الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس – مستغانم–
كلية العلوم الاقتصادية التجارية و علوم التسيير

وضعية الصادرات الجزائرية في الأسواق الأورومتوسطية

هواري أحلام
طالبة دكتوراه
جامعة ابن باديس– مستغانم
ahlamhouari@live.fr

د.سدي علي
أستاذ محاضر– أ –
جامعة ابن خلدون– تيارت
seddiali2005@gmail.com

د. بوطورة فضيلة
أستاذ محاضر– أ–
جامعة العربي التبسي– تبسة
fadila.boutora@gmail.com

ورقة بحثية مقدمة للملتقى الدولي الثاني حول:
«ما بعد البترول: التبادلات التجارية و الاختيارات الاقتصادية للدول الاورومتوسطية »
يومي 24–25 أفريل 2018

الملخص:
إن التصدير يعتبر أحد أشكال الدخول إلى الأسواق الدولية، حيث يعني قدرة الدولة وشركاتها على تحقيق تدفقات سلعية، خدمية، معلوماتية،مالية، ثقافية وسياحية إلى دول وأسواق دولية أخرى بغرض تحقيق أهدف الصادرات من أرباح وقيمة مضافة، توسع، نمو، انتشار، فرص عمل، تكنولوجيا جديدة وغيرها.
ويقع التصدير في إطار تشجيع التبادل التجاري بين الدول بما يحقق مصالح عديدة لأطراف التجارة الدولية (المصدرون والمستوردون)، نظراً لاختلاف المزايا النسبية و التنافسية لكل دولة. وكان هذا سبب اهتمامنا بالصادرات وتحليل منظومتها.حيث أظهرت النتائج استمرار اعتماد الجزائر على تصدير المحروقات بنسبة تصل الى 97% لكن تغيرت الحصص السوقية واكتسبت أسواق جديدة للصادرات خارج المحروقات.

الكلمات المفتاحية: الصادرات، الصادرات خارج المحروقات، الأسواق الأورومتوسطية.

Summary:
Export is a form of entry into international markets. It means the ability of the State and its companies to achieve commodity, service, financial, cultural and tourism flows to other countries and international markets in order to achieve the objectives of exports of profits, value added, expansion, growth.
The export is part of the promotion of trade between countries to achieve many interests of international trade parties (exporters and importers), because of the different comparative advantages and competitiveness of each country. This has been the reason for our interest in exports and the analysis of their systems. The results showed that Algeria continued to rely on the export of hydrocarbons by up to 97%, but market shares changed and new markets for exports outside hydrocarbons were acquired.

Keywords: exports, non-hydrocarbon exports, Euro-Mediterranean markets.

مقدمة:

إن النظرية الجديدة للتجارة ركزت على المزايا التنافسية الناتجة عن إقتصاديات الحجم و التنويع و السلع المتمايزة بدلا عن المزايا النسبية الناتجة من وفرة الموارد الأولية كأساس لتفسير التجارة الدولية المعاصرة. وباعتبار التصدير يتمثل في أحد أشكال الولوج للأسواق الدولية بالإضافة إلى: الإنتاج في الأسواق الدولية و التعاقد الإنتاجي، التراخيص، الاستثمار المشترك، الاستثمار المباشر.

ومن وجوب تحويل المزايا النسبية إلى مزايا تنافسية تبرز التحديات التي تواجه الصادرات بصفة عامة وصادرات الجزائر خاصة، والتي اعتمدت لفترات طويلة في تجارتها على الموارد الطبيعية ولازالت تعتمد على قطاع المحروقات بنسبة تصل الى 97% أما باقي الصادرات فلا تتجاوز 3%، ولأهمية تطوير المزايا التنافسية لصادرات الجزائر وجب البحث عن الإختلالات التنظيمية التي تحول دون وصول المنتج الجزائري للأسواق الدولية و التحديات التي تواجه التصدير.

ويعد قيام اقتصاد تصدير غير نفطي بالجزائر خيارا مهما يمكن الاعتماد عليه للحصول على العملة الصعبة اللازمة للتنمية الاقتصادية بشكل منتظم خصوصا أن المصادر الأخرى من صادرات النفط والغاز الطبيعي لا تتصف بالاستمرارية والاستقرار، لهذا سنتطرق في هذه الورقة البحثية إلى دور الصادرات في نمو الاقتصاد الجزائري، ثم الهيكل السلعي للصادرات الجزائرية وتوزيعها الجغرافي لمعرفة وجهتها والحصص السوقية التي تملكها.

ومن خلال ما سبق تتضح معالم الاشكالية المراد معالجتها:

- **ما هي وضعية الصادرات في الاقتصاد الجزائري؟ وما هي أسواقها؟**

لمعالجة هذه الاشكالية قسمنا هذه الورقة الى خمس محاور:

- دور الصادرات في الاقتصاد الجزائري.
- المشاكل المرتبطة بالتصدير.
- تطور الصادرات العالمية.
- وضعية الصادرات الجزائرية.
- التوزيع الجغرافي للصادرات الجزائرية.

I. دور الصادرات في الاقتصاد الجزائري:

يتبين دور الصادرات في الاقتصاد الجزائري من خلال مساهمتها في الاقتصاد الجزائري و أهميتها بالنسبة للمؤسسات.

1- مساهمة الصادرات في الاقتصاد الجزائري: توجد عدة اعتبارات تجعل من التصدير غير النفطي توجها منشودا يؤدي إلى المساهمة في تحسين أداء الاقتصاد الجزائري، والتي نذكرها في الآتي:[1]

- يساهم التصدير في تحقيق معدلات نمو مرتفعة ومتواصلة، حيث أن الطلب المحلي غير كاف وقادر على تحقيق هدف النمو المتواصل وبالتالي فان زيادة نمو الصادرات الإجمالية بصفة عامة والصادرات غير النفطية بصفة خاصة تعد العنصر الوحيد القادر على تحقيق معدلات نمو مرتفعة تساهم في خلق فرص عمل جديدة، نتيجة اتساع وتنامي نطاق الأسواق المستهدفة من سوق محلي محدود إلى أسواق عالمية مترامية الأطراف ومتعددة الأذواق.

- تعد القطاعات التصديرية مجالا خصبا لتوليد الوظائف، فالتصدير يرتبط ارتباطا وثيقا بالبطالة، لأنه يسمح بفتح مجالات إنتاج جديدة تساهم في زيادة الطلب على الأيدي العاملة في سوق العمل، الأمر الذي يؤدي إلى رفع مستويات التشغيل وحل مشكلة البطالة.
- يفقد الاقتصاد الوطني الكثير من العملات الأجنبية جراء الاعتماد المتزايد على استيراد المواد الأولية والآلات لتجهيز المشاريع الاستثمارية المحلية لذلك تزداد الحاجة الملحة للتصدير حتى يتم تعويض آثار هذا التمويل بالعملات الأجنبية.
- تعمل الصادرات على جلب المزيد من الاستثمارات الأجنبية، حيث ترتبط الصادرات والاستثمارات بعلاقات تشابكيه تبادلية، فالاستثمار يأتي بالتكنولوجيا الحديثة التي تساهم في تنويع المنتج وتحسين جودته وربطه بالأسواق الخارجية، والصادرات تسمح بزيادة رأس المال الذي يؤدي إلى التوسع في الإنتاج و إنشاء صناعات جديدة.
- إن تنويع الصادرات يحقق بالضرورة تقليص العجز في الميزان التجاري للصادرات خارج قطاع المحروقات الذي يسجل عجزا مزمنا.

2- أهمية التصدير بالنسبة للمؤسسات

تتضح أهمية التصدير بالنسبة للمؤسسات من خلال المزايا التالية: [2]

- زيادة المبيعات وانخفاض التكلفة، حيث إن اعتماد المؤسسة على سياسة فعالة للتصدير يؤدي إلى زيادة عدد الوحدات المنتجة المباعة الذي ينتج عنها انخفاض تكلفة المنتج إلى أقل مستوى ممكن مما يكسبها القدرة على المنافسة.
- يساعد التصدير المؤسسة على التقليل من التأثيرات السلبية للتغيرات السوقية لأنه يوزع مخاطر انخفاض الطلب على عدة أسواق.
- إن الإنتاج من أجل التصدير يؤدي إلى رواج المنتج في السوق المحلي نتيجة زيادة عدد الزبائن المحليين بفضل ارتفاع مستويات الجودة التي تعتبر عنصرا أساسيا في تحسين أداء اقتصاديات البلد.
- يمكن المؤسسة من اكتساب خبرة أكبر في المجالات الفنية المرتبطة بالتصدير كأساليب التسويق الدولي نتيجة الاقتراب أكثر فأكثر من الهيئات المعنية بالعملية التصديرية.

II. المشاكل التي تواجه الشركات و المنتجات المصدرة

من بين المشاكل ما يواجه الشركات العربية عموما في الأسواق الدولية، ومنها ما يواجه المنتج الجزائري خصوصا.

1- المشاكل التي تواجه الشركات العربية المصدرة في مختلف الأسواق:

يلخصها الجدول التالي:

الجدول (01): المشاكل التي تواجه الشركات العربية المصدرة في مختلف الأسواق

السوق الدولية	نوع المشكلة أو العقبة
السوق الأمريكية	- الدعاية. - المنافسة. - طول المسافة.

السوق الأوروبية	– المنافسة. – ارتفاع الأسعار مقارنة بالدول الأخرى.
السوق الآسيوية	– المنافسة السعرية. – صعوبة الخطوط الملاحية. – عدم توافر دراسات عن بعض الأسواق.
السوق الافريقية	– عدم توافر خطوط ملاحة منتظمة. – تأثير القرارات السياسية.
السوق العربية	– ارتفاع الأسعار. – المنافسة الشديدة. – عدم الثقة في المنتج الوطني. – عدم المرونة في التعامل.

المصدر: بخيت حسان "تنافسية الصادرات العربية في الأسواق الدولية" ماجستير علوم اقتصادية، جامعة أبو بكر بلقايد ، تلمسان، 2010–2011 [3]

2– الاختلالات التنظيمية و الهيكلية التي تحول دون وصول المنتج الجزائري للأسواق الدولية

عدم امتلاك المصدرين الجزائريين المعلومات الكافية عن الأسواق العالمية، والتي يمكن أن تشكل فرصا تسويقية بالنسبة إليهم، فمثلا أبدى أرباب منتدى رؤساء المؤسسات مخاوفهم من دخول الجزائر للمنطقة العربية للتبادل الحر بسبب نقص المعلومات حول دراسة الجدوى منها.

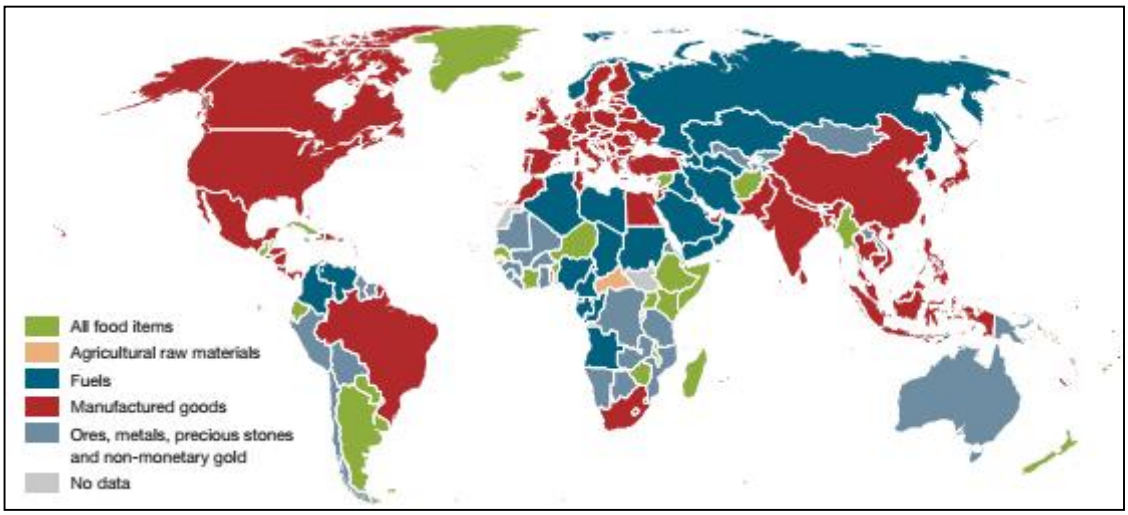
- البنوك تمنح قروضا وتسهيلات للاستيراد عوضا عن تشجيع الاقتصاد الوطني، أدى إلى استنزاف المدخرات الوطنية نحو تمويل قطاع الاستيراد.
- قصر النظر الإستراتيجي لدى المؤسسات الجزائرية فهي لا تأخذ في الحسبان في تقسيماتها الإستراتيجية منذ البداية و لكن تبدأ في البحث عن أسواق دولية في التظاهرات الاقتصادية فقط كالمعارض الدولية من أجل صرف منتجاتها.
- غياب التنسيق الجيد بين المتعاملين الاقتصاديين على غرار منتدى رؤساء المؤسسات وأرباب العمل المصدرين مع الهيئات الحكومة الوصية التابعة لوزارة التجارة حول إيجاد أفضل الصيغ وأنجع السبل الكفيلة بتصدير المنتجات الوطنية إلى الخارج.
- غياب إستراتيجية واضحة لتسيير الاقتصاد الوطني و ترقية الصادرات خارج المحروقات، إضافة إلى مسائل التعريفات الجمركية و التأمينات و النقل و خدمات بعد البيع، وكذلك ما يتصل بالدفع وتحصيل عوائد الصادرات بالعملة الصعبة.
- ضعف القاعدة الصناعية في تسيير المؤسسات سواء الكبيرة أو الصغيرة والمتوسطة.
- عدم تطابق السلع الجزائرية مع المعايير الدولية خاصة في مجال الجودة و النوعية وقيود البيئة، وهذا راجع لكونها عملت لسنوات طويلة في غياب المنافسة مما جعلها تبقي سلعها ضمن مقاييس وطنية بحتة موجهة لسوق واحد.[4]
- ارتفاع أسعار السلع الجزائرية والذي ترجع أسبابه إلى عدم الاستفادة من اقتصاديات الحجم، إلى جانب عدم الاستخدام العقلاني للطاقات الإنتاجية المتوفرة، على غرار تبعية مدخلاتها للخارج.
- استفحال ظاهرة الفساد الإداري والتي تطورت مع مرور الزمن، وحسب تقرير منظمة الشفافية الدولية لعام 2014 فقد تراجعت مرتبة الجزائر من 83 إلى 100، فالجزائر أنفقت ملايير الدولارات في السنوات الماضية ولم تتغير بنية الاقتصاد،

وكان بالإمكان تنويع مصادر الاقتصاد الوطني لولا الفساد وغياب الرقابة المالية ومتابعة ما تم إنجازه في المشاريع، فهناك مشاريع بقيت أكثر من 20 عاما وأنفقت أموالا طائلة (مترو الجزائر الذي دشن في 2011) .

- عدم اقتناع نسبة معتبرة من المسيرين الجزائريين بجدوى عقد المشروعات المشتركة كسيرورة إستراتيجية لإنعاش قطاع الصادرات خارج المحروقات في صورة التمور، الآجر، المنسوجات، الأفرشة، الأحذية، وتركيب السيارات و الصناعات الغذائية وغيرها.
- التباطؤ في إدراج نصوص تشريعية و تنظيمية جديدة تحكم آليات التصدير، والمنافسة، والمعاملات التجارية وشروط ممارسة الأنشطة التجارية.
- نقص الدعم اللوجستي للمصدرين الجزائريين من حيث التخزين والنقل والمناولة، حيث يشكو مصدرون من مشكلات عديدة تعترضهم على غرار محدودية طاقات الشحن.
- غياب التطبيق الفعلي للمقارنة التسويقية بروافدها الحيوية (الإداري، الإستراتيجي، التكتيكي، البيئي، الدولي، الإلكتروني، الإبداعي،....إلخ) لدى المؤسسة الاقتصادية الجزائرية.[5]

III. تطور الصادرات العالمية:

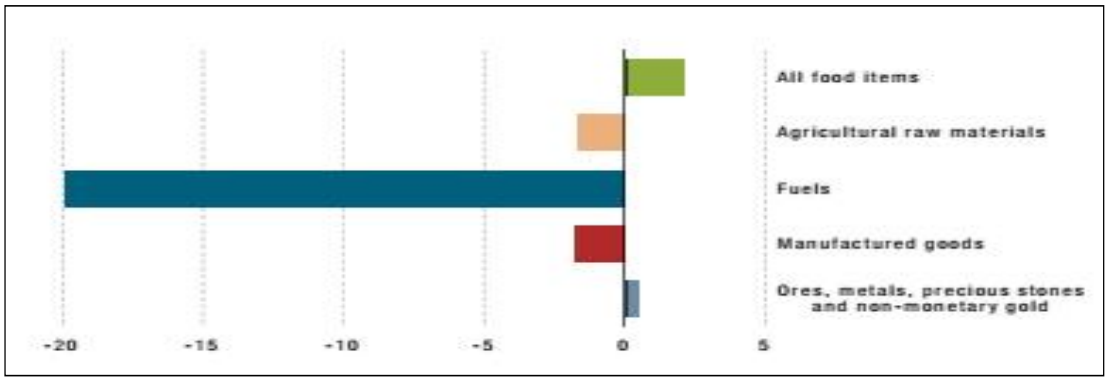
الشكل (1) المنتجات المصدرة لسنة 2016



المصدر: the UNCTAD Handbook of Statistics 2017, United Nations Conference on Trade and Development, United Nations,26 January 2018, page24[6].

يظهر الشكل المنتجات المصدرة عالميا لسنة 2016، نلاحظ اعتماد كل من أمريكا الشمالية والجنوبية والصين واليابان والدول الأوروبية على تصدير السلع المصنعة، بينما تعتمد **الجزائر**، ليبيا، السعودية، قطر، العراق وروسيا على تصدير المحروقات، أما بالنسبة لجميع المنتجات الغذائية فهي تصدر من طرف كل من النيجر، مدغشقر،جنوب السودان، كينيا، زمبابوي أفغانستان،الارجنتين، أما المواد الزراعية الخام فهي تصدر من طرف جمهورية افريقيا الوسطى.

الشكل(02): معدل النمو السنوي لمجموعة المنتجات المصدرة لسنة 2016 (النسب)



المصدر: the UNCTAD Handbook of Statistics 2017, United Nations Conference on Trade and Development, United Nations,26 January 2018, page25.

أما بالنسبة لنمو الصادرات العالمية نلاحظ من خلال الشكل التالي أن صادرات المحروقات تراجعت كثيرا بنسبة 20%، كما تراجعت صادرات كل من السلع المصنعة وتجهيزات الفلاحة بنسب متقاربة، بينما شهدت صادرات جميع المواد الغذائية نموا بنسبة 2%، والذهب والمعادن والأحجار الكريمة بنسبة حوالي 0.5%.

الجدول(02): المصدرين والمستوردين الأساسيين في الدول النامية لمجموعة المنتجات المصدرة لسنة 2016

Exporter (Ranked by value)	Value (Billions of US$)	Share in world total (Percentage)	Annual growth rate (Percentage)	Importer (Ranked by value)	Value (Billions of US$)	Share in world total (Percentage)	Annual growth rate (Percentage)
South Africa	75	0.47	-7.8	South Africa	(e) 92	(e) 0.57	(e) -12.5
Nigeria	33	0.21	-36.2	Egypt	56	0.35	-12.2
Algeria	29	0.18	-16.7	Algeria	47	0.29	-9.6
Angola	27	0.17	-17.7	Morocco	42	0.26	9.0
Egypt	25	0.16	19.3	Nigeria	39	0.24	-18.8
Developing Africa	**349**	**2.18**	**-10.5**	**Developing Africa**	**494**	**3.06**	**-10.9**

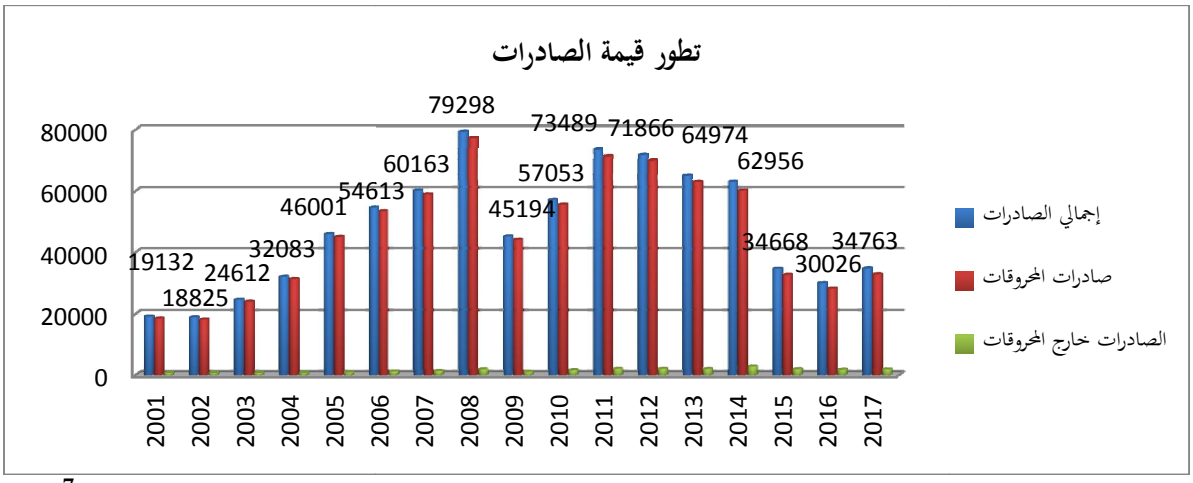
المصدر: the UNCTAD Handbook of Statistics 2017, United Nations Conference on Trade and Development, United Nations,26 January 2018, page19.

من خلال الشكل أعلاه نلاحظ أن قيمة صادرات الجزائر لسنة 2016 حوالي 29 بليون دولار حيث تراجعت بنسبة 16.7% وهي تمثل 0.18% من الصادرات العالمية. أما الواردات فهي بقيمة 47 بليون دولار وتمثل 0.29% من الواردات العالمية، ومعدل نموها السنوي تراجع بنسبة 9.6%، وبهذا تبقى نسبة تراجع قيمة الصادرات تقارب ضعف نسبة تراجع قيمة الواردات.

IV. وضعية الصادرات الجزائرية

1- تطور قيمة صادرات الجزائر:لمعرفة تطور قيمة صادرات الجزائر يجب التطرق لقيمة هذه الأخيرة مع تطور إجمالي الصادرات، خلال السنوات من 2001-2017 والتي سنوضحها من خلال الشكل التالي:

الشكل(03): تطور الصادرات خلال السنوات 2001-2017: (القيمة: مليون دولار أمريكي)



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية Algex على الموقع:[7]
http://www.algex.dz

نلاحظ من الشكل أن نسبة مساهمة الصادرات خارج المحروقات في إجمالي الصادرات ضئيلة جداً بحيث تتراوح بين 1,57% كأدنى مساهمة في 2005 و 6,16 %كأعلى مساهمة في 2016، و بهذا فإن قطاع المحروقات يهيمن بشكل شبه كلي على الصادرات إذ يحتل ما بين 93,84 %و 97,64 %من إجمالي الصادرات، لهذا يمكن القول أن الاقتصاد الجزائري يعتمد بشكل كبير على صادراته من المحروقات، لكن و للأهمية البالغة لتنويع منظومة الصادرات لاجتناب تأثر الاقتصاد بتقلبات أسعار النفط وحدوث أزمات من جهة، وتطوير باقي القطاعات خاصة مع بروز الطاقات المتجددة ومحاولة الدول التخلي عن الطاقة الناتجة عن النفط من جهة أخرى.

2- الهيكل السلعي للصادرات خارج المحروقات

كما تبين سابقاً أن الصادرات خارج المحروقات تمثل نسبة ضئيلة جداً من إجمالي الصادرات، و لمعرفة قيمة السلع المصدرة من طرف الجزائر في الأسواق الدولية و نظرا لتنوع السلع و كثرة عددها سنتطرق إلى قطاعاتها دون التفصيل فيها. سنحاول معرفة هيكل السلع المصدرة خلال السنوات 2001-2017 من خلال الجدول (03)

نلاحظ من الجدول أن الصادرات خارج المحروقات تنمو بنسب متوسطة لم تتعدى 277 مليون دولار كأعلى ارتفاع في إجمالي الصادرات لسنة 2006 و الذي يرجع الى ارتفاع في قيمة المجموعات السلعية المصدرة، بينما شهدت انخفاضا محسوسا بقيمة 61 مليون دولار في سنة 2003 والذي يرجع إلى انخفاض في جميع السلع بنسب متفاوتة، وانخفاض كبير في صادرات السلع و العتاد الصناعي، و صادرات السلع و العتاد الفلاحي التي انعدمت بعد 2003 إلى غاية 2006 عادت بقيمة مليون دولار فقط.
أيضا في سنة 2017 المحروقات تحتل نسبة كبيرة وتقدر ب 94,79 % من اجمالي الصادرات في حين تبقى مساهمة الصادرات خارج المحروقات ضعيفة جداً حيث تقدر في الإجمال ب 5,20%.

أما في آخر الاحصائيات المنشورة من طرف الجمارك لشهر جانفي 2018 في الجدول (04) بينت تراجع نسبة الصادرات خارج المحروقات من 6.88% الى 6.16%،وهذا يدل على استمرار تبعية الاقتصاد الجزائري الشبه مطلقة لقطاع المحروقات، كما تحتل السلع النصف مصنعة أكبر نسبة في الصادرات خارج المحروقات تليها السلع الغذائية ثم منتجات أخرى ثم باقي السلع التي تمثل نسب ضئيلة جداً أو شبه معدومة.

الجدول (03) الهيكل السلعي للصادرات خارج المحروقات للسنوات 2001-2016 **الوحدة: مليون دولار أمريكي**

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
السلع الغذائية	28	35	48	59	67	73	88	119	113	315	355	315	402	323	235	327	348
منتوجات خام	37	51	50	90	134	195	169	334	170	94	161	168	109	110	106	84	73
منتوجات نصف مصنعة	504	551	551	509	571	651	828	1384	692	1056	1496	1527	1458	2350	1597	1321	1384
سلع و عتاد فلاحي	22	20	1	-	-	1	1	1	-	1	-	-	-	2	1	-	0.26
سلع و عتاد صناعي	45	50	30	47	36	44	46	67	42	30	35	32	28	15	19	54	74
سلع إستهلاكية غير غذائية	12	27	35	14	19	43	35	49	49	30	15	19	17	10	11	19	20
مجموع الصادرات خارج المحروقات	**648**	**734**	**673**	**781**	**907**	**1184**	**1332**	**1937**	**1066**	**1526**	**2062**	**2062**	**2014**	**2810**	**1969**	**1805**	**1899**

المصدر:[8] نقلا عن موقع الجمارك الجزائرية http://www.douane.gov.dz

الجدول(04): الهيكل السلعي للصادرات خارج المحروقات لشهر جانفي سنة 2017 وجانفي 2018 **الوحدة: مليون دولار أمريكي**

	جانفي 2017	جانفي 2018
السلع الغذائية	22	30
منتجات خام	5	5
منتجات نصف مصنعة	174	166
سلع وعتاد فلاحي	0.03	-
سلع وعتاد صناعي	3	5
سلع استهلاكية غير غذائية	1	2
مجموع الصادرات خارج المحروقات	**205**	**208**
صادرات المحروقات	2775	3170
إجمالي الصادرات	2980	3378

المصدر: نقلا عن موقع الجمارك الجزائرية http://www.douane.gov.dz

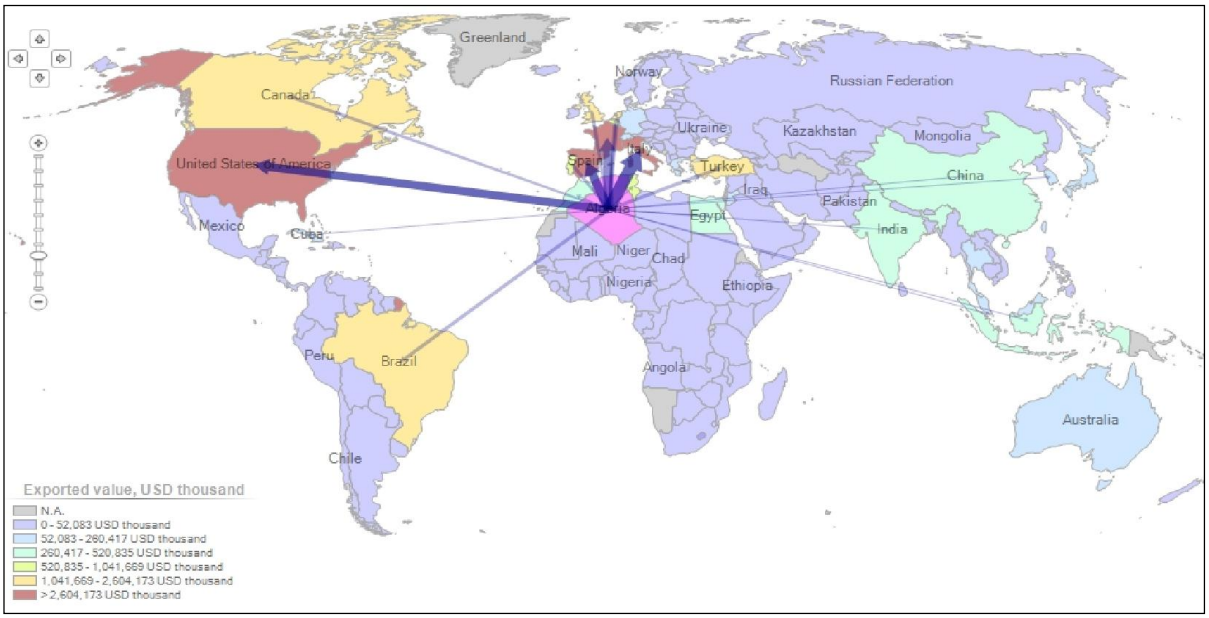
V. التوزيع الجغرافي لصادرات الجزائر:

نعرض التوزيع الجغرافي لإجمالي الصادرات ثم التوزيع الجغرافي للصادرات خارج المحروقات

1- التوزيع الجغرافي لإجمالي الصادرات:

تظهر الخريطة التالية وجهة المنتج المصدر من طرف الجزائر لسنة 2016، حيث تعد إيطاليا أكبر زبون للمنتجات المصدرة بنسبة 17.4% من اجمالي صادرات الجزائر لسنة 2016، تليها كل من اسبانيا والولايات المتحدة الأمريكية بنسبة 12.9% لكليهما، وفرنسا بنسبة 11.4%، ثم البرازيل 5.4%، هولندا 4.9%، تركيا 4.5%، كندا 4.3%، والمملكة المتحدة 3.5% وبلجيكا 3.3%.

الشكل(04): الأسواق المستوردة للمنتج المصدر من طرف الجزائر في سنة 2016 (جميع المنتجات)



المصدر: https://www.trademap.org/countrymap/Country_SelProductCountry_TS_Map.aspx [9]

2- التوزيع الجغرافي للصادرات خارج المحروقات

يمكننا تصنيف التوزيع الجغرافي للصادرات خارج المحروقات حسب الدول أو حسب السلع المصدرة وهذا كما يلي:

2-1- حسب الدول من حيث قيمة الصادرات خارج المحروقات

الجدول (05) التوزيع الجغرافي للصادرات خارج المحروقات حسب الدول المستوردة الكبرى من 2005 إلى 2014

الوحدة: مليون دولار أمريكي

السنوات	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
الصادرات خارج المحروقات	**907**	**1158**	**1332**	**1937**	**1066**	**1526**	**2062**	**2062**	**2014**	**2810**
هولندا	127	81	139	237	40	169	252	448	658	844
إسبانيا	135	190	125	222	156	300	468	500	345	435
فرنسا	189	215	353	435	216	224	211	204	163	515
إيطاليا	63	115	150	240	93	118	164	149	96	134
بريطانيا	19	16	8	6	3	17	27	30	70	85
مالطا	3	1	0	3	11	1	0	1	47	-
تونس	32	50	60	70	41	60	75	38	42	71
المغرب	77	101	108	56	24	30	20	52	41	38
العراق	0	0	0	-	0	4	15	78	39	31
تركيا	69	114	70	140	70	35	37	13	39	40

المصدر: الاعتماد على احصائيات موقع http://www.algex.dz/

نلاحظ من الجدول أن هولندا تعد أكبر زبون للصادرات خارج المحروقات من حيث القيمة للسنوات 2013-2014 بعد تراجع الزبائن التقليديين إسبانيا و فرنسا إلى المرتبة الثانية والثالثة على التوالي، بعد ما كانت فرنسا أهم شريك للصادرات خارج المحروقات للسنوات 2005-2009، و إسبانيا للسنوات 2010-2012. لكن بقيت نفس الدول تحتل الصدارة في الزبائن والمتمثلة في هولندا، فرنسا و إسبانيا في حين تراجعت الحصص السوقية للصادرات خارج المحروقات بشكل ملحوظ في كل من إيطاليا، بريطانيا، تونس، المغرب، العراق و تركيا سنة 2014. بينما خسرت الزبون المالطي في سنة 2013 الذي عاد في سنة 2016 حيث اكتسبت زبائن جدد مثل: البرازيل، بلجيكا، موريتانيا، البرتغال، الأردن، الوم أ، بولونيا، ليبيا، لبنان، ألمانيا والهند، وإثيوبيا في سنة 2016، كما يظهر في الجدول (06).

الجدول (06) التوزيع الجغرافي للصادرات خارج المحروقات حسب الدول المستوردة الكبرى 2016 – 2017

السنوات	2016	2017	الحصة %
الصادرات خ المحروقات	1805	1899	100
هولندا	204	332	17.5
إسبانيا	281	364	19.2
فرنسا	254	293	15.4
إيطاليا	76	103	5.4
مالطا	2	14	0.8
تونس	28	45	2.4
المغرب	17	29	1.5
تركيا	62	77	4
البرازيل	56	109	5.7
بلجيكا	118	74	3.9
موريتانيا	39	50	2.6
البرتغال	48	41	2.1
الأردن	19	40	2.1
الو م أ	136	37	1.9
بولونيا	16	22	1.1
ليبيا	31	19	1
لبنان	13	17	0.9
اثيوبيا	-	15	0.8
ألمانيا	55	14	0.7
الهند	27	13	0.7

المصدر: http://www.algex.dz/

و لتوضيح أكثر لنسب توزيع الصادرات خارج المحروقات على الدول لسنة 2014 نمثل الشكل التالي:

الشكل (05): التوزيع الجغرافي للصادرات خارج المحروقات 2017

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات الجدول السابق

نلاحظ أن إسبانيا تعد أكبر زبون للصادرات الجزائرية خارج المحروقات بنسبة 19.2% (364 مليون دولار) من إجمالي الصادرات خارج المحروقات، تليها هولندا وفرنسا بنسب متقاربة و هي على التوالي : 17.5 %(332 مليون دولار) 15.4% (293 مليون دولار). أما باقي النسب تتوزع على كل من البرازيل الذي ظهر كزبون جديد للصادرات الجزائرية خارج المحروقات في سنة 2016 و2017 بنسبة 5.7% (109 مليون دولار) ثم ايطاليا ب 5.4% ، وبلجيكا 3.9%، موريتانيا2.6% وتونس 2.4%، البرتغال والأردن زبائن جدد بنسبة 2.1% لكل منهما، أما باقي الدول فلا تتعدى 1% من إجمالي الصادرات خارج المحروقات. اكتسبت الجزائر خلال سنة 2016 زبائن جدد وهي خطوة ايجابية على الأقل لتنويع الأسواق أو ما يعرف بالتنويع الجغرافي لكن يتوجب عليها الحفاظ على حصصها السوقية لكنها تناقصت في الأسواق السابقة

2-2- حسب القطاعات المصدرة خارج المحروقات

ولمعرفة التوزيع الجغرافي للصادرات خارج المحروقات حسب وجهة السلع المصدرة من حيث قيمة المنتجات المصدرة خارج المحروقات، نستعرض الجدول التالي:

الجدول (07) : توزيع الصادرات خارج المحروقات (2012-2016) لأهم 3 دول مستوردة

القطاع	نمو قيمة الصادرات	قائمة الدول الأكثر	استيراد (3 الأولى)
	% (2012-2016)	2012	2016
الأغذية المصنعة	-0.5%	العراق، سوريا، إيطاليا	إيطاليا، العراق، سوريا
المنتجات الخشبية	5.7%	السعودية،تونس، الصين	تونس،الهند، تركيا
المنتجات الجلدية	-17.3%	إيطاليا، الهند، فرنسا	إيطاليا، البرتغال، الهند
مواد كيميائية	14.4 %	إسبانيا، فرنسا، البرتغال	فرنسا، إسبانيا،الو م أ
أغذية طازجة	7.5 %	فرنسا، إسبانيا، روسيا	فرنسا، إسبانيا، روسيا
معدات النقل	-5.5%	أيسلندا، لبنان، فرنسا	روسيا، تركيا، تونس
تكنولوجيا المعلومات والالكترونيات الاستهلاكية	67.8%,	هولندا،الو م أ، النيجر	اسبانيا،روسيا، اليونان
صناعات أساسية	-27.6%	إيطاليا، تونس، المغرب	تونس، اسبانيا، ايطاليا
صناعات متنوعة	-4,6%	تونس، المغرب، تركيا	تونس، تركيا، الدنمارك
آلات غير إلكترونية	-3.3 %	الوم أ،موريتانيا، تركيا	نيجيريا،الوم أ، مالي
مركبات إلكترونية	106.3%	فرنسا، الأردن،هولندا	مصر، فرنسا، ألمانيا
ألبسة	5.9%	المغرب، تركيا، تونس	تونس، تركيا، موريتانيا
منسوجات	6.7%	المغرب، تركيا، تونس	تونس، تركيا، موريتانيا
المعادن	-20.2%	ايطاليا، الوم أ،اسبانيا	ايطاليا، الوم أ، اسبانيا

المصدر: نقلا عن مركز التجارة الدولي على الموقع [10] www.intracen.org

نلاحظ من الجدول أعلاه أن نسبة نمو المركبات الالكترونية هي أكبر نسبة بين 2012-2016 حيث تصل إلى 106.3%، والتي يتمثل حسب ذات الموقع في الموصلات الكهربائية، تليها تكنولوجيا المعلومات والالكترونيات الاستهلاكية بنسبة 67.8% والتي تتمثل في أجهزة الاستقبال للتلفاز، ثم المواد الكيميائية بنسبة 14.4 %والتي تتمثل في المحاليل السائلة، ثم الأغذية الطازجة التي تتمثل في التمور الطازجة او المجففة،المنسوجات والألبسة بنسب 6.7% و 5.9% على التوالي وتتمثل في الوسادات القطنية والمناشف الصحية ومناديل الرضع وما الى ذلك.ثم المنتجات الخشبية بنسبة 5.7% وهي في الغالب نفايات وخردة. بينما شهدت باقي القطاعات التصديرية تراجعا بنسب متفاوتة.

إذا وحسب الجدول السابق يمكن تحديد ترتيب الزبائن حسب أكثر الدول المستورة لصادرات الجزائر خارج المحروقات لسنة 2016 كما يلي

1- تونس:تستورد منتجات 6 قطاعات من أصل 14 قطاع مصدر.
2- إيطاليا، 4 إسبانيا و تركيا منتجات 5 قطاعات.
3- فرنسا والولايات المتحدة:: تستورد منتجات 3 قطاعات.
4- ألمانيا: تستورد منتجات قطاعين.

الخاتمة:

يعد التصدير خيارا إستراتيجيا للنمو والتنمية الاقتصادية بالنسبة للدول نتيجة الدور الهام الذي يساهم به في تغيير الهيكل الاقتصادي بالشكل الذي يدفع القطاعات الإنتاجية للتطور والنمو والمساهمة في نمو الناتج المحلي الإجمالي وزيادة المدخرات الوطنية وإصلاح العجز في ميزان المدفوعات.

ومن خلال ما سبق توصلنا الى النتائج التالية:

- تراجع صادرات المحروقات العالمية كثيرا بنسبة 20%، كما تراجعت صادرات كل من السلع المصنعة وتجهيزات الفلاحة بنسب متقاربة، بينما شهدت صادرات جميع المواد الغذائية نموا بنسبة 2%، والذهب والمعادن والأحجار الكريمة بنسبة حوالي 0.5%، وهو ما يؤكد ضرورة اللجوء الى تنويع الصادرات وخلق قطاعات تصديرية خارج المحروقات.
- استمرار تبعية الاقتصاد الجزائري الشبه مطلقة لقطاع المحروقات.
- تحتل السلع النصف مصنعة أكبر نسبة في الصادرات خارج المحروقات تليها السلع الغذائية ثم منتجات أخرى ثم باقي السلع التي تمثل نسب ضئيلة جداً أو شبه معدومة.
- تمثل المركبات الالكترونية أكبر نسبة من الصادرات خارج المحروقات وتتمثل في الوصلات الكهربائية، تليها تكنولوجيا المعلومات والالكترونيات الاستهلاكية وتتمثل في أجهزة الاستقبال للتلفاز، ثم المواد الكيميائية وتتمثل في المحاليل السائلة، ثم الأغذية الطازجة التي تتمثل في التمور الطازجة أو المجففة،المنسوجات والألبسة تتمثل في الوسادات القطنية والمناشف الصحية ومناديل الرضع وما الى ذلك.ثم المنتجات الخشبية وهي في الغالب نفايات وخردة. بينما شهدت باقي القطاعات التصديرية تراجعا بنسب متفاوتة.
- اكتسبت زبائن جدد مثل: البرازيل، بلجيكا، موريتانيا، البرتغال، الأردن، الوم أ، بولونيا، ليبيا، لبنان، ألمانيا والهند، وإثيوبيا في سنة 2016، وهي خطوة ايجابية على الأقل لتنويع الأسواق أو ما يعرف بالتنويع الجغرافي.
- تعتبر تونس وجهة لصادرات 6 قطاعات تصديرية، من أصل 14 قطاع مصدر،ثم إيطاليا، 4 إسبانيا و تركيا 5 ، والولايات المتحدة وفرنسا: تستورد منتجات 3 قطاعات، أما ألمانيا: تستورد منتجات قطاعين.

من بين التوصيات المقترحة:

- ضرورة استغلال المنتجات ذات المزايا النسبية أو المحتملة لتنويع الاقتصاد الجزائري.
- التركيز على القطاعات المصدرة خارج المحروقات وزيادة فرص التصدير.
- محاولة تطوير المنتجات المصدرة خارج المحروقات وفقا لمتطلبات الأسواق الدولية.
- محاولة الحفاظ على الزبائن التقليدين وتوسيع الحصص السوقية والحفاظ عليها.

المراجع:

[1] لخضر قاسمي. (2013-2014). أثر الصادرات غير النفطية على النمو الاقتصادي في الجزائر دراسة مستقبلية حول تنويع الاقتصاد الجزائري. *ماجستير* . باتنة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير: جامعة الحاج لخضر -باتنة- ص 76.

[2] نفس المرجع ص 77

[3] حسان بخيت. (2011). تنافسية الصادرات العربية في الأسواق الدولية" الواقع و المتطلبات(2000-2008). *ماجستير علوم إقتصادية* . تلمسان، كلية العلوم الاقتصادية و التسيير و العلوم التجارية: جامعة أبو بكر بلقايد.

[4] محمد براق، محمد عبيلة. (جوان, 2006). دفع الصادرات الجزائرية خارج المحروقات باستخدام مقاربة التسويق الدولي. مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا.ص133.

[5] جمعي عماري، و طارق قندوز. (2010). التسويق الصناعي كمدخل إستراتيجي وتنافسي لترقية الصادرات الصناعية الجزائرية مع التطبيق على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. *الملتقى الدولي الرابع حول: المنافسة والإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج المحروقات في الدول العربية*. الشلف.

[6] the UNCTAD Handbook of Statistics 2017, United Nations Conference on Trade and Development, United Nations,26 January 2018.

[7] http://www.algex.dz/

[8] http://www.douane.gov.dz

[9] https://www.trademap.org/countrymap/Country_SelProductCountry_TS_Map.aspx

[10] http://www.intracen.org/country/Algeria/Sector-Trade-Performance/