

نحو صياغة إستراتيجية متكاملة لتنمية صادرات المؤسسات الصغيرة

والمتوسطة الجزائرية

أ.د. جمال خنشور

أستاذ التعليم العالي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

جامعة بسكرة / الجزائر

أ. حمزة العوادي

أستاذ مساعد قسم أ ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

جامعة أم البواقي / الجزائر

ملخص:

لقد أضحى التصدير العشوائي الذي تعتمد عليه الكثير من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، غير مجد لإيجاد مكانة دائمة وحصّة متنامية في الأسواق الدولية، فبلوغ هذا الهدف يتطلب عدة جهود تبدأ بدراسة الأسواق المختلفة ثم إعداد الاستراتيجيات التصديرية المناسبة والتي تتلاءم مع الأسواق المستهدفة، و كما هو معروف فإن لصادرات هذه المؤسسات أسواقا محدودتو لم تعرف أي تنوع ملموس نظرا لغياب استراتيجيات بعيدة المدى تعمل على تنمية الصادرات في هذا النوع من المؤسسات.

تأسيسا عما سبق، تأتي هذه الدراسة لتسليط الضوء على واقع التصدير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية من خلال التركيز على جملة من المؤشرات المعتمدة في هذا المجال، إضافة إلى البحث في طبيعة المعوقات التي تقف أمام عملية تنمية صادرات هذه المؤسسات وصولا إلى صياغة إستراتيجية ملائمة لتنمية الصادرات في تلك المؤسسات والتي من شأنها تحقيق نقلة نوعية لهذا القطاع وتعظيم المكاسب التي يمكن جنيها لعل في مقدمتها تنويع موارد ومداخيل الاقتصاد الوطني.

الكلمات المفتاحية: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، معوقات التصدير، تنمية الصادرات، الإستراتيجية.

Abstract:

Recently, export indiscriminate adopted by The Algerian SMEs, has become was not feasible to find a niche in the international markets, Reaching this goal requires several efforts to begin studying the different

markets and preparation of export strategies appropriate and that fit with the target markets.

This study aims to highlight the important problems posed by the export of the Algerian SMEs and gives a proposing strategy taking in consideration the different characteristics of those enterprises and maximizes the gains of trends towards international market.

Key words: small and medium-sized enterprises, export barriers, export development, strategy.

مقدمة:

تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حجر الزاوية في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدول بالنظر لمردودها الإيجابي على الاقتصاد ودورها الرائد في توفير فرص عمل جديدة وتحقيق زيادة متنامية في حجم الاستثمار، وما تحققة من تعظيم للقيمة المضافة وزيادة حجم المبيعات إذ يمتلك هذا النوع من المؤسسات القدرة على تغيير أو تعديل النشاط أو أسلوب العمل تساعدها على مسابرة التحولات السريعة، وهذا بدرجة أكبر من المؤسسات الكبيرة نظرا لما تتمتع به من ديناميكية وسرعة، من خلال ابتكار منتجات تستجيب للتطورات المستمرة الذي يفرضها النظام الاقتصادي الحديث، بجانب قدراتها الهائلة على اختراق الأسواق الدولية والمساهمة بشكل فاعل في تنمية الصادرات وتوفير النقد الأجنبي والتخفيف من حدة العجز في ميزان المدفوعات، بل أنها ساهمت في تحقيق فائض في ميزان المدفوعات لدى الكثير من الدول خاصة النامية منها، لترسخ بذلك قناعة تامة لدى صانعي السياسات الاقتصادية والمختصين بشؤون المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في هذه الدول بمحدودية التأثيرات الإيجابية للمؤسسات كبيرة الحجم في دفع الاقتصاديات بصورة مطردة، خصوصا فيما يتعلق برفع المستوى التصديري للدول.

غير أن الجزائر كدولة نامية لم تعي هذه الحقيقة لم تركز في انطلاقتها الاقتصادية على وعاء الأفكار الذي تحمله مختلف التجارب الرائدة في هذا المجال، واتجهت بسياسات غير مدروسة في ظل غياب أي استراتيجيات بعيدة المدى نحو اعتماد أسلوب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ملء فراغات التنمية باتخاذ

إجراءات اعتبرت في نظر الباحثين ترقية لم تصل إلى حد التغيير في بنية الصادرات، فقد بقيت نسب التصدير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية تراوح مكانها لم ترقى إلى المستوى المطلوب، وقد أدرك متخذو القرار في الدولة الجزائرية تلك الحقيقة بعد تجربة طويلة وبعد هدر الكثير من موارد الدولة وقدرات مؤسساتها، فعملت الدولة على تشجيع هذا النوع من المؤسسات قصد التوجه نحو التصدير، ورغم كل ما تتمتع به هذه المؤسسات من مزايا، إلا أنها مازالت تواجه العديد من المشاكل والصعوبات التي تحول دون تواجدها في الأسواق الخارجية كارتفاع تكاليف الإنتاج، نقص مصادر التمويل، عدم الاستفادة من بعض الخدمات الاستشارية والفرص التسويقية، والتي تحول دون تواجدها على المستوى الدولي.

إشكالية البحث:

تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية اليوم أكثر من أي وقت مضى رهانات متعددة مصدرها القوى التنافسية والتحديات الناشئة عن العولمة، وانفتاح الأسواق وانحياز الحواجز وموانع التجارة وتدفقات رأس المال، هذا إلى جانب الثورة التكنولوجية الجديدة، والتي أصبحت المنظمات تتسابق من أجل الحصول عليها كونها أصبحت أساس اكتساب الميزات التنافسية، ولقد فرضت التحولات الاقتصادية المستمرة والسريعة على هذا الصنف من المؤسسات ضرورة التكيف والتغيير المستمرين في إستراتيجيتها، حتى تتمكن من تحقيق النجاح المنشود في مهمتها، ولعل من أبرز ما طرحته من خطط دفاعية لهذا الواقع هو توجيهها نحو التصدير والاستفادة من العائد المجزي الناتج عن عملية غزو الأسواق الدولية مقارنة بالأسواق المحلية.

وعليه فإن سبيل نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في الأسواق الدولية هو صياغة إستراتيجية واضحة تحدد الآليات الكفيلة بتحقيق نقلة نوعية نحو تعظيم مكاسب توجه تلك المؤسسات نحو التصدير، مما يجعلنا نطرح السؤال الآتي:

ما هي الإستراتيجية الأكثر ملاءمة لتنمية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية؟ وما طبيعة

القيود التي تعترض هذه العملية؟

فرضية البحث:

نظرا للارتباط الوثيق الكامن بين الاقتصاد الجزائري وقطاع المحروقات، بات من اللازم بناء إستراتيجية فعالة وملائمة لتنمية الصادرات في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، تعتمد أساسا على تعزيز تنافسية هذا النوع من المؤسسات، وإزالة مختلف القيود التي تحول دون توجهها نحو الأسواق الدولية، ولن يتأتى ذلك إلا من خلال زرع ثقافة التصدير لدى القائمين بأعمالها، كما يستوجب الأمر ضرورة الاستفادة من التقارب الجغرافي مع الأسواق الإفريقية والعربية لاسيما في ظل تنامي فرص تفعيل السوق العربية المشتركة.

أهمية البحث:

يستلهم هذا البحث أهميته من خلال حداثة المشكلة المعالجة والمرتبطة بعملية تنمية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في ظل تزايد فرص الاندماج ضمن منظومة الاقتصاد العالمي، إذ تبرز ضرورة رسم معالم إستراتيجية واضحة يحدد فيها الدور المنوط بهذه المؤسسات بما يسمح بتعظيم مكاسب التوجه نحو الأسواق الدولية وتقليص التبعية المزمنة لقطاع المحروقات.

أهداف البحث:

يرمي البحث إلى تحقيق الأهداف التالية :

- الوقوف على واقع التصدير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية قصد الوقوف على درجة توجهها نحو التصدير؛
- البحث في طبيعة القيود التي تقف أمام تسريع وتيرة توجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية نحو الأسواق الدولية؛
- وضع إستراتيجية ملائمة من شأنها المساهمة في دفع صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية نحو الأسواق الدولية قصد تعظيم المكاسب التي يمكن جنيها لعل في مقدمتها تنويع الموارد.

الدراسات السابقة :

لقد نالت الدراسات السابقة -والتي تم اعتمادها كمرجعية لبحثنا- قسطا وافرا فيما يتعلق بموضوع التصدير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في جانبه النظري، غير أن الدراسات التي تتناول إشكالية تنمية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر نجدها قليلة جدا بالرغم من الأهمية البالغة التي يكتسبها هذا الموضوع، وفي هذا المجال يمكننا استعراض الدراسات الآتية:

- "جمعي عماري"، (2011)، إستراتيجية التصدير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، الموضوع عبارة عن رسالة دكتوراه حاول الباحث من خلالها التعرف على وضعية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية ومدى مساهمتها في التصدير خلال الفترة (2000-2007)، كما قدم جملة من المحاور تعد بمثابة ركائز إستراتيجية لترقية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية على ضوء المتغيرات الدولية، وعلى رغم ما ميز هذه الدراسة إلى أن الرسالة قد تشعبت في كثير من الموضوعات الثانوية المرتبطة بخصوصية الاقتصاد الجزائري، الأمر الذي شتت جهود الباحث وجعله يجيد بعض الشيء على الإشكالية والأهداف المرسومة للعمل؛

- "عبد الله بن حمو"، (2010)، تدويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الموضوع عبارة عن رسالة ماجستير عالجت مشكلة تدويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، حيث تم عرض الإطار المفاهيمي لتدويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمتطلبات والاستراتيجيات المعتمدة في هذا المجال، أما في الجانب التطبيقي فقد تم إعداد دراسة ميدانية شملت مجموعة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية بهدف الوقوف على أهم أسباب إحجامها عن العمل على المستوى الدولي، وكما عرج الباحث على دراسة واقع عملية التدويل في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الفرنسية، ليتخذها كمعيار للمقارنة مع حالة الجزائر ولكنه أهمل إشكالية عدم تطابق معايير تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بين دولتي الدراسة مما أضعف النتائج المتوصل إليها وانعكس سلبا على قوة الاقتراحات لأنه لم يراعي عامل تجانس دول الدراسة؛

- "علي سيدي" و"مراد حطاب"، (2010)، بعنوان: تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية بين تهديدات وفرص التدويل: قراءة في بعض المقالات الأكاديمية والمعطيات العلمية، حيث حاول الباحثان الإلمام قدر الإمكان بالمفاهيم النظرية المرتبطة بالموضوع من خلال ما طرح من دراسات أكاديمية، ثم تم تحليل التركيز الجغرافي لأبرز صادرات الجزائر خارج المحروقات قصد كشف فرص التصدير المتاحة أمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية ورسم خريطة المنتجات التي تلبي الاحتياجات الغير مشبعة في الأسواق الدولية، وذلك مع مراعاة عاملين أساسيين أولهما يكمن في التركيز الجغرافي وثانيهما يرتبط بالمزايا التنافسية للمنتجات. و ما يؤخذ على هذه الدراسة ربطها لإستراتيجية تدويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مع دول التركيز الجغرافي فقط دون الأخذ بعين الاعتبار أهم معايير ترقية الصادرات المتمثلة أساسا في التقارب الجغرافي وما يحمله في طياته من سهولة النفاذ إلى الأسواق العربية والإفريقية الواعدة، كما افترضت الدراسة الثبات المطلق للمزايا النسبية للمنتجات وبقاء علاقات التبادل التجاري مع دول التركيز الجغرافي، لكن الحقيقة العملية تؤكد درجة التغير الدائم للعوامل السابقة.

هيكل البحث:

قصد الإجابة على الإشكالية المطروح كذا اختبار صحة الفرضية المتبناة تم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة محاور حيث يتضمن الأول عرضا لأبرز مؤشرات التصدير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، أما المحور الثاني من البحث فيحتوي على مختلف قيود التصدير في هذا النوع من المؤسسات، بينما خصص المحور الثالث لوضع معالم إستراتيجية ملائمة لتنمية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، وفي الأخير تم تلخيص محتوى هذه الدراسة في الاستنتاجات العامة بالإضافة إلى تقديم التوصيات التي من شأنها تذليل الصعوبات التي تحول دون توجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نحو التصدير.

أولاً: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية والتصدير خارج المحروقات

يختص هذا الجزء من البحث في عرض حجم الصادرات خارج المحروقات في الجزائر، وكذا التركيبة السلعية للصادرات إجمالاً، ثم سيتم التعرف على درجة إسهام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في مجال التصدير. ويصب هذا المدخل ضمن إطار تشخيص الواقع وإبراز درجة الترابط الوثيق الكامن بين الاقتصاد الجزائري وقطاع المحروقات.

واقع التصدير خارج المحروقات في الجزائر:

قبل تحليل مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الصادرات الإجمالية للجزائر، من المهم إلقاء نظرة على واقع الصادرات خارج المحروقات قصد إعطاء فكرة على حجم الارتباط الوثيق بين الاقتصاد الجزائري مع قطاع المحروقات، ويمكن إبراز ذلك من قراءة بيانات الجدول رقم 01 والشكل رقم 01:
الجدول رقم (01): الصادرات الإجمالية للجزائر خلال الفترة (2008-2012)

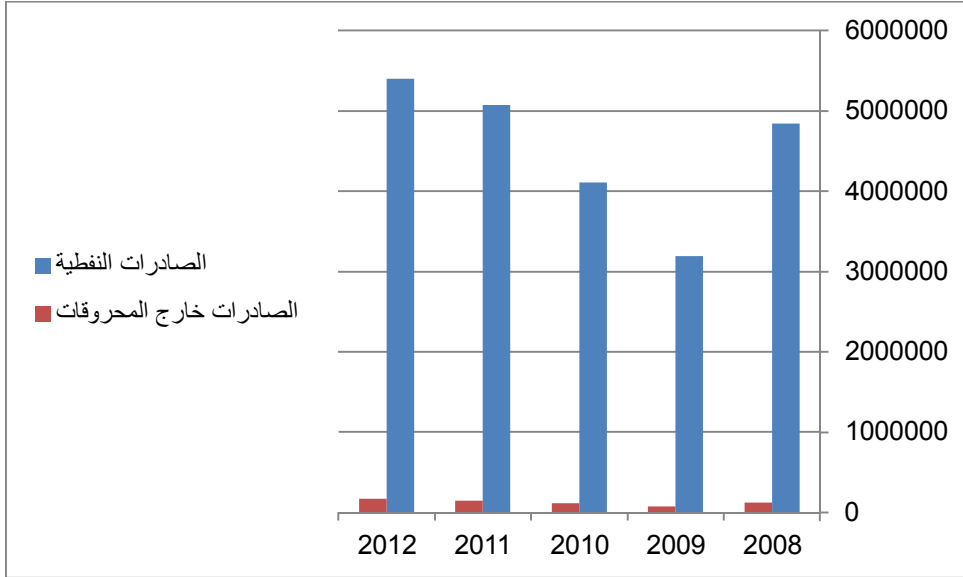
الوحدة: مليون دج

2012	2011	2010	2009	2008	
5397638	5073543.4	4106624.6	3192819.1	4845030.5	الصادرات النفطية
169585	150293.4	113481.4	77408.4	124994.6	الصادرات خارج المحروقات
2.96%	2.8%	2.6%	2.3%	2.5%	نسبة ص م إلى الإجمالي

المصدر:

- La Direction Technique Chargée de la Comptabilité Nationale, **Evolution des échanges extérieurs de marchandises de 2001 à 2011**, ONS, Alger, Novembre 2012, p65.
- Centre Nationale de l'informatique et des statistique, **statistiques du commerce extérieur de l'Algérie (période : année 2012)**, <http://www.douane.gov.dz/>, p15.

الشكل رقم 01: تطور الصادرات الإجمالية للجزائر خلال الفترة (2008-2012)



المصدر : من إعداد الباحثين بناء على الجدول رقم (1)

ويلاحظ من الجدول رقم 01 وأيضا الشكل رقم 01 أن الصادرات خارج المحروقات لم تتعد نسبة 3% طوال فترة الدراسة (2008-2012)، حيث تراوحت نسبتها ما بين 2.3% و 2.96%، ولقد مثلت سنة 2009 أدنى حصيلة لها، وقد أرجع المحللون هذا الانخفاض إلى الأزمة المالية العالمية التي أثرت بشكل أو بآخر على كل دول المعمورة بدرجات متفاوتة، ولعل أهم قنوات التأثير تكمن في انخفاض العوائد النفطية بالنسبة للدول المصدرة له نتيجة مرور اقتصاديات الدول المتقدمة بمرحلة من الركود والتربق والبحث عن السيولة، بهدف التخفيف من الآثار السلبية للأزمة المالية العالمية واحتوائها، بينما تم تسجيل أعلى نسبة للصادرات خارج المحروقات سنة 2012، ويعكس ذلك التعافي الذي بدأ يشهده الاقتصاد العالمي من الأزمة.

التنوع السلعي للصادرات الجزائرية خارج المحروقات:

يعبر هذا المؤشر على درجة اعتماد صادرات بلد معين على عدد محدود من السلع، حيث أن قدرة الدول على المحافظة على حصصها في الأسواق الدولية، تتوقف على عدد السلع المصدرة ومدى وجود طلب عالي عليها،¹ ويعبر المؤشر عادة إما عن وجود تنوع كبير في صادرات الدولة، وهو ما يعكس ديناميكية الدولة المصدرة وقدرتها على المنافسة الدولية؛ وإما على وجود تركيز كبير لصادرات البلد في عدد قليل من السلع، وهو ما يعبر عن زيادة احتمالات منافسته من قبل مصدرين آخرين، وقلة قدرته على الاستجابة للتغيرات في الطلب العالمي إلا إذا كانت لهذه السلع خصائص محددة، كتمتع المصدر بقدرة احتكارية في الأسواق الدولية لتلك السلع.²

وبالإسقاط على حالة الجزائر وبالتحديد الصادرات خارج المحروقات نجد أنها تتكون حسب أهميتها النسبية من المنتجات نصف المصنعة، المواد الخام، المواد الغذائية، السلع الاستهلاكية (غير الغذائية)، المعدات الصناعية والمنتجات الفلاحية.³ والجدول التالي يوضح تطور نسب هذه السلع خلال الفترة الممتدة من سنة 2008 إلى غاية سنة 2012.

¹ حسن الحاج ومحمد عدنان وديع، "التنافسية تحدي الاقتصاديات العربية"، إصدارات عامة، التنمية الاقتصادية والتطور التكنولوجي والنمو، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 2005، ص99.

² منير نوري، "التسويق الاستراتيجي وأهميته في مساهمة العولمة الاقتصادية: إسقاط على الوطن العربي للفترة (1990-2000)"، أطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2004/2005، ص274.

³ شوقي جباري وحمزة عوادي، "تدويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر: دراسة استشرافية"، مجلة الأكاديمية العربية في الدانمارك، العدد الرابع عشر، يناير 2014، ص171.

الجدول رقم (02): التركيبة السلعية للصادرات الجزائرية خارج المحروقات خلال الفترة (2008-2012)

الوحدة : مليون دج

2012		2011		2010		2009		2008		
%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	
14.32	24271	17.22	25880.9	20.62	23405.5	10.58	8193.1	6.13	7657.3	مواد غذائية
7.64	12950	7.80	11717.1	6.15	6977	15.89	12302.3	17.23	21542.3	مواد خام
75.9	128724	72.52	108993.9	69.23	78567.6	64.93	50258.7	71.45	89308.4	منتجات نصف مصنعة
0.04	73	0.02	25.7	0.05	58.8	0.03	19.5	0.05	67.7	منتجات فلاحية
1.37	2326	1.70	2561.1	1.97	2235.1	3.97	3075.4	3.47	4334.5	معدات صناعية
0.73	1241	0.74	1115.7	1.98	2237.4	4.6	3559.4	1.67	2084.4	سلع استهلاكية
100	169585	100	150293.4	100	113481.4	100	77408.4	100	124994.6	المجموع

المصدر:

- La Direction Technique Chargée de la Comptabilité Nationale, **op. cit**, p65.
- Centre National de l'informatique et des statistiques, **op.cit**, p10.

عموما، تعد النسب المسجلة دليلا واضحا على الفشل الذريع للحكومات الجزائرية المتعاقبة في بلوغ الهدف الاستراتيجي المنشود، والمتمثل في جعل هيكل الصادرات متنوعا وفك ارتباطها الوثيق بقطاع المحروقات.

مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في الصادرات خارج المحروقات:

بالنظر إلى التحليل السابق والمتعلق بالتنوع السلعي للصادرات الجزائرية ومع الأخذ في الحسبان توزيع عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتي يتركز جلها في قطاع الخدمات والأشغال العمومية مع ضعف كبير في قطاع الصناعة التحويلية والزراعة (أنظر الشكل رقم 02)، واللذان يشكلان تكلفة كبيرة في الواردات الجزائرية، تتولد قناعة بضالة توجه هذا النوع من المؤسسات نحو التصدير نتيجة لتركيزها في قطاعات لا تتيح لها تقديم إنتاج قابل للتصدير في الأسواق الدولية، إذ تشير الأرقام إلى مساهمة متواضعة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في قطاع الصادرات؛ حيث لم تتعدى نسبة المساهمة 30% من إجمالي الصادرات خارج المحروقات سنة 2007 أي ما مقداره 1.7% من إجمالي الصادرات، وهي نسبة ضئيلة جدا خاصة إذا ما تم مقارنتها بدول نامية أخرى، فالفيتنام مثلا تساهم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في قطاع التصدير بـ 20%، علاوة على ذلك فإن عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية المصدرة يقدر بنحو 500 مؤسسة سنة 2007⁴، وتتوزع صادرات هذه المؤسسات على المنتجات نصف المصنعة، المواد الخام، التجهيزات الصناعية، السلع الغذائية، السلع الاستهلاكية والتجهيزات الفلاحية بنسب: 75%، 6.75%، 5.25%، 3.5%، 2.75% على التوالي.

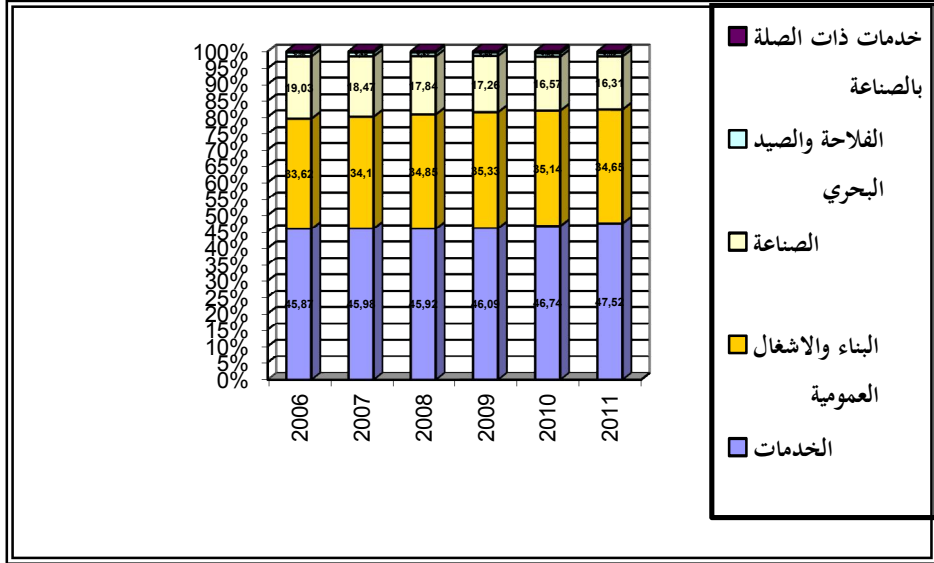
وتجدر الإشارة أن الوضعية السابقة خلال سنة 2009 لم تتغير كثيرا؛ حيث أن عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تعمل في مجال التصدير بلغ 489 مؤسسة أي ما يعادل حوالي 0,1% من إجمالي المؤسسات، وتقدر حصتها بـ 1,04 مليار دولار أي ما يمثل نسبة 2,5% من الصادرات⁵، بالمقابل في

⁴ جمعي عماري، "إستراتيجية التصدير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية"، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، 2010/2011، ص 198.

⁵ دوار إبراهيم، "آليات تدويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلال الفترة 2001-2009"، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشلف، 2011، ص 105.

فرنسا وصل عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المتوجهة نحو التصدير 110.650 مؤسسة خلال سنة 2011، أي ما يمثل 94% من العدد الإجمالي للمؤسسات المصدرة⁶.

الشكل رقم (02): تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة حسب القطاع للفترة 2006-2011



المصدر: من إعداد الباحثين باستخدام نشرات المعلومات الإحصائية لوزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة،

الموقع على الانترنت: www.pmeart-dz.org

عموما، تعد النسب المسجلة دليلا واضحا على الفشل الذريع للحكومات الجزائرية المتعاقبة في بلوغ الهدف الاستراتيجي المنشود، والمتمثل في جعل هيكل الصادرات متنوعا وفك ارتباطها الوثيق بقطاع المحروقات.

ثانيا: قيود التصدير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية:

تزخر الجزائر بإمكانيات هائلة تؤهلها لتبوء مكانة مرموقة ضمن دول المنطقة، ورغم فرص نجاح عملية التصدير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، فإن هذه العملية تواجه عددا من القيود والتي غالبا ما تؤدي إلى الفشل في تحقيق الهدف المنشود، هذه القيود يمكن إجمالها في:

⁶ Juliette Ponceau et Stéphane Balan, " Les PME et l'exportation, Rapport sur l'évolution des PME ", OSEO, Paris, 2012, p267.

1. القيود السياسية والقانونية: تتمثل هذه القيود في الخسائر التي يمكن أن تلحق بالمنظمة في حال صدور قوانين وتشريعات جديدة تتعكس مع بعض أو كل أهداف المؤسسة، ونذكر من بين هذه القيود التأميم، المصادرة والتصفية للمشروعات، والقيود المفروضة على الملكية الأجنبية والتعامل في النقد الأجنبي والشروط الموضوعية على استخدام المكون المحلي، واتجاهات النقابات، والتعريف الجمركية وغيرها⁷؛

2. قيود بيئة الاستثمار: لقد فشلت الصادرات غير النفطية في التموغ بالأسواق الدولية، رغم الدعم الحكومي الكبير الذي وجه لها مثل: برنامج الإصلاحات الرامية إلى رفع القدرات التصديرية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، تحسين بيئة الأعمال من خلال التوعية، التدريب وتوجيه الشركات المصدرة أو المحتمل تدويل أنشطتها، فضلا على تنوع في برامج التأهيل.

بالإضافة لما سبق فقد صنف تقرير بيئة الأعمال "Doing Business" 2011 الصادر عن البنك الدولي الجزائر في المركز 148 من بين 184 دولة شملتها الدراسة، أي أقل من خمسة مراتب مقارنة بعام 2010. وفي نفس التقرير احتلت الجزائر المرتبة 127 فيما يتعلق بالتجارة الخارجية؛ حيث سجلت خسارة بأربعة مراتب مقارنة بالعام السابق. أما بالنسبة للشركات الراغبة في التصدير فهي لا تزال تواجه بيروقراطية كبيرة، فيجب عليها ملء ثماني وثائق، والانتظار لمدة سبعة عشر يوما، كما تبلغ تكلفة الحاوية الواحدة 1248 دولار، وعلاوة على ذلك، فإن بيانات وكالة التجارة الخارجية (Algex) تبين أن المصدرين هم أقل عددا، إذ لا يتجاوز عددهم 350 مصدر في عام 2010 بالمقابل بلغ عددهم 450 مصدر في 2008.⁸

ويمكن تفسير هذا الانخفاض الحاد في عدد المصدرين إلى ارتفاع معدل وفيات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، فحسب بيان المدير العام للوكالة الوطنية لتنمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة فإن حوالي 30000 شركة تغلق أبوابها كل عام.

⁷ Frédéric Lernoux et autres, "Internationalisation des PME : comment réussir a l'étranger", Deboek & Larcier, 1^{ère} edition, Belgique, 2012, p35.

⁸ Sultana DAOUD, Structuration Sectorielle Et Contribution Des Pme Algériennes Au Commerce Extérieur, colloque international, université Setif1, 11et 12 mars 2013, p13.

وتجدر الإشارة أنه يمكن التعرف على التقييم الكمي للمناخ الاستثماري في الجزائر، من خلال إلقاء نظرة على مدى تحقق التوازنات الكلية في الجدول التالي:

الجدول رقم: (03): تطور مؤشرات التوازن الداخلي والخارجي للاقتصاد الجزائري خلال الفترة: 2008-2012.

البيان /السنوات	2008	2009	2010	2011	2012
معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي	3.0	2.4	3.4	2.4	3.3
مؤشر سياسة التوازن الداخلي (الفائض أو العجز في الميزانية كنسبة من الناتج)	11.40	7.1	1.5	0.7	1.3
مؤشر سياسة التوازن الخارجي (الفائض أو العجز في الحساب الجاري كنسبة من الناتج)	23.20	0.3	9.4	9.35	8.21
معدل التضخم	4.40	5.7	4.3	5.7	8.9
رصيد الدين الخارجي (مليار دولار)	8.58	5.41	5.45	4.4	3.63
سعر صرف الدينار	مقابل الدولار	74.58	72.73	74.39	76.05
	مقابل الأورو	-	-	-	102.21
					102.16

المصدر: تقارير بنك الجزائر لسنوات 2008، 2009، 2010، 2011 و2012.

من خلال قراءة بيانات الجدول السابق يتضح أن الجزائر نجحت إلى حد بعيد في تحقيق التوازنات الكلية للاقتصاد فقد تم التحكم في معدلات التضخم ، كما سجل كل من ميزان الحساب الجاري كذا الميزانية العامة فائضا خلال السنوات الأخيرة كما شهد سعر الصرف استقرارا ملحوظا والمديونية انخفاضا محسوسا.

وعلى العموم فإن هذا الاستقرار يعد هشا نظرا لارتباطه الوثيق بالقفزة النوعية التي يشهدها سوق المحروقات، فبمجرد تماوي الأسعار فمن المحتمل أن تنشأ مخاطر تؤدي إلى تغيرات جذرية في جل المؤشرات

الاقتصادية، وبالتالي تبرز مخاطر أسعار الصرف وأسعار الفائدة، التضخم ومخاطر الائتمان وغيرها والتي من شأنها أن تؤثر على خلق القيمة داخل المؤسسة وعلى عملية التصدير سلباً.⁹

3. القيود التجارية: تتمثل مصادر القيود التجارية أساساً في عدم دفع الزبون لمشترياته في حالة البيع الآجل، وتؤدي إلى عدم استلام المؤسسة لكامل مستحققاتها في الآجال المتفق عليها، ويختلف خطر عدم الدفع حسب القطاعات وكذلك حسب المنطقة، بالإضافة إلى نقص التمويل بالمواد الأولية، المنتجات نصف المصنعة المستوردة وارتفاع أسعارها؛ ضالة النسب المحققة في مجال التصدير والتي لا يمكن الاعتماد عليها في تمويل نشاطات المؤسسة بالعملة الصعبة؛ عدم امتلاك المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية المعلومات والبيانات الكافية عن الأسواق الدولية التي تمكنها من اتخاذ قرار الاستثمار على أسس اقتصادية رشيدة، مما يترتب عنه عدم إدراك صاحب المؤسسة للفرص المتاحة أو جدوى التوسع أو تنويع النشاط.¹⁰

يضاف لما سبق انعدام الخبرة لدى المؤسسات المصدرة والتي تحول دون توقعها في الأسواق الأجنبية لمدة أطول، علاوة على ارتفاع تكاليف النقل الدولي وعجز خدمات دعم التصدير المخصصة لذلك، والذي يترتب عنه ارتفاع التكاليف التسويقية وبالتالي انخفاض هامش الربح الممكن تحقيقه من عملية التصدير؛ عدم انتظام برامج الرحلات، نقص الخطوط الموجهة للتصدير وعدم تخصيص بعض أرصفتها الموانئ للعمليات التصديرية فقط؛ غياب الهياكل التي تتكفل بوظيفة التصدير داخل المؤسسات وانعدام قنوات التوزيع ذات الطابع الخصوصي وخدمات ما بعد البيع، فالصادرات لا يمكن تحقيقها دون وضع

⁹ شوقي جباري وحمزة عوادي، "تدويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية بين فرص النجاح ومخاطر الفشل"، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، جامعة ورقلة، العدد الرابع، ديسمبر 2013، ص 111.

¹⁰ محمد فرحي وسلمى صالح، "المشاكل والتحديات الرئيسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الوطن العربي"، الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة الشلف، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، يومي 17 و18 أبريل 2006، ص 742.

مصلحة لخدمات ما بعد البيع ناهيك عن غياب الإبداع والابتكار بسبب ضعف ميزانية البحث والتطوير.¹¹

4. **القيود الثقافية:** وهي القيود الناجمة عن التباين والاختلاف في أذواق المستهلكين والتباين الثقافي والمعرفة بين السوق المحلي والأجنبي، والتي تؤثر على تدفق المعلومات وصنع القرار في المعاملات الدولية.¹²

5. **القيود المرتبطة بالمنافسة:** والتي تتمثل أساسا في المنافسة غير المتكافئة في بعض الأسواق على غرار السوق الأوروبية بين الشركات المتواجدة بالسوق المستهدف والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، إذ يمتلك الطرف الأول الكفاءة العالية، الإنتاجية المرتفعة والقدرة التنافسية، التكنولوجية، الإدارية والتسويقية الكبيرة، بينما يعاني الطرف الثاني من محدودية الإمكانيات على كافة المزايا التي يتمتع بها الطرف الأول، بالإضافة إلى مشكل التكيف الهيكلي لتنظيم الإنتاج والتسويق في المدى القصير مع السوق الأجنبي خصوصا في ظل غياب الدراسات اللازمة عن الأسواق الخارجية وعدم وجود نظام للمعلومات التسويقية والتصديرية، قصر النظر الاستراتيجي لدى المؤسسات الجزائرية، فهي إذن لا تأخذ بعين الاعتبار في تقسيماتها بناء إستراتيجية للتصدير منذ البداية، ولكنها تكتفي بالبحث عن أسواق دولية في إطار التظاهرات الاقتصادية فقط،¹³ هذا فضلا عن عدم توافق المنتجات الوطنية الموجهة للتصدير مع المعايير العالمية من حيث الجودة،¹⁴ الأمر الذي يجعل نتائج المنافسة محسومة لصالح الطرف القوي، وفي هذا السياق يتوقع الخبراء بأن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية بوضعها الحالي الغير مؤهل للمنافسة

¹¹ عبد الله بن حمو، "تدويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، رسالة ماجستير في علوم التسيير غير منشورة، جامعة تلمسان، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2010، صص 174-175.

¹² Serge Amabile et autres, **Les stratégies de développement adaptées par les PME internationales –les cas de pme méditerranéennes**, Au site d'internet : <http://www.medeu.org/documents/MED4/Dossier3/AMABILE-LAGHZAOUI-MATHIEU.pdf>, p6.

¹³ محمد براق ومحمد عبيلة، "دفع الصادرات الجزائرية خارج المحرقات باستخدام مقاربة التسويق الدولي"، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الشلف، العدد الرابع، جوان 2006، صص 131.

¹⁴ وصاف سعيدي، "تنمية الصادرات والنمو الاقتصادي في الجزائر"، مجلة الباحث، دورية علمية محكمة تصدر عن كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، العدد الأول، 2002، صص 13-14.

واحتلال مكانة في الأسواق الدولية في حالة توجيهها نحو التصدير سوف تشهد تدنيا تدريجيا في الإنتاج والعائد، ناهيك عن احتمالات انسحابها من الأسواق الدولية والمحلية بالأخص في ظل الانضمام المرتقب للمنظمة العالمية للتجارة، الأمر الذي قد يترتب عليه إما الخروج من السوق أو التحول إلى أنشطة أخرى. ويجدر بالذكر في الأخير أن حدة تأثير هذه القيود تختلف باختلاف درجة التعمق في خدمة السوق وبمعنى آخر درجة التصدير، فالدخول التدريجي للسوق الأجنبي عن طريق الاستثمار غير المباشر يواجه مخاطر أقل كثيرا من الدخول عن طريق الاستثمار المباشر، وحتى على مستوى الاستثمار الأجنبي المباشر فإن دخول أسواق عن طريق الاستثمار المشترك يكون أقل تعرضا للأخطار والقيود السياسية والثقافية والمنافسة مقارنة بالدخول عن طريق التملك الكامل للمشروع، كما تواجه الشركات التي تدخل السوق الأجنبي لأول مرة الكثير من القيود، فضلا عن القيود المرتبطة بالمنافسة فإنها تواجه مخاطر سياسية وقانونية (القيود المفروضة على الاستثمار والإجراءات والقوانين التي تفرضها حكومات الدول المضيفة).¹⁵

ثالثا: معالم الإستراتيجية المقترحة لتنمية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية

سنحاول من خلال هذا المحور رسم إطار عام لإستراتيجية ملائمة لتنمية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، وذلك بالتركيز على مجموعة من المعالم والتي تمت صياغتها بناء على ما تناولته بعض الدراسات الأكاديمية ذات الصلة الوثيقة بالموضوع وهذا على النحو التالي:

1. العمل على تحسين مناخ الاستثمار للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

حيث تحتاج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى دعم حكومي على مستوى الإطار التنظيمي من خلال بناء سياسات ومنظومة مؤسسية تناسب خصوصيتها ومثال ذلك: إزالة العوائق التنظيمية والقانونية التي تقيد قدرة المؤسسات على التصدير، وتحسين الأنشطة التي سوف تزيد من حصيلة صادرات تلك المؤسسات، بالإضافة إلى الإعفاءات الضريبية، تقديم التسهيلات الائتمانية التي تسمح بتغطية الفجوة بين الموارد المتاحة والموارد اللازمة لهذه العملية وحوافز التصدير، بالإضافة إلى توفير البنية الأساسية للنقل

¹⁵ عبد السلام أبو قحف، "إدارة الأعمال الدولية: دراسات وبحوث ميدانية"، الدار الجامعية، مصر، 2001، ص82.

والاتصالات، وهذا من أجل خلق البيئة المواتية لنمو هذه المؤسسات، حتى تساهم بصفة معتبرة في رفع الكفاءة الإنتاجية لتنمية القدرات التصديرية في الأسواق التصديرية بشكل مستدام.¹⁶ وعلى الرغم من الجهود المبذولة من طرف الحكومة الجزائرية الرامية إلى تحسين مناخ الاستثمار وبيئة الأعمال، إلا أنها لا تزال تعاني من بيئة غير مؤهلة تأهيلا كافيا، وحتى يتم تحسين مناخ الاستثمار للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر فإنه ينبغي توافر جملة من المتطلبات، وعموما يمكن إبراز هذه المتطلبات على عدة مستويات كما يلي:

- **تأهيل المورد البشري:** إذ يتعين على الجزائر أمام كل المعطيات التي يفرضها اقتصاد المعرفة أن تعمل على تأهيل العنصر البشري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتطوير قدراته من خلال تكوينه بالشكل الذي يسمح بتعزيز أداء الاقتصاد واستخدام تكنولوجيات الإعلام والتحكم في التقنيات الحديثة. وذلك من خلال إعداد البرامج المتعلقة بتكوين وتدريب الموارد البشرية فضلا عن تقديم حوافز اجتماعية للأمين الراغبين في التعلم، وتشجيع الترجمة وتطوير سياسات التعليم وربط الجامعة بما يتلاءم مع متطلبات سوق العمل.¹⁷
- **توفير البنية التحتية وتطوير الهياكل القاعدية:** والمتمثلة أساسا في: الهياكل المرتبطة بحركات وتدفق السلع والخدمات والمعلومات والأشخاص كشبكة الطرق الكبرى، المياه، الكهرباء، المواصلات السلكية واللاسلكية، وسائل الاتصالات، المواقع الصناعية وغيرها.¹⁸
- **التخفيف من حدة الاقتصاد غير الرسمي:** يشكل الاقتصاد غير الرسمي عائقا حقيقيا لمناخ الاستثمار والجزائر من بين أكثر الدول النامية التي تعاني من استفحال هذه الظاهرة على الرغم من

¹⁶ شوقي جباري وحمزة عوادي، "تدويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر: دراسة استشرافية"، مرجع سبق ذكره، ص172.

¹⁷ الشريف ربحان ولياء هوام، دور مناخ الاستثمار في دعم وترقية تنافسية الاقتصاد الوطني الجزائري، دراسة تحليلية تقييمية، مجلة العلوم الاقتصادية، العدد 32، المجلد 8، نيسان 2013، ص47-48.

¹⁸ مفتاح صالح وبن يسمينة دلال، واقع وتحديات الاستثمارات الأجنبية المباشرة في الدول النامية _دراسة حالة الجزائر، بحوث اقتصاديات عربية، العددان 43-44، صيف-خريف 2008، ص125-126.

المجهودات المبذولة من طرف الحكومة الجزائرية من أجل احتواء وإدماج الاقتصاد غير الرسمي في الاقتصاد الشرعي كمنح المساعدات للمؤسسات الصغيرة، دعم المشاريع المتعلقة بالنشاطات التقليدية، اتخاذ تدابير صارمة لمكافحة الغش الضريبي، إلا أن حجمه يبقى يمثل حصة معتبرة من الاقتصاد الوطني، وبهدف التقليل أو الحد من هذه الظاهرة ينبغي العمل على: إصلاح النظام الضريبي وجعله يساير التطورات العالمية، تشديد العقوبات على التهرب الضريبي، مراجعة أساس حساب الضريبة ومعدل الضريبة والتصاعد الضريبي، بالإضافة إلى تحسين الرواتب والأجور في القطاع الرسمي.¹⁹

- **مكافحة الفساد:** وهذا من خلال بناء استراتيجيات لمواجهة الفساد يستلزم خلق بيئة تتحقق فيها الشفافية والمساءلة، فضلا على تعزيز أسس المحاسبة العمودية والأفقية، واستخدام وسائل شاملة ومتنوعة، سياسية وقانونية وجاهيرية وقيمية، يكون لها بالغ الأثر في التخفيف من حدة ظاهرة الفساد.²⁰

2. التوجه نحو الأسواق الواعدة: فكما هو معروف فإن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية أسواقا محدودة ولم تعرف أي تنوع ملموس، لذا فإن بناء الإستراتيجية يجب أن يحدد الأسواق التي يمكن لهذه المؤسسات النفاذ إليها، وفي ظل تغير موازين القوى في الأسواق الدولية لصالح أسواق الاقتصاديات الناشئة على حساب الشركات المتعددة الجنسيات إثر انشغال الدول المتقدمة بمعالجة أسباب الأزمة المالية العالمية الراهنة وأزمة الديون السيادية، والتي أثرت سلبا على العديد من الدول بنسب متفاوتة وأدت إلى ركود الاقتصاد العالمي وانخفاض المنافسة على بعض المنتجات الدولية، فإن هذا الوضع يفتح آفاقا واسعة أمام تنمية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في ظل ما تشهده هذه المرحلة من نماء غير مسبوق لاحتياطات الصرف نتيجة لارتفاع أسعار المحروقات، ناهيك عن طبيعة الاقتصاد الجزائري ودرجة اندماجه

¹⁹ بودلال علي، انعكاسات الاقتصاد الخفي على الاقتصاد الجزائري دراسة قياسية تحليلية، مجلة الإستراتيجية والتنمية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة مستغانم، العدد الثالث، جويلية 2012، ص154-155.

²⁰ Daniel Kaufmann, 10 idées reçues sur la gouvernance et la corruption , in : Finances et développement, FMI, septembre 2005, p 41-43.

في الاقتصاد الدولي التي تجعله نسبيا أقل تضررا من الأزمة مقارنة بالاقتصاديات الأخرى، إذ أن العلاقات الاقتصادية المالية على المستوى الداخلي لا تزال بدائية، إضافة إلى غياب سوق مالي فعال محرك للأنشطة الاقتصادية²¹.

عموما، وبإلقاء نظرة على التركيز الجغرافي للصادرات الجزائرية خارج المحروقات خلال سنتي 2011 و2012، كما هو موضح في الجدول 04.²²

حيث يتبين أن غالبية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات تتجه نحو دول الاتحاد الأوروبي كمحصلة لإبرام اتفاقية الشراكة الأورو متوسطية حيث احتلت المرتبة الأولى سنة 2012 بنسبة 54.24% مرتفعة بنسبة 6% عن سنة 2011، ثم تأتي بعد ذلك دول منظمة التعاون الاقتصادي بنسبة 30.18%، وبالمقابل نجد ضعفا في التوجه نحو الأسواق العربية والإفريقية حيث لا تتعدى نسبة الصادرات الموجهة إلى هذه الأسواق في مجموعها 4%.

²¹ عمار عماري ونبيلة فالي، "الأزمة المالية العالمية الراهنة وتداعياتها على بعض مؤشرات الاقتصاد الجزائري"، الملتقى الدولي حول الأزمة المالية والاقتصادية الدولية والحوكمة العالمية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، يومي 20 و21 أكتوبر 2009، ص 7.

²² إن الغرض من هذا المؤشر هو تحليل التركيز الجغرافي لأبرز الصادرات خارج المحروقات قصد الوقوف على مدى اعتماد الجزائر على دولة واحدة أو عدد قليل من الدول في تصريف السلع التي تصدرها، فإذا تعدى نصيب تلك الدولة أو الدول في مجموع الصادرات حدود الأمان أصبحت الجزائر في تبعية، حيث يمكن لتلك الدولة أو الدول ممارسة ضغوطات على الجزائر بالامتناع عن شراء صادراتها، مما قد يتسبب في كساد السلع أو تلفها وخاصة إذا كانت سلعا استهلاكية، وذلك قد يكون لغرض اقتصادي مثل التأثير على الأسعار، أو لأغراض أخرى قد تكون لها أبعاد وخلفيات سياسية، هذا ويكتسي مؤشر التوزيع الجغرافي للصادرات أهمية كبيرة، إذ يسمح بمعرفة مدى تنوع سلة العملات الأجنبية المحصلة من جراء العمليات التصديرية، مما يتيح للدولة هامشا للمناورة في اختيار مورديها والاستفادة أيضا من تغيرات بورصة العملات، أو على الأقل تفادي الخسائر التي قد تنجر عنها.

الجدول رقم (04): التوزيع الجغرافي للصادرات الجزائرية خارج المحروقات خلال سنتي 2011 و2012

2012		2011		
النسبة(%)	القيمة (مليون دولار)	النسبة (%)	القيمة (مليون دولار)	
54.24	40.127	50.77	37.307	الاتحاد الأوروبي
30.18	22.325	32.74	24.059	دول منظمة التعاون الاقتصادي
0.05	36	0.14	102	دول أوربية أخرى
4.85	3.586	5.81	4.270	دول أمريكا الجنوبية
6.36	4.704	7.03	5.168	دول آسيوية
1.44	1.069	1.10	810	دول المشرق العربي
2.80	2.075	2.16	1586	دول المغرب العربي
0.08	59	0.20	146	دول إفريقيا

المصدر: Centre National de l'informatique et des statistiques (2013), p16.

لذلك نعتقد أن التوجه نحو الأسواق العربية والإفريقية يمثل السبيل الممكن لتنمية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وهذا بالنظر لعدة اعتبارات أهمها كون دول المغرب العربي تعتبر من الدول المفتوحة على العالم الخارجي، خاصة مع موقعها الجغرافي المناسب للنفوذ إلى السوق الأوربية الواسعة والمفتوحة بتعداد يصل إلى 380 مليون مستهلك وبتوسط دخل فردي يضاهي 20 ألف دولار سنويا هذا من جهة²³، ناهيك عن تقاربها الجغرافي مع الجزائر والذي يمكن من تحقيق وفورات في تكاليف عملية التصدير، مما يزيد من تنافسية السلع المصدرة، هذا فضلا عن التقارب الثقافي الذي يسمح بتنميط منتجاتها بدل تعديلها أو تكييفها مع المتطلبات والاحتياجات المختلفة لكل سوق²⁴، كما أن السوق الإفريقية تعد سوقا واعدة لصادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية ويمكن دخولها بشكل أيسر من أية سوق أخرى، إذ أن هذه الأسواق تتميز بالحجم الكبير من الزبائن المرتقبين، حيث يتوقع بها ما لا يقل

²³ سمينة عزيزة، "الشراكة الأورو جزائرية بين متطلبات الانفتاح الاقتصادي والتنمية المستقلة"، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد التاسع، 2011، ص 156.

²⁴ محمد براق ومحمد عبيلة، مرجع سبق ذكره، ص 131.

عن 800 مليون مستهلك، كما تتوفر على حوافر جمركية والتي تتبناها الكثير من تكتلات الدول الإفريقية²⁵.

3. استغلال المزايا النسبية للمنتجات: وهذا من خلال استغلال المزايا النسبية التي تتمتع بها منتجات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، والتي قد تتحول إلى مزايا تنافسية، والمتمثلة في وجود وفرة في الموارد والمواد الأولية حيث يمكن تصنيع تلك المواد الأولية وزيادة القيمة المضافة منها في بعض مجالات الإنتاج حيث تمتلك هذه المؤسسات بعض المزايا النسبية على المستوى العالمي في إنتاج بعض السلع المطلوبة دوليا كالتمر، الفوسفات، المطاط، الاسمنت الأبيض، الأمونياك على سبيل المثال والتي لم ترقى بعد في درجة تصديرها إلى المستوى المطلوب والذي يعكس الإمكانيات الحقيقية للاقتصاد، إضافة إلى بعض المنتجات التي لا زالت حبيسة السوق المحلي رغم امتلاكها حل مقومات النجاح في احتلال مكانة بالأسواق الدولية ومثال ذلك الفلين، الجلود المعالجة، الزيتون، العجائن، المنتجات البحرية والمنتجات الحرفية التقليدية²⁶.
والجدول الآتي يوضح المزايا النسبية التي تمتلكها الجزائر في إنتاج بعض السلع الموجهة للتصدير خلال الفترة (2008-2012) من خلال حساب مؤشر الميزة النسبية الظاهرة.²⁷

ومن خلال الجدول الموالي نلاحظ أن قيمة مؤشر المزايا النسبية الظاهرة تساوي الواحد الصحيح بالنسبة لكافة المنتجات المختارة وهو مؤشر إيجابي على امتلاك مزايا نسبية كاملة لصالح الصادرات، كما

²⁵ جمعي عماري، مرجع سبق ذكره، ص 216.

²⁶ شوقي جباري وحمزة العوادي، "تدويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية بين فرص النجاح ومخاطر الفشل"، مرجع سبق ذكره، ص 110.

²⁷ يعتبر هذا المؤشر أكثر المؤشرات استعمالا لقياس القدرة التنافسية للصادرات وبحسب بقسمة حاصل طرح قيمة الصادرات لسلعة معينة أو مجموعة متجانسة من السلع من قيمة الواردات لنفس السلعة أو مجموعة متجانسة من السلع، على حاصل جمع قيمة الصادرات لسلعة معينة أو مجموعة متجانسة من السلع من قيمة الواردات لنفس السلعة أو مجموعة متجانسة من السلع، وكلما كانت قيمة المؤشر أكبر من أو تساوي الواحد الصحيح، كلما كانت هناك ميزة نسبية ظاهرة. وتساوي قيمة المؤشر (+1) حينما تكون قيمة الواردات صفرا، وبالعكس تكون قيمة المؤشر مساوية ل (-1) في حالة عدم وجود صادرات.

نلاحظ أن هذا المؤشر ظل ثابتا طيلة سنوات الدراسة وهو ما يعني وجود ميزة مطلقة للصادرات من السلع المذكورة.

الجدول رقم (05): مؤشرات المزايا النسبية الظاهرة لبعض السلع المصدرة خارج المحروقات
خلال الفترة (2008-2012)

2012	2011	2010	2009	2008	
01.00	01.00	01.00	01.00	01.00	التمر
01.00	01.00	01.00	01.00	01.00	الفوسفات
01.00	01.00	01.00	01.00	01.00	المطاط
01.00	01.00	01.00	01.00	01.00	الأمونياك

المصدر: شوقي جباري وحمزة العوادي، تدويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر: دراسة استشرافية، مجلة الأكاديمية العربية في الدانمارك، العدد الرابع عشر، جانفي 2014، ص172.

4. تفعيل برامج تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

في إطار تفعيل اتفاقية الشراكة الأوروبية الجزائرية والعمل على إنجاحها تم طرح مجموعة من البرامج الخاصة بتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية لضمان استمرارية منظومة هذا النوع من المؤسسات ومحافظتها على مكانتها في السوق الوطنية وإكسابها سمعة جيدة من أجل تكييفها مع متطلبات اقتصاد السوق وضمان حصة في السوق الدولية، وذلك من خلال رفع قدرتها التنافسية²⁸، ومن بين أهم هذه البرامج نذكر:

²⁸ محمد فرحي وسلمي صالح، "المشاكل والتحديات الرئيسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الوطن العربي"، الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة الشلف، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، يومي 17 و18 أبريل 2006، ص748.

- برنامج اللجنة الأوروبية "ميذا": قصد إنجاح مسار الشراكة الأورو متوسطية وتدعيم التعاون الاقتصادي، تم توسيع نطاق التعاون بخلق آلية جديدة من قبل الاتحاد الأوربي متمثلة في برنامج "ميذا"²⁹، وقد جاء هذا البرنامج في إطار اتفاقية الشراكة الأوروبية الجزائرية التي دخلت حيز التنفيذ في سبتمبر 2005 تحت اسم البرنامج الأوربي لتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية ومنحها الدعم التقني اللازم، ويهدف هذا البرنامج إلى تأهيل وتحسين تنافسية قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ليساهم بجزء كبير ومهم في النمو الاقتصادي والاجتماعي.³⁰

ولقد استفادت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر من البرنامج الذي يمس قطاعات المنتجات الفلاحية، الصناعات الغذائية، صناعة الأدوية، الصناعات الكيماوية، مواد البناء، الصناعات الميكانيكية، صناعة الأحذية والجلود، الصناعة الالكترونية والصناعات النسيجية، كما يركز هذا البرنامج على ثلاثة محاور رئيسية، ويتضمن المحور الأول رفع كفاءة التسيير في هذه المؤسسات وتأهيل أفرادها، أما المحور الثاني فيقوم على دعم الابتكار وترقية آليات تمويل المؤسسات، بينما يركز المحور الثالث على تحسين بيئة عمل هذه المؤسسات، وبالنسبة للنتائج المحققة فقد ذكر المكلف بعملية التأهيل أن الوضعية العامة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التابعة للقطاع الخاص في الجزائر والتي مسها البرنامج حسنة بشكل عام، وفي عرضه أشار إلى أنه من بين 180 مؤسسة صغيرة ومتوسطة استهدفها البرنامج 140 مؤسسة هي في مرحلة التأهيل بينما 38 منها في المرحلة الأولية للتأهيل، أما البعض الآخر فقد تخلى نهائيا على البرنامج؛³¹

- البرنامج الجزائري الفرنسي لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: وتعزيز صادراتها والذي يتشكل من مجموعة من الإجراءات التي تُمثّل على تحسين تنافسية هذا النوع من المؤسسات ودعمها من أجل

²⁹ شعيب آتشي، "واقع وآفاق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر في ظل الشراكة الأوروجزائرية"، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية غير منشورة، جامعة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2008/2007، ص141.

³⁰ جمال بلخباط جميلة، "متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة"، الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة الشلف، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، يومي 17 و18 أبريل 2006، ص 637.

³¹ شعيب آتشي، مرجع سبق ذكره، ص141-146.

التصدير، وفي هذا السياق تم تأهيل 40 مؤسسة مصدرية من بين 685 مؤسسة تنتمي لعدة قطاعات أهمها قطاع الصناعة الغذائية وقطاع الصناعة الكيماوية، أعربت عن اهتمامها بهذا البرنامج الذي تمت مباشرته سنة 2008 بتمويل بلغت قيمته 2.5 مليون أورو وهذا للاستفادة من مرافقة تقنية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في نشاطات التصدير الخاصة بها³². وقد سمح البرنامج من تأهيل 445 مؤسسة صغيرة ومتوسطة، أي ما يعادل 65% من إجمالي المؤسسات المنخرطة في البرنامج، كما عرف البرنامج تحلي 179 مؤسسة بعد قيامها بعملية التشخيص الأولي وهي تمثل 26% من إجمالي المؤسسات المنخرطة.³³

- البرنامج الوطني لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: يعتبر البرنامج الوطني لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر من بين أهم البرامج الموجهة لتنمية وتطوير القطاع، وقد تم تخصيص غطاء مالي يفوق 386 مليار دج وهذا لتأهيل 20000 مؤسسة صغيرة ومتوسطة التابعة لقطاعات الصناعة الغذائية، البناء والأشغال العمومية، الصيد البحري والخدمات، وهذا على مدى خمس سنوات اعتبارا من سنة 2010، حيث تبلغ التكلفة المتوسطة لكل مؤسسة 19287000 دج مموله من طرف الصندوق الوطني لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وتشرف على تنفيذه الوكالة الوطنية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بهدف تأهيل قدرات التسيير والتنظيم من خلال تكوين وتدريب الموارد البشرية، جودة المنتج والتمويل في مجال التصدير.³⁴

³² منير نوري وإبراهيم جملط، المؤسسات الاقتصادية الجزائرية وإشكالية التصدير خارج المحروقات"، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة الشلف، يومي 10 و 11 نوفمبر 2010، ص ص 11-12.

³³ إينسام بوشريط، آلية تمويل برامج تأهيل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية: دراسة تحليلية لنتائج برامج تأهيل المؤسسات الجزائرية"، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية غير منشورة، جامعة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2010/2009، ص 132.

³⁴ حركات سعيدة، "برامج تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، الملتقى الوطني الثاني حول: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتنمية المستدامة واقع وآفاق"، جامعة أم البواقي، يومي 13-14 نوفمبر، 2012، ص: 06.

على العموم، تعد النتائج المسجلة ضعيفة نوعا ما إذا ما قورنت بعدد المؤسسات المبرمج تأهيلها ويرجع ذلك لبعض الشروط والعراقيل التي حالت دون ذلك، كالشروط الواجب توفرها في المؤسسات للاستفادة من منح ومساعدات برامج التأهيل، و آجال تكوين إيداع الملفات التي تبدو أنها طويلة، يضاف إلى ذلك طبيعة هذه البرامج والتي تعد اختيارية، ونظرا لعدم توفر دراسات جدوى حولها فذلك يحول دون انخراط أعداد كبيرة من المؤسسات، فضلا عن تحمل المؤسسات الراغبة جزء من تكاليف عمليات التأهيل وهو أمر لا يجبذه أصحاب المؤسسات والقائمين عليها، بالإضافة إلى نقص الخبراء والمختصين في تسيير مثل هذه البرامج، وهذا ما أدى إلى ضعف وتشتت نتائج برامج التأهيل³⁵. لذلك ينبغي على القائمين ببرامج التأهيل في الجزائر العمل على تجاوز النقاط السالفة الذكر، والتركيز في توجيه الاعتمادات المالية لهذه البرامج إلى عنصر التكوين وتحسين المستوى التكنولوجي المستخدم باعتبارهما متغيرين يتوقف عليهما توجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نحو التصدير من عدمه.³⁶

5. إرساء معالم الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

يعتبر الذكاء الاقتصادي أداة فعالة للحصول على المعلومات المتعلقة بالأسواق المحلية والدولية ؛ ويقصد به حسب "Alain Juille" المسؤول الأعلى للذكاء الاقتصادي بفرنسا بأنه عبارة عن " نهج للحكم يهدف إلى السيطرة على المعلومات الإستراتيجية، بالشكل الذي يحقق تنافسية وأمن الاقتصاد والشركات، ويمكن أن يتعلق أمن المعلومة بحماية الاقتصاد من خلال جميع أشكال الجوسسة الاقتصادية وقرصنة الأساليب والمخططات الإنتاجية للمنتوجات المحلية والدولية"³⁷ وعليه يهتم الذكاء الاقتصادي بالبحث وإيجاد كافة المعلومات المتعلقة بجميع الأطراف المتواجدة في بيئة المؤسسة واستخدامها بطريقة

³⁵ إبتسام بوشريط، مرجع سبق ذكره، ص 153.

³⁶ يوسف حميدي، "مستقبل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في ظل العولمة"، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية غير منشورة، جامعة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2007/2008، ص250.

³⁷ L'intelligence économique Guide pratique pour les PME, rapport du CIE MEDEF Paris, 2006, p5.

ملائمة حتى يتم اتخاذ القرار والتأثير على المحيط وفقا لما يخدم تحقيق المؤسسة لأهدافها ، لاسيما في ظل اقتصاد المعرفة أين أصبحت المعلومة تشكل الفارق ، مما جعل موضوع الذكاء الاقتصادي يحتل الصدارة في الدراسات الاقتصادية لكونه عنصرا أساسيا في الحصول على المعلومات الصحيحة والدقيقة واتخاذ القرار في التوقيت المناسب، وكذا حماية المعلومات من تهديدات المنافسين.³⁸

ولقد استفادت الكثير من الدول المتقدمة أمثال: الولايات المتحدة الأمريكية، اليابان وفرنسا، من هذا النظام بالأخص في دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الراجعة في التوجه نحو التصدير، أما الجزائر فهي لا تزال في الخطوات الأولى لتطبيق هذا المفهوم، لذا تبرز ضرورة إجبار صناع القرار في الدولة بغرض تكثيف الجهود الرامية إلى تعزيز القدرة التنافسية والأمن للاقتصاد والمؤسسات، من خلال التحكم الجيد بالمعلومات الإستراتيجية وتأهيل وتدريب الموارد البشرية، بما يضمن تحكمها في تكنولوجيا المعلومات وخلق بيئة مواتية لتحقيق النقل السريع والسلس للمعرفة.³⁹

6. تركيز الدعم المالي على أنشطة البحث والتطوير:

يعد الابتكار مفتاح لنجاح ونمو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بشكل عام، إذ يساعدها على اكتساب مزايا تنافسية مستدامة لاسيما في ظل ما تفرضه المنافسة الشرسة على مستوى الأسواق الدولية، حيث يساهم في التقليل من تكلفة العمليات، وزيادة العوائد المالية وتحقيق ميزة تنافسية، والتي تنشأ بمجرد ابتكار طرق جديدة أكثر فعالية من المستعملة من قبل، حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الابتكار ميدانيا، و حالما تحصل المؤسسة على ميزة تنافسية، فإنها ستحقق مجموعة من المزايا أبرزها ولاء ورضا أكبر

³⁸ Emmanuel Patyron, la veille stratégique, édition Economica, Paris, 1998, p13.

³⁹ راجع أكثر:

Mohamed KOUIDRI & Abdelkader CHETTIH, Intelligence économique et PME Enjeux, expériences et perspectives, Colloque international sur: Stratégies d'organisation et d'accompagnement des PME en Algérie, Université Kasdi Merbah Ouargla, 18 et 19 Avril 2012

من طرف الزبائن عن المنتجات المقدمة، الأمر الذي يسمح بحصولها على حصة سوقية أكبر، والتي تنعكس آثارها على حجم الأرباح بالزيادة.

ولقد حققت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الفرنسية في هذا المجال نجاحا باهرا لقي إعجاب العديد من المختصين، حيث حافظت على تميزها بفضل الدور الفاعل الذي يؤديه الابتكار، فقد بلغت بلغت نسبة إنفاق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الفرنسية التي توظف أقل من 250 عامل على البحث والتطوير 21 % من المبلغ الإجمالي المقدر بـ: 5.63 مليار € سنة 2009، بالمقابل وصلت نسبة إنفاق المؤسسات التي يعمل بها أكثر من 1000 عامل نسبة 62% أي ما يعادل حوالي 16 مليار €، كما يلاحظ أن إجمالي نفقات البحث والتطوير الخاصة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تزايدت بنسبة 35% خلال الفترة الممتدة من 2005 إلى 2009 ولقد تضافرت العديد من العوامل لعل أبرزها الشراكات المثمرة التي عقدت بين وزارة البحث العلمي والقطاع الاقتصادي لهذا النوع من المؤسسات، فضلا على ما توفره أقطاب التنافسية من فرص حقيقية ترفع من التوجه نحو الاستثمار في أنشطة البحث والتطوير، كما أن الحكومة الفرنسية قدمت إعفاء ضريبي على قروض البحث والتطوير، وذلك بداية من عام 1983 في قانون المالية والمعدل بالقوانين الصادرة في عام 2004، 2008، 2011؛ حيث ترمي الحكومة من خلال اعتماد هذا النوع من الإعفاءات الضريبية إلى تحفيز وتنمية القدرة التنافسية للمؤسسات المبتكرة عن طريق السماح بتخفيض الضرائب بنسبة 30 % من الإنفاق على البحث والتطوير.⁴⁰

7. إنشاء ودعم المجمعات التصديرية:

الهدف من إنشاء هذه المجمعات هو التغلب على مشكلة ضعف كفاءة وإمكانيات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم، من خلال الاستفادة من التكنولوجيا المتطورة والتسهيلات الائتمانية التي تمنح للمؤسسات المصدرة، بالإضافة إلى جعل الشركات الوطنية ذات قدرة وإمكانات تنافسية في الأسواق

⁴⁰ CGPME et KPMG, " Panorama de l'évolution des PME depuis 10 ans ", CAHIER PRÉPARATOIRE, 28 juin 2012, p12.

الخارجية،⁴¹ و يتحقق ذلك إما عن طريق التعاقد من الباطن مع المؤسسات الكبيرة أي أنها تقوم بأداء جزء من النشاطات الداخلة في تركيبية المنتج النهائي الموجه إلى الأسواق الدولية، وتنطوي صفقات التعاقد من الباطن على اتفاقية بين وجدتين إنتاجيتين يقوم أحد الأطراف (مقابل الباطن) بإنتاج سلعة، أو توريد أو تصدير قطع الغيار، أو المكونات الأساسية الخاصة بسلعة معينة للطرف الآخر (الأصيل)، ويقوم هذا الأخير باستخدامها لإنتاج السلعة بصورتها النهائية، وبعلامته التجارية. وإما عن طريق التحالف بتشابكها بشكل إيجابي مع مؤسسات أخرى من نفس النوع.⁴²

8. إزالة عقبات التصدير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

وهذا بالقضاء على القيود التي تواجهها المؤسسات المصدرة أو الرغبة في التصدير، مع العمل على تبسيط إجراءات استيراد السلع الوسيطة والمستلزمات اللازمة لعملية إنتاج السلع المصدرة وكذا إجراءات تصدير هذه السلع، وتحسين الأنشطة التي سوف تزيد من حصيلة الصادرات، بالإضافة إلى تغطية الفجوة بين الموارد المتاحة والموارد اللازمة لهذه العملية، فضلا عن توفير مجموعة متكاملة من خدمات التصدير بداية من إمداد المصدرين بالمعلومات عن الفرص المتاحة في السوق الدولي وحتى إعطاء مساعدات متخصصة في تصميم وتنفيذ برامج التسويق الدولي، هذا فضلا عن تقديم الدعم للصادرات والذي يتخذ شكل مساعدات نقدية أو إعفاءات ضريبية وجمركية على السلع الوسيطة الداخلة في إنتاج سلع التصدير، أو تقديم أشكال أخرى من التسهيلات لمنتجي السلع المخصصة للتصدير، ويمكن هذا الدعم المصدرين من عرض منتجاتهم في الأسواق الخارجية بأسعار منخفضة.⁴³

⁴¹ شوقي جباري وحمزة العوادي، "تدويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر: دراسة استشرافية"، مرجع سبق ذكره، ص 173.

⁴² جمعي عماري، مرجع سبق ذكره، ص 155-156.

⁴³ محمود حامد عبد الرزاق، "تكنولوجيا المعلومات وزيادة الصادرات ودعم التنمية الصناعية"، القاهرة، مكتبة الحرية للنشر والتوزيع، 2006، ص 53-54.

9. الاهتمام بإدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

بعد القرن الحادي والعشرون قرن الجودة طبعاً لما أكده رائدها الأمريكي جوزيف جوران، إذ تشير الدراسات الإحصائية إلى أن المستهلك أصبح أكثر وعياً واهتماماً بالجودة، فقد ارتفعت نسبة الباحثين عن الجودة من 30-40% إلى 80-90%، وعموماً يقصد بإدارة الجودة الشاملة حسب " Hixon & Lovelace بأنها عملية إستراتيجية إدارية تركز على مجموعة من القيم، وتستمد طاقة حركتها من المعلومات التي تتمكن في إطارها من توظيف مواهب العاملين واستثمار قدراتهم الفكرية في مختلف مستويات التنظيم على نحو إبداعي، لتحقيق التحسين المستمر للمؤسسة.

إن ضرورة اهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية بالجودة الشاملة تنبع من حاجتها الماسة إلى اكتساب مزايا تنافسية مستدامة في منتجاتها، بما يضمن سهولة نفاذها إلى الأسواق الدولية. وتشير الكثير من الدراسات الأكاديمية التي أجريت في هذا المجال على أن مؤسسات الدول النامية تجد صعوبة كبيرة في الدخول للأسواق الأجنبية، نظراً للعديد من الأسباب والتي على رأسها انخفاض جودة المنتجات المصدرة، بمعنى أنها لا تستجيب إلى أدنى المواصفات الدولية. وعليه أصبح من اللازم على المؤسسات الراغبة في التصدير التكيف والابتكار بشكل مستمر حتى تتمكن من تصدير منتجاتها في الأسواق الدولية، ولن يتحقق ذلك دون الاعتماد على مبادئ إدارة الجودة الشاملة.

خاتمة:

تأسيساً عما سبق، مكنتنا هذه الدراسة من التوصل إلى عدة نتائج أهمها، أن صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية تشكو ضعفاً كبيراً، وهذا راجع إلى غياب استراتيجيات بعيدة المدى فضلاً عن كون جميع الإجراءات المتخذة من طرف الدولة ترقيعية، ورغم ذلك فإن هذا النوع من المؤسسات يملك فرصاً أفضل للتوسع والتوغل في الأسواق الدولية يتعين استغلالها بشكل أمثل، كما أن هذا التوجه يضع أمامها جملة من الصعوبات، يتعين مواجهتها والتغلب عليها وهو ما يستوجب منها تعزيز قدرتها التنافسية.

وتجدر الإشارة إلى أن الإستراتيجية المقترحة لتنمية الصادرات في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية ليست مجرد مخطط لتنمية هذا النوع من الصادرات، بل تمثل إستراتيجية للتغيير في بنية الاقتصاد الجزائري من اقتصاد ريعي معتمد على عائدات النفط إلى اقتصاد متنوع في موارده ومداحيله. إن هذه الإستراتيجية من شأنها إعطاء نتائج ايجابية، إذا ما كان هناك التزام حقيقي من طرف جميع الأطراف الفاعلة فيها بمحاورها ومتطلباتها، وفي هذا الإطار يتوجب على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية الاهتمام بجودة منتجاتها ومواصفاتها كي تمنحها ميزة تنافسية هامة تجعل فرصتها في تلقي طلبات من الأسواق الدولية عالية جدا، هذا فضلا عن بذل أقصى طاقاتها البحثية والعلمية ليكتسب إنتاجها وخدماتها مزيدا من المزايا التنافسية التي تسهل عملية اختراق الأسواق الدولية كسب رضا المستهلكين والعملاء، ودون ذلك ستبقى صادراتها تراوح مكانها وتزداد بذلك وضعيتها تعقيدا بل ومستقبلها أكثر غموضا.

وقصد تحقيق التوجه الفعلي نحو تنمية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية فإنه ينبغي

العمل على:

- إيجاد تنسيق محكم بين مسيري المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والوزارة الوصية لتأهيل هذا القطاع ووضع خطة تنموية تعمل على التحكم الجيد في مجموعة مقومات المنافسة العالمية المتمثلة في الإدارة، التكنولوجيا وجودة المنتجات؛
- توطيد العلاقة بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومراكز البحث التطبيقي لاستقطاب الأفكار والإبداعات التكنولوجية وإيجاد الحلول التي تناسب مشاكلها بالأخص التسويقية منها؛
- غرس ثقافة التسويق الدولي لدى مسيري المؤسسات باعتبارها ابرز العوامل المؤثرة في توجه المؤسسة نحو التصدير، من خلال إقامة الدورات التدريبية ولما لا وضع جوائز تشجيعية لأوائل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تعمل وفق هذه الفلسفة؛

- تركيز جهود المؤسسة على جودة ونوعية المعلومات عن الأسواق الأجنبية، فالعبرة ليست بحجم المعلومات وغازاتها، وإنما بمدى موافقة وملاءمة المعلومة للمسوق، من حيث مضمونها وتوقيت بلوغها؛
- لا بد من وجود إرادة سياسية لتسريع عملية تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لجعلها قادرة على المنافسة، ومن الضروري أن تنبع هذه الجهود من إستراتيجية واضحة المعالم ومبنية على منهج واضح وموجهة بأهداف قابلة للقياس على الصعيدين المحلي والدولي؛
- توفير بنك معلومات متطور في خدمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الراغبة في التصدير يكون بمثابة قاعدة معطيات تزود هذه المؤسسات بالفرص المتاحة من خلال التنقيب عن فرص التصدير؛
- الاستعمال المكثف للانترنت والتقنيات الحديثة للإعلام والاتصال لتمكين المؤسسة من التفوق، خاصة في مجال التسويق الإلكتروني؛
- الاهتمام أكثر بجوانب الملكية الفكرية والتسمية التجارية للمنتوج، كذا معايير الجودة المطلوبة دولياً؛
- إرساء معالم تطبيق إستراتيجية الذكاء الاقتصادي بهدف تقديم الدعم المعلوماتي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، وتوفير الحماية اللازمة للمنتوج الوطني وإسناده في الأسواق الدولية؛
- دعم برامج التوحيد القياسي وإصدار شهادات بالالتزام بالمعايير حتى تصبح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ذات مصداقية وموثوقية، وقبول واسع لدى شرائح مختلفة من المستهلكين.

قائمة المراجع:

المراجع باللغة العربية:

مؤلفات:

1. محمود حامد عبد الرزاق، "تكنولوجيا المعلومات وزيادة الصادرات ودعم التنمية الصناعية"، القاهرة، مكتبة الحرية للنشر والتوزيع، 2006.

2. عبد السلام أبو قحف، "إدارة الأعمال الدولية: دراسات وبحوث ميدانية"، الدار الجامعية، مصر، 2001.

أطروحات:

3. جمعي عماري، "إستراتيجية التصدير في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الجزائرية"، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، 2011/2010.

4. يوسف حميدي، "مستقبل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الجزائرية في ظل العولمة"، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية غير منشورة، جامعة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2008/2007.

5. منير نوري، "التسويق الاستراتيجي وأهميته في مسانرة العولمة الاقتصادية: إسقاط على الوطن العربي للفترة (1990-2000)"، أطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005/2004.

مقالات:

6. شوقي جباري وحمزة العوادي، "تدويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر: دراسة استشرافية"، مجلة الأكاديمية العربية في الدانمارك، العدد الرابع عشر، يناير 2014.

7. الشريف ريجان و لمياء هوام، دور مناخ الاستثمار في دعم و ترقية تنافسية الاقتصاد الوطني الجزائري، دراسة تحليلية تقييمية، مجلة العلوم الاقتصادية، العدد 32، المجلد 8، نيسان 2013.

8. شوقي جباري وحمزة العوادي، "تدويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية بين فرص النجاح ومخاطر الفشل"، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، جامعة ورقلة، العدد الرابع، ديسمبر 2013.

9. علي بودلال، "انعكاسات الاقتصاد الخفي على الاقتصاد الجزائري دراسة قياسية تحليلية"، مجلة الإستراتيجية والتنمية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة مستغانم، العدد الثالث، جويلية 2012.
10. سمينة عزيزة، "الشراكة الأورو جزائرية بين متطلبات الانفتاح الاقتصادي والتنمية المستقلة"، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد التاسع، 2011.
11. قدور بن نافلة، "واقع بحوث التسويق الدولي بالمؤسسات الجزائرية المصدرة"، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة الشلف، العدد السابع، السداسي الثاني، 2009.
12. صالح مفتاح و بن يسمينة دلال ، واقع و تحديات الاستثمارات الأجنبية المباشرة في الدول النامية _دراسة حالة الجزائر، بحوث اقتصاديات عربية ، العددان 43-44، صيف-خريف 2008.
13. محمد براق و محمد عبيلة، "دفع الصادرات الجزائرية خارج المحروقات باستخدام مقارنة التسويق الدولي"، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية و علوم التسيير، جامعة الشلف، العدد الرابع، جوان 2006.
14. حسن الحاج و محمد عدنان وديع، "التنافسية تحدي الاقتصاديات العربية"، إصدارات عامة، التنمية الاقتصادية و التطور التكنولوجي والنمو، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 2005.
15. وصاف سعيدي، "تنمية الصادرات و النمو الاقتصادي في الجزائر"، مجلة الباحث، دورية علمية محكمة تصدر عن كلية الحقوق و العلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، العدد الأول، 2002.

مذكرات:

16. عمر يحيوي، "دور المناخ الاستثماري في الدول العربية في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر: دراسة حالة الجزائر (2002-2010)"، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة بسكرة، 2012/2013.

17. فاطمة رحال، "أثر تحرير حركة رؤوس الأموال على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر: حالة الجزائر (2000-2010)", مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، 2011/2012.
18. إبراهيم دوار، "آليات تدويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلال الفترة 2001-2009"، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشلف، 2011.
19. عبد الله بن حمو، "تدويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة"، مذكرة ماجستير في علوم التسيير غير منشورة، جامعة تلمسان، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير، 2010.
20. ابتسام بوشريط، "آلية تمويل برامج تأهيل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية: دراسة تحليلية لنتائج برامج تأهيل المؤسسات الجزائرية"، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية غير منشورة، جامعة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، 2009/2010.
21. شعيب آتشي، "واقع وآفاق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر في ظل الشراكة الأوروجزائرية"، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية غير منشورة، جامعة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2007/2008.

مداخلات:

22. سعيدة حركات، "برامج تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، الملتقى الوطني الثاني حول: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتنمية المستدامة واقع و آفاق"، جامعة أم البواقي، يومي 13-14 نوفمبر، 2012.
23. عمار عماري و نبيلة فالي، "الأزمة المالية العالمية الراهنة و تداعياتها على بعض مؤشرات الاقتصاد الجزائري"، الملتقى الدولي حول الأزمة المالية والاقتصادية الدولية والحكومة العالمية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، يومي 20 و 21 أكتوبر 2009.

24. ناجي بن حسين، "دراسة تحليلية لمناخ الاستثمار في الجزائر"، المؤتمر الدولي الثالث حول الاستثمارات الأجنبية وإدارة المعرفة، جامعة الكويت، يومي 16 و 17 ديسمبر 2008.

25. محمد فرحي وسلمى صالحى، "المشاكل والتحديات الرئيسية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الوطن العربي"، الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول العربية، جامعة الشلف، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير، يومي 17 و 18 أبريل 2006.

26. جمال بلخباط جميلة، "متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الجزائرية في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة"، الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول العربية، جامعة الشلف، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير، يومي 17 و 18 أبريل 2006.

المراجع باللغة الأجنبية:

مؤلفات:

1. Frédéric Lernoux et autres, "Internationalisation des PME : comment réussir a l'étranger", Deboek & Larcier, 1^{ère} édition, Belgique, 2012.
2. Juliette Ponceau et Stéphane Balan, " Les PME et l'exportation, Rapport sur l'évolution des PME ", OSEO, Paris, 2012.
3. L'intelligence économique Guide pratique pour les PME, rapport du CIE MEDEF Paris, 2006.
4. Emmanuel Patyron, la veille stratégique, édition Economica, Paris, 1998.

مداخلات:

5. Mohamed KOUIDRI & Abdelkader CHETTIH, "Intelligence économique et PME Enjeux, expériences et perspectives", Colloque

international sur : Stratégies d'organisation et d'accompagnement des PME en Algérie, Université Kasdi Merbah Ouargla, 18 et 19 Avril 2012.

6. Sultana DAOUD, "Structuration Sectorielle Et Contribution Des Pme Algériennes Au Commerce Extérieur", colloque international, université Setif1, 11et 12 mars 2013.

مصادر أخرى:

7. Banque d'Algérie, "Rapport 2012 Evolution Economique et Monétaire en Algérie", Juillet 2013.
8. Centre National de l'informatique et des statistiques, "statistiques du commerce extérieur de l'Algérie (période : année 2012)", <http://www.douane.gov.dz/>
9. Banque d'Algérie, "Rapport 2011 Evolution Economique et Monétaire en Algérie", Mai 2012.
10. La Direction Technique Chargée de la Comptabilité Nationale, " Evolution des échanges extérieurs de marchandises de 2001 a 2011", ONS, Alger, Novembre 2012.
11. Banque d'Algérie, "Rapport 2010 Evolution Economique et Monétaire en Algérie", Juillet 2011.
12. Banque d'Algérie, "Rapport 2009 Evolution Economique et Monétaire en Algérie", Juillet 2010.
13. Banque d'Algérie, "Rapport 2008 Evolution Economique et Monétaire en Algérie", Juin 2009.
14. Daniel Kaufmann, « 10 idées reçues sur la gouvernance et la corruption », in : Finances et développement, FMI, septembre 2005.
15. J. Hixon & K. Lovelace, "Total Quality Management's challenge to Urban schools", Educational Leadership, vol 50, N°3, 1992.
16. Serge Amabile et autres, "Les stratégies de développement adaptées par les PME internationales –les cas de pme méditerranéennes", au site d'internet : <http://www.medeu.org/documents/MED4/Dossier3/AMABILE-LAGHZAOU-MATHIEU.pdf>.