Algerian enterprises and the last one includes the external barriers. The results also showed a lack of improvement in the ability of Algerian exporters to overcome external obstacles.

Keywords: export, export barriers, non-oil products, international marketing, export behavior, international competition.

مقدمة:

أدركت الجزائر منذ أزمة النفط الثانية سنة 1986 خطورة الاعتماد على مصدر وحيد للإيرادات المالية المتمثل في النفط، ورغم أنها لم تتعلم من الدرس، إلا أنها منذ ذلك الحين حاولت زيادة الاهتمام بالمصادر غير النفطية التي تنسم بالاستدامة والأمان، ويأتي قطاع التصدير في مقدمة تلك المصادر التي تعول عليها الجزائر في تأمين استدامة الإيرادات المالية.

تكتسب الجزائر مقدرات هامة من الناحية الإستراتيجية تخولها لأن تكون بلدا مصدرا للكثير من المنتجات غير النفطية، وفي الكثير من الأسواق الخارجية، وبالنظر إلى موقعها الجغرافي يفترض منها أن تكون بوابة للسوق الإفريقية ومعبرا للسوق الأوربية وممرا للتجارة البينية العربية والآسيوية. ومما لا شك فيه أن تنمية الصادرات غير النفطية أصبح خيارا استراتيجيا للجزائر يُمكنها التحول من اقتصاد الريع إلى الاقتصاد المنتج الذي يضمن معدلات عالية من النمو ويوفر مستويات جيدة لمعيشة المواطنين. وذلك يتطلب منها زيادة الانفتاح الاقتصادي و تعزيز فرص التبادل التجاري و تذليل العراقيل التي تصادفها الصناعات غير النفطية.

وتظهر ضرورة الإسراع في التحول إلى تنوع الصادرات الجزائرية إلى الكثير من العوامل المعاصرة، منها ما يصنف ضمن العوامل الكلية التي أثرت بشكل مباشر على قطاع المحروقات مثل: التذبذب الكبير في أسعار النفط، زيادة وتائر التحرر الاقتصادي، التطور العلمي والتكنولوجي، الاهتمام بقضايا المحافظة على البيئة، زيادة الضغوط التنافسية وعمولة الكثير من الصناعات والأسواق. ومنها ما يصنف ضمن العوامل الجزئية المرتبطة بالمؤسسة الاقتصادية مثل: البحث عن أسواق جديدة، زيادة الاهتمام بالأسواق الخارجية، تنمية مصادر الطلب على المنتجات الجزائرية، الاستفادة من الإجراءات المحفزة على التصدير، و تحقيق وفورات الحجم الكبير بالتوجه إلى الأسواق العالمية.

وقد سعت الجزائر إلى تشجيع صادراتها من المنتجات غير النفطية التي لا تتجاوز نسبتها في الوقت الراهن 4% من مجمل الصادرات الجزائرية، وهي نسبة ضعيفة بكل المقاييس. ولتدارك هذا الوضع اتخذت الحكومات المتعاقبة، منذ بداية التسعينيات من القرن الماضي، سلسلة من التدابير والإجراءات الاقتصادية تهدف إلى ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات وحفز المؤسسات الاقتصادية الجزائرية على الاهتمام بالأسواق الخارجية وتشجيعها على التصدير، ولكن يبدو أن الأمور تتطور ببطء حيث مازالت الشركات المصدرة تعاني من الكثير العراقيل التي تكبح نشاطها التصديري.

حظيت عراقيل التصدير، كما يتصورها مديرو الشركات المصدرة وغير المصدرة على السواء، باهتمام كبير في أدبيات التسويق الدولي والإدارة الدولية خلال العقود الثلاثة الأخيرة على الصعيدين النظري والميداني. وقد أسهمت النتائج المستخلصة من الدراسات الميدانية التي أجريت في هذا المجال في تعميق فهمنا لمختلف المشاكل والتحديات التي تواجه المصدرين عبر كامل حلقات سلسلة التصدير، حيث زودتنا بقائمة طويلة من العراقيل صُنفت بطرائق عديدة في مجموعات أخذت مسميات مختلفة. لكن ما يؤخذ على هذه الأعمال البحثية أن غالبيتها العظمى تركزت بشكل أساسي على تحري مدارك مديري الشركات الناشطة في البلدان الصناعية الغربية، وبالأخص أمريكا الشمالية وأوروبا الغربية، بينما ظلت البحوث حول عراقيل التصدير في سياق البلدان النامية والصاعدة التي أمكننا الاطلاع عليها قليلة نسبيا. الأمر الذي خلف فراغا باديا للعيان في الأدبيات حول السلوك التصديري للمنشآت كان مثار النقاش والاعتراض، ذلك أن النتائج التي أفضت إليها هذه البحوث تخص السياقات الخاصة بالبلدان المتقدمة؛ ولا تقبل التعميم على كافة المؤسسات في البلدان النامية التي تشغل - كما نعلم - في سياقات تحكمها ضوابط وأنظمة قانونية واقتصادية واجتماعية

ثقافية مختلفة؛ ولها خصوصياتها البنيوية. ولذلك ظهرت أصوات مسموعة عديدة بين المختصين في السنين الأخيرة تُؤكد على ضرورة إكمال العقد والوصول إلى قاعدة نظرية مشتركة في هذا الميدان بتوسيع البحوث إلى البلدان النامية؛ وتدعو فيها الباحثين إلى إعادة توجيه بحوثهم في المستقبل نحو العراقيل التي تعترض المصدرين في البلدان النامية.

تهدف هذه الدراسة إلى المساهمة في سد جزء من هذا الفراغ في أدبيات التصدير؛ وذلك بتحري العراقيل المدركة التي تواجه المصدرين الصناعيين خارج قطاع المحروقات في الجزائر، هذا البلد النامي حديث العهد بالتصدير. وهي تسعى بالتحديد إلى تحقيق هدفين رئيسيين في هذا المضمون: الأول، التعرف على أهم العراقيل التي تعترض المؤسسات الصناعية المحلية المصدرة للمنتجات غير النفطية بتصنيفها حسب أهميتها (أو قوتها الكابحة) في نظر مديريها، والثاني النظر إن كانت هذه العراقيل المدركة تختلف باختلاف المؤسسات من حيث بعض الخصائص منها: الحجم، قطاع النشاط، الخبرة في ميدان التصدير ودرجة الانخراط في هذا النشاط. و لتحقيق هذه الأهداف أجرى الباحث دراسة مسحية على عينة من الشركات المصدرة الناشطة في 9 قطاعات صناعية بلغت 35 شركة من مختلف أنحاء الوطن (أجريت خلال الفترة الممتدة بين مايو وسبتمبر من عام 2012) تم فيها استطلاع آراء مديريها حول تصوراتهم للعوائق التي تواجه مؤسساتهم عبر كامل مراحل عملية التسويق الخارجي و ذلك بناء على استبيان مهيكّل أُعدّ مسبقاً لهذا الغرض.

وتأتي أهمية هذا البحث، بالإضافة إلى إسهامه في إثراء النقاش الجاري في الأدبيات حول عراقيل التسويق الخارجي بوجه عام، من عاملين آخرين. الأول، قلة الدراسات الميدانية التي تناولت عراقيل التصدير في الجزائر رغم أهمية هذا الموضوع و راهنتيه في ظل تنامي انشغال قومي عام في العقد الأخير بمخاطر تبعية الاقتصاد الجزائري لقطاع المحروقات؛ والمسعى الحثيثة التي تبذلها السلطات الجزائرية من أجل تطوير الصادرات غير النفطية. والعامل الثاني يتمثل في حاجة الجهات الرسمية المسؤولة عن التصدير في الجزائر إلى فهم كيف يتصور مديرو الشركات المحلية العوائق والقيود التي تواجه نشاطهم التصديري كي يتسنى لها وضع سياسة وطنية و برامج مناسبة لدعم و تحفيز التصدير من شأنها أن تساعد في التغلب على هذه العراقيل، بإزالتها أو التخفيف من آثارها السلبية على نشاطاتهم، و تعزز من قدراتهم التنافسية دولياً.

ولإلمام بموضوع البحث تم تنظيمه في ثلاثة أقسام وخاتمة على النحو التالي. القسم الأول يناقش الخلفية النظرية لموضوع البحث بمراجعة الأدبيات حول السلوك التصديري للمؤسسات ومحدداته؛ مع التركيز بصورة خاصة على عراقيل التصدير وتصنيفاتها المختلفة. القسم الثاني يتناول الجوانب المنهجية للبحث الميداني ويصف المراحل المتبعة في إنجازها. أما القسم الثالث فيعرض نتائج البحث الميداني ومناقشتها. ويختتم المقال بمناقشة وجيزة لانعكاسات البحث واتجاهاته في المستقبل.

أولاً، مراجعة الأدب النظري:

(1) معوقات التصدير خارج قطاع المحروقات:

تُعرف معوقات التصدير بكونها القيود التي تعيق المنشآت الاقتصادية أو تقلل من قدرتها على بدء أو تنمية أو الحفاظ على العمليات التجارية في الأسواق الخارجية. و لدراسة تلك القيود في القطاعات غير النفطية لا بد من التمييز بين ثلاث مجموعات من الشركات: أولها الشركات المصدرة التي تعاني يوماً بعد يوم من مشاكل التصدير، وثانيها الشركات التي تطمح للتصدير، وثالثها المصدرون السابقون. والأكد أن معوقات تصدير المنتجات غير النفطية تتباين -من حيث العدد وشدة التأثير- من مجموعة إلى أخرى مما يتطلب منها معاملة مختلفة وإجراءات خاصة لتذليلها. بدأ التعرف على معوقات تصدير المنتجات غير النفطية في الدول الغربية منذ النصف الأول من ستينيات القرن العشرين؛ وفي تلك الفترة كان شح المعلومات عن الأسواق الخارجية يمثل عقبة رئيسية أمام أنشطة الشركات المصدرة وفقاً لأهاروني¹ (Aharoni, Y. 1966). كما أضافت الباحثة بيني² (Pinney, J-K. 1971) عائقين آخرين هما: ضعف الطلب الخارجي وارتفاع تكلفة النقل للأسواق الخارجية. وفي فترة موالية، عرض بيلكي³ (Bilkey, W.J. 1978) الحواجز الستة التي شغلت كثيراً اهتمام مدراء المؤسسات المصدرة، وهي: نقص التمويل، اللوائح والقوانين الأجنبية الصارمة، الأخطاء في التعرف على الأسواق الخارجية، عقبات الولوج لقنوات التوزيع الدولية، نقص الخبرة في مجال الاتصال بالأسواق الخارجية.

وقد أفضت العولمة الاقتصادية إلى زيادة توجه المؤسسات الاقتصادية نحو الأسواق العالمية الواسعة فسارعت، منذ بداية الثمانينات، إلى تكثيف نشاطات التصدير وتنويعها، وهذا ما فرض عليها ضرورة التعامل مع معوقات أخرى منها: صعوبة دراسة الأسواق الخارجية وفقاً لكيديا و تشوكار⁴ (Kedia, B.L. & Chhokar, J. 1986)؛ قلة المعرفة التصديرية، قيود الموارد الداخلية، الحواجز الإجرائية المرتبطة بعملية التصدير، المتغيرات الخارجية؛ حسب راماسوامي و يانغ⁵ (Ramaswami S.N & Yang Y, 1990).

في سياق متصل، اعتبر مورغان وكاتسيكياس⁶ (Morgan R.E. & Katsikeas, C.S. 1994) أن العقبات التي تقف أمام الشركات المصدرة ترتبط بأبعاد الإدارة الإستراتيجية لنشاط التصدير (إستراتيجية التصدير، حواجز تنفيذ إستراتيجية التصدير، حواجز تتعلق بالمعلومات وأخرى مرتبطة بالإجراءات العملية للتصدير). وفي دراسة أخرى مماثلة، وجد كاتسيكياس وآخرون⁷ (Katsikeas C.S & al, 1997) أن أكثر معوقين ذكرا من قبل المصدرين هما: ضعف القدرات التسويقية وضعف القدرات الاتصالية في الأسواق الخارجية. كما بين أن هناك اختلاف في شدة مواجهة معوقات التصدير وفقاً لمدة خبرة الشركة المصدرة في مجال التسويق الدولي.

يبدو أنه إلى غاية نهاية التسعينيات كانت المعوقات تتعلق بعوامل اقتصادية هامة مثل: ندرة المعلومات حول الأسواق الخارجية، قلة الكفاءات البشرية العاملة في مجال التصدير، ضعف القدرات التسويقية للمصدرين، ارتفاع تكلفة اختراق الأسواق الأجنبية، المنافسة في الأسواق الخارجية.

في الوقت الراهن، فإن التصنيف الأكثر تداولاً لمعوقات تصدير المنتجات غير النفطية هو ذلك الذي قدمه ليونيدو⁸ (Leonidou L.C., 2004) الذي يميز بين فئتين هما: المعوقات الداخلية والمعوقات الخارجية. تتعلق المعوقات الداخلية بفئتين من الحواجز هي:

(1) الحواجز المعلوماتية: تضم العقبات والمشكلات الخاصة بدراسة واختيار ودخول الأسواق الخارجية.

2) الحواجز الوظيفية: تتمثل في النقص من الموارد المالية والبشرية. بالإضافة إلى المشكلات التي ترتبط بتسويق المنتجات في الأسواق الخارجية والخدمات اللوجستية المرافقة لها.

وتتضمن المعوقات الخارجية أربع فئات من الحواجز هي:

1) العراقيل المتعلقة بالإجراءات العملية لإتمام الصفقات الدولية.

2) الحواجز الحكومية التي ترتبط بسياسات التصدير وسلوك الهيئات المعنية بعملية التصدير.

3) العقبات السوقية التي تتعلق بقدرة المؤسسة على رصد والتعرف على أذواق وحاجات الزبائن في الأسواق الخارجية.

4) عقبات البيئة الخارجية المرتبطة بـ: الظروف الاقتصادية، التغير في أسعار الصرف، عدم الاستقرار السياسي، الاختلافات الاجتماعية والثقافية بين الزبائن في الأسواق المحلية والأجنبية.

أما من بين أحدث الدراسات فتلك التي قدمها كل من جوزي أورتيغ و روبان أورتيغ و (Arteaga-Ortiz, J. & Fernandez-Ortiz, R. 2008)⁹، اللذان لخصا معوقات تصدير المنتجات غير النفطية في أربع عوامل حواجز كبرى هي كالآتي:

1) معوقات المعرفة، تضم: قلة المعرفة بالأسواق المحتملة للتصدير، نقص الموارد البشرية لتخطيط نشاط التصدير، الجهل بالمساعدات المشجعة على التصدير، عدم القدرة على تقدير الأرباح التي يمكن جنيها من التصدير، الجهل بالمراحل المتبعة للتصدير، غياب المعلومات حول الفرص السوقية للمنتجات في الأسواق الخارجية.

2) معوقات الوسائل، تتضمن: ارتفاع تكاليف طرق التسديد في العمليات الدولية، نقص الوسائل التي تمكن المؤسسة للبقاء طويلا في الأسواق الخارجية، ضعف القدرات الإنتاجية للمؤسسة، ضعف تخصص البنوك في مجالات النشاط الدولية، محدودية الشبكات الخارجية للبنوك الناشطة على المستوى الدولي.

3) معوقات السيولة، تتمثل في: ارتفاع تكاليف النقل، صعوبات إجراءات التصدير والوثائق الخاصة بها، الاختلافات اللغوية بين المجتمعات، الاختلافات الثقافية للدول المضيفة، الحواجز الجمركية، الحواجز المتعلقة بالتقييم ومعايرة المنتجات، اختلاف العادات الاستهلاكية للزبائن في الأسواق الأجنبية، تكلفة تعديل المنتجات للسوق المستهدف، الصعوبات اللغوية، عقبات الولوج إلى قنوات التوزيع المناسبة.

4) معوقات خارجية، تلخص في: كثافة وشدة المنافسة في الأسواق الخارجية، المخاطر الناجمة عن تذبذب أسعار الصرف، احتمال خطر عال لعدم القدرة على تحصيل الأموال في الأسواق الخارجية، عدم الاستقرار السياسي للدول المستهدفة.

إن المتعمّن لكثرة المعوقات وتفاوت تأثيرها يتساءل عن قدرة المؤسسات الاقتصادية على مواصلة نشاط التصدير وفعالية أدائها التصديري في ظل قوة كبح تلك العقبات لتوجهها نحو الأسواق الخارجية، هذا من جهة أولى. ومن جهة ثانية، فإذا كان من الصعب إزالة كل العوائق دفعة واحدة، فالأحرى بالهيئات المشجعة على التصدير أن تقلل من عددها وحدة أثرها. ومن جهة ثالثة، فإذا كان الحال على ذلك في الدول المتقدمة التي لها خبرات واسعة في مجال التصدير، فما هو الحال بالنسبة للدول النامية؟

بالنسبة لبيئة التصدير العربية، فقد ميز (عفيفي صديق، 1972)¹⁰ بين ثلاث أنواع من المعوقات هي المعوقات الداخلية والخارجية والحكومية. وقد فرق بذلك بين العقبات الخارجية والحكومية حيث يعتبر أن الإجراءات الحكومية التي تتبعها الدولة حديثة العهد بالتصدير من المعوقات التي لا يمكن للشركة إلغاؤها ما لم تقم الجهات المسؤولة عن

التصدير بذلك. أما المعوقات الخارجية فقد لخصها فيما يلي: زيادة التعريف الجمركية في الأسواق الخارجية، المنافسة الشديدة في الأسواق الخارجية، تفوق الشركات الأجنبية في ترويج منتجاتها على المنتجات المستوردة، زيادة الخبرات التسويقية للشركات الأجنبية على الشركات المحلية. كما بين أن أهم العقبات الداخلية تخص ثلاث جوانب هي: ارتفاع تكاليف المنتجات المحلية مقارنة بالمنتجات الأجنبية، ضعف الجهود التسويقية للمؤسسات المصدرة، عدم قدرة الإدارة التسويقية على إتباع الطرق السليمة في التسويق الدولي.

وقد أرجع الباحثان (عساف محمود وطلعت عبد الحميد، 1981)¹¹ أسباب المشكلات التي تواجهها الشركات العربية في مجال التصدير إلى السياسات الإدارية غير السليمة والنقص في تنسيق النشاطات التسويقية بين الشركات المحلية. أما (العالي عبد الرحمن، 1995)¹² فوجد أن أهم العوائق التي تواجهها الشركات السعودية تتمثل في: المنافسة الشديدة في الأسواق الأجنبية، ارتفاع تكلفة المواد المستوردة، نقص المعلومات عن الأسواق الأجنبية، التذبذب الشديد في أسعار العملات الأجنبية، ارتفاع تكلفة النقل للوصول إلى تلك الأسواق. وأضاف (التركستاني حبيب الله محمد، 1995)¹³ نوع آخر من عقبات تصدير المنتجات غير النفطية سماها بالمعوقات الإدارية، أي العقبات المتعلقة بإجراءات و سيرورات التصدير.

وفي دراسة أخرى تمت على المؤسسات اللبنانية، استخلص ظافر أحمد وآخرون (Zafar U. A. & al, 2004)¹⁴ خمس معوقات ذات تأثير قوي على الشركات المصدرة والطامحة للتصدير على حد سواء، هي: ضعف المساندة الحكومية في مجال التصدير، المنافسة الشديدة في الأسواق الأجنبية، الحاجة إلى تكييف أو تغيير سياسات الأسعار والترويج في الأسواق الخارجية، ارتفاع حدة القيود الجمركية، ضعف القدرات المالية وسوء التمويل عند رغبة النمو في الأسواق الخارجية.

وحال نشاط التصدير في الجزائر لا يختلف كثيرا عما هو عليه في البلدان العربية، فقد تطرقت (وصاف سعدي، 2002)¹⁵ إلى الكثير من المشاكل التي تعترض المؤسسات الجزائرية المصدرة منها ما يرتبط بالمشكلات الجزئية التي تعاني منها الشركات المصدرة، ومنها ما ينشأ من مشكلات البيئة الاقتصادية الجزائرية، منها مشاكل ضعف الإجراءات المؤسسية والتشريعية للهيئات المختصة في الجزائر. ويتفق هذا التصنيف مع ما قدمه كل من (سامي بن حملة، 2014)¹⁶ و(جلال مسعد، 2014)¹⁷ حول معوقات تصدير المنتجات غير النفطية في الجزائر حيث فضلا هذه العقبات فيما يلي:

- 1) المعوقات الخاصة بالشركات المصدرة: ضعف القدرات التسويقية للشركات الجزائرية المصدرة، ندرة الكفاءات البشرية المتخصصة لديها، عدم تخصيص هياكل وظيفية تتكفل بعمليات التصدير، ضعف تنافسية المنتجات الوطنية.
- 2) معوقات بيئة البلد المصدر (الجزائر): سوء الوضعية الاقتصادية للجزائر، ضعف النظام المالي الجزائري، المشكلات المرتبطة بالاستثمار في الجزائر، حالة المنافسة في السوق الجزائرية، عدم فعالية الإطار التشريعي والمؤسسي في الجزائر.
- 3) المعوقات الخارجية: نقص خبرة ودراية المصدرين الجزائريين بالأسواق الخارجية، شدة المنافسة الدولية، صعوبات نقل والتحكم في التكنولوجيات الجديدة.

مما تقدم لا بد أن ندرك أن الفائدة المرجوة من كثرة الدراسات لا تكمن في تنوع تصنيفاتها للمعوقات المدركة من قبل المصدرين بل إنها منوطة بما يترتب عنها من قرارات وإجراءات تعمل على الحد من تأثيراتها الحالية على المؤسسات المصدرة أو تأثيراتها المحتملة على المؤسسات التي تعتمد التصدير.

(2) عوامل محددة لإدراك معوقات التصدير:

لا يدرك المصدرون معوقات التصدير بالمعنى ذاته ولا يتصرفون بالطريقة ذاتها لمواجهتها. كما أن إدراك تلك المعوقات يتغير من وقت لآخر ومن سوق لآخر و يتغير من شركة لأخرى. وإن التعرف على تعداد و شدة أثر عقبات تصدير المنتجات غير النفطية يتطلب مراعاة ثلاث عوامل هامة، هي حسب باريت و ويلكنسون¹⁸ (Barrett N.J. & Wilkinson F., 1985): العوامل الإدارية، العوامل التنظيمية، العوامل البيئية.

أولا، تختلف قدرات الشركات المصدرة في التغلب على معوقات التصدير بناء على العوامل الإدارية المتعلقة بـ: كفاءة مدرائها ومدى تطلعهم للمخاطرة ومستوى توجههم نحو الأسواق الخارجية، فإن كان هؤلاء من محدودي الكفاءة والمقاومين للتغيير سيدركون المعوقات على أنها قوية. أما إن كانوا من المغامرين والمدفوعين بالنجاح سيدركونها على أنها مقبولة.

ثانيا، تؤثر العوامل التنظيمية في إدراك المصدرين للعقبات التي تصادفهم، و منها مدة الخبرة في مجال التصدير، حيث تثبت التجارب أن الشركات حديثة العهد بالتصدير تكون أكثر عرضة لأثر عقباته بينما تكون الشركات ذات الخبرات الطويلة في مجال التصدير أكثر قدرة على تجاوزها. هذا من جانب، ومن جانب آخر، أثبت باحثون علاقة الحجم الكبير للمؤسسة المصدرة بزيادة قدرتها على تحدى معوقات التصدير بفضل ما تمتلكه من موارد بشرية ومالية وتسويقية معتبرة.

ثالثا، العوامل البيئية يمكنها أن تؤثر في إدراك المصدرين لمعوقات التصدير من خلال جانبين، الأول يتمثل في كون البيئة الخارجية هي مصدر تلك المعوقات. أما الثاني فيتمثل في كون البيئة الخارجية محددًا رئيسيًا لتطور عقبات التصدير.

ثانيا، الدراسة الميدانية:

تدرج الدراسة الميدانية ضمن البحوث الاستطلاعية التي هدفت للحصول على بيانات أولية تم جمعها لأول مرة وفق أسلوب الاستقصاء باستخدام استمارة بحث صممت بغرض الإحاطة بكل المعوقات التي تكبح نشاط تصدير المنتجات الجزائرية خارج قطاع المحروقات.

(1) مجتمع البحث و عينة الدراسة:

يتكون المجتمع الإحصائي البحث من 173 شركة جزائرية مصدرة من أصل 453 شركة مسجلة بالدليل المشترك للمصدرين الجزائريين المعد من قبل كل من الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة والوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية¹⁹. بعد التحقق من بيانات كل المؤسسات المدونة على دليل المصدرين للمنتجات غير النفطية تم استهداف المؤسسات التي تتوفر فيها السمات المشتركة التالية:

أولاً، المؤسسات المنتجة والمصدرة لمنتجات غير نفطية، وعليه تم إقصاء المؤسسات التجارية الناشطة في مجال التصدير والاستيراد. كما تم استثناء المؤسسات التي تصدر مشتقات المحروقات والمنتجات البتروكيمياوية، والمؤسسات التي تصدر النفايات الحديدية وغير الحديدية.

ثانياً، المؤسسات التي يمكن الوصول إليها، أي تلك التي تكون بياناتها التعريفية كاملة على الدليل، فقد لاحظنا نقص كبير في البيانات المتعلقة بعدد معتبر من المصدرين من حيث: عناوين غير موجودة، بريد الكتروني غير نشط، نقص معلومات الاتصال مثل رقم الهاتف أو الفاكس الخاص بالشركة، موقع الكتروني غير محين، ... وغيرها. نتيجة المرحلتين السابقتين أفضت إلى حصر عدد الشركات المصدرة الناشطة فعلياً في الجزائر بـ 173 شركة تمثل المجتمع الإحصائي المستهدف بالبحث.

في بداية العمل الميداني حاول الباحث القيام بالمسح الشامل لكل مفردات المجتمع الإحصائي المستهدف لكن لم يتحقق ذلك نظراً لنسبة الرد المنخفضة، رغم المحاولات المتكررة و فترات الانتظار الطويل، و هذا ما دفع بنا في مرحلة لاحقة إلى سحب عينة ميسرة بلغ عدد مفرداتها 34 شركة مصدرة. و الجدول الآتي يبين حجم مجتمع البحث المستهدف وعينة الدراسة.

الجدول رقم 02: مجتمع البحث وعينة الدراسة

نسبة التمثيل	عينة الدراسة	المجتمع الإحصائي المستهدف	
19.65 %	34	173	عدد الشركات المصدرة لمنتجات غير نفطية

المصدر : إعداد الباحث

الواضح أن نسبة تمثيل العينة تتجاوز الحد الأدنى للتمثيل الإحصائي، وهو ما يطمئن للوثوق بنتائجها، خاصة إذا أخذنا بعين الاعتبار الطبيعة الاستكشافية لموضوع البحث. وفيما يلي نبين توزيع مؤسسات العينة وفقاً للقطاعات الصناعية.

الجدول رقم 03: توزيع مؤسسات العينة وفقاً للقطاع الصناعي

الرقم	قطاع النشاط	F	%
1	منتجات زراعية و حيوانية	3	8,82
2	منتجات الصناعات الزراعية	7	20,59
3	الحديد و الصلب و المنتجات المعدنية	7	20,59
4	منتجات كيميائية و صيدلانية و بيطرية	6	17,65
5	معدات و تجهيزات الصناعة الميكانيكية	1	2,94
6	معدات و أدوات كهربائية و إلكترونية	3	8,82
7	الورق و الكرتون و المعدات المكتبية	2	5,88
8	منتجات جلدية و جلود	3	8,82
9	منتجات نسيجية و ملابس جاهزة	2	5,88
	المجموع	34	100,00

المصدر : إعداد الباحث

أما فيما يخص الخصائص المميزة لمؤسسات للعيينة، فنوردها في الجداول الآتية.

الجدول رقم 04: الخصائص الاقتصادية لمؤسسات العينة

الخاصية	البيان	F	%
حجم المؤسسة	مصغرة	1	2,9
	صغيرة	9	26,5
	متوسطة	17	50,0
	كبيرة	7	20,6
الطبيعة القانونية	عمومية	8	23,5
	خاصة	22	64,7
	مختلطة	4	11,8

المصدر : إعداد الباحث

ضمت العينة عدد معتبرا من المؤسسات الصغيرة و المتوسطة حيث بلغت نسبتها 76.5% في حين كانت نسبة المؤسسات الكبيرة 20.6%. كما أن 64.7% من تلك المؤسسات كانت مؤسسات خاصة و 23.5% منها كانت مؤسسات عمومية. أما النسبة الباقية فهي مؤسسات مختلطة (مع شريك أجنبي)، و هي ما تمثل أربع مؤسسات.

الجدول رقم 05: الخصائص المتعلقة بنشاط التصدير لمؤسسات العينة

الخاصية	البيان	F	%
المؤسسات التي لها قسم تصدير	نعم	20	58,8
	لا	14	41,2
نسبة الصادرات إلى رقم الأعمال	ضعيفة جدا	13	38,2
	ضعيفة	9	26,5
	متوسطة	7	20,6
	هامية	2	5,9
	هامية جدا	3	8,8
مدة الخبرة في التصدير	أقل من 2 سنة	4	11,8
	(2-5) سنوات	10	29,4
	(6-10) سنوات	6	17,6
	أكبر من 10 سنوات	14	41,2
مستوى الانخراط في التصدير	نشاط هامشي	19	55,9
	نشاط منتظم	11	32,4
	نشاط أساسي	4	11,8

المصدر: إعداد الباحث

بالنسبة لخصائص المؤسسات التي لها علاقة مباشرة بنشاطها التصديري، فقد تمثلت في ثلاث صفات بارزة، هي: الصفة الأولى، تتميز أكثر من نصف مؤسسات الدراسة 58.8% بخبرة في التصدير تفوق مدتها الستة سنوات، بينما 29.4% منها تراوحت مدة خبرتها ما بين سنتين و خمس سنوات، و البقية الباقية لا تتجاوز خبرتها في التصدير مدة السنتين.

الصفة الثانية، أغلب مؤسسات العينة لا تنخرط بشكل كبير في التصدير وتعتبره نشاطا إضافيا (هامشيا). كما أن الكثير منها لا يخصص أقساما لإدارة الصادرات ونشاطات التسويق الدولي. الصفة الثالثة، يصرح مدراء المؤسسات المصدرة بأن نسبة مساهمة الصادرات في رقم أعمال مؤسساتهم ضعيفة، و ذلك لـ 64.7% من مؤسسات الدراسة، في حين خمس مؤسسات فقط تعتبر أن مساهمة الصادرات في رقم أعمال المؤسسة هامة.

(2) طريقة جمع البيانات وأساليب تحليلها:

أرسلت استمارة البحث إلى كل الشركات المصدرة المكونة للمجتمع الإحصائي المستهدف، وقد تضمنت محورين رئيسيين، المحور الأول يحوي 07 أسئلة تهدف للإحاطة بالمعلومات التي تمكن من وصف خصائص وحدة الاستقصاء. أما المحور الثاني فاحتوى على أربع فقرات، كل واحدة منها تتعلق بفترة من معوقات تصدير المنتجات غير النفطية، و مجموع الفقرات ضم 35 مفردة صيغت كلها بأسلوب القياس السلمي باعتماد سلم ليكرت الخماسي. كما ترجمت الاستمارة إلى اللغة الفرنسية لزيادة فرصة فهم أسئلتها والإجابة عنها.

تميزت الاستمارة بمعدل صدق عال حيث بلغ معامل ألفا كرونباك لكل أبعادها القيمة 0,88 و 0,92 في مرحلتي الاختبار والقياس على الترتيب. وهذا ما يدل على ثباتها وحسن تصميم عباراتها. وقد تمت المعالجة الإحصائية للبيانات الأولية باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية في نسخته العشرين (SPSS.20) حيث تم تدقيقها والتأكد من جودتها ثم تبويبها وتصنيفها وحساب المقاييس الإحصائية بما يتناسب وحاجة البحث.

ثالثا، عرض النتائج واختبار فرضيات البحث:

(1) أهم معوقات تصدير المنتجات غير النفطية ودرجة تأثيرها:

أفرزت عمليات المعالجة الإحصائية لخمسة وثلاثين (35) عائقا (مفردة) من معوقات تصدير المنتجات غير النفطية في الجزائر استخلاص تسع (9) معوقات تعتبر هامة من وجهة نظر مدراء الشركات المصدرة. نتيجة ذلك يبينها الجدول التالي.

الجدول رقم 06: استخلاص أهم معوقات تصدير المنتجات الجزائرية غير النفطية

الترتيب	الدرجة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	عراقيل تصدير المنتجات الجزائرية غير النفطية	الرمز
1	قوية/هامة (M>3)	3,38	1,280	ضعف تنافسية المؤسسة في ظل المنافسة الحادة في الأسواق الخارجية	W2
2		3,26	1,214	نقص الإجراءات المحفزة على التصدير	Z6
3		3,24	1,257	ارتفاع تكاليف المواد الأولية و الوسيطة المستوردة	Y3
4		3,18	1,290	تذبذب أسعار صرف العملات الأجنبية	Z10
5		3,12	1,452	الصعوبات في ميدان النقل الناجمة عن ضعف و عدم ملاءمة البنى القاعدية (الموانئ، المطارات، السكة الحديدية، وسائل الشحن،...)	Z3
6		3,12	1,431	قلة التنسيق بين مختلف الهيئات والمتدخلين في عمليات التجارة الخارجية (البنوك، الجمارك، التأمينات، غرف التجارة، الموانئ...)	Z4
7		3,12	1,250	نقص في عدد الأفراد المختصين في دراسة الأسواق الخارجية	V7
8		3,06	1,455	تعقد وبطء إجراءات التصدير	Z2
9		3,06	1,536	برامج الدعم الموضوعية من السلطات العمومية لتزقية الصادرات لا تلبى احتياجات الشركات المصدرة	Z7

المصدر : إعداد الباحث

تواجه الشركات الجزائرية المصدرة عددا معتبرا من العوائق التي تكبح نشاطها التصديري وتفرض عليها تحديا صعبا يحول دون نجاحها في ممارسة نشاطات التسويق الدولي. إن أول تلك المعوقات تتمثل في ضعف القدرات التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية في الأسواق الخارجية. وتفسير ذلك - في اعتقادنا - أن الشركات الجزائرية تنتقل من سوق وطنية تسودها منافسة بسيطة إلى أسواق خارجية ذات ديناميكية تنافسية عالية، خاصة الأسواق الأوروبية بالنظر إلى حجم الصادرات الجزائرية إلى دول الاتحاد الأوربي.

تصنف في المرتبة الثانية معوقات أخرى قوية التأثير ترتبط بـ: نقص الإجراءات المحفزة على التصدير، ارتفاع تكاليف المواد الأولية المستوردة، تذبذب أسعار صرف العملات الأجنبية؛ وهي معوقات خارجية لا يستطيع مدراء الشركات المصدرة التحكم فيها نظرا لارتباطها بمشاشة الاقتصاد الوطني. فيما يتعلق بالسياسات المحفزة على التصدير فقد خصصت الحكومة الجزائرية الكثير من الإجراءات والكثير من الهيئات التي تتدخل في عملية التصدير لكنها لم تأتي أكلها إلى غاية اليوم. كما أن تدني قيمة الدينار الجزائري أمام الأورو الأوربي والدولار الأمريكي قد يتيح أمام المؤسسات الجزائرية فرصة الاستفادة من تدني تكلفة اليد العاملة لكنه يفرض عليها - في المقابل - عقبات ارتفاع أسعار التكنولوجيا والمواد الأولية المستوردة؛ تأكيدا لهذه الفكرة، كانت أكبر نسبة للواردات إلى الجزائر من تجهيزات الإنتاج الصناعي التي بلغت 39% من إجمالي الواردات لسنة 2010²⁰. كما تصدرت دول الاتحاد الأوربي قائمة الدول المصدرة للجزائر بنسب إجمالية قدرت بـ 51%²¹. ومن المؤشرين السابقين نستنتج فكرتين هامتين:

الفكرة الأولى تتمثل في كون الأموال المنفقة في تجهيز الصناعات الجزائرية لم ترق إلى مستوى دفع الشركات الصناعية إلى تحقيق فوائض الإنتاج والتوجه إلى الأسواق الخارجية.

الفكرة الثانية تتمثل في كون ارتفاع تكلفة المواد والتجهيزات الصناعية المستوردة بالعملة الصعبة يُبقي التكاليف الإنتاجية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية مرتفعة، وهذا ما يحول دون رفع تنافسية المنتجات الوطنية في الأسواق الخارجية.

المعوقات التي احتلت المرتبة الثالثة تتعلق بالصعوبات في ميدان النقل الناجمة عن ضعف وعدم ملاءمة البنى القاعدية (الموانئ، المطارات، السكك الحديدية، وسائل الشحن والمناولة)، بالإضافة إلى قلة التنسيق بين مختلف الهيئات والمتدخلين في عمليات التجارة الخارجية (البنوك، الجمارك، التأمينات، غرف التجارة، ...)، وفي مستوى الأهمية نفسه عائق نقص عدد الأفراد المختصين في دراسة الأسواق الخارجية. وهي عوامل موضوعية يطرحها الكثير من المصدرين الجزائريين.

المرتبة الرابعة كانت للمعوقات المرتبطة بتعقد وبطء إجراءات التصدير وسوء برامج الدعم الموضوعية من السلطات العمومية لترقية الصادرات التي لم تلبى احتياجات المؤسسات المصدرة. وتأكيدا لذلك يمكن القول أنه رغم إنشاء الكثير من هيئات الدعم والمساندة للشركات المصدرة ((algex, promex, caci, cagex, anexal, optimex, ...ect)²²، ما تزال الإجراءات البيروقراطية تعطل صادرات الجزائر وتزيد من طول مدة انتظارها في الموانئ.

مما تقدم نستنتج أن المؤسسات الجزائرية الناشطة في الصناعات غير النفطية تواجهها معوقات كثيرة أثناء قيامها بتصدير منتجاتها إلى الأسواق الخارجية حيث بينت الدراسة تسع معوقات كبرى يمكن تفصيلها إلى الكثير من العوامل التي تكبح السلوك التصديري للشركات المصدرة. نشير إلى أن بعض تلك العوائق ترتبط بالشركة المصدرة بينما الكثير من العوائق الأخرى ترتبط ببيئة البلد المصدر (الجزائر). ونعتقد أن عدم بروز العوائق المرتبطة بالبيئة الأجنبية (البلد

المستورد) في طيات هذا التحليل قد يكون راجعا إلى نقص تجربة المصدرين الجزائريين حيث لم يصرح بما مدراء الشركات المصدرة نظرا لعدم تعرضهم لها.

إذن، استقرار النتائج المحصل عليها يؤدي بنا إلى إثبات فرضية أولى مفادها أن الشركات الجزائرية المصدرة لمنتجات غير نفطية تواجه معوقات كثيرة أثناء قيامها بالتصدير إلى الأسواق الخارجية.

(2) قياس مدى ترابط معوقات التصدير:

بعد تحديد أهم المعوقات التي تواجهها الشركات الجزائرية المصدرة يتم اختبار مدى ترابط عراقيل تصدير المنتجات غير النفطية عن طريق إخضاعها لعملية التحليل العاملي. يهدف هذا الأسلوب إلى تلخيص المعوقات التسع السابقة في عدد أقل من "العوامل" بحيث يكون لكل عامل دالة تربطه ببعض أو كل تلك المعوقات، ويمكن من خلال هذه الدالة إعطاء تفسير "العامل" بحسب المتغيرات التي ترتبط معه بشكل قوي. نتيجة هذه العملية نبينها في الجدول الموالي.

الجدول رقم 07: التحليل العاملي لعراقيل تصدير المنتجات الجزائرية غير النفطية

العامل الثالث	العامل الثاني	العامل الأول	عراقيل تصدير المنتجات غير النفطية	الرمز
-0,287	0,575	0,564	ضعف تنافسية المؤسسة في ظل المنافسة الحادة في الأسواق الخارجية	W2
0,534	0,292	0,672	نقص الإجراءات المحفزة على التصدير	Z6
-0,058	0,835	0,275	ارتفاع تكاليف المواد الأولية والوسيط المصدرة	Y3
0,650	-0,438	0,226	تذبذب أسعار صرف العملات الأجنبية	Z10
-0,210	-0,310	0,699	الصعوبات في ميدان النقل الناجمة عن ضعف وعدم ملائمة البنى القاعدية (الموانئ، المطارات، السكة الحديدية، وسائل الشحن والمناولة)	Z3
-0,209	-0,461	0,752	قلة التنسيق بين مختلف الهيئات والمتدخلين في عمليات التجارة الخارجية (البنوك، الجمارك، التأمينات، غرف التجارة، الموانئ...)	Z4
-0,289	0,020	0,596	نقص عدد الأفراد المختصين في دراسة الأسواق الخارجية	V7
-0,304	-0,288	0,729	تعقد وبطء إجراءات التصدير	Z2
0,539	0,175	0,688	برامج الدعم الموضوعية من السلطات العمومية لترقية الصادرات لا تلبى احتياجات الشركات المصدرة	Z7

المصدر: إعداد الباحث

تشير نتائج التحليل العاملي لمعوقات التصدير إلى وجود ثلاث عوامل لها تأثير قوي على نشاط التصدير خارج قطاع المحروقات هي:

العامل الأول يضم العوائق المرتبطة ب: ضعف تنافسية المؤسسات الجزائرية في الأسواق الخارجية، نقص الإجراءات المحفزة على التصدير، الصعوبات المرتبطة بضعف وعدم ملائمة البنى القاعدية، قلة التنسيق بين مختلف الهيئات المتدخلة في عمليات التجارة الخارجية، نقص عدد الأفراد المختصين في دراسة الأسواق الخارجية، تعقد وبطء إجراءات التصدير، سوء تصميم وتنفيذ برامج دعم الصادرات الموضوعية من قبل السلطات العمومية. ويمكن وصفها بالعوائق الهيكلية التنظيمية.

العامل الثاني يشير إلى معوقين هما: ضعف تنافسية المؤسسات الجزائرية في الأسواق الخارجية وارتفاع تكاليف المواد الأولية المستوردة؛ وهما عاملين يرتبطان بشكل مباشر بالأداء الاقتصادي للمؤسسات المصدرة، لذا يمكن تبويبهما في فئة عوائق ضعف القدرات التنافسية والتصديرية للمؤسسات الجزائرية.

العامل الثالث يضم العوائق المرتبط بنقص الإجراءات المحفزة على التصدير، تذبذب أسعار صرف العملات الأجنبية، سوء برامج الدعم الموضوعية من قبل السلطات العمومية لترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات. وهي عقبات يمكن تصنيفها ضمن عوائق البلد المصدر (الجزائر).

إذن، بعد استخلاص أهم معوقات تصدير المنتجات غير النفطية، وتصنيفها في ثلاث فئات كبرى، يمكن إثبات صحة فرضية ثانية مفادها أن معوقات تصدير المنتجات الجزائرية غير النفطية تختلف من حيث الطبيعة ودرجة التأثير المحسوس من قبل مدراء الشركات المصدرة.

3) اختبار العلاقة بين المعوقات و خبرة المؤسسات المصدرة:

يتم اختبار العلاقة بين المعوقات التي تصادفها الشركات الجزائرية المصدرة ومدة خبرتها في مجال التصدير. تكمن المبررات الموضوعية لاكتشاف العلاقة بين شدة تأثير المعوقات ومدة الخبرة في التصدير إلى جانبين هامين، الأول يتمثل في اعتبار مدة الخبرة الطويلة للمصدرين عاملا هاما يزيد من دقة المعلومات المحصل عليها حول طبيعة المعوقات التي يصادفونها ومستوى تطورها (بالزيادة أو بالنقصان) خلال السنوات الأخيرة. أما الجانب الثاني، فيتمثل في اعتبار مدة الخبرة الطويلة للمصدر عاملا حاسما لتجاوزه الكثير من معوقات التصدير.

من الناحية الإحصائية نختبر هذه العلاقة من خلال تحليل التباين الأحادي (one way anova) حيث نحاول تفسير التباين في أهمية وشدة تأثير كل عامل من العوامل الثلاثة لمعوقات التصدير باعتبارها متغيرات تابعة وبين متغير الخبرة في التصدير. ويلجأ الباحث إلى تحليل التباين الأحادي للتعرف على مدى دلالة الفروق بين متوسطات أكثر من مجموعتين، ويهدف بذلك إلى اختبار صحة الفرضية الثالثة للبحث التي نصيغها كما يلي:

الفرض الصفري: لا توجد فروق دالة عند مستوى معنوية يقدر بـ 0.05 بين متوسطات معوقات التصدير و مدة الخبرة في التصدير لمؤسسات الدراسة.

الفرض البديل: توجد فروق دالة عند مستوى معنوية يقدر بـ 0.05 بين متوسطات معوقات التصدير و مدة الخبرة في التصدير لمؤسسات الدراسة.

وفيما يلي نعرض نتائج تحليل التباين الأحادي.

الجدول رقم 08: تحليل تباين المعوقات وفقا لمدة الخبرة في التصدير

الدالة (Sig.)	النسبة الفئوية (F)	التباين M. d. carrés	درجة الحرية Df	مجموع المربعات Som. D. carrés	العوائق
0,81	0,32	0,25	3	0,74	القيم ما بين المجموعات
		0,77	30	23,05	القيم داخل المجموعات
			33	23,79	المجموع
0,34	1,16	1,41	3	4,22	القيم ما بين المجموعات
		1,21	30	36,29	القيم داخل المجموعات
			33	40,51	المجموع
0,66	0,54	0,63	3	1,89	القيم ما بين المجموعات
		1,17	30	35,06	القيم داخل المجموعات
			33	36,94	المجموع

المصدر : إعداد الباحث

يعرض الجدول السابق نتائج تحليل التباين المفسر لمدى دلالة الفروق بين متوسطات المجموعات للعلاقة بين مدة الخبرة في التصدير (أقل من 2 سنة، 2-5 سنة، 6-10 سنة، أكثر من 10 سنوات) وطبيعة المعوقات (العامل الأول، العامل الثاني، العامل الثالث). وقد تبين بعد حساب مجموع المربعات ودرجات الحرية وقيمة التباين ما بين المجموعات وداخل المجموعات في كل حالة ما يلي:

درجات الحرية Df ما بين المجموعات تساوي 3 وقيمتها داخل المجموعات تساوي 30، وبالرجوع إلى جدول النسبة الفئوية نجد أن قيمة F الجدولية تساوي 2,92 عند حدود الدلالة 0.05.

قيمة F المحسوبة كما يبينها الجدول في الفئات الثلاث لمعوقات التصدير هي أقل من قيمة النسبة الفئوية الجدولية عند مستوى الدلالة 0.05. إضافة إلى ذلك، فإن مستوى الدلالة ($sig.>0.05$)، وعليه نقبل الفرضية الصفرية التي مفادها " لا توجد فروق دالة عند مستوى معنوية يقدر بـ 0.05 بين متوسطات معوقات التصدير ومدة الخبرة في التصدير لمؤسسات الدراسة ". ذلك يعني نفي صحة الفرضية الثالثة للبحث.

الفكرة المستقاة من نفي صحة الفرضية الثالثة تفيد بأن معوقات التصدير خارج قطاع المحروقات لا تختلف من حيث أهميتها وشدة تأثيرها على الشركات المصدرة وفقا لمدة خبرة هذه الأخيرة في التصدير، والتفسير المنطقي لهذه الفكرة يؤدي بنا إلى استخلاص النتائج التالية:

أولاً، الخبرة في التصدير لم تكن عاملاً كافياً لتجاوز المعوقات التي يصادفها المصدرون الجزائريون. وهذا مرده إما إلى شدة تأثير المعوقات الكابحة، وإما إلى المستوى الضعيف لانخراط مؤسسات الدراسة في التصدير.

ثانياً، المدة المعتبرة للخبرة في التصدير (58.8% من المؤسسات لها خبرة تفوق 6 سنوات) لم تسمح للمؤسسات المصدرة من تجاوز المعوقات التي تواجهها، وهذا دليل على عدم فعالية الإجراءات المشجعة على التصدير المنتهجة من قبل الهيئات المعنية بدليل لم يدرك المصدرون تغيراً ملموساً في تقليل عدد المعوقات ودرجات تأثيرها.

ثالثاً، رغم الخبرة المكتسبة في مجال التصدير لم تتباين المؤسسات المصدرة من حيث فئات المعوقات التي تصادفها، وذلك مرده عدم ارتباط تلك المعوقات بالكفاءات التصديرية للمصدرين، وإنما لارتباطها بعوامل خارجية تتعلق أساساً بالبيئة الجزائرية. وهذا ما يؤكد التصنيف السابق لمعوقات التصدير حيث تم حصر معوقين فقط متعلقين بالمؤسسات المصدرة وسبع عوائق أخرى متعلقة بالبيئة الخارجية.

رابعاً، غياب العلاقة بين مدة الخبرة في التصدير وقدرة الشركات الجزائرية المصدرة على تجاوز العراقيل التي تواجهها قد يكون راجعاً لضعف اهتمام مدراء تلك الشركات بالتوجه نحو الأسواق الخارجية (64.7% من المصدرين صرحوا بذلك) أو لضعف انخراطهم في التصدير (55.9% منهم) أو لعدم تخصيص هياكل مختصة بدراسة الأسواق الخارجية والتصدير إليها (41.2% منهم).

خلاصة البحث ومقترحاته:

كشفت نتائج البحث عن تلخيص قائمة طويلة من عقبات تصدير المنتجات غير النفطية في تسع معوقات ذات تأثير قوي من وجهة نظر مدراء الشركات المصدرة في الجزائر، وتختلف تلك المعوقات من حيث طبيعتها ومصدرها؛ البعض منها يرتبط ببيئة الأعمال الجزائرية والبعض الآخر يرتبط بخصائص المؤسسات المصدرة. كما سمحت نتائج التحليل بتصنيف معوقات تصدير المنتجات غير النفطية في ثلاث عوامل كبرى، يضم العامل الأول المعوقات الهيكلية

التنظيمية. أما العامل الثاني فيرتبط بضعف القدرات التصديرية والتنافسية للشركات المصدرة، بينما يجمع العامل الثالث العوائق المرتبط ببيئة البلد المصدر (الجزائر).

بالنظر إلى طبيعة المعوقات التي تصادفها الشركات الجزائرية المصدرة يمكن القول أن أغلبها عقبات يصعب التحكم فيها من قبل مدراء تلك الشركات باعتبارها عوامل خارجية، لذلك حتى المصدرين الذين كانت لهم خبرات طويلة في التصدير لم يستطيعوا التغلب عليها ولم يرتقوا بنشاطهم التصديري من النشاط العرضي (الإضافي، الهامشي) إلى نشاط أساسي دائم.

ومقارنة نتائج هذه الدراسة بالدراسات السابقة نجد أن النتائج تتشابه في بعض الجوانب وتختلف في أخرى. تكمن أهم مجالات التشابه في طبيعة المعوقات الخارجية التي تصادفها المؤسسات المصدرة، ورغم أن حدثها تختلف من بيئة إلى أخرى، إلا أن العوامل المرتبطة ب: المنافسة الشديدة في الأسواق الخارجية، ندرة المعلومات، عقبات اللوج لقنوات التوزيع الدولية، ارتفاع تكلفة النقل للأسواق الخارجية، التغير في أسعار الصرف، الحواجز الحكومية التي ترتبط بسياسات التصدير، مثلت أهم عقبات التصدير.

أما مجالات الاختلاف فنذكر منها الاختلاف في عدد ودرجة تأثير المعوقات التي يواجهها المصدرون؛ وهذا ما أتاح لنا إضافة تصنيف جديد لتلك المعوقات خاص بالجزائر. كما أن الاختلاف الأبرز يكمن في طبيعة المشكلات الداخلية التي تعاني منها الشركات الجزائرية المصدرة حيث ما تزال هذه الأخيرة غير قادرة على تحسين أدائها الاقتصادي والتنافسي في الأسواق الخارجية.

وعلى ضوء نتائج البحث يمكن تقديم بعض المقترحات التي قد تساهم في تقليل معوقات تصدير المنتجات غير النفطية في الجزائر وتخفيف من آثارها على الشركات المصدرة، أهمها ما يلي:

المقترح الأول لمدراء الشركات المصدرة الذين يتعين عليهم اتخاذ تدابير فعالة لتجاوز العقبات التي تواجههم أثناء التصدير، وذلك من خلال تدارك الكثير من جوانب الضعف التي تعاني منها مؤسستهم. كما ننصح المصدرين الجزائريين بإعطاء أولوية أكبر لزيادة توجههم إلى نشاط التسويق الدولي لتحقيق المنافع المرجوة من كبر الأسواق الخارجية واقتصاديات الحجم.

المقترح الثاني لصناع القرار الاقتصادي الذين يتعين عليهم مساندة الشركات المصدرة في الحد من تأثير العقبات الخارجية. يمكن تحقيق ذلك عن طريق إعداد سياسة وطنية تعمل على تقليل الإجراءات البيروقراطية، وتفعيل الهيئات المتدخلة في مجال التصدير، وتسطير برامج تعمل على توفير الدعم التنظيمي والمساعدة المالية والمشورة والخبرة. كما ينتظر من القوانين والتشريعات مسايرة الممارسات التصديرية المعمول بها في الدول المتقدمة، ولا يكف سُن القوانين بل من المهم تطبيقها وتفعيلها واستفادة المصدرين الجادين من امتيازاتها. هذا، ويعتبر عامل الوقت مهما جدا في التعاملات الاقتصادية الدولية نظرا لما يترتب عنه من تكلفة تكون ذات حساسية عالية لتغير أسعار صرف العملات.

المقترح الثالث للأساتذة والمكونين الذين ينتظر منهم المشاركة بقوة في تصميم مناهج دراسية جديدة في مجال إدارة الأعمال الدولية والتسويق الدولي. كما ندعو الباحثين والخبراء الجزائريين إلى زيادة الاهتمام وبذل المزيد من الجهد في الدراسات الميدانية وتكثيف ورشات العمل وتنظيم المنتقيات حول موضوع تصدير المنتجات غير النفطية.

أخيرا، لا بد من الإشارة إلى حدود هذه الدراسة التي يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار في قبول نتائجها وبناء مسارات بحث جديدة في مجال التصدير خارج قطاع المحروقات في الجزائر، أهمها أن البحث شمل مجموعة من القطاعات الصناعية، وهذا ما يبرز المعوقات العامة والأكثر تعرضا لكل الشركات المصدرة دون العقبات الخاصة بقطاع محدد. كما تمت

الدراسة على فئة واحدة من الشركات وهي المصدرة فقط. أضف إلى ذلك، ضرورة مراعاة الحدود الزمنية للبحث حيث قد تتغير الأمور من فترة إلى أخرى.

المراجع والحواشي:

- 1 AHARONI Y. (1966), *The foreign investment decision process*, The International Executive, Vol. 8, Issue 4, pp13-14.
- 2 SANGEETA Kh. & THANOS V. & PERDIKIS N. (2010), *The Impact of Trade Barriers on Export Strategies: Evidence from India*, pp 1-18, On Line: www.ecomod.net/sites/default/files/document.../1131.docx
- 3 BILKEY W. J. (1978), *An Attempted Integration of the Literature on the Export Behavior of Firms*, *Journal of International Business Studies*, 8(1), pp.33-46.
- 4 YEGANEH H. & MASOOME S. (2011), *A Typology of the Perceived External Barriers Hindering Export of Agricultural Products in Iran*, *Journal of Comparative International Management*, Vol. 14, No 1, p 18.
- 5 RAMASWAMI, S.N. et YANG, Y.,(1990), *Perceived Barriers to Exporting and Export Assistance Requirements*, (in) S.T. CAVUGSIL et M.R. CZINKOTA (éd.), *International Perspectives on Trade Promotion and Assistance*, Quorum Books, New York, pp.187-206.
- 6 MALBOUIRES C. (2007), *Enquête sur les obstacles à l'exportation auprès des PME de l'Est de Montréal*, (rapport), Chambre de commerce de l'Est de l'île de Montréal, bibliothèque ENAP Québec, p14.
- 7 KATSIKEAS, C. S., LEONIDOU, L. C., & MORGAN, N. A. (2000), *Firm-level export performance assessment: review, evaluation, and development*, *Journal of Academy of Marketing Science*, 28(4), pp. 493-511. On Line: <http://link.springer.com/article/10.1177%2F0092070300284003#page-1>
- 8 LEONIDOU L. C. (2004), *An Analysis of the Barriers Hindering Small Business Export Development*, *Journal of Small Business Management*, 42(3), pp. 279-302.
- 9 ARTEAGA-ORTIZ J. & FERNANDEZ-ORTIZ R. (2008), *Des obstacles à l'exportation chez les petites et moyennes entreprises*, *Revue internationale P.M.E.*, Vol. 21, No 2, pp 9-42.
- 10 أبو عبيدة عمر محمود، الدخول إلى الأسواق الخارجية: العقبات والموانع دراسة ميدانية من وجهة نظر المصدرين، ورقة بحثية (في) المؤتمر الاقتصادي "نحو تعزيز تنافسية المنتجات الفلسطينية"، جامعة القدس، 16 و17 أكتوبر 2012، فلسطين، ص 6.
- 11 المرجع نفسه، ص 6.
- 12 العالي بن يوسف ع. ا. (1995)، الأداء وإستراتيجية التصدير في المنشآت الصناعية بالمملكة العربية السعودية، مجلة الإدارة العامة، جامعة الملك عبد العزيز، مجلد 34، عدد4، ص ص 555-582.
- 13 التركستاني رحيم ح. ا. (1995)، معوقات تسويق المنتجات غير النفطية في الأسواق الخارجية: دراسة تطبيقية على الشركات المصدرة في المملكة العربية السعودية، مجلة الاقتصاد والإدارة، جامعة الملك عبد العزيز، مجلد 13 عدد4، ص ص 47-71.
- 14 ZAFAR U. A. & al (2004), *Export Barriers and Firm Internationalization: A Study of Lebanese Entrepreneurs*, *Journal Of Management & World Business Research*, Vol. 1, No 1, pp 1-31.
- 15 سعدي وصاف، (2002)، تنمية الصادرات والنمو الاقتصادي في الجزائر، مجلة الباحث، عدد 01، ص ص 6-17.
- 16 بن حملة سامي، معوقات تطوير الصادرات خارج مجال المحروقات في الجزائر، (في) الملتقى الوطني "ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر"، جامعة قسنطينة1، يومي 11 و 12 مارس 2014 .
- 17 مسعد جلال، مشاكل التصدير خارج المحروقات في الجزائر، (في) الملتقى الوطني "ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر"، جامعة قسنطينة1، يومي 11 و 12 مارس 2014 .
- 18 LEONIDOU L. C.(2004), Op. Cit. P 282.
- 19 Voir l'annuaire des exportateurs algériens sur : www.caci.dz ou www.algex.dz
- 20 Rapport, *Evolution du commerce extérieur de l'Algérie par régions économiques, période 2000 à 2010*, ministère du commerce, direction de la douane algérienne, On Line : www.Douane.gov.dz
- 21 Rapport, *Evolution du commerce extérieur de l'Algérie par groupes d'utilisation, période 2000 à 2010*, ministère du commerce, direction de la douane algérienne, On Line : www.Douane.gov.dz
- 22 ALGEX est l'abréviation du : Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur / PROMEX : Office Algérien de Promotion du Commerce Extérieur / CACI : Chambre Algérienne de Commerce et d'industrie / CAGEX : Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations / ANEXAL: Association Nationale des Exportateurs Algériens.