

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير



JSIE BISKRA
JOURNÉES SCIENTIFIQUES INTERNATIONALES SUR L'ENTREPRENEURAT

الأيام العلمية الدولية الثانية حول المقاولاتية

بعنوان

آليات دعم ومساعدة إنشاء المؤسسات في الجزائر الفرص والعوائق

أيام 05/ 04/03 ماي 2011

دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنمية الصادرات

الاسم و اللقب : علوني عمار

الرتبة: أستاذة مساعدة

الهاتف: 0667505953

البريد الإلكتروني: allouni_am@yahoo.fr

الجامعة: جامعة فرحات عباس سطيف



المخلص

تتناول هذه المقال أهمية ودور لمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الصادرات لما لهذه الأخيرة من تأثير على اقتصاديات مختلف البلدان وبمختلف مستواها الاقتصادي وتزداد أهمية الصادرات أكثر بالنسبة للبلدان النامية نظرا لارتباط اقتصادياتها بما تصدره من مواد أولية كما تلقي هذه المقالة الضوء على المقدره التصديرية لقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.



المداخلة

هناك نوعين من المؤسسات ص و م، مؤسسات توجه إنتاجها إلى السوق المحلية و مؤسسات توجه إنتاجها كليا أو جزئيا نحو السوق الدولية هذه الأخيرة أصبحت نسبة مساهمتها في الصادرات ما يقارب 30 %⁽¹⁾ في معظم الدول خاصة الدول المتقدمة.

إن المؤسسات ص و م عنصر فعال في الحياة الاقتصادية، ليس فقط بحكم عددها وتعدد نشاطاتها ولكن بحكم وجودها في جميع الميادين، لا يمكنها أن تنمو إلا إذا تم تدعيمها من طرف السلطات العامة وخاصة دخولها إلى الأسواق الدولية، لأن دخول الأسواق الجديدة يتطلب توفر محيط قانوني و اقتصادي يسمح بذلك، إن منتجات المؤسسات ص و م تمر عادة بعدة مراحل حتى تصل إلي الأسواق الدولية ومن هذه المراحل:

أ/ التصدير مباشرة، وهذا في أغلب الحالات لن يكون سهلا بحكم القدرة التنافسية للمؤسسة الصغيرة والمتوسطة.

ب/ التصدير بطريقة غير مباشرة وهذا يعني أن المؤسسات ص و م تلجأ إلى المؤسسات الخاصة التي تسمى مؤسسات التصدير والاستيراد للاستعانة بها في تصريف منتجاتها في السوق الدولية وإيجاد عملاء لها.

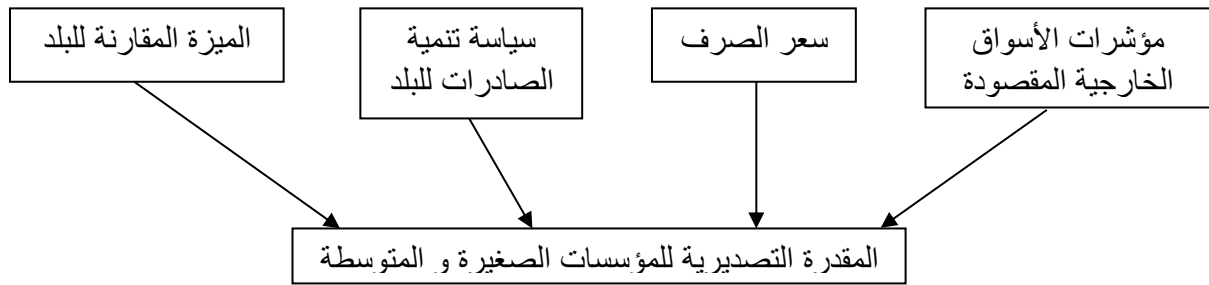
جـ/ المشاركة بمنتجاتها في منتج آخر عن طريق التكامل مع مؤسسات كبرى وبالتالي تصدر منتجاتها عن طريق هذه المؤسسات التي تتعامل معها مثل المؤسسات ص و م التي تنتج لصالح صناعة السيارات أو الأجهزة الإلكترونية وغيرها، فكبريات الشركات الأمريكية تشتري ما يقارب 56% من احتياجاتها من مؤسسات صغيرة ومتوسطة،⁽²⁾ وفي اليابان تنتج المؤسسات ص و م العديد من المنتجات الصناعية التي يتم تصديرها فيما بعد أو تقدم خدمات للشركات الكبرى ذات القدرة التصديرية كالأجهزة الإلكترونية وصناعة الآلات بمختلف أنواعها⁽¹⁾، ولتبيان دور المؤسسات ص و م في التصدير نتناول بالتحليل العناصر الآتية.

أولاً- لماذا الاهتمام بالمقدرة التصديرية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

إن المقدرة التصديرية للمؤسسات ص و م تتحدد من خلال مقدرتها التنافسية وقيم مبيعاتها والأسواق التي تتفاعل معها في الداخل ولكن هناك عوامل يجب أن تأخذ في الحسبان منها عوامل خارجية وعوامل داخلية (2).

أ- **العوامل الخارجية:** تتمثل هذه العوامل في المحيط الذي تعمل فيه المؤسسة، قد يكون هذا المحيط محفزاً أو يكون منفراً من التصدير، والشكل الموالي يوضح أهم العوامل المؤثرة في اتخاذ قرار التصدير من طرف المؤسسة.

الشكل (01): العوامل الخارجية المؤثرة في قرار التصدير للمؤسسات ص و م.



المصدر: S. Tamer Gavusgil: op. cit. p 65

من الشكل يمكننا توضيح العناصر الآتية:

- **الميزة المقارنة:** إن القوة الاقتصادية للبلاد تمكنه من تحديد إمكانيات التصدير، الموارد المتاحة، التكاليف وغيرها، هذه العوامل تجعل من المؤسسات ص و م تتميز بميزة تصديرية وفقاً للاقتصاد الذي تنتمي إليه.

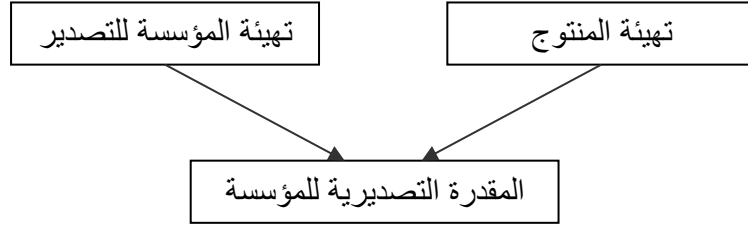
- **سياسة التصدير:** وترتبط بسياسة البلد تجاه التصدير، خاصة الإمكانيات المختلفة التي تقدم للمصدرين، المساعدة على التصدير، الخدمات التسويقية التي يقدمها للمتعاملين الاقتصاديين في الخارج والتعريف بمنتجات المؤسسات الوطنية.

- **سعر الصرف:** يتعلق بالقدرة الشرائية لعملة البلد، بالتغيرات التي تطرأ على العملة تعطي قدرة تنافسية للصادرات أو تقلل منها، فالارتفاع الذي عرفته خلال عدة سنوات عملة الأورو أثرت بشكل كبير على صادرات دول الإتحاد الأوروبي مقابل صادرات الولايات المتحدة الأمريكية.

- **مؤشرات الأسواق الخارجية:** إن الدخول إلى الأسواق الخارجية يتطلب من المصدر أن يعرف الكثير من المؤشرات، أذواق المستهلكين، الطلب على السلعة... الخ.

ب- **العوامل الداخلية:** معظم الأبحاث والدراسات توصلت إلى أن هناك عوامل داخلية أساسية تحدد المقدرة التصديرية للمؤسسات وخاصة الصغيرة منها، والشكل الموالي يوضح ذلك.

شكل (02): العوامل الداخلية المؤثرة في قرار التصدير للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.



المصدر: S. Tamer Gavusgil: op. cit, p 66

من الشكل يمكننا أن نستنتج أن هناك عوامل داخلية تؤثر على قرار المؤسسة في التصدير، ومن هذه العوامل تهيئة المؤسسة، وتعني مقدرة مسيرتها وحوافزها على الخوض في مجال التصدير والعوامل التي تجعلهم يفكرون في تصدير منتجاتهم إلى الأسواق الخارجية، الطاقة الإنتاجية وتعلق بالمعدات والآلات المستخدمة والتي يتم تخصيصها لتلبية الطلب الخارجي، بحيث تكون الطاقة الإنتاجية للمؤسسة كافية لتلبية الطلب على منتجاتها .

- **تنظيم المؤسسة:** وهذا يرتبط بالوقت المخصص لمعالجة القضايا المرتبطة بالتصدير.

- **الموارد المالية:** وهي الموارد المالية التي تتطلبها عملية التسويق الدولي من دعاية، إعلان، النقل، الرسوم المفروضة على الصادرات و المقدرة التقنية والتسويقية، فالمؤسسات التي تمتلك قدرات بشرية قادرة على التأقلم عند دخول المؤسسة عالم التصدير تكون مقدراتها التصديرية أكثر من المؤسسات التي لا تمتلك هذه المؤهلات.

- **تهيئة المنتج:** إن جودة المنتج تتحدد أكثر في السوق المحلية، إذا كان هذا المنتج عليه طلبا بالداخل يمكن أن يحقق نفس الطلب أو على الأقل بشكل نسبي في السوق الدولية.

تعمل الدول حاليا على مساعدة هذه المؤسسات لدخول الأسواق الدولية عن طريق هيئات ومؤسسات متخصصة في ذلك⁽¹⁾، حيث تقدم لها الدراسات عن الأسواق ومستوى التكنولوجيا ودرجة المنافسة، كما تقدم الدول لمؤسساتها ص و م حوافز مالية لتشجيعها على التصدير، كما تنظم المعارض والملتقيات التي تسمح بتلاقي المصدرين والمستوردين، كما تتعرف المؤسسات ص و م على منافسيها وبالمستوى التكنولوجي للمنتجات والأسعار وغيرها، وتعتبر المعارض بداية التصدير في كل دول العالم.



ثانيا- صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال تجارب بعض دول العالم.

لقد قام مركز التجارة العالمي التابع لمؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (CNUCED) بدراسة المقدرّة التصديرية للمؤسسات ص و م في بعض دول العام، توصلت هذه الدراسة إلى النتائج الآتية⁽¹⁾

أ- في البلدان النامية:

في بعض البلدان الآسيوية مثل باكستان وتايلاند بلغت حصة المؤسسات ص و م في الصادرات الكلية لهذه البلدان 30% و 35% على التوالي، أما في الهند ففي سنة 1982 بلغت حصة المؤسسات ص و م في الصادرات الإجمالية حوالي 46%، أما في السنوات التي تلت سنة 1983 فقد ارتفعت هذه النسبة إلى 93% منها 45% منتجات صناعية، أما في كوريا الجنوبية فقد وصلت هذه النسبة إلى 39% سنة 1983 وسنغافورة التي وصلت حصة المؤسسات ص و م إلى 40% من إجمالي الصادرات الكلية⁽²⁾.

إن تنمية الصادرات يعد قضية هامة في الدول النامية، فمعظم هذه الدول ولحد اليوم صادراتها من المنتجات الصناعية والخدمات لا يتعدى 1% والباقي هو صادرات من المواد الأولية لذا من الضروري بالنسبة لهذه البلدان دعم وتنمية قطاع المؤسسات ص و م والتي يمكن أن تؤدي دورا محوريا في تنويع صادراتها وذلك على النحو الآتي:

أ- التطور التكنولوجي في الدول المتقدمة أدى إلى اختفاء الكثير من المنتجات ذات الطابع التقليدي وبالتالي يمكن للمؤسسات الصغيرة المتخصصة في بعض الصناعات التقليدية الدخول إلى هذه الأسواق.

ب- المؤسسات ص و م تستخدم فنون إنتاجية كثيفة العمل وهو العنصر المتوفر في الدول النامية مما يجعل تكلفة إنتاجها منخفضة مما يمكنها من الدخول إلى الأسواق الدولية.

ج - إذا ما تم ربط المؤسسات الكبرى بالمؤسسات ص و م من خلال التعاقد يمكن لهذه الأخيرة من إيجاد مكانا في السوق الدولية وعليه تساهم في التصدير بطريقة غير مباشرة.

إن حصة المؤسسات ص و م في صادرات الدول النامية ضعيفة نسبيا فأغلبية هذه المؤسسات تبيع منتجاتها في السوق المحلي و لا تستطيع التوجه إلى التصدير لأن طاقتها الإنتاجية لا تستطيع أن تتحمل الإنتاج للسوق الدولية، كما أن الموارد المالية المتاحة ضعيفة لا تسمح بتحمل التكاليف المرتبطة بالتصدير، ثم إن القدرة التنافسية لمنتجات هذه المؤسسات ضعيفة سواء من ناحية الجودة أو التكلفة، بالإضافة إلى نقص المعلومات حول السوق الدولية، فلا توجد مؤسسات متخصصة تقدم لها المعلومات الكافية عن الأسواق الدولية، مع غياب تكفل تام من طرف السلطات العمومية بهذه المؤسسات خاصة في مجال الامتيازات المرتبطة بالتصدير، إن أغلب المؤسسات ص و م في البلدان النامية لا تملك طاقات بشرية قادرة على التكفل بالمشكلات التي تواجه هذه المؤسسات إذا ما قررت الدخول إلى الأسواق الدولية.





لقد أصبح لدى المسيرين وصناع القرار في الدول النامية الشعور بضرورة تقديم كل المساعدات والامتيازات للمؤسسات ص و م للانتقال من السوق المحلي إلى السوق الدولي، كذلك الشعور بأن هناك طاقات مادية وبشرية إذا ما تم تشجيعها تجعل من هذه المؤسسات مؤسسات مصدرة، لكن يوجد حاليا العديد من الدول النامية تسعى لتأهيل مؤسساتها حتى تكون في مستوى التغيرات والتحديات التي يعرفها العالم، وخاصة أن معظم هذه الدول تتطلع للانضمام للمنظمة العالمية للتجارة والتكتلات الإقليمية.

3- في البلدان المتقدمة:

في هذه البلدان على الرغم من أن حصة المؤسسات ص و م في التصدير ضعيفة مقارنة بحصة المؤسسات الكبرى، إلا أن الإحصائيات المتوفرة تشير إلى أن المؤسسات الصغيرة هي الأكثر مساهمة في التصدير ويفسر ذلك على أساس أن المؤسسات الصغيرة تتلاءم مع معطيات وشروط السوق الدولية بالعمل على إنتاج منتجات ذات جودة دون أن تحتاج إلى إجراء تعديلات تنظيمية تكون مكلفة لها، بالإضافة إلى أن المؤسسات الصغيرة استفادت كثيرا من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجديدة مما أدى إلى تخفيض الكثير من التكاليف المرتبطة بالتصدير⁽¹⁾.

تتميز المؤسسات ص و م في كندا بأنها الأكثر تصديرا، بحيث وصلت صادرات المؤسسات الصغيرة (أقل من 50 عاملا) إلى 30,9% من قيمة الصادرات الكندية، والجدول الموالي يوضح ذلك.

جدول (01): صادرات المؤسسات ص و م الكندية للفترة (1993-2006).

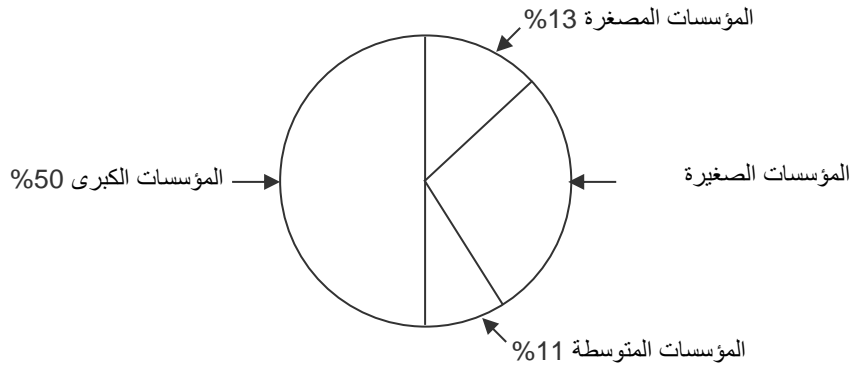
طبيعة المؤسسة	% من عدد المصدرين	% من قيمة الصادرات
200 عامل وأكثر	6,3	43,7
99-100 عامل	8,2	10,5
55-50 عامل	12,6	14,9
أقل من 50 عامل	72,9	30,9

المصدر: Statistiques Canada: Profil des exportateurs Canadiens de 1993 à 2006, Catalogue N° 65-506X, Octobre 2008, p 9.

لقد بلغت نسبة صادرات المؤسسات ص و م في فرنسا بالنسبة للصادرات الكلية 49% مقابل 51% للمؤسسات الكبرى، ومن حيث طبيعة المؤسسات فقد بلغت حصة المؤسسات الصغيرة 26% والمصغرة 11%، أما المتوسطة فحصتها لا تتجاوز 10% وهذا في سنة 2000، والشكل الموالي يوضح ذلك



شكل (03): مساهمة المؤسسات ص و م في الصادرات الفرنسية (2000)



المصدر: Place des PME dans les exportations Françaises, Disponible sur le site:

<http://www.Finances.gouv.fr/notes-bleues/nbb/239-PME.HTM>.

أما في دول الاتحاد الأوروبي، فعدد المؤسسات الصغيرة المصدرة وصل إلى حوالي 45,5% من العدد الإجمالي للمؤسسات المصدرة في بعض النشاطات مثل المواد المصنعة، والجدول الموالي يبين ذلك.

جدول (02): نسبة المؤسسات ص و م المصدرة في الاتحاد الأوروبي للفترة 1993 – 2006.

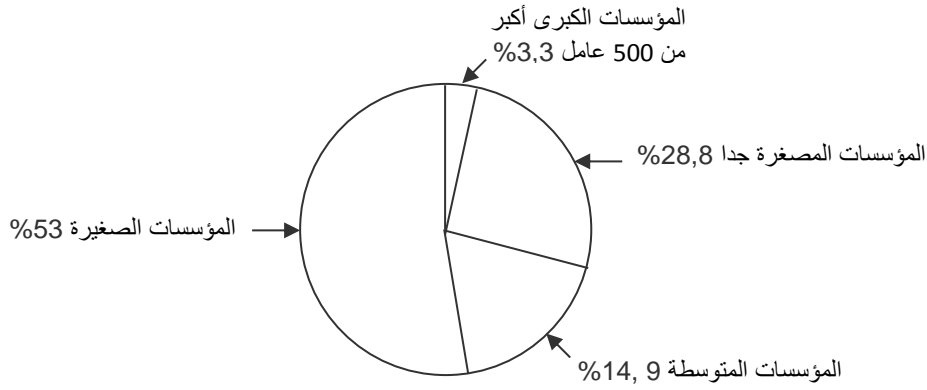
المواد المصنعة	45,5%
البناء	8,7%
تجارة الجملة	37,3%
تجارة التجزئة	16,2%
الفنادق و المطاعم	1,3%
الصيانة	11,1%
النقل والمواصلات	23,7%
التمويل والتأمين	8,0%
الخدمات للغير	18,7%
خدمات أخرى	17,1%
المجموع	19,9%

المصدر: Statistiques Canada: Profil des exportateurs Canadiens de 1993 à 2006, Catalogue N° 65-506X, Octobre 2008, p 9.

في الولايات المتحدة الأمريكية كذلك تحتل المؤسسات ص و م الصدارة من حيث عدد المؤسسات المصدرة بـ 96,7%، أما المؤسسات التي توظف أكثر من 500 عامل فلا تساهم سوى بحوالي 3,3%

فقط من عدد المؤسسات المصدرة وهذا في سنة 2000 ، ثم تأتي المؤسسات الصغيرة (1-19 عامل) في الصدارة بحوالي 53%، والشكل الموالي يوضح ذلك .

شكل (04): توزيع المؤسسات المصدرة في الولايات المتحدة الأمريكية حسب الحجم (2000).



المصدر: Place des PME dans les exportations Française, Disponible sur le site:

<http://www.Finances.gouv.fr/notes-bleues/nbb/239-PME.HTM>

إن إحصائيات سنة 2005 تشير إلى أنه من بين 100.000 مؤسسة مصدرة بفرنسا 45000 منها مؤسسات صغيرة ومتوسطة خاصة تلك التي تنشط في مجال التجارة وخاصة تجارة الجملة، ومن بين 11500 مؤسسة مصدرة في مجال الخدمات 95,4% منها مؤسسات صغيرة ومتوسطة، أما في كندا فإن نصف عدد المؤسسات ص و م تشارك في التجارة الدولية بطريق مباشر أو غير مباشر، كما وصل عدد المؤسسات المصدرة في منطقة Québec لوحدها إلي حوالي 6000 مؤسسة صغيرة ومتوسطة في سنة 2003 و حققت ما يقارب 10.5 مليار دولار كندي.

إن المؤسسات ص و م استطاعت أن ترفع من مستوى حصتها في صادرات الدول المتقدمة نظرا لقدرتها على الإنتاج للأسواق الصغيرة وبالخواص المطلوبة دون أن يؤثر عليها ذلك من حيث انسجامها مع وظيفة التصدير، كما استعملت وسائل الاتصال العصرية في التعامل مع الأسواق والبحث عنها فقد وصل عدد المؤسسات ص و م التي تتعامل مع العالم الخارجي بواسطة الانترنت إلى 48,8% في سنة 2004 بفرنسا (1) .

على الرغم من المكانة التي وصلت إليها المؤسسات في مجال التصدير بالدول المتقدمة إلا أن هذه الدول مازالت تبحث عن الوسائل الكفيلة التي تدعم بها قطاع المؤسسات ص و م الموجه نحو التصدير، وذلك للحفاظ على مناصب العمل وخلق فرص عمل جديدة و تحفيزها على الإبداع والابتكار التكنولوجي، ومن هذه الأمثلة ما تقوم به الولايات المتحدة الأمريكية، حيث وضعت برنامجا خاصا لذلك (2) يتمثل في تسهيل العلاقات مع العالم الخارجي، توفير المعلومات الكافية عن الأسواق الخارجية و وضع برنامج خاص



دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنمية الصادرات



لتمويل الأعمال المرتبطة بالتصدير إنشاء شركات متخصصة في التجارة والتصدير، إضافة إلى تدخل السلطات المحلية في المساعدة على التصدير وإشراك جميع الهيئات في برنامج دعم التصدير مثل الإدارة المركزية، الغرف بمختلف أنواعها تجارية، صناعية والجمعيات والجامعات والمعاهد العليا، كما تم وضع برنامج بحث خاص بالتصدير، أوكلت فيه للباحثين مهمة معالجة المشكلات التي تعرقل دخول المؤسسات ص و م مجال التصدير.

ثالثاً: دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنمية الصادرات بالجزائر.

تشير الكثير من الإحصائيات إلى أن حصة الشركات الكبرى في التجارة الدولية أكبر بكثير من حصة المؤسسات ص و م، لكن هذه الأخيرة استطاعت في وقت قصير اقتحام الأسواق الدولية وهذا راجع لنموها و تطورها، وأهم هذه الدراسات التي قامت بها Elisabeth Lefebvre لمصالح برنامج الصناعة الكندية⁽¹⁾ استخلصت بأن المؤسسات ص و م تنتج 20% من صادرات دول منظمة التعاون الاقتصادي الكندية "OCDE" و 35% من صادرات الدول الآسيوية، كما أن 70% من المؤسسات المصدرة في الولايات المتحدة هي مؤسسات صغيرة أي أقل من 100 عامل، هذه المؤسسات التي تعتبر المحرك الرئيسي للتصدير في الولايات المتحدة الأمريكية، وقد لوحظ نفس الاتجاه في كندا، حيث أن المؤسسات المندمجة في التصدير تضاعف عددها بين سنوات 1986، 1992⁽²⁾ والمستقبل يوحى بأن هذه الأخيرة ستعرف في السنوات القادمة نموا كبيرا في مجال التجارة الدولية، حتى أن الكثير من الدول أصبحت تعطي للمؤسسات ص و م المصدرة مكانة خاصة وذلك بإنشاء هياكل خاصة بتكثيف تقديم كل الإمكانيات المتاحة لمساعدة هذه المؤسسات على دخول الأسواق الدولية.

إذا كان هذا ينطبق على الدول المتقدمة فإن المؤسسات ص و م في البلدان النامية مازالت بعيدة عن الأسواق الدولية، فهدفها الحالي هو تغطية السوق المحلية من السلع والخدمات وامتصاص البطالة ومحاربة الفقر اللذان أصبحا يشكلان عبئا ثقيلا على اقتصادياتها.

1- نظرة على هيكل التجارة الخارجية في الجزائر.

تعتبر الجزائر من البلدان التي مازالت تعتمد على العالم الخارجي من حيث الواردات في الكثير من المواد الحيوية وعلى كثير من المستويات، فوفقا للإحصائيات والمعطيات التي تقدمها مختلف الجهات سواء وزارة المالية أو غيرها، مازال الاقتصاد الجزائري يعتمد بشكل كبير على تصدير المحروقات، فنسبة صادرات هذه الأخيرة إلى باقي المواد المصدرة لا تقل عن 97.8% من إجمالي الصادرات، أما الصادرات خارج المحروقات المكونة من المواد نصف المصنعة فلا تتجاوز 1.66% أي ما يعادل حوالي 988 مليون دولار أمريكي سنة 2007 متبوعة ببعض الخامات بحوالي 0.26% أي ما يعادل 153 مليون





دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنمية الصادرات



دولار أمريكي أما المواد الغذائية فلا تمثل سوى 0.15% من حجم الصادرات الكلي أي ما يعادل 92 مليون دولار أمريكي، أما وسائل التجهيز الصناعي فحصتها من حجم الصادرات الكلية لا يتعدى 0.07% بقيمة قدرها 44 مليون دولار أمريكي⁽¹⁾، والجدول الموالي يوضح هيكل الصادرات في الجزائر للفترة 2007-2004.

جدول (02): هيكل الصادرات بالجزائر للفترة (2004-2007) (مليون دولار أمريكي).

الصادرات / السنوات	2004	2005	2006	2007
مواد غذائية	38	50	73	92
طاقة وزيوت	22199	32168	53557	59137
مواد خام	79	101	195	153
مواد نصف مصنعة	469	493	828	988
تجهيزات فلاحية	0	0	1	1
تجهيزات صناعة	37	26	44	44
مواد وتجهيزات استهلاكية	11	17	43	34
مجموع الصادرات (1)	22833	32855	54741	60509
الصادرات خارج المحروقات (2)	634	687	1184	1312
النسبة 2 إلى 1	2,77	2,09	2,16	2,16

المصدر: تم حسابها من خلال الإحصائيات المقدمة من طرف وزارة المالية (الحصيلة الاقتصادية والمالية للسنوات (2007-2004) (www.MF.gov.dz).

هذا الجدول يبين مدى ضعف حصة الصادرات خارج المحروقات، حيث تأتي المحروقات في الصدارة بحوالي 98% مما يثبت أن الاقتصاد الجزائري مازال يعتمد على الثروة البترولية في تمويل التنمية، أما من حيث نوعية المواد المصدرة فنجد أغلبها عبارة عن بقايا الصناعات أو الزيوت المستخرجة من مشتقات البترول، وتبقى الصادرات من المواد الغذائية والمواد الصناعية أي المصنعة محليا ضعيفة جدا لا تتعدى 0,59% مثل المياه المعدنية والغازية والجدول الموالي يوضح طبيعة الصادرات من بعض المواد لسنوات 2006 و2007.



جدول (03): أهم المواد المصدرة خارج المحروقات للسنوات (2006 و 2007). (مليون دولار أمريكي).

أهم المواد	2007		2006	
	القيمة	النسبة	القيمة	النسبة
زيوت ومواد مشتقة	326	4,83	82	6,93
الأمونياك	182	13,85	160	13,51
الحديد المسطح	113	8,60	118	9,97
بقايا النحاس	77	5,85	101	8,53
الزنك	65	4,97	81	6,84
الكحول أسيليك	37	2,85	31	2,62
الهيدروجين	30	2,25	25	2,11
المطاط	23	1,76	19	1,60
التمور	23	1,72	20	1,69
المياه المعدنية والغازية	17	1,29	7	0,59
صادرات أخرى	892	68,02	644	54,39
المجموع	1312	100	1184	100

المصدر: Revue de l'économie et de la finance N°8, p 17

إن سياسة الاعتماد على المحروقات كمصدر وحيد لتمويل التنمية، أصبح يشكل هاجسا للحكومات. في الجزائر، ولذا تبنت كل الحكومات المتعاقبة سياسة تدعيم الصادرات خارج المحروقات عن طريق تدعيم قطاع المؤسسات ص و م ورسم إستراتيجية شاملة بهدف الوصول بالصادرات خارج المحروقات إلى مستويات متقدمة، بالإضافة إلى تأهيل قطاع المؤسسات ص و م لاقتحام السوق الدولية، لكن هذا لم يتحقق بعد، حيث بقيت الصادرات خارج المحروقات دون المستوى المطلوب.

2- مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الصادرات.

لقد غطت خلال السنوات الأخيرة صادرات القطاع الخاص 30% من إجمالي الصادرات خارج المحروقات، حيث تحتل الجزائر الرتبة العشرين في القارة الإفريقية من حيث صادرات المؤسسات ص و م أما عدد المؤسسات المصدرة فلم يتعدى 302 مؤسسة سنة 2003 ، تمثل 4% من إجمالي الصادرات الكلية أي ما يعادل 600 مليون دولار أمريكي⁽¹⁾ موزعة على المنتجات النصف مصنعة، مواد خام، تجهيزات صناعية، سلع غذائية، سلع استهلاكية وتجهيزات فلاحية.



دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنمية الصادرات



أما من حيث الشكل القانوني للمؤسسات ص و م وصل عدد المؤسسات الخاصة المصدرة حوالي 215 مؤسسة والعامّة 87 مؤسسة، كما بلغت حصتها في الصادرات الكلية حوالي 4% خلال الفترة (1998-2003)⁽²⁾، والجدول الموالي يوضح صادرات المؤسسات ص و م في 2004.

جدول (04): حصة صادرات المؤسسات ص و م في الصادرات الكلية (2004).

المواد	%
نصف مصنعة	3.00
مواد خام	0.27
تجهيزات صناعية	0.26
مواد غذائية	0.21
مواد استهلاكية	0.14
تجهيزات فلاحية	0.12

المصدر: وزارة المؤسسات ص و م، نشرية المعلومات الاقتصادية، 2004، مرجع سابق، ص 43.

من الجدول يتبين مدى ضعف مساهمة المؤسسات ص و م في الصادرات، وهذا راجع إلى⁽³⁾:

- 1- غالبية المؤسسات ص و م لا تدرج التصدير ضمن أهدافها، بل تكتفي فقط بالتعامل مع السوق المحلية.
- 2- لا يوجد إطار فعال يسمح لها بدخول الأسواق الدولية على الرغم من وجود بعض الهيئات التي تشجع المؤسسات ص و م على التصدير ودخول الأسواق الدولية، نذكر منها الديوان الوطني لترقية التجارة الخارجية (PROMEX)⁽⁴⁾، أسندت له مهمة ترقية الصادرات خارج المحروقات والمشاركة في وضع الإستراتيجية الوطنية لترقية الصادرات، بالإضافة إلى تقديم كل المعلومات ذات الفائدة بالنسبة للمؤسسات الخاصة أو العامة عن التجارة الدولية والأسواق الدولية، الغرفة الجزائرية للصناعة والتجارة (CACI)⁽⁵⁾، مهمتها الأساسية التكفل بمصالح العاملين في مجال الأعمال تجاه السلطات المحلية، بالإضافة إلى تقديم كل المعلومات عن النشاطات الصناعية والتجارية ومكان تواجدها، الوكالة التجارية لتأمين وضمان الصادرات (CACEX) أنشأت بعقد موثق تم الاككتاب فيه بحصص متساوية بين خمسة بنوك هما، البنك الوطني، البنك الخارجي، القرض الشعبي، بنك التنمية وبنك التنمية المحلية وخمسة مؤسسات تأمين منها الشركة الجزائرية للتأمين، الصندوق الوطني للتأمين وإعادة التأمين (CAAT) وغيرهما من شركات التأمين النشطة في السوق الجزائرية، والمهمة التي أوكلت إلى هذه الوكالة تتمثل أساسا في تأمين المخاطر الناجمة عن التصدير⁽¹⁾، كما تم إنشاء عدة هيئات أخرى من أجل تدعيم الصادرات خارج المحروقات والتكفل بانشغال المؤسسات ص و م بالدرجة الأولى مثل الشركة الجزائرية للمعارض (SAFEX)،





دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنمية الصادرات



والجمعية الوطنية للمصدرين الجزائريين (ANEXAL) التي أنشأت في 20 جوان 2001 من أجل الدفاع عن حقوق المصدرين، بلغ عدد المنخرطين فيها حوالي 100 مصدر من أصل 400 مصدر لحد الآن.

3- الدراسات الاقتصادية سواء على المستوى الاقتصادي الكلي أو الجزئي مازالت بعيدة عن واقع التحولات التي عرفها الاقتصاد الجزائري.

4- النقص الكبير في التأطير وخاصة الإطارات المختصة في مجال التصدير والتجارة الدولية.

5- قلة المعلومات حول الأسواق الدولية.

6- ضعف معدل صرف الدينار الذي أثر على المؤسسات ص و م من حيث القدرة على التصدير.

7- الفارق الكبير في استخدام التكنولوجيات المتطورة في المؤسسات الجزائرية والمؤسسات في البلدان الأخرى.

8- ضعف جودة المواد المستخدمة في الإنتاج وحتى المواد الخام المستوردة لا تتطابق في كثير من الأحيان مع المواصفات الدولية.⁽²⁾

9- المؤسسات ص و م لا تملك المعلومات الكافية عن الأسواق، بالإضافة إلى تداخل صلاحيات العديد من الجهات وهي الجمارك، النقل، البنوك، التأمينات، المصالح الجبائية، مؤسسات الدعم... الخ، والتي لها علاقة بالتصدير.

إن هذه العراقيل تتطلب تدخل الدولة و العمل على توسيع صلاحيات هيئات الدعم وتسهيل الإجراءات المرتبطة بالتصدير والتخفيف من الإجراءات البيروقراطية حتى تتمكن المؤسسات ص و م من دخول الأسواق الدولية ورفع حصة الصادرات خارج المحروقات والتصدير لما بعد البترول في الجزائر.

ومقارنة ببعض دول حوض المتوسط نجد أن عدد المنظمات و الهيئات المؤطرة للمؤسسات ص و م في مجال التصدير متعددة، فعلى سبيل المثال وليس الحصر نجد في فرنسا عدة هيئات تقدم الدعم للمؤسسات ص و م مثل مديرية العلاقات الاقتصادية الخارجية التي تقدم الدعم المالي، بالإضافة إلى تأطير المؤسسات ص و م في الأسواق الدولية، والمديرية الجهوية للتجارة الخارجية التي تضم 23 فرعا ومهمتها البحث عن المؤسسات التي لها القدرة على التصدير لمساعدتها ماليا وتدعيمها لدخول الأسواق الدولية، مركز التوسع الاقتصادي الذي يتواجد في 126 دولة ومهمته تدعيم المؤسسات ص و م وتشجيعها على التصدير، هذا بالإضافة إلى المركز الفرنسي للتجارة الخارجية (CFCE) المكلف بتدعيم المؤسسات بالمعلومات الكافية عن التجارة الخارجية ومؤشرات تطورها⁽¹⁾.





دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنمية الصادرات



على الرغم من الإجراءات التي اتخذتها الجزائر قصد رفع حصة الصادرات خارج المحروقات إلا أن مستواها مازال ضعيفا، حيث لم يتعدى 1,8 مليار دولار أمريكي نهاية سنة 2008، وحتى هذه الصادرات بقيت محصورة في بعض المواد المعدنية وفضلات الصناعة.

المراجع

- 1 - مجموعة النصوص التنظيمية لجهاز دعم تشغيل الشباب، 16 أكتوبر 1998، ص 11.
- 2 BNA repère, lettre mensuelle 3eme année, n26 Avril 2004, p1.
- 3 Agence National de Soutien a l'Emploi de Jeunes « Projet Manuel des Procedures » Juin 2004, p62.
- 4 BNA repère, lettre mensuelle 2eme année, n21 Novembre 2003, p1.
- 5 مجموعة النصوص التنظيمية لجهاز دعم تشغيل الشباب، 16 أكتوبر 1998، ص 5-8.
- 6 Kamel Chehrit « guide de l'investissement et de l'investisseur » Algerie-invest 2002-2004, p117.
- 7 Agence National de Soutien a l'Emploi de Jeunes « Projet Manuel des Procedures » Juin 2006, p3.
- 8 الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب، ضمان المستقبل، التمويل الثنائي والثلاثي.
- 9 مجموعة النصوص التنظيمية لجهاز دعم تشغيل الشباب، 2008، ص 11.
- 10 Circulaire a l'ensemble des agences et structures de la banque, le 29 Decembre 2003, ordre 1856.
- 11 2010 الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب لولاية تلمسان،
- 12 2010 الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب لولاية تلمسان،
- 13 2010 الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب لولاية تلمسان،
- 14 2010 الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب لولاية تلمسان،
- 15 2010 الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب لولاية تلمسان،
- 16 2010 الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب لولاية تلمسان،

الهوامش:

(1) S. Tamer Gavusgil: exportations du PME des pays en développement, enjeux et perspectives, CNUCED, Genève, 1993 p.2.





(2) د. عبد الشفيق عيسى: الصناعات الصغيرة والتطور التكنولوجي، ندوة الصناعات الصغيرة، معهد التخطيط القومي، القاهرة نوفمبر 1988، ص 652 (مجلد الندوة)
(1) المرجع نفسه، ص 652 (من مجلد الندوة)

(2) S. Tamer Gavusgil, OP. Cit, p 64.

(1) R. Subramanian: Comment Répondre aux besoins d'informations des PME pour l'exportation, CNUCED, GENEVE 1993, P 75

(1) تقدير مركز التجارة العالمي، مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، جنيف 1993، ص 9.

(2) الإحصائيات المتوفرة عن صادرات المؤسسات ص و م في الدول النامية كلها تعود إلى الثمانينات وليس دقة في بعض الأحيان، لأن معظم هذه الدول لا تفصل صادرات هذه المؤسسات عن صادرات المؤسسات الكبرى.

(1) PME, Atouts et handicaps, problèmes économiques, N°2. 885, 2005, P 12.

(1) Rapport OSEO sur la PME, Les PME et l'exportation, 2006, P 109.

(2) S. Tamer Gavusgil, Op. Cit, P 38.

(1) E. Lefebvre: PME. L'exportation et création d'emploi, programme industrie, Canada 2000, P 1.

(2) E. Lefebvre: PME. L'exportation et création d'emploi, programme industrie, Canada 2000, P 3.

(1) CNIS: Conseil national de l'information statistique, disponible sur le site:

[Http://www.douane.gov.dz/cnis/stat/ent_statis.asp](http://www.douane.gov.dz/cnis/stat/ent_statis.asp).

(1) د. كنووش عاشور: تنمية وتطوير المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر، ملتقى متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الوطن العربي، جامعة الشلف، 17، 18 أفريل 2006، ص 10.

(2) وزارة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، الجلسات الوطنية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة، 2004، ص 42-43.

(3) الجلسات الوطنية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة، 2004، مرجع سابق ص 48-49.

(4) أنشئ بموجب المرسوم التنفيذي رقم 214/96، المؤرخ في 01 أكتوبر 1996.

(5) أنشئت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 94/96، المؤرخ في 03 مارس 1996.

(1) وزارة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، الجلسات الوطنية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة، 2004، ص 52-53.

(2) Intervention du président de ANEXAL, rencontre des exportateurs, Alger, 12 Novembre 2007.

(1) Les cahiers de l'industrie, N° 57, Mai 2000, P 5. Disponible sur le site www.industrie.gouv.fr/biblioth/cahiers.html

المراجع:

1/ Les cahiers de l'industrie, N° 57, Mai 2000, P 5. Disponible sur le site :

www.industrie.gouv.fr/biblioth/cahiers.html





2/ Intervention du président de ANEXAL, rencontre des exportateurs, Alger, 12 Novembre 2007.

3/ Revue de l'économie et de la finance N°8,

4/CNIS: Conseil national de l'information statistique, disponible sur le site:
([Http//www.douane.gov.dz/cnis/stat/ent_statis.asp](http://www.douane.gov.dz/cnis/stat/ent_statis.asp)).

5/ E. Lefebvre: PME. L'exportation et création d'emploi, programme industrie, Canada 2000.

6/ Rapport OSEO sur la PME, Les PME et l'exportation, 2006.

7/ Place des PME dans les exportations Française, Disponible sur le site:

(<http://www.Finances.gouv.fr/notes-bleues/nbb/239-PME.HTM>)

8/ Statistiques Canada: Profil des exportateurs Canadiens de 1993 à 2006, Catalogue N° 65-506X, Octobre 2008,

9/S. Tamer Gavgil: exportations du PME des pays en développement, enjeux et perspectives, CNUCED, Genève, 1993.

10/ R. Subramanian: Comment Répondre aux besoins d'informations des PME pour l'exportation, CNUCED, GENEVE 1993.

