



# جامعة الشهيد حمزة لخضر الوادي

## كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير



تحت الرعاية السامية للسيد رئيس الجامعة  
الأستاذ الدكتور عمر فرحاتي

# الملتقى الوطني حول

# إشكالية إستدامة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر



## المحاور

- المحور الأول:** دراسة أشكال و وسائل دعم الدولة الجزائرية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- المحور الثاني:** الصعوبات والعراقيل التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.
- المحور الثالث:** متطلبات استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- المحور الرابع:** المعايير المحاسبية الدولية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- المحور الخامس:** دور الهيئات الحكومية في إستدامة المؤسسات.
- المحور السادس:** دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومسؤوليتها المتعلقة بالإستدامة البيئية.
- المحور السابع:** قياس مؤشرات إستدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- المحور الثامن:** الحلول والمقترحات لإستدامة المؤسسات الجزائرية

يومي

07/06

ديسمبر 2017

قاعة المحاضرات الكبرى ابوالقاسم سعد الله  
بالقطب الجامعي بالشط



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي  
كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير



الملتقى وطني حول إشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	
رئيس الملتقى	د. عوادي مصطفى
رئيس اللجنة العلمية	د. يونس الزين
مقرر اللجنة العلمية	د. رضا زهواني
رئيس اللجنة التنظيمية	د. موسى جديدي
نائب رئيس اللجنة التنظيمية	د. لعبيدي مهاوات
تاريخ إنعقاد الملتقى	يومي 06 و 07 ديسمبر 2017
البريد الإلكتروني للملتقى	Durabilite39@gmail.com

بطاقة معلومات المداخلة			
دور الهيئات الحكومية في إستدامة المؤسسات			المحور رقم - 5 -
دور تحفيز الإنتاج في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنمية الصادرات غير نفطية في الجزائر			عنوان المداخلة
الإسم واللقب	العلواني عديلة	بن سمينة دلال	بن سمينة عزيزة
المؤهل العلمي	دكتوراه	دكتوراه	دكتوراه
الوظيفة	استاذ محاضراً	استاذ محاضراً	أستاذ التعليم العالي
التخصص	-	-	-
المؤسسة	جامعة بسكرة	جامعة بسكرة	جامعة بسكرة
ملاحظات	-	-	-

## المخلص:

تؤكد تجارب العديد من دول العالم من أن دعم وتشجيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة قد حقق طفرة نوعية على المستويين الإقتصادي والإجتماعي بهذه الدول، حيث أن الصناعات الصغيرة والمتوسطة لا تحتاج بطبيعتها إلى رؤوس أموال ضخمة أو تقنيات معقدة مما جعل تخصصها في مجال معين والسيطرة عليه أمران في متناول اليد، ومن ثم كان اتجاه هذه المؤسسات نحو زيادة حجم الصادرات غير النفطية والتي حققت أرقام قياسية وغير مسبقة سواء في الدول المتقدمة أو الدول النامية. وتسعى الجزائر على غرار هاته الدول بزيادة وتنويع صادراتها من خلال زيادة عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة ودعمها على كافة المستويات.

الكلمات المفتاحية: صادرات غير النفطية - المؤسسات الصغيرة والمتوسطة - تحفيز الإنتاج - تنويع الصادرات

## **Abstract:**

Proving many of the world experiences that support and encourage small and medium enterprises have achieved rapid growth in the economic and social levels in these countries, As small and medium industries do not need a huge capital or sophisticated techniques which made its specialization in a particular field and control is very simple, This stimulated the kind of institutions towards increasing non-oil exports, which posted record numbers and unprecedented, both in the developed countries or developing countries. Algeria is also working to increase and diversify confiscated by increasing the number of small and medium enterprises and support at all levels.

**key words :** Non-oil exports - small and medium enterprises - to stimulate production - diversification of export

**مقدمة :**

يرى الكثير من الإقتصاديين أن تطوير المشاريع الصغيرة والمتوسطة وإقامتها من أهم الروافد في عملية التنمية الإقتصادية والإجتماعية في جميع الدول بشكل عام، وفي الدول النامية بشكل خاص، وذلك بإعتبارها منطلقا أساسيا لزيادة الطاقة الإنتاجية من ناحية، والمساهمة في معالجة مشكلتي البطالة والفقر من ناحية أخرى، بالإضافة إلى مساهمتها الفعالة في زيادة الصادرات<sup>1</sup>.

وتشير إحدى الدراسات إلى أن الصناعات الصغيرة والمتوسطة قد تسهم بنحو 25% إلى 35% من الصادرات العالمية للمواد المصنعة، وتشير تقديرات منظمة التنمية والتعاون الإقتصادي إلى أن معدل مساهمة الصناعات الصغيرة والمتوسطة في صادرات دول المنظمة يبلغ حوالي 26% من إجمالي الصادرات، وتحتل الصناعات الصغيرة والمتوسطة الإيطالية المركز الأول بنحو 53%، تليها الدنمارك وسويسرا بنحو 46% و 40% على التوالي، ثم السويد بنحو 30% وفرنسا وهولندا ب 26%، أما في اليابان فإن مساهمة الصناعات الصغيرة والمتوسطة يتجاوز 31.5%، وبلغت مساهمة الصناعات الصغيرة والمتوسطة في الصادرات في بعض الدول الآسيوية معدلات عالية جدا، حيث بلغت 60% في الصين و 56% في التايوان و 40% في كوريا الجنوبية<sup>2</sup>.

**I. مدخل حول أهمية الصادرات خارج المحروقات:****I. 1. تعريف التصدير: ويعرف كمايلي:**

**تعريف 1:** "ويقصد به بيع سلعة معينة من مراكز إنتاجها إلى مراكز تسويقها، أو بتعبير آخر من أحد الأسواق التي تحقق السلعة فائضا في إنتاجها إلى سوق آخر تمثل فيه نفس السلعة جزءا من احتياجها<sup>3</sup>.

**تعريف 2:** "هي عملية تقوم على بيع وإرسال سلع وخدمات وطنية إلى الخارج"<sup>4</sup>.

**تعريف 3:** "مبيعات البضائع في الخارج، وبالمفهوم الكينزي تمثل الصادرات حقنا في الدورة الاقتصادية، وتغيراتها الإيجابية تجر زيادة في الدخل الوطني والعمالة، كما أنها ثمن للحصول على الواردات الضرورية"<sup>5</sup>.

**I. 2. أنواع الصادرات: وتقسم الصادرات إلى الأنواع التالية:****أولاً: الصادرات المنظورة وغير المنظورة: وتشتمل في:**<sup>6</sup>

**أ-الصادرات المنظورة:** وتشمل السلع والبضائع التي يبيعها المقيمون في دولة ما إلى المقيمين في دولة أخرى وتنتقل إليهم عبر الحدود، وتسمى بالصادرات المنظورة أو المرئية لأنها تقع تحت بصر رجال الجمارك، حيث يمكنهم مشاهدتها ومعابنتها وإحصائها في سجلاتهم.

**ب- الصادرات غير المنظورة:** تشمل السلع والبضائع التي يبيعها المقيمون في دولة ما إلى المقيمين في دولة أخرى، وتنتقل إليهم عبر الحدود، وتسمى بالصادرات المنظورة أو المرئية لأنها تقع تحت بصر رجال الجمارك، حيث يمكنهم مشاهدتها ومعاينتها وإحصائها في سجلاتهم.

**ثانيا: الصادرات المؤقتة والدائمة:** وتشمل كل من:<sup>7</sup>

**أ- الصادرات المؤقتة:** هي تلك البضائع أو الأموال التي يتم تصديرها إلى الخارج لمدة معينة من الزمن، ثم يعاد استردادها ومن بينها المنتجات التي يراد تقديمها إلى المعارض أو المؤتمرات أو الصالونات الدولية، ومواد وأجهزة وآلات ضرورية من أجل القيام ببعض الأعمال في الخارج، والأجهزة والآلات المراد إصلاحها في الخارج.

**ب- الصادرات الدائمة:** وهي تلك المنتجات التي يتم تصديرها بصفة دائمة دون إعادتها، وأيضاً يقصد بها مجموع البضائع الجديدة والقديمة التي تخرج بصفة نهائية من الإقليم الجمركي.

**ثالثا: الصادرات المباشرة وغير المباشرة:** ويمكن التمييز بين هذين النوعين من خلال مايلي:

**أ- التصدير المباشر:** وهي طريقة تخص عادة المؤسسات التي لديها طلب مستمر من زبائنها الأجانب، فتفضل هذه المؤسسات التكفل المباشر بهذه الطلبات عوض المرور عبر الوسطاء، وتتميز بأنها تتطلب أكثر استثمارات، ومخاطر وأرباح أكبر في حالة الاستغلال الأمثل لموارد المؤسسة.<sup>8</sup>

**ب- التصدير غير المباشر:** ويتم التصدير غير المباشر باستخدام أنواع مختلفة من المؤسسات التسويقية المستقلة والتعاونية التي تقع في السوق المحلية، ويقوم هذا الشكل في الدخول للأسواق الخارجية على وجود طرف وسيط ينوب عن الشركة في تصدير منتجاتها إلى الأسواق الخارجية ويأخذ عدة أشكال.<sup>9</sup>

**I. 3. المشكلات التي تعوق العملية التصديرية:** ويمكن تقسيمها إلى المشكلات التي تعوق المصدرين داخليا في الدولة المصدرة، والمشكلات التي تواجه المصدرين في الأسواق الخارجية، وذلك كمايلي<sup>10</sup>:

**1. المشكلات الداخلية:** هناك العديد من المشكلات التي تعوق العملية التصديرية في الدول المصدرة ومن ثم تؤدي إلى انخفاض تنافسية الصادرات لما تسببه هذه المشكلات من ارتفاع في تكلفة الصادرات أو تقليل جودة المنتجات المصدرة، ومن بين تلك المشكلات مايلي:

- الافتقار إلى البنية الأساسية اللازمة للتصدير، والتي تتمثل في تدني مستوى خدمات الشحن والتخزين، بالإضافة إلى ارتفاع رسوم الخدمات في الموانئ البحرية والجوية، بالإضافة إلى تعدد الإجراءات وتعقدها في الجمارك.
- ارتفاع تكاليف التشغيل نتيجة الاستغلال غير الكامل للطاقة الانتاجية للمشروعات بالإضافة إلى ارتفاع تكاليف المواد الوسطية.

- نقص المعلومات المتاحة عن الطلب العالمي وعن الأسواق العالمية وفرص التصدير المختلفة والذي يؤدي إلى صعوبة تحديد أفضل مجالات الاستثمار المتاحة.
- ارتفاع مستويات الأجور في بعض الدول، بالإضافة إلى ارتفاع تكلفة التأمينات الاجتماعية، وقد أدى ذلك إلى ارتفاع تكلفة المنتجات ومن ثم اعتماد هذه الدول في المنافسة في الأسواق الخارجية على الجودة وليس السعر.
- التأخير في إجراءات رد الرسوم الجمركية للمصدرين بالنسبة للمكونات المستوردة.
- عدم توافر الموارد اللازمة لتمويل عمليات التوسع والتطوير وخصوصا بالنسبة للمشروعات الصغيرة والمتوسطة، وارتفاع تكلفتها، بالإضافة إلى إحصاء بعض البنوك عن قبول الاعتمادات المستندية للمصدرين، وما قد يترتب على ذلك من التأثير سلبا على القدرة التنافسية للصادرات.
- المغالاة في تحديد سعر الصرف مما يؤدي إلى انخفاض تنافسية الصادرات ومشاكل الحصول على النقد الأجنبي في الدول التي تطبق نظام سعر الصرف الثابت.
- انخفاض مستويات جودة المنتج نتيجة عدم وجود مواصفات قياسية، وعدم التزام بعض المنتجين.
- نقص المهارات والخبرات اللازمة لإدارة المشروعات وكيفية رسم الإنتاج والتصدير، مما يؤدي إلى غياب التنسيق بين عمليات الإنتاج والتصدير.

**2. المشكلات الخارجية:** يواجه المصدرون مجموعة من المشكلات التي تعيق نمو الصادرات وتنبع من عوامل خارجية، وفي بعض الأحيان تكون هذه المشكلات أخطر من المشكلات الداخلية لما تؤدي إليه من تقليل فرص نفاذ المصدرين إلى أسواق هذه الدول، ومن بين تلك المشكلات مايلي:

- معايير الجودة التي تطبقها الدول الأجنبية وخاصة الدول المتقدمة على الصادرات، حيث يتم فرض شروط فنية على الصادرات من قبل الدول الأوروبية والولايات المتحدة. بالإضافة إلى اشتراط العديد من الدول لشهادات تفيد بإجراء اختبارات معينة على السلع المستوردة من الخارج لا تطلب من المنتجين المحليين.
- الرسوم الإضافية التي تفرضها الدول المستوردة على المصدرين، بالإضافة إلى المصروفات الناتجة عن المحليين.
- الرسوم الإضافية التي تفرضها الدول المستوردة على المصدرين، بالإضافة إلى المصروفات الناتجة عن الفساد وعدم الشفافية في الدول المستوردة.
- الدعم الذي تقدمه الحكومات الأجنبية لمنتجاتها المحليين سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة، مما يؤدي إلى انخفاض تنافسية الصادرات في هذه الدول.

**I 4. سياسة ترقية التصدير خارج المحروقات في الجزائر:** اتسمت سياسة التصدير خارج المحروقات بأهمية كبيرة من طرف الدولة تحسبا من خطر الأزمات المالية وانحيار سعر البترول وهو ما يهدد الاستقرار الاقتصادي للبلاد، وقد عملت الدولة عدة إجراءات وتحفيزات من أجل تنمية الصادرات خارج المحروقات تمثلت في:

**أولاً: الإطار القانوني والتنظيمي لتشجيع صادرات خارج المحروقات:** وتم وضع إطار قانوني ينظم قطاع التصدير

خارج المحروقات، وذلك من خلال جملة من التسهيلات في الجوانب المالية والضريبية والجمركية من حيث مايلي:

أ- **التسهيلات المالية:** بداية من القانون رقم 90-02 المؤرخ في سبتمبر 1990 الذي ينص في مادته السابعة على أن يسمح للمصدر بالتصرف في جزء أو في كل المبالغ المحصل عليها بالعملة الصعبة من خلال قيامه بعملية تصدير منتجات خارج المحروقات، وتمس هذه المادة أيضا بمصدري الخدمات، ومن جانب آخر تم إقرار عملية التوطين والتسوية المالية للصادرات خارج المحروقات، أما فيما يخص البنوك التجارية، فقد منحت لهذه الأخيرة حرية أكبر في إدارة النقد الأجنبي من حصيلة الصادرات خارج المحروقات. وتم تجسيد إعادة تأهيل تشريعاتنا وتنظيماتنا عبر إصدار الأمر رقم 03-04 المؤرخ في 17 جويلية 2003، والمتعلق بالقواعد العامة المطبقة على تصدير واستيراد السلع. و يكرس هذا الأمر مبدأ تحرير استيراد وتصدير السلع ويذكر الأمر نفسه أنه يمكن لكل شخص معنوي أو طبيعي ممارسة التجارة الخارجية شرط خضوعه لمراقبة الصرف. ومنذ 1994 أصبح بإمكان المصدرين تسجيل نسبة 50% من حصيلة صادراتهم خارج المحروقات ومن منتجاتهم المنجمية في حسابهم بالعملة الصعبة.

ومع إنشاء سوق صرف ما بين البنوك في الجزائر، كان من المهام الأساسية لهذا السوق هو تغطية العمليات الجارية للبنوك و عمليات زبائنهم المتعلقة أساسا بإعادة تمويل وتقديم تسبيقات حول الحصيلة المتأتية من الصادرات خارج المحروقات والمنتجات المنجمية، إضافة لذلك يتم تقديم الدعم للمصدرين لبعض المواد لاسيما منها التمور، حيث أن تصديرها يستفيد من دعم مزدوج طبقا للقرار الوزاري المشترك بين وزارة التجارة والفاحة سنة 2001 والمتمثل في التكفل بـ 80% من نفقات النقل ومنح 5 دج لكل كلغ كمكافئة لتشجيع الإنتاج والتصدير<sup>11</sup>.

ب- **التحفيزات الجبائية:** لقد جاء إصلاح النظام الضريبي كنتيجة حتمية لمختلف السليبات التي ميزت النظام الضريبي السابق، إلى جانب التطورات التي عرفت الجزائر من خلال الإصلاحات الاقتصادية والتحول إلى نظام اقتصاد السوق، وقد سعى هذا الإصلاح إلى تحقيق مجموعة من الأهداف والتي من بينها تحقيق هدف تنمية وتنويع الصادرات خارج المحروقات، ولقد عرف قانون المالية 1991 الصياغة الكاملة لهيكل النظام الضريبي الجديد ولم يبدأ تنفيذه إلا بداية من سنة 1992، والذي عرف تغيرات جوهرية تعلق ببنية النظام الجبائي برمته، وفي هذا الإطار تم إلغاء الضرائب القديمة وإنشاء ضرائب جديدة تتمثل في الضريبة على الدخل الإجمالي (IRG) والضريبة على أرباح الشركات (IBS)، والرسم على القيمة المضافة TVA.<sup>12</sup>

ج- **التحفيزات الجمركية:** لقد عرف النظام الجمركي ابتداء من صدور قانون النقد والقرض تعديلات هامة في أحكامه، وهي تعديلات تسعى إلى تكييف التشريع والقواعد الجمركية وفق المتطلبات الجديدة لاقتصاد السوق، والتي من بين أهدافها العمل على تدعيم تنافسية المؤسسات الوطنية، وذلك من أجل تشجيع صادراتنا خارج المحروقات، وفي هذا الصدد تذكر أهم الإجراءات المتخذة.<sup>13</sup>

✦ **القبول المؤقت:** ويقصد به النظام الجمركي، الذي يسمح بأن تقبل في الإقليم الجمركي للبضائع المستوردة لغرض معين، والمعدة لإعادة التصدير خلال مدة معينة، مع وقف الحقوق والرسوم ودون تطبيق المحظورات ذات الطابع الاقتصادي خلال مدة بقاء البضائع تحت نظام القبول حسب المدة الضرورية للقيام بالعمليات التي استوردت من أجلها.

✦ **إعادة التموين بالإعفاء:** ويقصد به النظام الجمركي الذي يسمح بأن تستورد بالإعفاء من الحقوق والرسوم عند استيراد بضائع مستعملة في تصنيع البضائع المصدرة.

✦ **نظام التحسين عند التصدير:** وهنا يمنح للمؤسسات إمكانية تصدير بعض منتجاتها مؤقتا، بغرض تحويلها أو تصنيعها بالخارج، وذلك بهدف الرفع من القيمة التجارية لمنتجاتها عن طريق تحسين نوعيتها.

✦ **نظام التصدير المؤقت:** حيث يساعد المصدرين على المشاركة في المعارض الدولية، وإرسال عينات تجارية وذلك عن طريق ATA (وهي الوثيقة الجمركية المستخدمة لتسهيل دخول وخروج البضاعة المعدة للمعارض في جميع البلدان الموقعة على الاتفاقية بهذا الشأن).

**ثانيا: تأمين وضممان الصادرات:** فبعدما كانت تتم عن طريق شركات تأمين غير متخصصة (الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين، والشركة الجزائرية للتأمينات الشاملة)، تم إنشاء نظام جديد للتأمين وضممان الصادرات مع بداية 1996 تديره الشركة الجزائرية لتأمين وضممان الصادرات (CAGEX)، حيث يتم بموجب هذا النظام تأمين الشركات المصدرة من الأخطار التجارية و غير التجارية وأخطار الكوارث الطبيعية، إضافة للمشاركة في المعارض الدولية واستكشاف أسواق جديدة.<sup>14</sup>

### ثالثا: تحرير التجارة الخارجية وتخفيض قيمة العملة:

إن تخلي الجزائر على نهجها الاقتصادي المخطط مركزيا بعد فشلها في تحقيق التنمية واتباعها لنهج اقتصاد السوق حتم عليها إجراء إصلاحات عميقة والتي تحتاج إلى مرحلة انتقالية تلعب فيها المؤسسات النقدية والمالية الدولية دورا حاسما من خلال برامج الإصلاحات الاقتصادية التي تقترحها، والتي يكون فيها لتحرير التجارة الخارجية وتخفيض قيمة العملة المحلية دورا محوريا، حيث يكون من بين الأهداف التي تصبو إليها الدولة من وراء ذلك هو تنمية وتنويع الصادرات الوطنية خارج المحروقات.

#### أ- تحرير التجارة الخارجية:

في أعقاب أزمة النفط لسنة 1986 والتي أفرزت اختلالات عميقة في الاقتصاد الوطني والذي من بينه الانخفاض الكبير في قيمة الصادرات الوطنية، مما دفع بالجزائر إلى التفكير في إصلاح قطاع التجارة الخارجية والحد من الإجراءات السابقة المتخذة في ظل الاحتكار، وذلك بتبني سياسة تجارية خارجية أكثر وضوحا وفتوحا على العالم الخارجي في ظل متغيرات دولية توحى أنه لا مجال للإغلاق والاعتماد على قطاع أحادي وغلق المجال أمام القطاع الخاص، حيث كان من بين الأهداف التي كانت تصبو إليها الحكومة الجزائرية من إعادة هيكلتها للاقتصاد الوطني عن طريق تحرير التجارة الخارجية هي تعريض الإنتاج الوطني للمنافسة الأجنبية، وهذا لزيادة كفاءة استخدام وتنافسية الجهاز الانتاجي وعصرنته من حيث الفن الانتاجي وتدنية التكاليف، وتنويع الإنتاج، وتشجيع الصادرات خارج المحروقات.<sup>15</sup>

**ب- تخفيض قيمة العملة:**

وقد شهد نظام الصرف في الجزائر منذ سنة 1986 تعديلات عديدة تزامنت أغلبيتها مع الإصلاحات الاقتصادية، وكان الهدف منها إعطاء القيمة الحقيقية الداخلية والخارجية للدينار الجزائري، حيث أن السعر المرتفع وغير الحقيقي للدينار الجزائري قبل هذ التعديلات أدى إلى عجز الحساب الخارجي للدولة، ولقد كان الهدف من وراء هذه التعديلات هو القضاء على العجز عن طريق ترقية الصادرات خارج المحروقات والإقلال من الواردات عن طريق إعطاء سعر حقيق لقيمة الدينار، يتناسب وهذا الهدف.<sup>16</sup>

**الإطار المؤسسي وتنوع الصادرات خارج المحروقات:** أنشأت السلطات العمومية بغية تنمية وتنوع الصادرات خارج المحروقات جملة من المؤسسات والتي من شأنها العمل على خلق ديناميكية جديدة لقطاع التصدير خارج المحروقات سواء في مجال التمويل أو التحويل أو التأمين أو التسويق ويختصر كل هذا في الجدول التالي:

**الجدول رقم (01): المؤسسات المساهمة في تدعيم عملية تصدير خارج المحروقات في الجزائر**

المهام	المجال	المؤسسة
تقوم الشركة بدفع قيمة الأضرار المؤمنة عليها في أجل 6 أشهر من استلام إشعار الحادث وعليه فإن الشركة تعلق من خلال ذلك على حث المصدرين على اقتحام الأسواق الخارجية بارتياح من خلال الضمان الذي تقدمه لهم الشركة على التمويل الممنوح لهم من قبل البنوك، كما تعد همزة وصل ما بين المصدرين الجزائريين و الأجانب.	التأمين	<b>CAGEX</b> الشركة الجزائرية لتأمين و ضمان الصادرات
وتشمل مهامها: <ul style="list-style-type: none"> <li>■ ترقية المبادلات الخارجية والمساهمة في تطوير الصادرات خارج المحروقات.</li> <li>■ يشارك في تطوير استراتيجية ترقية التجارة الخارجية ويساهم في تطبيق السياسة الوطنية في المبادلات التجارية.</li> <li>■ يرصد ويحلل الأوضاع الهيكلية و الظرفية للأسواق العالمية لتسهيل نفاذ المنتوجات الجزائرية إلى الأسواق الخارجية وزيادتها.</li> <li>■ ينشأ ويسير شبكة معلومات تجارية وبنوك المعطيات التي توضع تحت تصرف كل المتدخلين في ميدان التجارة الخارجية عند الاستيراد والتصدير، ولاسيما بإدراجها في الشبكات العالمية للمعلومات.</li> <li>■ إضافة على عدة مهام أخرى</li> </ul>	التسويق	<b>PROMEX</b> الديوان الجزائري لترقية التجارة الخارجية مرسوم تنفيذي: 327/96

<p>ومن ضمن مهامه:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ تقديم إعانات مالية للمتعاملين المساهمين في ترقية الصادرات غير النفطية.</li> <li>■ يمول هذا الصندوق بنسبة 10% من الضريبة الخاصة والهبات والمساعدات.</li> <li>■ وتقوم بتغطية المصاريف التالية: <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ الأعباء المتعلقة بدراسة الأسواق الخارجية.</li> <li>✓ المساعدات التي تقدمها الدولة والمهاتفة لترقية الصادرات عن طريق المشاركة في المعارض الدولية.</li> <li>✓ تمويل التكاليف المرتبطة بعملية تكييف المنتجات في الأسواق الخارجية</li> </ul> </li> </ul>	التمويل	<p><b>FSPE</b></p> <p>الصندوق الخاص لترقية الصادرات (1996)</p>
<p>ويقوم بالمهام التالية:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ رصد وتحليل الأوضاع الهيكلية والظرفية للأسواق العالمية بهدف تسهيل نفاذ المنتجات الجزائرية إلى الأسواق الخارجية.</li> <li>■ توفير المعلومات التي من شأنها أن تساعد المتعاملين الاقتصاديين على تقييم عملية الاستيراد وترشيدها.</li> </ul>	التسويق	<p>المركز الوطني لرصد الأسواق الخارجية والصفقات التجارية</p> <p>ماي 1990</p>
<p>ومهامها:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ تشير المعلومات والوثائق الأشهارية العامة والمتخصصة، وذلك بالتعاون مع المؤسسة الوطنية للنشر والإشهار، وتوفير المعلومات عن الأسواق الأجنبية.</li> <li>■ دراسات السوق عند التصدير.</li> <li>■ تحضير مساهمة الأعوان الوطنيين في المعارض المقامة في الخارج.</li> <li>■ التدخل كوسيط للمتعاملين بطلب منهم للقيام بعمليات التصدير.</li> </ul>	التسويق	<p><b>SAFEX</b></p> <p>الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير</p> <p>(مارس 1987)</p>
<p>ومهامها:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ تعمل على ترقية وتنمية مختلف القطاعات الاقتصادية وتوسيعها نحو الأسواق الدولية بتنظيم الملتقيات والتظاهرات الدولية.</li> </ul>		<p><b>(CACI)</b></p> <p>الفرقة الجزائرية للتجارة والصناعة مارس 1996</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>■ إنجاز الدراسات الخاصة بترقية المنتوجات الوطنية في الأسواق الخارجية، وتقديم الاقتراحات بتسهيل عمليات التصدير، وكذا إبرام اتفاقيات ثنائية مع الفرقة - اللجان التقنية-</li> </ul>		
<p>مهامها:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ المشاركة في تحديد استراتيجية ترقية التجارة الخارجية ووضعها حيز التنفيذ بعد المصادقة عليها من الهيئات المعنية.</li> <li>■ تسيير وسائل ترقية الصادرات خارج المحروقات لصالح المؤسسات المصدرة.</li> <li>■ إعداد تقرير سنوي تقيمي لسياسة الصادرات وبرامجها.</li> <li>■ وضع منظومات الإعلام الإحصائية القطاعية والشاملة حول الإمكانات الوطنية للتصدير إلى الأسواق الخارجية.</li> <li>■ متابعة المتعاملين الاقتصاديين الوطنيين.</li> </ul>		<p>(ALGEX)</p> <p>الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية</p>
<p>تتمثل مهامها فيما يلي:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ اقتراح كل الاستراتيجيات في مجال التجارة وترقية الصادرات وضمن متابعة ذلك.</li> <li>■ المبادرة بالأدوات القانونية والتنظيمية المتعلقة بالمبادلات التجارية الخارجية والمشاركة في الإعداد لذلك.</li> <li>■ تحضير الاتفاقيات التجارية الدولية والمساهمة في إعداد التفاوض بشأنها وضمن تنفيذها.</li> <li>■ تصميم نظام للإعلام حول المبادلات التجارية والخارجية.</li> </ul>		<p>المديرية العامة للتجارة الخارجية</p>

إعداد الجدول بالإعتماد على المواقع التالي: [www. mincommerce.gov.dz](http://www.mincommerce.gov.dz) / [www.algex.dz](http://www.algex.dz)

[www.caci.dz](http://www.caci.dz) بالإضافة إلى مراجع أخرى.

## II. مدخل حول أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

### II. 1. تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: لا يمكن تقديم تعريف نهائي ومحدد للمشروعات الصغيرة والمتوسطة،

فهو مفهوم نسبي يختلف باختلاف المعايير المتخذة لتعريف هذه المشروعات بين دولة وأخرى، وذلك وفقا لاختلاف إمكاناتها وظروفها الإقتصادية والإجتماعية ودرجة تطورها التكنولوجي، وبالتالي هناك العديد من التعريفات حسب إختلاف الدول والمنظمات كمايلي<sup>17</sup>:

❖ **تعريف منظمة التنمية الصناعية للأمم المتحدة:** (يوتيدو) حيث بينت أن المشروع الصغير هو ذلك المشروع الذي يديره مالك واحد يتكفل بكامل المسؤولية ويتراوح عدد العاملين فيه من 10 إلى 50 عامل.

❖ **تعريف البنك الدولي للإنشاء والتعمير:** وتعرف بأنها تلك المشروعات التي يعمل بها ما بين 10 إلى 50 عامل، أما أقل من 10 فهي مشروعات صغيرة الحجم.

❖ **أما لجنة التنمية الاقتصادية (C.E.D):** وهي منظمة متميزة بالبحث العلمي، فإن المشروع الصغير لديها هو ذلك المشروع الذي يمتاز بمخاصيتين من الخواص الخمس التالية<sup>18</sup>:

1. يديره أصحابه بشكل أساسي وبصورة مستقلة.
2. يحمل الطابع الشخصي إلى حد كبير.
3. يكون محليا إلى حد كبير في المنطقة التي يعمل بها.
4. له حجم صغير نسبيا من حيث رقم الأعمال وفي الصناعة التي ينتمي إليها.
5. يعتمد بشكل كبير على المصادر الداخلية لتمويل رأس المال من أجل نموه ولقد أصبحت المشاريع الصغيرة والمتوسطة اليوم محط إهتمام عالمي، نظرا لما تقدمه من فرص عمل وتحسين الدخل وزيادة التنمية على الصعيد الفردي والجماعي.

## II. 2. أهمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة : وتبرز أهميتها من خلال النقاط التالية:

1. **نشاطات الإستيراد والتصدير:** تعتبر جميع الأسواق المتاحة أمام المشروعات الصغيرة أسواق عالمية، بما في ذلك السوق المحلي، ذلك أن الشارع الرئيسي في أي مكان هو عالم المشروع وهذا ما صرح به "يورثه"، حين أشار في معرض كلامه إلى أن هناك نفحة عالمية لجميع الأعمال والأنشطة التجارية هذه الأيام، وتمارس العديد من المشروعات أعمال التصدير والإستيراد مباشرة، وهناك القسم الأكبر من المشروعات يمارس هذا النشاط بشكل غير مباشر. ويعتقد الكثيرون منا بأن الشركات والمشروعات الكبيرة هي فقط من تمارس أنشطة التصدير والإستيراد، متناسين أن الحقائق تشير إلى أن غالبية أنشطة التصدير والإستيراد تمارسها مشروعات أخرى كبيرة ذلك أن هذا النوع من النشاط يعود بالمرودود الجيد على المشروعات الصغيرة.<sup>19</sup>

وتشير الإحصائيات بأن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تساهم بنحو 25 إلى 35% من الصادرات العالمية للمواد المصنعة، وتشير التقديرات لمنظمة التنمية والتعاون الإقتصادي إلى أن معدل مساهمة الصناعات الصغيرة والمتوسطة في الصادرات دول المنظمة بلغ حوالي 26% من إجمالي الصادرات، وتحتل الصناعات الصغيرة والمتوسطة الإيطالية المركز الأول بنحو 53% تليها الدنمارك وسويسرا بنحو 46% و 40% على التوالي ثم السويد بنحو 30% تليها فرنسا وهولندا ب 26%. أما في بعض الدول الآسيوية فبلغت نسب مرتفعة وعالية جدا ب 60% في الصين 56% من تاوان 40% و في كوريا.<sup>20</sup>

إن خلق فرص عمل أكبر وفرة واستمرارية لتشغيل الشباب، والتخفيف من حدة مشكلة البطالة التي تعاني منها غالبية الدول، وذلك بتكلفة منخفضة نسبيا إذا ما قرنت بتكلفة خلق فرص العمل بالصناعات الكبرى ومن ثم تخفيف العبء على ميزانيات الدول المختلفة في هذا المجال.<sup>21</sup>

وقد كان هناك شبه إجماع بين الاقتصاديين على قدرة المؤسسات الصغيرة على توفير فرص عمل كافية لامتناس البطالة المنتشرة واستيعاب الأعداد المتزايدة من العمالة التي تضاف كل عام إلى القوة العاملة، ويرجع هذا الدور إلى كون المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مكثفة العمل وتستخدم فنون إنتاجية بسيطة، وهذا يتناسب مع وفرة عنصر العمل وندرة رأس المال في معظم الدول النامية، وهذا ما يجعل المؤسسات الصغيرة تكتسي أهمية خاصة في هذه البلدان.

**2. دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تجديد والابتكار:** تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من مصادر الإبداع والابتكار، لدرجة أنها تتفوق على المؤسسات الكبيرة من حيث عدد الابتكارات المحققة، فهي تساهم بنحو 20% في مجال الابتكارات التكنولوجية في الولايات المتحدة، حيث أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تميل بحكم طبيعتها إلى الابتكار، كما أنها تطرح هذه الابتكارات على نطاق تجاري في الأسواق خلال مدة زمنية تصل إلى 2.2 سنة مقابل 3 سنوات في المؤسسات الكبيرة، وهو ما يساعد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على البحث في هيكلها التنظيمي البسيط الذي يمكنها من الاستجابة للمتغيرات التي تحدث في الأسواق والبيئة الخارجية، كما أنها تتميز بسهولة الاتصال الداخلي بين القاعدة والمسير.<sup>22</sup>

**3. تعد أداة فاعلة في توسيع القاعدة الإنتاجية:** عند تطبيق استراتيجيات إنتاج بدائل الواردات لتوفير حاجة السوق من السلع الاستهلاكية والسلع الوسيطة، بالإضافة إلى قدرتها واعتمادها على الخامات المحلية الأمر الذي يؤدي إلى زيادة حجم الناتج المحلي الإجمالي. إن انتشار طريقة الإنتاج على دفعات لمواجهة طلبات صغيرة من السلع أو خدمات معينة ساهم في إنشاء هذه المؤسسات الصغيرة لتقوم بأداء هذه الأعمال وجعلها أكثر قدرة على الاستجابة السريعة لمتطلبات المستهلكين.<sup>23</sup>

**4. قيام هذه المؤسسات بالتخصيص في العمليات الإنتاجية التي تحجم المؤسسات الكبرى القيام بها:** من خلال

مايلي:

✓ نجاح الكثير من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التركيز على التصنيع في بعض الكيماويات الناتجة عن تكرير البترول، ومن هنا فإن زيادة الناتج المحلي من خلال هذه المؤسسات سوف يؤدي إلى تخفيض الواردات السلعية التي ليس لها البديل المحلي، كما سوف تساهم في زيادة الصادرات غير البترولية.

✓ سرعة التطور التكنولوجي أدت إلى زيادة التقنية الإنتاجية المستخدمة في العديد من الصناعات، وهذا ما أدى إلى إقامة مصانع أصغر حجما وأقل تكلفة استثمارية، حيث يركز كل مصنع على إنتاج عدد قليل من السلع في إطار عقود المناولة مع المؤسسات الكبيرة.

✓ تساهم هذه المؤسسات في إنشاء صناعات محلية جديدة وتطوير الصناعات القائمة، كذلك تساهم في توسيع القاعدة الإنتاجية وتوفير مستلزمات الإنتاج التي تحتاجها المؤسسات الصناعية الكبيرة.

**5. تساهم في تنمية وتطوير المهارات:** إن المشروعات الصغيرة تعطي فرصة ذهبية لأصحاب المهارات والإبداعات من أفراد الشعب الذين يمتلكون قدرات مالية محدودة في أن يبدأوا بتحقيق أحلامهم في امتلاك مشروع خاص، حيث في كثير من الأحيان فإن المشروعات الكبيرة أو العابرة للقارات قد بدأت صغيرة ثم نمت بشكل متواصل ومنظم، والأمثلة على ذلك لا

تنتهي وقد يكون أكثرها بروزا شركة كوكا كولا التي أسسها أحد الصيادلة سنة 1886 ببضعة آلاف من الدولارات ووصلت إلى أن أصبح حجم أعمالها أكثر من عشرات الملايين من الدولارات.<sup>24</sup>

### 6. دمج المدخرات البسيطة في العملية الإنتاجية: بسبب صغر حجم رأس المال المطلوب للاستثمار في المشروعات

الصغيرة، فإن الأفراد الذين يمتلكون المهارات ويملكون مدخرات بسيطة يستطيعون تشغيل مدخراتهم البسيطة والمتواضعة من خلال تأسيس مشروعات صغيرة خاصة، هذه الميزة تعمل على جلب مدخرات الناس البسيطة إلى العملية الإنتاجية بدلاً من أن تظل جامدة وبدون استغلال. مما يؤدي إلى تأكلها مع الزمن بسبب مجريات الدورات الاقتصادية المختلفة والتي أبرزها التضخم وانخفاض القوة الشرائية.<sup>25</sup>

### 7. القضاء على البطالة: تلعب المشروعات الصغيرة والمتوسطة دورا كبيرا في مواجهة مشكلة البطالة، حيث تستخدم

للصناعات الصغيرة فنونا إنتاجية بسيطة نسبيا تتميز بارتفاع كثافة العمل، وهي تعمل على خلق فرص عمل تمتص جزءا من البطالة، وتعمل في ذات الوقت على الحد من الطلب المتزايد على الوظائف الحكومية، مما يساعد الدول التي تعاني من وفرة العمل وندرة رأسمال على مواجهة مشكلة البطالة دون تكبد تكاليف رأسمالية عالية، وتوفر هذه المشروعات فرصا عديدة للعمل لبعض الفئات، وبصفة خاصة الإناث والشباب النازحين من المناطق الريفية غير المؤهلين بعد للانضمام إلى المشروعات الكبيرة والقطاع المنظم بصفة عامة. وقد فطنت الدول المتقدمة إلى أهمية الصناعات الصغيرة، بحيث أصبحت الصناعات الصغيرة اليابانية تستوعب حالي 84% من العمالة اليابانية وتساهم بحوالي 52% من إجمالي قيمة الإنتاج الصناعي الياباني، وفي إيطاليا 2 مليون و300 ألف مشروع فردي صغير..! وفي أمريكا وفرت الصناعات الصغيرة والمتوسطة بالولايات المتحدة الأمريكية خلال الفترة من 1992 وحتى عام 1998 أكثر من 15 مليون فرصة عمل، مما خفف من حدة البطالة وآثارها السيئة، وأن المشروعات الصغيرة تستوعب 70% من قوة العمل الأمريكية. وفي دراسة عن دول الاتحاد الأوروبي في عام 1998، تبين أن الصناعات الصغيرة والمتوسطة توفر حوالي 70% من فرص العمل بدول الاتحاد.<sup>26</sup>

### 8. مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الناتج القومي والناتج المحلي: تجمع الآراء على الأهمية المتعاظمة

للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والدور الذي تؤديه في الاقتصاد الوطني والاستقرار الاجتماعي سواء في الدول المتقدمة أو النامية، بحيث تشير بعض الاحصائيات إلى أن المشروعات الصغيرة والمتوسطة تمثل بنحو 90% من إجمالي الشركات في معظم اقتصاديات العالم، وتساهم هذه المشروعات بحوالي 46% من الناتج المحلي العالمي، وتساهم بدرجة كبيرة في الناتج المحلي للعديد من الدول، فهي تساهم بنحو 85% و 51% من إجمالي الناتج المحلي في كل من إنجلترا و الولايات المتحدة الأمريكية على الترتيب.<sup>27</sup>

### III. دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنمية صادرات خارج المحروقات: تلعب المؤسسات الصغيرة

والمتوسطة دور كبير وفعال في تنمية الصادرات لاقتصاد بلد ما، ويرجع سبب ذلك لعدة عوامل جعلت منتجاتها وخدماتها تكتسب ميزة تنافسية ومن بينها:

- أن منتجات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عادة ما يظهر فيها فن ومهارات العمل اليدوي الذي يلقي قبولا ورواجا في الأسواق الخارجية.
- اعتماد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على فنون إنتاجية كثيفة العمل مما يخفض من تكلفة الوحدة المنتجة، مما يجعلها تنافس منتجات المؤسسات الكبرى.
- تمتعها بقدر كبير من المرونة في التحول من نشاط إلى آخر ومن خط إنتاج لآخر، ومن سوق لآخر لانخفاض إنتاجها نسبيا على المدى القصير.

ويمكن لمنتجات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن تجد طريقها لأسواق الصادرات من خلال ثلاث قنوات:

- صادرات مباشرة.
- صادرات غير مباشرة من خلال وسطاء.
- الاندماج المادي بواسطة المصنعين الكبار.

❖ **ماذا يجب أن تعرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عن السوق؟** وعليها أن تتعرف على مايلي<sup>28</sup>:

- ✓ الحصول على الحصة السوقية
- ✓ التعامل مع العملات الأجنبية ومناقلتها
- ✓ إستخدام قوائم الشحن
- ✓ إنجاز المعاملات عن طريق البنوك
- ✓ تقدير قدرة البائع أو المشتري المالية
- ✓ التعامل مع مستويات الإستقرار السياسي لبعض الأقطار

### III.1. متطلبات الدخول في نشاط التصدير للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة: ويبحث رجال الأعمال المنحكون

عن معلومات تفصيلية بشأن نشاط التصدير والإستيراد، ليتمكنوا من ترتيب وضعهم من حيث ممارسة نشاط تجاري خارجي وتحقيق أرباح إضافية، وتعتبر الإحاطة بخصائص النشاط الخارجي مسألة ضرورية جدا لضمان الأداء العالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وعرض لبعض متطلبات الدخول لنشاط التصدير توجر فيمايلي<sup>29</sup>:

#### 1) التسهيلات المالية لمؤسسات التصدير: تتوافر في السوق المالي أنواع مختلفة من التسهيلات المالية من أجل مزاوله

نشاط التصدير، وعلى وجه التحديد تلك المشاريع المرموقة ذات المركز المالي والتجاري المعروف، وكما هو معلوم ليس هناك بديل آخر عن توافر رأسمال مناسب لبدء مشروع ما، وتستند عمليات منح الإئتمان لهذا المشروع على مكانة وحجم رأسماله، وتأخذ البنوك والأجهزة المالية الأخرى بالحسبان رأسمال المشروع كأحد المعايير التي يتم على أساسها منح القرض قبل توقيع عقد

الإثتمان وتتعاون البنوك المحلية والأجنبية فيما بينها لتسهيل أعمال التصدير، وتضمن للأطراف المصدرة والمستوردة وصول البضاعة أو المواد المتفق عليها، وتحافظ على حقوق كل واحد منهما إتجاه الآخر.

## (2) التعرف على الأسواق العالمية: طورت المشروعات الكبيرة أسواقها الخارجية دونما مساعدة، في حين أن

المشروعات الصغيرة والمتوسطة قد تحصل على فرص ومساعدات من جهات خبيرة وقديرة، وهناك الكثير من المنظمات الحكومية والأهلية المؤهلة لمساعدة الراغبين في الدخول إلى أسواق عالمية جديدة، حيث تقدم هذه المنظمات كل أنواع المساعدات والدعم لجميع المشروعات الصغيرة والمتوسطة الراغبة في التصدير مثل:

- ✓ الأسواق القائدة لبعض أنواع السلع
- ✓ المتطلبات والوثائق الخاصة بالتصدير
- ✓ المساعدات المالية لنشاط التصدير
- ✓ متطلبات الحصول على إمتيازات التصدير
- ✓ فرص التصدير
- ✓ معلومات عن الوضع الإقتصادي للدول المصدر لها
- ✓ إستشارات ذات طابع خاص

## (3) أساليب إقامة العلاقات التبادلية: وتقوم بعض المنظمات بمساعدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال إقامة

معارض تعرض فيها أنواع متعددة من السلع والمواد والأجهزة، وتدعو المعنيين لزيارتها، والتعرف عن كثب على ما هو معروض ومن بين الأساليب الأخرى مايلي:

- ✓ الرقائات التجارية
- ✓ التبضع المقارن
- ✓ الإستعانة بالحاسوب للتسويق عبر الأنترنت
- ✓ المعارض التجارية والصناعية والنشرات
- ✓ الأخبار التجارية
- ✓ الممثلون والوكلاء

## (4) التسعير لأغراض التصدير: يجري تسعير السلع جميعها بأسعار مجزية تعود بالنفع على البائع (أرباح)

والمشتري(منفعة)، وسواء أكان يتم التسويق للبضائع محليا أو أجنبيا، فإنها تعد خاضعة لنفس الخطوات، ولكن يجب الإنتباه أيضا إلى أن عمليات التسعير لا بد وأن تتأثر بالتوجهات الفلسفية والإجتماعية والنفسية للبلد المصدر إليه، وعلى القائم بهذه الأعمال مراعاة ذلك لمصلحة كل من المصدر والمستورد.

## (5) شروط الشحن والتسديد: ويتوجب على أطراف عملية التصدير (البائع والمشتري) معرفة شروط ومتطلبات شحن

البضاعة إلى البلد الآخر، وقد علمتنا التجارب أن إغفال هذا الأمر من المعنيين بالأمر يتسبب في تكبد أعباء مرهقة، وعدم

تحقيق الفائدة المرجوة، فالبعض على سبيل المثال يميز بين شروط (CIF) وبين شروط (CF)، فالأول يعني أن السعر يشمل الكلفة وقيمة الشحن والتأمين، في حين يعني السعر الثاني كلفة المنتج وكلفة الشحن، وفي كلتا الحالتين فإن الكلفة النهائية للبضاعة من أشكال وأساليب تسديد قيمة البضائع والمواد المتبادلة من بينها يذكر:

- ✓ رسالة الاعتماد
- ✓ أذونات الدفع حين الطلب
- ✓ أذونات الدفع بعد مدة
- ✓ مبيعات الصفقة
- ✓ الدفع المقدم
- ✓ الحساب المفتوح

**6) منافذ توزيع الصادرات:** وعند الحديث عن التسويق، يطرق على مسامعنا دائما مصطلح منافذ التوزيع، ويعني المسارات التي تسلكها البضاعة في حركتها من المنتج إلى المستخدم الأخير ويشمل هذا الأمر أنشطة البيع والخزن والتحميل ويأخذ البيع شكلين هما:

أ. البيع المباشر من المنتج إلى المشتري: ويتولى المنتج نشاط التغليف والشحن.

ب. البيع غير مباشر: ويعني أن البيع يجري عن طريق شخص ثاني كوسيط بين المنتج والمشتري، ويتحمل هذا الوسيط جانبا من المخاطر الناجمة عن البيع والتصدير.

### III.2. التحديات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فيما يخص التصدير: ويذكر من أهمها مايلي:<sup>30</sup>

(1) صعوبة الوصول: إلى القنوات التصديرية والحاجة إلى وجود وكالة أو بيت متخصص في التصدير ليكون مسؤولا عن إتخاذ القرارات فيما يخص مكان تسويق منتجات الشركات الأخرى في الخارج وكيفية تسويقها ومواعيد تسويقها.

(2) نقص الوعي التصديري: بحيث أن معظم المنشآت في مختلف القطاعات غير ملمين بالمواصفات والتعديلات المطلوبة في المنتجات حتى يتسنى تسويقها دوليا.

(3) إرتفاع أسعار المدخلات الإنتاجية: مما يفقد المنشآت الصغيرة والمتوسطة في بعض القطاعات (مثل الصناعة الملابس والنسيج) القدرة على التصدير أو المنافسة دوليا أمام منتجات العديد من الدول النامية مثل الهند وبنغلادش.

(4) ندرة التمويل وصعوبة الحصول عليه: فقد توفرت لعدد من الشركات فرص التصدير ولكنها لم تستطع أن تنتج على نطاق أوسع بسبب نقص التمويل.

## IV . أثر دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على تنمية صادرات خارج المحروقات في الجزائر

**IV.1. واقع نمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر:** إن الجزائر تعد من الدول التي انتهجت خيار الاستثمار في تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وذلك من أجل دعم الاقتصاد الجزائري وتنويع مصادر الدخل والحد من

البطالة بين الشباب الجزائري، خاصة وأن المشاريع الصغيرة والمتوسطة في الجزائر عرفت تطور ملحوظ خلال السنوات الأخيرة وهذا ما يلخصه الجدول التالي الذي يوضح تطور عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلال الفترة 2003-2013.

### الجدول رقم(02): تطور عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر خلال الفترة 2003-2013.

السنة	2003	2004	2005	2006	207	2008	2009	2010	2011	2012	2013
عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وطنيا	207949	225449	245842	269806	293946	321387	345902	369319	391761	420117	441964
الزيادة	17500	17770	20393	23964	24140	27441	24515	23417	22442	28356	21847
معدل النمو	%8.4	%9	%9.7	8.9	%9.3	%7.6	%6.8	%6	%7.2	%5.2	

المصدر: نشرة المعلومات الإحصائية وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

ويتضح من خلال الجدول أن عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عرف تطور خلال الفترة الممتدة من 2003 إلى 2013، ويلاحظ أن نسبة الزيادة كانت بوتيرة مرتفعة نسبيا تقدر بين (8.5 إلى 9.5%) خلال الفترة الممتدة من 2003 إلى 2008 ثم تبدأ بالإنخفاض خلال الفترة من (2008 إلى 2013)، حيث تراوحت بين (7.5% إلى 5.2%).

وعموما فإن الجزائر أحصت 207949 مؤسسة صغيرة ومتوسطة في 2003 ليرتفع العدد إلى حوالي 441964 مؤسسة في 2013 أي بمعدل نمو يقدر ب: 112.53% خلال نفس الفترة.

وانطلاقا من 2008 تم إضافة إلى المؤسسات الخاصة المعنوية (المؤسسات ذات الشخص المعنوي أي الشركات) المؤسسات ذات الشخص الطبيعي، أو ما يطلق عليها بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة للمهن الحرة وتشمل خصوصا قطاعات الصحة والعدل والمستثمرين الزراعيين. كما تم إحصاء كل من النشاطات الحرفية التقليدية وكذا المؤسسات العمومية كما هو مبين في الجدول الذي يضم إحصاء لتعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة والعمومية والنشطة في مجال الصناعة التقليدية<sup>31</sup> للفترة بين (2008-2012) كمايلي:

### الجدول رقم(03): تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة والعمومية من 2008-2012

نسبة التطور 2012-2011	عدد المؤسسات 2012	عدد المؤسسات 2011	عدد المؤسسات 2010	عدد المؤسسات 2009	عدد المؤسسات 2008	طبيعة المؤسسة
7.24	420117	391761	369319	345902	321387	أشخاص معنوية
8.58	130394	120095	249196	109496	70626	أشخاص طبيعية (مهن حرة)
9.45	16	146881	-	169080	126887	لنشاطات الحرفية (مؤسسات)

						تقليدية)
(2.62)	557	572	557	591	626	المؤسسات العمومية
7.97						المجموع

المصدر: وزارة الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار نشرية المعلومات الإحصائية لسنة (2012-2011-2010-2009)

ويلاحظ تزايد عدد المؤسسات عموما خلال الثلاثة سنوات الأخيرة مع الأخذ في عين الاعتبار أنه في سنة 2010 قد تم إدماج المؤسسات الحرفية مع المؤسسات الخاصة الصغيرة والمتوسطة للمهن الحرة، وذلك عند فصل المؤسسات التقليدية عن إحصائيات المؤسسة الصغيرة والمتوسطة.

وفي مقارنة بين سنة (2011 و 2012) يلاحظ زيادة تقدر بـ 7.24% و 8.58% في كل من المؤسسات الخاصة المعنوية والطبيعية على التوالي. أما بالنسبة لقطاع النشاطات الحرفية، فقد بلغ تعداد المؤسسات الصغير والمتوسطة في سنة 2012 (160764 مؤسسة حرفية) أي تم تسجيل حوالي 13883 حرفي جديد، أي نسبة نمو تقدر 9.45 حرفي<sup>32</sup>.

#### IV. 1. واقع التصدير خارج المحروقات في الجزائر:

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:

#### الجدول رقم(04): الصادرات الإجمالية للجزائر خلال الفترة (2008 - 2012)

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 خ م إلى الإجمالي

المصدر: جمال خنشور، حمزة العوادي، نحو إرساء إستراتيجية متكاملة لتنمية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية. مجلة الواحات للبحوث والدراسات المجلد 07 ، العدد02 ، 2014، ص: 47.

و يلاحظ من الجدول في الأعلى أن الصادرات خارج المحروقات لم تتعدى نسبة 3% طوال فترة الدراسة (2012-2008)، حيث تراوحت نسبتها ما بين 2.3% و 2.96%، و لقد 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 والترقب 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<sup>33</sup>.

## 1. مساهمة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الجزائرية في الصادرات خارج المحروقات:

لقد سعت السلطات الجزائرية لتنمية الصادرات خارج المحروقات برسم إستراتيجية شاملة تستهدف الوصول بالصادرات الوطنية خارج المحروقات إلى مستويات عالية القيمة في السنوات القادمة من خلال تدعيم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مما يجعلها قادرة على إقتحام الأسواق الدولية غير أن ذلك لم يتحقق لحد الآن. حيث أن المتبع لواقع الصادرات الجزائرية ومع الأخذ في الحسبان توزيع عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتي يتركز جملها في قطاع الخدمات والأشغال العمومية مع ضعف كبير في قطاع الصناعة التحويلية و الزراعة اللذان يشكلان تكلفة كبيرة في الواردات الجزائرية، تتولد قناعة بضآلة 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 و المتوسطة 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 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 2007 ، وتتوزع صادرات هذه المؤسسات على المنتجات نصف المصنعة، المواد الخام، التجهيزات الصناعية، السلع الغذائية، السلع الاستهلاكية والتجهيزات الفلاحية بنسب: 75%، 6.75%، 6.75%، 5.25%، 3.5%، 2.75% على التوالي<sup>34</sup>.

### تفعيل دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات خارج المحروقات:

ويتجسد هذا من خلال تفعيل دور هذه المؤسسات في المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي، وفي تعبئة المدخرات الوطنية لصالح المشاريع الاستثمارية المحلية ودعم القيمة المضافة، وبالتالي تحسين الميزان التجاري عن طريق المساهمة في خفض الواردات وزيادة الصادرات إذ تسهم الصناعات الصغيرة في تنشيط الصادرات كثيفة العمل في عديد من الدول النامية، وقد أثبتت تجارب هاته الدول التي تبنت سياسة تشجيع الصادرات كإحدى استراتيجيات التنمية الاقتصادية. باعتبار تنمية الصادرات تهيء وسائل النمو الاقتصادي على نحو أسرع مما يتحقق في ظل سياسة إحلال الواردات أو السياسات الأخرى، ولقد أجريت العديد من الدراسات التجريبية لبحث العلاقة بين نمو الصادرات والنمو الاقتصادي عن طريق دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول النامية مع الأخذ بعين الاعتبار المتغيرات الاقتصادية العالمية الحالية والمستقبلية.

وتبقى زيادة الصادرات السلعية الصناعية بشكل خاص لا غنى عنه لتعزيز الدخل القومي والأمن العربي لأن دخل البترول لن يستمر طويلا من منظور استراتيجي، كما أن الدول المستهلكة للطاقة مستمرة في دراسات لتحديد أنسب بدائل لتوليد الطاقة بخلاف البترول والغاز، هذا فضلا عن أهدافها واستراتيجياتها المستمرة لخفض أسعار البترول وصعوبة مهمة منظمة الأوبك في منع انخفاض سعر البترول أو دعمها في مثل هذه الظروف، زد على ذلك ما تفرضه دول الاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة الأمريكية من ضريبة على وارداتها من البترول تحت مسميات مثل الطاقة وضريبة الكربون، هذا إلى جانب مشكلات الصادرات الزراعية العربية من حيث اتهامها باستخدام المبيدات وانخفاض جودة الفرز والترتيب والتعبئة والتغليف والتبیین فضلا عن اتهامها بتشغيل الأطفال، حيث تعاني مجمل الاقتصاديات العربية من غلبة الواردات على الصادرات خارج المحروقات ومن عجز نسبي في

الميزان التجاري، حيث تقدر التجارة البينية العربية 8% وبالتالي لا بد من منهج متكامل لتنمية الصادرات العربية والجزائرية خصوصا وترتكز على<sup>35</sup>:

- ❖ **السياسات الحكومية:** تخص التنسيق بين المصالح، تعزيز الدعم السياسي، زيادة الحوافز الاستثمارية، إبرام الاتفاقيات الدولية، تشجيع القطاع الخاص، تكليف مكاتب التمثيل التجاري.
- ❖ **الإدارة في شركاتنا:** تتطلب تدعيم توجه التسويقي. زيادة الطاقة الانتاجية من أجل التصدير، الجودة الشاملة. اعتماد مدخل التخطيط الاستراتيجي التسويقي، اعتماد مدخل تقسيم السوق. التدريب والتكوين.
- ❖ **تدعيم غرف التجارة والصناعة:** عن طريق إنشاء لجان أو غرف مشتركة بين رجال الأعمال المحليين والأجانب بالتنسيق مع الجهود والاتصالات الدبلوماسية.

### الخاتمة:

إن الواقع يظهر تدني مستويات الصادرات الجزائرية خارج المحروقات عموما والناجمة عن المؤسسات الصغيرة و المتوسطة خاصة لذلك فإنه من المجدي أن تتوجه السلطات العمومية نحو منح أفضليات و إمتيازات للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة قصد تشجيعها على زيادة صادراتها ، وذلك بالتوجه نحو الأسواق العربية و الإفريقية التي تعد السبيل الأنجع لتنمية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وذلك بحكم التقارب الجغرافي و الثقافي ، وكذا لكثافة التعداد السكاني، أو عن طريق التوجه نحو السوق الأوروبية بحكم الموقع الجغرافي للجزائر على ضفاف البحر الأبيض المتوسط والذي يمكنها من فتح سوق جزائري أوروبي لتصدير منتجات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وزيادة نسبة الصادرات خارج المحروقات.

### المراجع

- 1- بيل جواد، إدارة وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. الدار الجزائرية للكتاب. طبعة أولى، 2006 الجزائر، ص:10.
- 2- نيبال فيصل عطية، هند محمد المظلوم، إدارة المشروعات الصغيرة. دار الثقافة للنشر والتوزيع. طبعة أولى، عمان الأردن، 2016، ص: 82.
- 3- Patric joffre, **L'exportation dans la tu relance mondial**, édition économique, France, 1986, p:67.
- 4- علاء عبد المهدي، الموسوعة الاقتصادية، دار النهضة العربية، القاهرة، 1971، ص141.
- 5- Silem Ahmed et albertini (J.M), **Lexique d'économie**, Dally, Paris, 4eme édition, 1992 ; P272.
- 6 - خليل أحمد خليل، معجم المصطلحات الاقتصادية. دار الفكر اللبناني للطبع، لبنان، 1997، ص4.
- 7 - بشير محمد علي، القاموس الاقتصادي. المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 1996، ص ص: 109-110.
- 8 - غول فرحات، التسويق الدولي مفاهيم وأسس النجاح. دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص191.
- 9 - هاني حامد الضمور، التسويق الدولي. دار وائل للنشر، الطبعة الثالثة، الأردن، 2004، ص 341.
- 10 - بلقلة ابراهيم، آليات تنويع الصادرات خارج المحروقات، وأثرها على النمو الاقتصادي، ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة حسيبة بن بوعلي سلف، السنة الجامعية 2008-2009، ص ص: 90-91.
- 11 حمشة عبد الحيد، "دور تحرير التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج المحروقات في ظل التطورات الراهنة- دراسة حالة الجزائر"- مذكرة ماجستير علوم اقتصادية، جامعة بسكرة، 2012-2013، ص97.
- 12 - بلقلة ابراهيم، مرجع سابق، ص : 168
- 13- كافي عبد الكريم، "أثر الاستثمار الأجنبي المباشر على تنافسية الاقتصاد الجزائري"، مذكرة ماجستير، تخصص تجارة دولية، المركز الجامعي غرداية، 2011، ص138.
- 14-وصاف سعدي، "تنمية الصادرات والنمو الاقتصادي في الجزائر-الواقع والتحديات-"، مجلة الباحث، جامعة ورقلة ، العدد 2002 ، ص11.
- 15- بلقلة ابراهيم، مرجع سابق، ص ص 162-163.
- 16- بلقلة ابراهيم، مرجع سابق، ص : 164

- 17 - نبيل جواد، مرجع سابق، ص: 18-19.
- 18 - مصطفى يوسف كافي، ريادة الأعمال وإدارة المشاريع. دار أسامة، طبعة أولى، الأردن، 2010، ص: 35.
- 19 - ماهر شعبان العاني وآخرون، إدارة المشروعات الصغيرة، دار الصفاء. عمان - الأردن، 2014 ص 295.
- 20 - نبيل جواد، نفس المرجع، ص: 82.
- 21 - عبد العزيز جميل مخيمر، أحمد الفتاح عبد الحليم، دور الصناعات الصغيرة والمتوسطة في معالجة مشكلة البطالة بين الشباب في الدول العربية. المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2010. ص 23.
- 22 - طرشي محمد، مقال حول "العناقيد الصناعية كمدخل لتعزيز مكانة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة". أكاديمية الدراسات الإجتماعية والإنسانية، العدد 13 جانفي 2015، ص: 6.
- 23 - نبيل جواد، نفس المرجع، ص: 79.
- 24 - مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص ص: 76-77.
- 25 - مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص: 78.
- 26 - مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص ص: 71-72.
- 27 - نبيل جواد، نفس المرجع، ص: 70..
- 28 - ماهر شعبان العاني وآخرون، مرجع سابق، ص ص: 295-296.
- 29 - ماهر شعبان العاني وآخرون، مرجع سابق، ص ص: 296، 301 بتصرف.
- 30 - عبد العزيز جميل مخيمر، أحمد الفتاح عبد الحليم، مرجع سابق، ص: 283.
- 31 - سليمان ناصر، عواطف محسن، قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كبديل تنموي للإقتصاد خارج قطاع المحروقات - المعوقات والحلول- ملتقى دولي حول تقييم إستراتيجيات وسياسات الجزائر الإقتصادية لإستقطاب الإستثمارات البديلة للمحروقات في الألفية الثالثة بالجزائر يومي 28-29 أكتوبر 2014، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، ص ص: 6-7.
- 32 - سليمان ناصر، عواطف محسن، مرجع سابق، ص: 07.
- 33 - جمال خنشور، حمزة العوادي، نحو إرساء إستراتيجية متكاملة لتنمية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية. مجلة الواحات للبحوث والدراسات المجلد 07، العدد 02، 2014، ص: 47.
- 34 - جمال خنشور، حمزة العوادي، مرجع سابق، ص: 49.
- 35 - أحمد سيد مصطفى، إستراتيجية تصديرية عربية، كيف؟. ملتقى التسويق في الوطن العربي الشارقة، 15-16 أكتوبر 2002، ص ص: 146-150.