

المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كآلية لتنويع الصادرات خارج قطاع المحروقات بالجزائر - الواقع والمأمول SMEs as a mechanism for export diversification outside Algeria's hydrocarbons sector - reality and prospects

نجلاء هراقمي¹*, د. برك نعيمة²، مدخل خالد³

¹ جامعة محمد الشريف مساعديّة - سوق أهراس - الجزائر

² جامعة محمد الشريف مساعديّة - سوق أهراس - الجزائر

³ جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي - الجزائر

ملخص: هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاقتصادية، إذ تساهم هذه المؤسسات إلى حد كبير في تنويع الأنشطة الاقتصادية، وتلعب دورا مهما في ترقية عمليات التصدير إلى الأسواق الخارجية، كما قمنا بتسليط الضوء على واقع التجارة الخارجية في الجزائر. بالإضافة إلى التعرف على طبيعة المعوقات التي تقف أمام عملية تنمية صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

الكلمات المفتاح: مؤسسات صغيرة ومتوسطة، تنمية، تصدير، تنمية صادرات.

تصنيف JEL : M16

Abstract: This study aims to know the importance of small and medium enterprises in economic development, as these institutions contribute significantly to the diversification of economic activities, and play an important role in the promotion of exports to foreign markets, and we highlighted the reality of foreign trade in Algeria. In addition to identifying the nature of the obstacles that hinder the development of exports of small and medium enterprises.

Keywords: Small and Medium Enterprises, Development, Export, Export Development.

Jel Classification Codes : M16

I- تمهيد :

يعتبر موضوع تنمية وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من أهم المواضيع التي تشغل اهتمام معظم اقتصاديات دول العالم، نظرا للدور الأساسي الذي تلعبه في تحقيق التنمية الاقتصادية، فالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تمثل قوة رئيسية محركة لخلق فرص العمل ونمو إجمالي الناتج المحلي. إذ تساهم هذه المؤسسات إلى حد كبير في تنويع الأنشطة الاقتصادية، وتلعب دورا مهما في تنمية قطاع التصدير، لهذا تسعى العديد من الدول إلى دعم وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة قصد مساهمتها في تنويع الصادرات نظرا للأهمية الكبيرة لها كونها قاطرة النمو الاقتصادي.

الجزائر وعلى غرار العديد من الدول النامية و في ظل الأزمة الراهنة و المتمثلة في انخفاض أسعار المحروقات والتي تمثل ما يقارب 98% من صادراتها أولت اهتماما كبيرا بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة قصد تنويع وترقية الصادرات بصفة عامة والصادرات خارج المحروقات بصفة خاصة.

من منطلق أهمية موضوع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وكذا الاهتمام الكبير بها من طرف الجزائر منذ عقود سابقة كحل لتنويع هيكل الصادرات والخروج من دائرة التبعية للمحروقات وعلى ضوء كل هذا نطرح الإشكالية التالية

هل تساهم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنويع الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات؟

1.I- الاطار المفاهيمي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

على الرغم من الأهمية البالغة التي تكتسبها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها الريادي في عملية التنمية، إلا أن مفهومها لا زال يلفه بعض الغموض، حيث اختلف الباحثون والمختصون حول إيجاد تعريف موحد لها. إن صعوبة تحديد تعريف موحد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة يتفق عليه كل الأطراف والجهات المهتمة بشؤون قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ترجع إلى جملة من المعوقات نذكر أهمها فيما يلي:¹

- اختلاف درجة النمو بين اقتصاديات الدول؛
- تنوع النشاط الاقتصادي؛
- تعدد المعايير المستخدمة في التعريف: حيث تم الاعتماد في تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على نوعان من المعايير هما: المعايير الكمية والمعايير النوعية.

أولاً: مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

- تعريف الولايات المتحدة الأمريكية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة: حسب قانون المنشأة الصغيرة لسنة 1953 عرفت المنشأة الصغيرة على أنها ذات ملكية وإدارة مستقلة ولا تسيطر على مجال نشاطها مؤسسة كبرى، وتعتبر المؤسسة صغيرة أو متوسطة كل مؤسسة تشغل اقل من 500 عامل.

- لقد تم تحديد مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالاعتماد على معيار حجم المبيعات وعدد العمال كما يلي:
- مؤسسات الخدمائية والتجارة بالتجزئة : من 01 إلى 05 مليون دولار أمريكي مبيعات سنوية.
- مؤسسات التجارة بالجملة : من 05 إلى 15 مليون دولار أمريكي مبيعات سنوية.
- مؤسسات صناعية : عدد العمال 250 عامل أو اقل².

- تعريف اليابان للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة: استنادا لقانون المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لعام 1963 فان التعريف المحدد لهذا القطاع يلخصه الجدول رقم 03 حيث يميز بين مختلف المؤسسات على أساس طبيعة النشاط³.

جدول رقم 01 : معايير تمييز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في اليابان

القطاعات	رأس المال المستثمر	عدد العمال
المؤسسات المنجمية والتحويلية للنقل وباقي فروع النشاط الصناعي	اقل من 100 مليون ين	300 عامل او اقل
مؤسسات التجارة بالجملة	اقل من 30 مليون ين	100 عامل او اقل
مؤسسات التجارة بالتجزئة	اقل من 10 مليون ين	50 عامل او اقل

المصدر: عثمان خلف، "دور ومكانة الصناعات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاقتصادية"، ص 11 .

إن التعريف المعتمد بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر الآن هو التعريف الوارد في القانون 02/17 المؤرخ في 2017/01/10، والمتمثل في القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والذي ينص على مايلي: " تعرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مهما كانت طبيعتها القانونية بأنها مؤسسة إنتاج السلع و/أو الخدمات تشغل من واحد إلى 250 شخص، ولا يتجاوز رقم أعمالها أربعة ملايين دينار جزائري، أولا يتعدى إجمالي حصيلتها السنوية مليار دينار جزائري، وهي تحترم معايير الاستقلالية⁴. ويمكن تلخيص تعريف الجزائر للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجدول التالي :

جدول رقم 02: معايير تمييز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

نوع المؤسسة	عدد العمال (عامل)	رقم الأعمال السنوي (دج)	مجموع الحصيلة السنوية (دج)	الاستقلالية
مؤسسة مصغرة	من 01 إلى 09	أقل من 40 مليون	لا يتجاوز 20 ملايين	ضرورة توفر معيار
مؤسسة صغيرة	من 10 إلى 49	أقل من 400 مليون	لا يتجاوز 200 مليون	الاستقلالية في
مؤسسة متوسطة	من 50 إلى 250	بين 400 مليون و 04 ملايين	بين 200 و 01 مليار	التسيير

المصدر: أ.ياسر عبد الرحمان، أ.براشن عماد الدين، "قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر- الواقع والتحديات -"، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، جامعة جيجل، العدد الثالث، جوان 2018، ص 219.

ثانيا: خصائص ومميزات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هناك خصائص متعلقة بالعملاء وأخرى بالجوانب الإدارية والتنظيمية وأخرى متعلقة برأس مال والتمويل والانتشار الجغرافي.... الخ وستتطرق إلى أهمها ما يلي :⁵

- الاستقلالية في الإدارة؛
- صغر الحجم وقلة التخصص في العمل؛
- ضالة التكاليف الرأسمالية اللازمة للبدء في المشروع؛
- القدرة على الاندماج في النسيج الوطني من خلال تعدد الأنشطة الناتج عن تعدد المؤسسات المستحدثة ومن خلال ذلك إمكانية استحداث مناطق صناعية متكاملة معتمدة على المواد الأولية المحلية؛
- الميزة الانتشارية ما يجعلها تغطي مناطق مختلفة وأعداد كبيرة من السكان، والقدرة على حركية اليد العاملة ومرونة التغيير بسرعة أكبر من المشاريع الكبيرة؛
- مركزا للابتكار و الإبداع حيث تتفوق في هذا المجال على المؤسسات الكبيرة؛
- تعتبر مركزا لتعبئة الادخار الخاص أي أنها أداة فعالة لتنمية المدخرات الصغيرة.

ثالثا: أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

أ- الأهمية الاقتصادية: و تتمثل في:

- تكوين الإطارات المحلية : تساهم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تكوين الأفراد وتدريبهم على المهارات؛

- توزيع الصناعات وتنوع الهيكل الصناعي: تلعب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دورا أساسيا في توزيع الصناعات الجديدة على المدن الصغيرة والأرياف، إضافة إلى الدور الأساسي الذي تلعبه في مجال تنويع الهيكل الصناعي؛
- تقديم منتجات وخدمات جديدة: إن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مصدر للأفكار الجديدة والابتكارات الحديثة بحيث تقوم بإنتاج السلع والخدمات المبتكرة؛
- المحافظة على استمرارية المنافسة: ففي عصر التطورات السريعة تصبح المنافسة أداة التغيير من خلال الابتكار والتحسين؛
- تعبئة الموارد المالية: تلعب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دورا هاما في تعبئة الموارد المالية الخاصة والكفاءات المحلية، بالإضافة إلى زيادة الادخار وتوجيهه نحو المجالات الاستثمارية.
- ب- الأهمية الاجتماعية: تشمل ما يلي:
 - تكوين علاقات وثيقة مع المستهلكين في المجتمع؛
 - المساهمة في التوزيع العادل للدخول في ظل وجود عدد هائل من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
 - التخفيف من المشكلات الاجتماعية: ويتم ذلك من خلال ما توفره هذه المؤسسات من مناصب الشغل سواء لصاحب المؤسسة أو غيره؛
 - إشباع رغبات واحتياجات الأفراد تمنح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فرصة للأفراد لإشباع حاجاتهم ورغباتهم من خلال التعبير عن آرائهم وخبراتهم⁶.

رابعا: تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر

جدول رقم (03): تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلال فترة 2001/ 2016.

السنوات	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
القطاع الخاص	179893	189552	207949	225449	245842	269806	293946	392013
القطاع العام	788	788	788	778	874	739	666	626
الحرف التقليدية	64677	71523	79850	86732	96072	106222	116347	126887
المجموع	245358	261863	288587	312959	342788	376767	410959	519526
السنوات	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
القطاع الخاص	586903	618515	658737	711275	777259	851511	934037	1013637
القطاع العام	591	557	572	557	557	542	532	438
المجموع	587494	619072	659309	711832	777816	852053	934569	1014075

المصدر: بوقادير ربيعة، مطاي ع القادر، "تقييم اداء قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر للفترة 2001-2016"، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، العدد 19، 2019، ص 277.

2.I- الاطار المفاهيمي للتصدير في الجزائر

يمثل نشاط التصدير أهمية كبيرة في اقتصاديات مختلف الدول، وهو أحد العوامل الأساسية للتنمية الاقتصادية، فهو يعتبر وسيلة فعالة لتحقيق معدلات النمو المرجوة، كما أنه يعتبر طريقة ناجعة لجمع أكبر قدر ممكن من العملة الصعبة.⁷

لتبيان مفهوم عملية التصدير في الجزائر ارتأينا أن نتطرق لتعريفها وكذلك أنواع التصدير ومحاولة تلخيص مراحل تطورها في الجزائر خلال السنوات الأخيرة.

أولاً: عملية التصدير في الجزائر: يعتبر التصدير شكل من إشكال دخول الأسواق العالمية وعليه تناول موضوعه بشكل كبير من طرف المفكرين والاقتصاديين وعليه يمكن اخذ التعريفات التالية:

التصدير هو عملية بيع سلع و خدمات لدولة أخرى⁸، كما يعتبر التصدير هو قدرة الدولة وشركاتها الذين يتمثلون في أعوانها الاقتصاديين على تحقيق تدفقات سلعية وخدماتية ومعلوماتية ومالية وثقافية و سياحية وبشرية الى الدول و الأسواق العالمية و دولية أخرى بغرض تحقيق أهداف معينة.⁹ و كتعريف أدق يمكن القول بأن التعريف الراجح والمستهدف من خلال دراستنا هذه، هو أن التصدير عبارة عن بيع للمنتجات من دولة لأخرى، وفق نظام معترف به وقوانين ونظم تدعم الاستيراد من جانب الدول المستهلكة والتصدير من جانب الدول المصدرة، ويعتبر أهم محل للتصدير في الجزائر تصدير المحروقات، إلى جانب ذلك هناك ما يعرف بالتصدير خارج إطار المحروقات والمقصود منه تصدير البضائع والخدمات، حيث أن الصادرات خارج إطار المحروقات هي: "سلع وخدمات وأصول رأسمالية تباع إلى دول خارجية منتقلة من الدول المنتجة لها"¹⁰.

ثانياً: أنواع التصدير: يمكن للمؤسسة القيام بعملية التصدير إما بشكل مباشرة او غير مباشرة او بشكل مشترك

أ- التصدير المباشر: هو دخول المؤسسة بصورة مباشرة في عملية التصدير مع تحملها تكلفة الاستثمار والمخاطرة مفترضة العوائد المحققة من وراء دخولها المباشر يغطي كلف الاستثمار فضال عن رغبتها في تجنب منح جزئ من حصتها للوسطاء، حيث تتم كما يلي¹¹:

- إنشاء إدارة متخصصة للتصدير حيث يكون مسؤول عنها مدير المبيعات الخارجية ومجموعة مساعدين له يهدفون للبحث عن الأسواق الخارجية من خلال تفاعلهم مع إدارة التسويق في المؤسسة.

- وجود فرع إدارة المبيعات في الأسواق الخارجية وذلك حتى تتمكن المؤسسة من تحقيق وجود فعلي لها على ارض الأسواق الدولية و للتعرف عن كتب على طبيعة هذه الأسواق وحاجات و رغبات الزبائن فيها.

- تعيين مديرين وممثلين في الأسواق الخارجية وتكون مهمتهم السفر للأسواق الدولية. - التصدير غير المباشر: يتم التصدير الغير المباشر من خلال ان يقوم الوسطاء سواء وكلاء البيع أو وكلاء التصدير بشراء منتج مباشرة من المصنع ومن ثم إعادة بيعها الى دولة أجنبية تحت اسم وكيل البائع او وكيل التصدير ، وعليه فأن المصدرين غير المباشرين ليس لديهم اتصال مباشر مع المستهلكين في الأسواق الأجنبية. بمعنى آخر تعهيد نشاطها التصديري، و الذي يمكن ان يأخذ الأشكال التالية¹²:

- **التصدير من خلال الاعتماد على وكلاء:** حيث يقوم الوكيل بالبحث عن المشترين في الأسواق الخارجية مقابل حصوله على عمولة

- **المنظمات التعاونية:** حيث تقوم هذه المنظمات بالتعاون مع الشركات المنتجة للبحث لها عن أسواق خارجية لمنتجاتها و تكون هذه المنظمات تحت سيطرة ورقابة الشركات المنتجة¹³.

وهذه الطريقة في دخول للأسواق الخارجية تحقق ميزتين أساسيتين هما:

- تقلص التكاليف المترتبة على الاستثمار لكون الشركة ليست بحاجة الى إيجاد وتطوير قسم التصدير وإيجاد قوة بيعيه للعمل فيه، و تحمل التكاليف الإضافية مقابل ذلك.

- تقليل هذه المخاطرة لأدنى حد ممكن لكون هؤلاء الوسطاء الذين ينوبون عن الشركة في التصدير لهم المعرفة

والخبرة الكافية في التعامل في الأسواق الخارجية و لذلك فالأخطاء المحتملة بالعمل ستكون قليلة جدا

ت- التصدير المشترك او المنظم: هو عبارة عن تضامن عدة مصدرين ذوي اهتمام مشترك للتصدير معا، وهو يشكل أسلوبا فريدا في تنظيم النشاط التصديري، حيث تقوم الشركات بالاشتراك في تنظيم معين لتحسين أنشطتها التصديرية

ثالثا: أهمية التصدير : للتصدير أهمية كبيرة تتمثل في ما يلي¹⁴:

- ان نجاح العملية التصديرية و استمرارها يساهم في رفع مستوى التشغيل مما يساهم في التقليل من البطالة التي أصبحت هاجس الكثير من الدول.

- يزيد التصدير من تنوع مصادر الدخل الوطني و يدعم الميزان التجاري، و يجلب العملات الأجنبية

- يعتبر التصدير المخرج مما تعاني منه الكثير من المؤسسات لتصريف فوائض إنتاجها و مخزونها

- باعتبار المشروعات الوطنية تعتمد على الخامات و المواد و المعدات المستوردة فان تعويض مصاريفها و تمويلها لا يتم سوى بالتصدير.

- مواجهة ظاهرة الشركات متعددة الجنسيات ودورها في الاستحواذ على أكبر نصيب من حجم التجارة الدولية

- ان الانتاج من اجل التصدير يعطي الأهمية الكبيرة لعنصر الجودة في الأداء و هذا ما يعود بالفائدة سواء على المؤسسة او على دولة التصدير.

- مواكبة التطورات التي تشهدها الأسواق المحلية والأجنبية و المنافسة بين الدول المتقدمة وسعي الشركات المتزايدة لفتح المزيد من الأسواق الخارجية لتستطيع الصمود في وجه المنافسة القوية.

- يعتبر قاطرة النمو الاقتصادي .

رابعا: الصادرات خارج المحروقات في الجزائر خلال الفترة 2009-2016

وهي موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم 04: الصادرات خارج المحروقات في الجزائر خلال الفترة 2009-2016

(الوحدة: مليون دولار)

السنة	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
الصادرات خارج المحروقات	1066	1526	2026	2026	2165	2582	1969	1781
إجمالي الصادرات	45194	57053	73489	71866	65917	62886	34668	28883
نسبة	2.4 %	2.7 %	2.8 %	2.9 %	3.3 %	4.1 %	5.7 %	6.2 %

المصدر: بوقادير ربعة، مطاي ع القادر، مرجع سابق، ص282.

I. 3- الحوافز المدعمة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

من أهم الحوافز في كثير من البلدان النامية و المتقدمة نجد الحوافز التالية¹⁵

1 - جانب التمويل : حيث تقوم العديد من الدول بتقديم التسهيلات و الخدمات التمويلية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة سواء بالعملة المحلية أو العملة الصعبة ، بإعطائها قروضا بمعدلات فائدة ميسرة أو مضمونة من قبل وبعد شحن البضاعة، أو انشاء ما يعرف بشباك المصدر على مستوى البنوك التجارية ، بهدف السماح للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة ببلوغ الأسواق الخارجية ومنافسة المنتجات الدولية ، وفي هذا الإطار تم انشاء العديد من الهيئات المالية المتخصصة في تمويل الصادرات الناتجة من هذه المؤسسات.

2 - جانب التأمين : لتعويض المخاطر التي تواجه المصدرين بصفة عامة و المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المصدرة على وجه الخصوص أثناء العملية التصديرية، والتي لا تشملها نظم التأمين الأخرى، تقوم الدولة بأنشاء نظام لتأمين الصادرات، أو ما يسمى بنظام تأمين القرض عند التصدير ، بحيث تشرف على إدارة هذا النظام مؤسسات متخصصة ، كالشركة الفرنسية للتأمين التجارة الخارجية (COFACE)، والهيئة الإيطالية لتأمين القرض عند التصدير (SACE) والشركة التونسية لتأمين التجارة الخارجية (COTUNACE) و الشركة المصرية لضمان الصادرات و الشركة الجزائرية لتأمين وضمان الصادرات (CAGEX) بهدف تأمين المؤسسات المصدرة من المخاطر السياسية و التجارية، والكوارث الطبيعية و البحث عن أسواق جديدة، و التقلبات في أسعار الصرف... إلى غير ذلك من أخطار التصدير، ويتم وضع تسهيلات خاصة بالنسبة للتأمين على صادرات المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، تتمثل في نسبة أقساط صغيرة ومدة تعويض قصيرة ونسبة تأمين مرتفعة، وهذا ما يجعل المؤسسات المعنية بالتصدير تشجع لاقتحام الأسواق الخارجية.

3 - السياسة الضريبية: يتم منح التخفيضات الضريبية على دخول السلع التصديرية من المؤسسات الصغيرة و المتوسطة مما يؤدي إلى خفض تكلفة الانتاج، وتمتع سلع هذه المؤسسات بالميزة التنافسية في الاسواق الدولية ، ففي اليابان مثلا تم وضع نظام ضريبي يتمثل في احتياطي تنمية الاسواق الخارجية لبعض السلع التصديرية، مع معاملة بعض المصروفات المنفقة بالخارج معاملة الخسائر.

4 - جانب النقل و التوزيع: يمكن للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة أن تجد طريقها للأسواق الخارجية بواسطة ثلاث قنوات مختلفة (مباشرة، وغير مباشرة من خلال وسطاء كمراكز التجارة ومراكز الصادرات، أو الاندماج مع المؤسسات الكبيرة)، حيث تقوم بعض الدول بتقديم المساعدة للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة المصدرة في مجال نقل وتوزيع السلعة المراد تصديرها، بتحمل الدولة لنسبة من مصاريف النقل والتوزيع و المشاركة في المعارض الدولية، قد تتعدى 50 % من تكلفة الكلية للنقل و التوزيع مثل ما معمول به بالجزائر منذ سنة 1997، مما يجعل منتجات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تتمتع بميزة تنافسية عند دخولها الأسواق الدولية جراء تحمل الدولة لتكاليف النقل، فعادة ما تتم بتأسيس الدولة لصناديق تنمية الصادرات مهمتها تدعيم المؤسسات المصدرة.

5 - الإطار المؤسسي: اعتمدت بعض الدول من أجل النهوض بصداراتها تأسيس مكاتب التجارة الخارجية لترويج الصادرات، وذلك عن طريق دراسة الأسواق الخارجية، وإقامة المعارض الدولية و للنهوض بالتصميمات الصناعية الخاصة بمنتجات المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، يتم انشاء هيئات صناعية للعمل في إطار تنمية التصميم الصناعي من أجل الارتقاء بمنتجات هذه المؤسسات مما يكون له الاثر الفعال في تدعيم موقف المنافسة في السوق الدولية لهذا البلد أو ذاك

6 - نظام فحص السلع المصدرة لضمان الجودة المناسبة للأسواق الخارجية: تم وضع عدد من الدول، ومنها اليابان، نظام للحفاظ على سمعة المنتج الوطني في الأسواق الخارجية، وذلك من خلال استفتاء المواصفات القياسية الموضوعة من قبل وكلاء الفحص والتي تطبق بصرامة شديدة، مع وضع نظام للجودة.

4.I- قيود التصدير للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائرية

ترخر 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:

1 - القيود السياسية والقانونية: تتمثل هذه القيود في الحسائر التي يمكن أن تلحق بالمنظمة في حال صدور قوانين و تشريعات جديدة تتعكس مع بعض أو كل أهداف المؤسسة، و نذكر من بين هذه القيود التأمين، المصادرة و التصفية للمشروعات، و القيود المفروضة على الملكية الأجنبية و التعامل في النقد الأجنبي و الشروط الموضوعة على استخدام المكون المحلي، و اتجاهات النقابات، و التعريفات الجمركية و غيرها؛¹⁶

2 - قيود بيئة الاستثمار: لقد فشلت الصادرات غير النفطية في التمتع 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 و توجيه الشركات المصدرة أو المحتمل تدويل أنشطتها، فضلا على تنوع في برامج التأهيل

3 - القيود التجارية: تتمثل مصادر القيود التجارية أساسا في عدم دفع الزبون لمشترياته في حالة البيع الآجل، و تؤدي إلى عدم استلام المؤسسة لكامل مستحققاتها في الآجال المتفق عليها، و يختلف خطر عدم الدفع حسب القطاعات و كذلك حسب المنطقة، بالإضافة إلى نقص التمويل بالمواد الأولية، المنتجات نصف المصنعة المستوردة و ارتفاع أسعارها، ضالة النسب المحققة في مجال التصدير و التي لا يمكن الاعتماد عليها في تمويل نشاطات المؤسسة بالعملة الصعبة؛ عدم امتلاك المؤسسات الصغيرة و المتوسطة 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 النشاط¹⁷.

4 - القيود الثقافية: وهي القيود الناجمة عن التباين و الاختلاف في أذواق المستهلكين و التباين الثقافي و المعرفة بين السوق المحلي و الأجنبي، و التي تؤثر على تدفق المعلومات و صنع القرار في المعاملات الدولية¹⁸

5 - القيود المرتبطة بالمنافسة: والتي تتمثل أساسا في المنافسة غير المتكافئة في بعض الأسواق على غرار السوق الأوروبية بين الشركات المتواجدة بالسوق المستهدف و المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الجزائرية، إذ يمتلك الطرف الأول الكفاءة العالية، الإنتاجية المرتفعة و القدرة التنافسية، التكنولوجيا، الإدارية و التسويقية الكبيرة، بينما يعاني الطرف الثاني من محدودية الإمكانيات على كافة المزايا التي يتمتع بها الطرف الأول، بالإضافة إلى مشكل التكيف الهيكلي لنظم الإنتاج و التسويق 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 استراتيجية للتصدير منذ البداية، و لكنها تكتفي بالبحث عن أسواق دولية في إطار التظاهرات الاقتصادية فقط .

I-5. 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 بينها¹⁹ :

- 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 انتاجية 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 انتاج لآخر، ومن سوق لآخر لانخفاض انتاجها 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 .

II. تطور التجارة الخارجية في الجزائر

سنقوم بطرح تطور التجارة الخارجية في الجزائر خلال السنتين 2017 و2018:²⁰

II-1- تطور التجارة الخارجية من خلال المؤشر العام (الميزان التجاري): سجلت التجارة الخارجية الجزائرية خلال سنة 2018:

حجما إجماليا للواردات يقدر بـ: 46.19 مليار دولار أمريكي أي زيادة طفيفة تقدر بـ 0.30 ٪ مقارنة بنتائج سنة 2017؛

حجما إجماليا للصادرات يقدر بـ 41.17 مليار دولار أمريكي، أي زيادة تقدر بـ 16.98 ٪ مقارنة بنتائج سنة 2017.

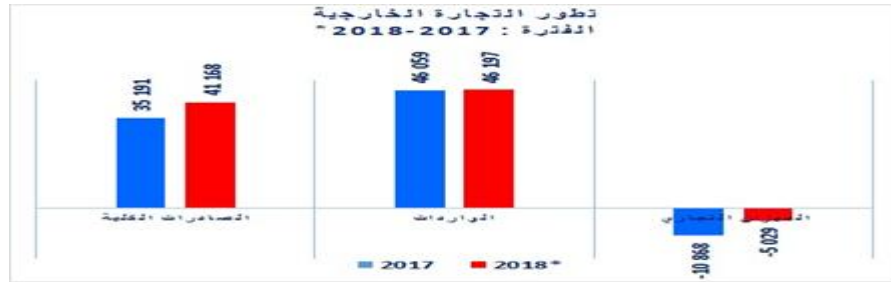
ترجم هذه الأرقام عجزا في الميزان التجاري خلال سنة 2018 بقيمة 5.03 مليار دولار أمريكي.

كما تظهر هذه النتائج معدل تغطية الواردات بالصادرات بنسبة 89 ٪ خلال سنة 2018، مقارنة بنتائج سنة 2017 حيث

بلغت النسبة 76 ٪.

الحجم بالمليون دولار					
النمو (%)	2018*		2017		
	الدولار	الدينار	الدولار	الدينار	
0,30	46 197	5 387 655	46 059	5 111 297	الواردات
16,98	41 168	4 800 538	35 191	3 904 715	الصادرات
-	-5 029	-587 117	-10 868	-1 206 582	الميزان التجاري
	89		76		نسبة التغطية

المصدر: المركز الوطني لمعومة احصائيات الجمارك.
نتائج مؤقتة



II-2 تطور التجارة الخارجية من خلال مجموعة المستخدمين

1 - الاستيراد:

عرفت الواردات الجزائرية ارتفاعا طفيفا بنسبة 0,30% خلال سنة 2018 مقارنة بسنة 2017 ، حيث ارتفعت من 46.06 مليار دولار أمريكي إلى 46.19 مليار دولار أمريكي.

يظهر توزيعها حسب مجموعة المنتجات لسنة 2018 و المبين في الجدول أسفله، ارتفاعا لمجموعات "السلع الاستهلاكية الغذائية وغير الغذائية" بحصص تصل نسبتها على التوالي 1.60 % و 14.63 %، وكذا انخفاضها فيما يخص "السلع الموجهة لأداة الإنتاج" بنسبة 4.36 %، و "سلع المعدات" بنسبة 4.18 %.

المجموع بالمليارات دولار

مجموعة المنتجات	عام 2017		عام 2018 *		التطور %
	القيم	الهيكل %	القيم	الهيكل %	
السلع الغذائية	8 438	18,32%	8 573	18,56%	1,60%
السلع الموجهة للإنتاج	14 504	31,49%	13 872	30,03%	-4,36%
سلع المعدات	14 606	31,71%	13 996	30,30%	-4,18%
سلع الاستهلاك غير الغذائية	8 511	18,48%	9 756	21,12%	14,63%
مجموع الواردات	46 059	100%	46 197	100%	0,30%

المصدر: المركز الوطني لمعلومات إحصائيات الجمارك.
نتائج مؤقتة

2 - التصدير: تمثل المحروقات أساس صادراتنا إلى الخارج خلال سنة 2018 بحصة 93.13% من القيمة الإجمالية للصادرات، بزيادة قدرها 15.26% مقارنة بسنة 2017، أما بالنسبة للصادرات "خارج المحروقات" التي لا تزال هامشية، والتي تقدر نسبتها بـ 6.87% من القيمة الإجمالية للصادرات أي ما يعادل 2.83 مليار دولار، فقد سجلت زيادة قدرها 46.13% مقارنة بسنة 2017.

المجموع بالمليارات دولار

التطور %	2018*	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	
6,88%	373	349	327	235	323	402	315	355	315	113	السلع الغذائية
15,26%	38 338	33 261	28 221	32 699	60 304	62 960	69 804	71 427	55 527	44 128	الطاقة ومواد التشحيم
26,03%	92	73	84	106	109	109	168	161	94	170	المواد الخام
59,01%	2 242	1 410	1 321	1 597	2 121	1 458	1 527	1 496	1 056	692	نصف المواد
	0,3	0,29	-	1	2	-	1	-	1	-	سلع المعدات الزراعية
15,38%	90	78	54	19	16	28	32	35	30	42	سلع المعدات الصناعية
65,00%	33	20	19	11	11	17	19	15	30	49	السلع الاستهلاكية غير الغذائية
16,98%	41 168	35 191	30 026	34 668	62 886	64 974	71 866	73 489	57 053	45 194	إجمالي الصادرات

المصدر: المركز الوطني لمعلومات إحصائيات الجمارك.
نتائج مؤقتة

مجموعة المواد التي يتم تصديرها خارج المحروقات تشمل اساسا:

- المنتجات النصف مصنعة التي تمثل حصة 5.45% من الحجم الاجمالي للصادرات، أي ما يعادل 2.24 مليار دولار أمريكي.
- المواد الغذائية بحصة 0.91% أي بقيمة 373 مليون دولار أمريكي.
- سلع المعدات الصناعية بحصة 0.22% أي بقيمة 90 مليون دولار أمريكي.
- المواد الخام و السلع الاستهلاكية غير الغذائية بحصص تقدر على التوالي ب 0.22% و 0.08%.

II -3- تطور التجارة الخارجية من خلال المناطق الاقتصادية

فيما يتعلق بالتوزيع حسب المناطق الاقتصادية خلال سنة 2018، تبين الجداول المرفقة بوضوح أن معظم مبادلاتنا الخارجية ما زالت مركزة على شركائنا التقليديين. في الواقع، تستحوذ كل من دول منظمة التعاون الاقتصادي و الاتحاد الأوروبي على أكبر حصة في مجال التعاملات و التي تقدر على التوالي بنسبة 58.3% من وارداتنا و 74.34% من صادراتنا.

الصادرات بالمليون دولار أمريكي			الواردات بالمليون دولار أمريكي			المناطق الاقتصادية
التطور %	السنة		التطور %	السنة		
	2018	2017		2018	2017	
16.03	23.386	20.386	3.95	21.099	20.298	دول الاتحاد الاوروي
7.50	6.950	6.465	-6.56	5.837	5.953	دول منظمة التعاون التنمية الاقتصادية
0.00	40	40	-19.27	1.542	1.910	الدول الاوروية الاخرى
5.14	2.660	2.530	10.50	3.546	3.209	دول أمريكا الجنوبية
48.85	5.351	3.595	-6.56	11.557	12.369	آسيا
-	-	71	-	-	-	أوقيانوسيا
-10.89	712	799	23.48	1.904	1.542	الدول العربية
31.11	1.669	1.273	-7.77	546	592	الدول المغاربية
28.16	132	103	-10.75	166	186	الدول الافريقية
16.98	41.168	35.191	0.30	46.197	46.059	المجموع

المصدر: حصيلة التجارة الخارجية عن الموقع الالكتروني

<http://www.andi.dz/index.php/ar/statistique/bilan-du-commerce-exterieur>

commerce-exterieur

- 1 - الإتحاد الأوروبي: تبقى دول الاتحاد الأوروبي دائما الشريك الرئيسي للجزائر، بحصص تصل نسبها على التوالي 45.67% من الواردات و 57.46% من الصادرات، كما سجلت الواردات القادمة من الاتحاد الأوروبي زيادة قدرت بـ 3.95%، مقارنة بسنة 2017، حيث ارتفعت من 20.29 مليار دولار أمريكي في 2017 إلى 21.10 مليار دولار أمريكي في 2018. نفس الشيء بالنسبة لصادرات الجزائر نحو هذه البلدان حيث تم تسجيل ارتفاع بقيمة 3.27 مليار دولار أمريكي أي ما يعادل 16.03% يمكننا التمييز كذلك أن زبوننا الرئيسي ضمن هذه المنطقة الاقتصادية هو إيطاليا والتي تمتص أكثر من 13.26% من مبيعاتنا إلى الخارج، تليها إسبانيا بـ 10.83% ثم فرنسا بـ 10.02%.

أما بالنسبة للممولين الرئيسيين، تحتل فرنسا المرتبة الأولى لدول الاتحاد الأوروبي بـ 10.35 %، تليها إيطاليا و إسبانيا بحصة 7.91 % و 7.65 % من إجمالي واردات الجزائر خلال سنة 2018.

2 - **دول منظمة التعاون والتنمية (خارج الاتحاد الأوروبي):** تأتي دول منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (خارج الاتحاد الأوروبي) في المرتبة الثانية بحصة تقدر بـ 12.64 % من واردات الجزائر من هذه البلدان، و 16.88 % من صادرات الجزائر نحو هذه البلدان، وبالمقارنة مع سنة 2017، تجدر الإشارة إلى تسجيل زيادة في الصادرات مع هذه الدول من دول منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (خارج الاتحاد الأوروبي)، حيث ارتفعت من 6.46 مليار دولار أمريكي في 2017 إلى 6.95 مليار دولار أمريكي في سنة 2018، أي ما يعادل 7.50 %. في حين تم تسجيل انخفاض طفيف في واردات الجزائر من هذه الدول بقيمة 116 مليون دولار أمريكي، أي ما يعادل 1.95 %).

كما نلاحظ أيضا أن أهم المبادلات التجارية بين الجزائر وهذه المنطقة أنجزت مع الولايات المتحدة، تليها تركيا مع نسب تقدر على التوالي بـ 3.52 % و 5 % بالنسبة للواردات من هذه الدول، و 9.37 % و 5.63 % بالنسبة للصادرات نحو هذه البلدان.

3- **باقي المناطق:** لا تزال المبادلات التجارية بين الجزائر وبقية المناطق تتسم بنسب منخفضة

- الحجم الإجمالي للمبادلات التجارية مع باقي البلدان الأوروبية (خارج الاتحاد الأوروبي ومنظمة التعاون والتنمية) يظهر تراجعاً في حصتها في السوق بما يقارب 19 % مقارنة مع سنة 2017، حيث تراجعت من 1.95 مليار دولار أمريكي في سنة 2017 إلى 1.58 مليار دولار في سنة 2018.

- تسجل دول "آسيا" زيادة بنسبة 5.91 % حيث ازدادت من 15.96 مليار دولار أمريكي إلى 16.91 مليار دولار أمريكي لنفس الفترات .

- سجل حجم التبادل التجاري مع دول المغرب العربي (UMA) ارتفاعاً ملموساً بما يقارب 18.78 % مقارنة بسنة 2017، حيث ارتفع من 1.86 مليار دولار أمريكي في سنة 2017 إلى 2.21 مليار دولار سنة 2018.

- أما المبادلات التجارية مع البلدان العربية (خارج اتحاد المغرب العربي) فقد سجلت ارتفاعاً مقارنة مع سنة 2017، حيث ارتفعت قيمة حجم التبادل التجاري مع هذه الدول من 2.34 مليار دولار أمريكي لتصل إلى 2.62 مليار دولار أمريكي، أي ما يعادل 11.75 %. وأخيراً، سجلت المبادلات التجارية مع البلدان الأمريكية ارتفاعاً قدر بـ 8.14 % مقارنة بسنة 2016، حيث إرتفعت قيمته من 5.74 مليار دولار أمريكي في سنة 2017 إلى 6.21 مليار دولار أمريكي في سنة 2018.

II-4- تطور التجارة الخارجية من خلال طريقة التمويل

- **من حيث التمويل:** تم تمويل الواردات المنجزة خلال سنة 2018 نقداً بمعدل 59.56 %، أي ما يقارب 27.52 مليار دولار أمريكي، مسجلة بذلك انخفاضاً بنسبة 2.05 % مقارنة مع سنة 2017. أما فيما يخص خطوط الائتمان، فقد تم تمويل 36.6 % من الحجم الإجمالي للواردات عن طريقها، أي ما يعادل 3.69 % بالنسبة لبقية الواردات، يتم تحقيقها عن طريق استخدام التحويلات المالية الأخرى بمعدل 3.84 %، بقيمة مطلقة تقدر بـ 1.77 مليار دولار أمريكي.

المجم بالمليون دولار

حسب طريقة التمويل	عام 2017		عام 2018 *		التطور %
	القيمة	النسبة %	القيمة	النسبة %	
لغزة واحدة	28 093	60,99%	27 516	59,56%	-2,05%
طرق القرض	16 305	35,40%	16 907	36,60%	3,69%
العملة الصعبة الخاصة	14	0,03%	7	0,02%	-50,00%
أخرى	1 647	3,58%	1 767	3,82%	7,29%
المجموع	100%		46 197	100%	0,30%

المصدر: المركز الوطني لمعلومات إحصائيات الجمارك.
نتائج مؤقتة

II -5- أهم شركاء الجزائر في الصادرات: بالنسبة للتوزيع حسب المناطق الاقتصادية في عام 2018، والجداول المرفقة تبين

بوضوح أن معظم تجارتنا الخارجية ما زال الاستقطاب على شركائنا التقليديين

1 +الممولين الرئيسيين:

الحجم بالمليون دولار

بلد الاستيراد	الحجم	النسبة %	التطور %
إيطاليا	6 127	14,88%	8,69
إسبانيا	5 002	12,15%	21,73
فرنسا	4 631	11,25%	4,37
الولايات المتحدة الأمريكية	3 857	9,37%	11,06
بريطانيا العظمى	2 771	6,73%	72,33
تركيا	2 318	5,63%	25,98
هولندا	2 250	5,47%	18,05
البرازيل	2 248	5,46%	5,49
الهند	1 622	3,94%	85,8
الصين	1 311	3,18%	89,18
جمهورية كوريا	1 264	3,07%	41,55
بلجيكا	1 225	2,98%	32,86
البرتغال	1 111	2,70%	16,09
تونس	952	2,31%	26,26
المغرب	653	1,59%	45,76
المجموع الفرعي	37 342	90,71%	
المجموع	41 168	100	

المصدر: المركز الوطني لمعلومات إحصائيات الجمارك.
نتائج مؤقتة



بالنسبة لسنة 2018، يتمثل أهم ست (06) زبائن الجزائر في: إيطاليا (6.13 مليار دولار أمريكي)، إسبانيا (5 مليار دولار

أمريكي)، فرنسا (4.63 مليار دولار أمريكي)، الولايات المتحدة الأمريكية (3.85 مليار دولار أمريكي)، بريطانيا (2.77 مليار دولار أمريكي) و تركيا (2.31 مليار دولار أمريكي).

II -6- أهم شركاء الجزائر في الواردات:

1 +العملاء والزبائن الرئيسيين

الحجم بالمليون دولار

بلد الاستيراد	الحجم	النسبة %	التطور %
الصين	7 850	16,99%	-5,77
فرنسا	4 781	10,35%	11,08
إيطاليا	3 653	7,91%	-2,87
إسبانيا	3 535	7,65%	12,69
ألمانيا	3 179	6,88%	-1,64
تركيا	2 310	5,00%	14,87
الإرجنتين	1 892	4,10%	24,39
الولايات المتحدة الأمريكية	1 628	3,52%	-10,55
الهند	1 299	2,81%	31,88
جمهورية كوريا	1 208	2,61%	-28,61
البرازيل	1 202	2,60%	-12,65
الاتحاد الروسي	911	1,97%	-25,45
المتحدة العربية السعودية	698	1,51%	31,45
بولندا	667	1,44%	45,63
بلجيكا	617	1,34%	-2,83
المجموع الفرعي	35 430	76,69%	
المجموع	46 197	100	

المصدر: المركز الوطني لمعلومات إحصائيات الجمارك.
نتائج مؤقتة



بالنسبة للموردين الرئيسيين، تحتل الصين المرتبة الأولى بـ 16.99 %، تليها فرنسا وإيطاليا بحصص تصل نسبها على التوالي 10.35% و 7.91% من إجمالي الواردات الجزائرية خلال سنة 2018 .

III- النتائج ومناقشتها :

وتمثل أهم النتائج المتحصل عليها في مايلي:

- أصبح الاعتماد على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمشروعات الكبيرة والربط بينهما ركيزة تنموية هامة لمختلف الدول
- تحظى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بأهمية بالغة في الدول المتقدمة والدول النامية من خلال قدرتها على التجديد والابتكار ورفع الكفاءة الإنتاجية، توفير العديد من فرص العمل والتخفيف من مشكلة البطالة، حاضنة للمهارات والإبداعات، تغذية المشروعات الكبيرة بالأفكار الجديدة.
- تعاني الصادرات الجزائرية إشكالية التبعية للمحروقات فهي مهيمنة بشكل شبه كلي، بالرغم من مختلف الجهود التنموية لترقيتها بالاعتماد على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات خارج المحروقات حيث لم تساهم بالشكل المنتظر منها و يبقى إنتاجها موجه لسوق المحلية بشكل كبير؛
- تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مجموعة من العراقيل التي تعيق عملها وفي مقدمتها مشكل التمويل، المشاكل الإدارية والمشاكل القانونية، بالإضافة إلى التحديات الكبيرة التي تواجهها خاصة أمام التحولات الاقتصادية التي يشهدها العالم اليوم في ظل العولمة والانفتاح الاقتصادي ومن أهم هذه التحديات: عالمية التجارة، عالمية الاتصال والخصخصة.
- تعتبر التنمية وسيلة لتقليل الفجوة الاقتصادية بين الدول المتقدمة والنامية كما أنها أداة للاستقلال الاقتصادي
- تواجه المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الجزائرية عديد المشاكل التي تعيق تصديرها من أهمها معوقات الجانب التنظيمي والتشريعي وإشكالية منافسة المنتجات المستوردة وإشكاليات غياب الدعم المالي و اللوجستي و كذا إشكالية غياب الخبرات التسويقية؛
- تهدف التنمية إلى زيادة الدخل القومي، التوسع في الهيكل الإنتاجي، رفع مستوى المعيشة، تقليل التفاوت في الدخل، حيث تواجه التنمية عدة عقبات لتحقيق هذه الأهداف منها العقبات السياسية والاقتصادية و التكنولوجية والتنظيمية.
- تعتبر التنمية المستدامة اتجاه تنموي جديد يهدف إلى تحقيق مجموعة من النقاط المتعلقة بكيفية استغلال الموارد المتاحة لتلبية حاجيات الأجيال الحالية مع المحافظة على متطلبات الأجيال المستقبلية، كما أن لها أبعاد مختلفة تتمثل في الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، وبالرغم من اختلاف أهدافها إلا أنها متكاملة فيما بينها.
- إن اهتمام الجزائر بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودعمها، جاء نتيجة لما ثبت عن هذه المؤسسات من دورها التنموي في اقتصاديات الدول.
- تؤدي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دورا نمويا هاما على عدة أصعدة، فعلى الصعيد الاقتصادي تقوم بزيادة الناتج القومي، تنمية الصادرات، تخفيض كلفة العمل واستخدام الموارد المحلية، أما على الصعيد الاجتماعي فيتمثل دورها في: خلق فرص عمل جديدة، رفع مشاركة الإناث في النشاط الاقتصادي، محاربة الفقر وتنمية المناطق الأقل حضا في النمو والتنمية ، أما على الصعيد الثقافي والسياسي فهي تعمل على الحد من التبعية الاقتصادية للدول الأجنبية والمحافظة على التراث الثقافي

- يعتبر تأثير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على المتغيرات الاقتصادية الكلية في الجزائر محدودا نتيجة المعوقات والعراقيل التي تواجه هذه المؤسسات والتي من أبرزها صعوبة الحصول على التمويل لهذا النوع من المشاريع، العوائق الإجرائية التكنولوجية، غياب ثقافة مؤسسية، الصعوبات الجبائية والجمركية.
- تعتبر مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الصادرات الوطنية ضئيلة باعتبار أن قطاع المحروقات هو المحتكر الرئيسي للصادرات الجزائرية، بحيث يمثل حوالي 80 % من مجموع الصادرات الجزائرية.
- الاقتراحات التوصيات: من خلال دراستنا لواقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة و التصدير في الجزائر والمعوقات التي تواجهها هذه المشروعات فقد اخترنا أن نختم ورقتنا البحثية بجملة من الاقتراحات و التوصيات التالية:
- الاهتمام الفعلي بقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال إدراج أيام ثقافية و تحسيسية حول المقولة وإنشاء المؤسسات سواء على مستوى الجامعات أو على مستوى قاعات الثقافة من أجل توعية الشباب لوجود اختيارات أخرى بدل التفكير في الوظيفة.
- باعتبار أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تشكل منفذا جديدا لامتصاص فائض القوى العاملة المتاحة فإن إدخال تسهيلات إدارية في مختلف المجالات يمكن هذه المؤسسات من تفجير طاقاتها.
- تقديم تسهيلات إدارية للمستثمرين لتشجيعهم على الاستثمار في الجزائر، بتحديد الإجراءات المالية والإدارية من خلال توصيف دقيق للمهام والصلاحيات والوقت المطلوب، وذلك بتجسيده على أرض الواقع
- في ميدان إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يجب التفكير في استراتيجية وطنية تتكفل بتطوير نظام للمساعدة على إنشاء وتطوير هذه المؤسسات.
- إنشاء مراكز لتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالتعاون مع الجامعات، القطاع الخاص، الجماعات المحلية والغرف التجارية، بغرض تأهيل وإرشاد أصحاب المشاريع، وتقديم المساعدة الفعلية والملموسة في الإدارة، التنظيم والتسويق والتمويل، بالإضافة إلى المساعدات الفنية في عمليات دراسة الجدوى وحتى العملية الإنتاجية .
- تشجيع هذه المؤسسات على تقنية المقاوله من الباطن كي تستطيع أن تنشط مع نظيراتها الكبيرة في نفس السوق
- غرس ثقافة التصدير لتشجيع تدويل نشاط المؤسسات الصغيرة و المتوسطة وحثها على إنتاج منتجات تنافسية يمكن ان توجه للأسواق العالمية و ذلك عن طريق التغطية التأمينية المناسبة والحوافز الضريبية و الجبائية المناسبين
- فرض رسوم وضرائب كثيرة على المنتجات المستوردة يجعلها غير تنافسية من ناحية السعر مقارنة بمنتجات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
- العمل على تطوير مراكز دعم التصدير من أجل تقديم المعلومات والاستشارات، وإمكانية الوصول لبرامج المساعدات التمويلية الحكومية للمصدرين.

IV- الخلاصة:

من خلال دراستنا هذه حاولنا التعرف على المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ومدى مساهمتها في دعم الصادرات الجزائرية باعتبار الدور الكبير الذي أصبحت تلعبه هذه المشروعات في مختلف اقتصاديات دول العالم و كذا الفعالية الكبيرة و قدرتها على خلق التميز والإضافة و التأقلم مع الظروف و التغيرات الطارئة و كذا دولية نشاطها، من اجل تدعيم التصدير الذي يمثل قاطرة النمو الاقتصادي.

- الإحالات والمراجع :

* هراقمي نجلاء: الإيميل: heragminedjla@gmail.com

- ¹ أ. ياسر عبد الرحمان، أبراشن عماد الدين، " قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر- الواقع والتحديات - "، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، جامعة جيجل ، العدد الثالث، جوان 2018، ص 216.
- ² جويندي أشرف، بوعلي هشام، "سبل تفعيل دور البنوك في دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل التنمية المستدامة دراسة حالة بنك BADR مع وكالة ANSEJ"، مذكرة تخرج مكاملة لنيل شهادة ليسانس تخصص مالية وبنوك، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير قسم المالية ، المركز الجامعي سوق أهراس، السنة الجامعية 2013/2014 ص 34 .
- ³ رابع خوني، رقية حساني، " المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومشكلات تمويلها"، إترك للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى 2008، ص 29.
- ⁴ أ. ياسر عبد الرحمان، أبراش عماد الدين، مرجع سابق، ص 218.
- ⁵ أ. العابد بربنس شريفة، "دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التنمية المستدامة - حالة الجزائر"، المجلة الجزائرية للعلوم الاقتصادية، العدد 4، 2013، ص 170.
- ⁶ د. عوادى مصطفى، مداخلة بعنوان "واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر ووسائل دعمها"، الملتقى الوطني حول إشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر - جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي- يومي 6 و 7 ديسمبر 2017، ص 7-8.
- ⁷ حشة عبد الحميد، " دور تحرير التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج المحروقات في ظل التطورات الدولية الراهنة - دراسة حالة الجزائر "، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، 2012/2013، ص 50.
- ⁸ Paulet (Jean-Pierre), Dictionnaire d'économie, Eyrolles, Paris, 1992, p 91.
- ⁹ فريد النجار، "التصدير المعاصر و التحالفات الاستراتيجية"، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص 15.
- ¹⁰ واثم بغياني، "تحفيز التصدير للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية"، مجلة بحوث جامعة الجزائر 1، العدد 13، الجزء الأول، جوان 2019، ص 11.
- ¹¹ ثامر البكري، "التسويق- اسس و مفاهيم معاصرة"، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، الطبعة العربية، 2006، ص 280.
- ¹² محمود جاسم محمد الصميدعي، "استراتيجيات التسويق -مدخل كمي وتحليلي-"، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، ط 2، عمان 2007، ص 290 .
- ¹³ نظام موسى سويدان، "التسويق المعاصر -مفاهيم جديدة طرأت بعد عامي 2004 و 2007"، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2010، ص 310.
- ¹⁴ وصاب سعيدي، مداخلة بعنوان "نحو استراتيجية تسويقية فعالة في قطاع التصدير"، الملتقى الوطني حول الاصلاحات الاقتصادية في الجزائر والممارسات التسويقية، المركز الجامعي بشار 20-21 أبريل 2004.
- ¹⁵ د. بوشول السعيد وآخرون، " تدويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة من خلال آلية التصدير دراسة حالة الجزائر "، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، المجلد 11، العدد 20، 2018، ص 193-194.
- ¹⁶ Frédéric Lernoux et autres, "Internationalisation des PME : comment réussir a l'étranger", Deboek & Larcier, 1ère edition, Belgique, 2012, p35.
- ¹⁷ 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 و 18 أبريل 2006، ص 742.
- ¹⁸ Serge Amabile et autres, Les stratégies de développement adaptées par les PME internationales -les cas de pme méditerranéennes, p6
- ¹⁹ العلواني عديلة وآخرون، "دور تخفيض الانتاج في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنمية الصادرات غير النفطية في الجزائر"، مقدمة الى الملتقى الوطني حول اشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الوادي، 7/6، 2017/12.
- ²⁰ حصيلة التجارة الخارجية عن الموقع الالكتروني <http://www.andi.dz/index.php/ar/statistique/bilan-du-commerce-exterieur> تاريخ الاطلاع 2019/9/8 الساعة 16:08