الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

جامعة 8 ماي 1945 قالمة
UNIVERSITE 8 MAI 1945 GUELMA

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر

تخصص مالية وتجارة دولية

بعنوان:

مدى مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات خلال الفترة 2014_2022

من إعداد الطالبين:

- عواطرة صلاح الدين
- لحوارش محمد الياس

تحت إشراف:

د. مشعلي بلال

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الصفة
بن شيخ توفيق	رئيسا
بشيشي وليد	عضوا ومناقشا
مشعلي بلال	مقررا

السنة الجامعية: 2022-2023

شكر وتقدير

أول ما نبدأ به دعائنا

اللّهم لاتدعنا نصاب بالغرور إذا نجحنا، ولاتدعنا نصاب باليأس إذا فشلنا،

بل ذكرنا دائما بأن الفشل هو التجربة التي تسبق النَّجاح دائمًا.

في البداية نشكر الله سبحانه وتعالى الذي ألهمنا الإرادة

والصَّبر والمثابرة والتوفيق لإتمام هذا العمل المتواضع،

فهو القائل في كتابه: «ولئن شكرتم لأزيدنكم».

ونتقدم بالشكر والتقدير للأستاذ مشعلي بلال لقبوله الإشراف على بحثنا وتوجيهنا.

كما نشكر رئيس قسم العلوم التجارية الأستاذ بن الشيخ توفيق

وكل من ساعدنا في إتمام هذا العمل المتواضع سوآءا من قريب أو بعيد.

والحمد لله الذي بنعمته وفضله تتم الصالحات.

إهداء

إلى من ربتني وأنارت دربي... إلى معنى الحب الحنان.... الى بسمة الحياة...

إلى من جعلت الجنة تحت أقدامها... وكان دعائها سر نجاحي... وحنانها بلسم جراحي...

إلى أغلى إنسانة في الكون وأقربهم لقلبي

أمي الغالية

إلى من كان ومازال سندي أبي الغالي حفظه الله

إلى أخواتي وإخوتي

وإلى كل أصدقائي

وكل من يعرفني من قريب أو بعيد

صلاح الدين

إهداء

الحمدالله الذي سخر لي هذا، ومن على بفضله حتى أبلغ هذا المقام الحسن

إلى أغلى ما في الوجود.... إلى منبع الحب والحنان....

وسبب وجودي.....

أمي الغالية أطال الله في عمرها

إلى مصدر فخري واعتزازي، إلى من غرس فيا حب التعلم

والكفاح وشقي من أجل أن نسير في طريق النجاح

أبي أطال الله في عمره

وإلى إخوتي وأخواتي

وإلى أصدقائي

وكل من يعرفني من قريب أو بعيد

محمد إلياس

فهرس المحتويات

شكر وتقدير.....

إهداء .....

إهداء .....

فهرس المحتويات: .....

فهرس الجداول:.....

فهرس الأشكال:.....

ملخص .....

مقدمة عامة : .....أ

الفصل الأول: مفاهيم أساسية حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.....**8**

تمهيد:.....**8**

المبحث الأول: نظرة عامة حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة **9**

المطلب الأول: إشكالية تحديد مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة 9

المطلب الثاني: تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة 11

المطلب الثالث: أنواع وخصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة..... 15

المبحث الثاني: أهمية وآلية انشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومصادر تمويلها **19**

المطلب الأول: أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة..... 19

المطلب الثاني: آلية إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة..... 20

المطلب الثالث: مصادر تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة 24

المبحث الثالث: عوامل نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مشاكلها وتحدياتها **26**

المطلب الأول: عوامل نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة..... 26

المطلب الثاني: المشاكل التي تواجهها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة..... 28

المطلب الثالث: التحديات التي تواجهها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:..... 32

خلاصة الفصل: 35

الفصل الثاني : واقع التصدير خارج المحروقات في الجزائر 37

تمهيد: 37

المبحث الأول: مدخل للتصدير 38

المطلب الأول: مفهوم التصدير وأهميته 38

المطلب الثاني : أنواع التصدير 40

المطلب الثالث : أهداف التصدير 42

المبحث الثاني : الصادرات الجزائرية والعراقيل التي تواجهها 43

المطلب الأول : واقع الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات..... 43

المطلب الثاني التحفيزات المتخذة من طرف الدولة لترقية الصادرات 49

المطلب الثالث : العراقيل التي تواجهها الصادرات الجزائرية 51

المبحث الثالث: التنويع الاقتصادي ودوره في تعزيز صادرات الجزائر 54

المطلب الأول: تعريف التنويع الاقتصادي وأنواعه 54

المطلب الثاني : المحددات الرئيسية للتنويع الاقتصادي، مؤشراته ودرجة قياسه 56

المطلب الثالث: سياسات ترقية الصادرات خارج المحروقات..... 59

خلاصة الفصل: 64

الفصل الثالث : تحليل وتقييم مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنويع الصادرات الجزائرية

..... 66

تمهيد: 66

المبحث الأول: واقع وأهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر 67

المطلب الأول: تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر 67

المطلب الثاني : واقع إنشاء وزوال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة 75

المطلب الثالث : أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر 76

المبحث الثاني : مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في عملية التصدير في الجزائر..... 80

المطلب الأول: تبعية الاقتصاد الجزائري للقطاع النفطي 80

المطلب الثاني : دوافع اللجوء لترقية الصادرات خارج المحروقات 83

المطلب الثالث : دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في عملية التصدير في الجزائر 84

المبحث الثالث: مناهج دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للنهوض بالصادرات في الجزائر 87

المطلب الأول: سياسات دعم وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة 87

المطلب الثاني : المشاكل التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التصدير 94

المطلب الثالث : سبل معالجة الصعوبات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة 96

خلاصة الفصل : 97

خاتمة عامة : 100

قائمة المراجع : 104

فهرس الجداول

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
01	تطور الصادرات الجزائرية النفطية وغير النفطية خلال الفترة (2014-2022)	44
02	الهيكل السلعي للصادرات خارج المحروقات	46
03	أهم الدول المستوردة من الجزائر لسنة 2020	48
04	تطور عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب شكلها القانوني خلال (2013-2022)	67
05	عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب الحجم لسنة 2022	69
06	تطور عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للقطاع الخاص حسب النشاط	70
07	التوزيع الجغرافي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لسنة 2022	72
08	تطور انشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للقطاع الخاص لسنتي 2021 و2022	74
09	وفيات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لسنة 2022	75
10	تطور مناصب الشغل في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لسنتي 2021و 2022	77
11	مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في القيمة المضافة	78

12	مساهمة المؤسسات ص وم في تحقيق نمو الناتج الداخلي الخام	78
13	تطور أسعار النفط خلال فترة (2004-2022)	81
14	واقع صادرات المحروقات والعلاقة بين تطور المؤسسات ص وم وتطور الصادرات خارج المحروقات	84-83
15	عدد المشاريع الممولة ومناصب الشغل ANJEM وCNAC	90

فهرس الأشكال

رقم الشكل	العنوان	الصفحة
01	التصدير المباشر	41
02	التصدير غير المباشر	41
03	صادرات المحروقات وخارج المحروقات	45
04	هيكل الصادرات خارج قطاع المحروقات	47
05	الدول التي تصدر إليها الجزائر	48
06	تطور عدد المؤسسات ص وم خلال الفترة (2013-2022)	68
07	عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب الحجم	69
08	تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب نشاطها	71
09	التوزيع الجغرافي للمؤسسات ص وم لسنة 2022	73

10	تطور أسعار النفط	82

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر خلال الفترة (2014-2022)، وتم اتباع المنهج الوصفي التحليلي لاستخلاص نتائج الدراسة، حيث أن الجزائر عملت على تنويع صادراتها والتخلص من الأحادية في التصدير باتخاذ مجموعة من الإجراءات والتحفيزات المالية والجمركية وتشجيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على التصدير واختراق الأسواق الدولية بهدف تحقيق التنويع الاقتصادي، ومن أهم ما توصلنا إليه من خلال هذه الدراسة أن الجزائر وبالرغم من الجهود المبذولة والتطور في تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلا أنها لم تنجح في اختراق السوق الدولية وتنمية صادراتها خارج قطاع المحروقات ولم تتمكن من تحقيق أهدافها.

الكلمات المفتاحية: التصدير، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، تنويع الصادرات، الصادرات خارج قطاع المحروقات.

Abstract:

This study aims to know the extent of the contribution of small and medium enterprises to the promotion of non- hydrocarbon exports in Algeria during the period(2014-2022), and the descriptive analytical approach was followed to extract the results of the study, as Algeria worked to diversify its exports and get rid of unilateralism in export by taking a set of measures and financial incentives And customs, and encouraging small and medium enterprises to export and penetrate international markets with the aim of achieving economic diversification, and one of the most important findings of this study is that Algeria, despite the efforts made and the development in the number of small and medium enterprises, but it did not succeed in penetrating the international market and developing its exports outside the hydrocarbon sector, and it was not able of achieving its objectives.

Keywords: Export, small and medium enterprises, diversification of export, non- hydrocarbon exports.

مقدمة عامة

مقدمة عامة

للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة دورا محوريا في اقتصاديات الدول المتقدمة منها والنامية على حد سواء، لما تملكه هذه المؤسسات من قدرة على التكيف تساعدها على مسايرة التحولات السريعة إلى جانب قدراتها الهائلة على اختراق الأسواق الدولية عن طريق التصدير لاستقطاب العملة الصعبة خاصة حيث يعتبر التصدير محورا هاما في قيام التجارة الخارجية بين الدول، لأنه يساهم في تحقيق التنمية الاقتصادية، ومن مميزات الدول المتقدمة التنوع في الصادرات وبالتالي الزيادة في مصادر دخل الدولة، أما الدول النامية تعاني من أحادية التصدير المتمثل في غالب الأحيان في قطاع المحروقات الذي تطمح في تغييره وتنويع وترقية صادراتها.

والجزائر من بين الدول النامية التي تعاني من أحادية التصدير كون 95% من صادراتها عبارة عن نفط، حيث تسعى كغيرها من الدول للتخلي عن التبعية النفطية نتيجة تذبذب أسعار النفط وعدم استقرارها في الأسواق العالمية، وبالتالي يكون الاقتصاد الوطني عرضة للأزمات والصدمات الخارجية وهو ما حدث في أزمة 1986 حيث انخفضت أسعار النفط لأدنى مستوياتها مما أثر على التنمية وانخفاض نسبة العملة الصعبة في الجزائر، لذلك كان لابد من التفكير جديا في الخروج من التبعية النفطية والبحث عن البدائل لهذا القطاع وترقية التجارة الخارجية خارج قطاع المحروقات وإيجاد سبل جديدة لتنويع الصادرات وجلب العملة الصعبة، وقد راهنت الجزائر على قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كونها بديلا محفزا عن قطاع المحروقات في تحقيق التنمية الشاملة، كما دعمت الجزائر هذا القطاع بالعديد من التعديلات والبرامج وخصصت له عدة امتيازات لأجل تنميته وتطويره، وحاولت جعله قويا لتحقيق أهداف وجوده واللحاق بالمستوى الذي وصل إليها هذا القطاع في الدول المتقدمة.

1. الإشكالية:

على ضوء ما سبق يتسنى لنا صياغة الإشكالية التالية:

ما مدى مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر (2014_2022)؟

ويندرج تحت هذه الإشكالية التساؤلات الفرعية التالية:

- ✓ ما هو واقع الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر؟
- ✓ ما هو دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في إطار استراتيجية تنمية الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر؟
- ✓ هل يواجه قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مشاكل؟ وكيف تتم مواجهتها؟

2. فرضيات الدراسة:

يمكن استنتاج الفضية التالية استنادا للتساؤلات الفرعية السابقة:

- هناك تأثير للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة على ارتفاع مستوى الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر نتيجة لدورها الهام في رفع عجلة التنمية؛
- يمكن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية أن تلعب دورا محوريا في استراتيجية تنمية الصادرات غير النفطية بتنويع الإنتاج ومحاولة اقتحام الأسواق الخارجية؛
- يواجه قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عدة مشاكل وعراقيل تحد من تطورها في الجزائر، ووضعت السلطات الجزائرية عدة سياسات وهيئات لدعم وتطوير صادرات مؤسسات الصغيرة والمتوسطة خارج قطاع المحروقات.

3. أهداف الدراسة:

إن الأهداف التي نرغب ونسعى في الوصول إليها من خلال دراستنا تتمثل في:

- محاولة التعرف على واقع الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات.
- مدى مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية وتنوع الصادرات خارج قطاع المحروقات.
- المشاكل والعراقيل التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مسارها نحو التطور وتوجهها نحو التصدير.

4. أهمية الدراسة:

تكتسي الدراسة أهمية بالغة كونها تتطرق موضوعا حيويا يتجسد في مراهنة الحكومة الجزائرية على قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتنميته وتطويره ليكون بديلا عن قطاع المحروقات وتجاوز إشكالية تبعية مداخيل الاقتصاد الوطني لصادرات المحروقات وتحقيق التنوع الاقتصادي لأجل تنمية مستدامة.

5. حدود الدراسة:

تم حصر الحدود المكانية لهذه الدراسة في الجزائر، أما الحدود الزمانية فقد تمثلت في الفترة الممتدة من سنة 2014 إلى غاية سنة 2022.

6. منهج الدراسة:

اتبعنا في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، في الدراسة النظرية تطرقنا للمفاهيم المتعلقة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأيضا التصدير والصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات وتطورها في الجزائر، بالإضافة إلى تناولنا المعلومات والإحصائيات المتحصل عليها وتحليلها لمعرفة مدى مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر.

7. الدراسات السابقة:

اعتمدنا في بحثنا هذا كما اطلعنا على العديد من الدراسات السابقة، ومن أهمها:

أ. مصطفى بن ساحة، أثر تنمية الصادرات غير النفطية على النمو الاقتصادي في الجزائر، دراسة حالة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماجستير في تخصص التجارة الدولية، المركز الجامعي بغرداية، الجزائر، 2011.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

- ✓ ترتبط الصادرات ارتباطا وثيقا بالتنمية الاقتصادية، فهي تلعب دورا كمحرك للنمو الاقتصادي وهو ما يعكس الاهتمام الكبير بها في الفكر الاقتصادي على مر الزمن.
- ✓ تقوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بدور بارز في تحقيق معدلات النمو الاقتصادي، من خلال اسهامها الكبير في القيمة المضافة، الناتج الداخلي الخام، ورقم الأعمال السنوي.
- ✓ تلعب التجارة الخارجية دورا هاما في تحقيق النمو الاقتصادي، وفي ذات الوقت قد تؤثر سلبا عليه، فهي سلاح ذو حدين لذا يجب اتخاذ الإجراءات التي تجعل من أثرها إيجابيا.

ب. منصف بوعزيلة، رمزي زراري، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر (2010-2018)، مذكرة ماستر في العلوم التجارية، جامعة 8 ماي 1945 بقالمة، الجزائر، 2021.

- ✓ توصلت هذه الدراسة لمجموعة من النتائج من بينها:

- ✓ من خلال الدراسة وجدنا بأن الصادرات الجزائرية تعاني من إشكالية التبعية للمحروقات فهي مهيمنه بشكل شبه كلي، بالرغم من المجهودات المبذولة من طرف الدولة بهدف ترقية صادراتها خارج المحروقات عن طريق تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

- ✓ تعاني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من مشاكل وصعوبات تعيق نشاطها، ولهذا بذلت الدولة جهود معتبرة في إطار دعم وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، فقامت بإعداد برامج خاصة لتأهيلها تتمثل في: .ANSEJ-CNAC-FGAR-LANDI

ج. مالكيه أحميده، متطلبات تأهيل المناخ الاستثماري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في ظل أبعاد التنمية المستدامة، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي تبسي، تبسة، الجزائر، 2022.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة:

- ✓ لا يوجد تعريف موحد للمؤسسات الصغَيرة والمتوسطة عبر كافة الدول، وحتى داخل الدولة الواحدة يلاحظ أحيانا وجود عدة تعاريف، كما يمكن الإشارة إلى وجود تعاريف وطنية لها في بعض الدول على غرار الجزائر التي وضعت تعريفا لها بموجب القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- ✓ سعت الجزائر جاهدة للنهوض بقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، من خلال مجموعة من الإجراءات واستحداث العديد من الآليات الداعمة، وقد انعكس هذا على تطورها من خلال زيادة عددها من سنة إلى أخرى.

8. هيكل الدراسة:

لمعالجة دراستنا حول مدى مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر، وللإجابة على الإشكالية وإثبات صحة الفرضيات، تم تقسيم الدراسة إلى ثلاث فصول، فصلين نظريين وفصل تطبيقي، بداية بمقدمة حول موضوع الدراسة وذلك حسب ما يلي:

الفصل الأول مفاهيم أساسية حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، يضم هذا الفصل ثلاث مباحث: حيث خصص المبحث الأول لنظرة عامة حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أما المبحث الثاني خصص

لأهمية وآلية إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومصادر تمويلها، بينما يتطرق المبحث الثالث لعوامل نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مشاكلها وتحدياتها.

الفصل الثاني: واقع التصدير خارج المحروقات في الجزائر، يضم هذا الفصل ثلاث مباحث: حيث تناولنا المبحث الأول لمدخل للتصدير، أما المبحث الثاني فخصصناه للصادرات الجزائرية والعراقيل التي تواجهها، بينما تطرقنا في المبحث الثالث للتنويع الاقتصادي ودوره في تعزيز صادرات الجزائر.

الفصل الثالث: تحليل وتقييم مدى مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنويع الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات ويضم هذا الفصل ثلاث مباحث، خصصنا المبحث الأول لواقع وأهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، أما المبحث الثاني فتطرقنا لمساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في عملية التصدير في الجزائر، بينما ركزنا في المبحث الثالث على مناهج دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للنهوض بالصادرات في الجزائر.

9. صعوبات الدراسة:

وكأي طلاب علم اعترضنا ي طريقنا بعض الصعوبات خلال القيام بدراسة الموضوع، يمكن الاشارة اليها كما يلي:

- قلة المراجع وخاصة الكتب التي تبحث في موضوع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خاصة العلاقة بين الصادرات الجزائرية.
- التناقض في المعلومات وقلة وانعدام الاحصائيات المتعلقة بالصادرات خاصة الصادرات خارج قطاع المحروقات مما خلق بعض الصعوبات في التحليل.

الفصل الأول: مفاهيم أساسية حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

الفصل الأول: مفاهيم أساسية حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تمهيد:

تحظى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة باهتمام متزايد من قبل جميع دول العالم، باعتبارها الوسيلة المناسبة لتحقيق التنمية في المجتمعات المتقدمة والنامية بصفة عامة، لما لها من أهمية كبيرة من الناحية الاقتصادية التي أثرت بدورها على جميع نواحي الحياة الاجتماعية باعتبارها مصدرا لتنمية الدخل وتوفير مناصب الشغل وتحقيق قيمة مضافة وخلق الثروة، كما أنها تعتبر نواة أساسية للمؤسسات الكبيرة من خلال عملية التعاون والمقاولة من الباطن، إضافة إلى ذلك تعمل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على تشجيع الاستثمارات المحلية و جذب الاستثمارات الأجنبية واستقطاب العملات الصعبة، وتشجيع الإنتاج والابتكار، كما تعتبر هذه المؤسسات إحدى أهم الأدوات في عملية التنمية المستدامة وإعادة توزيع الدخل، وهو ما يعكس دورها في عملية دعم الاقتصاد الوطني من خلال هذه الجوانب والتي تصب في مصلحة الاقتصاد العام للدول.

ورغم هذا الدور المحوري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلا أنه اختلفت المفاهيم المستعملة للإحاطة بمفهوم دقيق بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بين مختلف الدول إذ يؤكد الكثير من المختصين على صعوبة تحديد وضبط تعريف هذا النوع من المؤسسات لاختلاف المعايير المستعملة التي يتم على أساسها تحديد ما إذا كانت المؤسسة صغيرة أم متوسطة.

وعليه من خلال ما سبق نتناول في هذا الفصل ثلاث مباحث تتمثل فيما يلي:

المبحث الأول: نظرة عامة حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

المبحث الثاني: أهمية وآلية إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومصادر تمويلها

المبحث الثالث: عوامل نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مشاكلها وتحدياتها

المبحث الأول: نظرة عامة حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

رغم الأهمية التي تكتسيها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة سواء من الناحية الاقتصادية أو الاجتماعية أو حتى البيئية، فإن تحديد تعريف لهذه الأخيرة يرجع بالضرورة إلى كونها تستفيد من مزايا مختلفة، وسنتطرق في هذا المبحث لإشكالية تحديد مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، تعريفها وأخيرا خصائصها.

المطلب الأول: إشكالية تحديد مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

نظرا للاستخدام الواسع لمصطلح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التشريعات القانونية والحياة الاقتصادية في مختلف الدول والمنظمات العالمية، وعلى الرغم من ذلك يبقى ليس لها تعريف دقيق وشامل متفق عليه، ومن أهم العوامل التي أدت لصعوبة تحديد أو إيجاد تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:[1]

1- اختلاف مستويات النمو:

يتمثل في التفاوت في درجة النمو بين الدول الصناعية المتقدمة والدول النامية، والذي يعكس التطور الذي وصلت إليه كل دولة، فالمؤسسة الصغيرة في اليابان مثلا أو في الولايات المتحدة الأمريكية أو في أي بلد مصنع آخر يمكن اعتبارها مؤسسة متوسطة أو كبيرة في دولة نامية كالجزائر أو تونس.

وانطلاقا من هذا الجانب يتبين أن تعريف المؤسسات المتوسطة والصغيرة يختلف من بلد إلى آخر تبعا لاختلاف درجة النمو الاقتصادي بين الدول.

2- تنوع الأنشطة الاقتصادية:

يمكن أن تصنف المؤسسات حسب طبيعة النشاط الذي تمارسه إلى ثلاث قطاعات رئيسية:

2-1 القطاع الأول: يضم المؤسسات المتخصصة في الزراعة بمختلف أنواعها ومنتجاتها وتربية المواشي، بالإضافة إلى أنشطة الصيد البحري.

[1] هامل سليمة، هيئات الدعم والتمويل ودورها في تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة الجزائر، 2017، ص 18.

2-2 القطاع الثاني: ويتمثل في الصناعة أي المؤسسات الصناعية، وتشمل مختلف المؤسسات التي تعمل على تحويل المواد الطبيعية إلى منتجات قابلة للاستعمال أو الاستهلاك النهائي أو الوسيط، وتشمل بعض الصناعات المرتبطة بتحويل المواد الزراعية إلى منتجات صناعية مختلفة، بالإضافة إلى تحويل وتكرير المواد الطبيعية من معادن وطاقات (الصناعات الاستخراجية.)

2-3 القطاع الثالث: يضم المؤسسات الخدماتية، أي المؤسسات المنتجة للخدمات كالتوزيع، النقل...

وهناك قطاع رابع ظهر نتيجة التطور الذي عرفه قطاع الخدمات في السنوات الأخيرة المتمثل في المؤسسات التي تمنح الخدمات لمؤسسات أخرى كالإعلام الآلي، الاستشارة....

ويؤدي الاختلاف في النشاط الاقتصادي للمؤسسات إلى اختلاف الهيكل التنظيمي والمالي لها، فعند المقارنة بين مؤسسات القطاع الصناعي ومؤسسات القطاع الخدماتي نجد أن الأولي تتميز بهيكل تنظيمي معقد، عكس المؤسسات الخدماتية التي تتميز ببساطة الهيكل التنظيمي.

3- اختلاف فروع النشاط الاقتصادي:

يتفرع كل نشاط اقتصادي حسب طبيعته إلى عدد معين من الفروع الاقتصادية، حيث ينقسم النشاط التجاري مثلا إلى تجارة بالجملة و تجارة بالتجزئة، أو إلى تجارة داخلية وتجارة خارجية، وينقسم النشاط الصناعي بدوره إلى مؤسسات الصناعة الاستخراجية ومؤسسات الصناعة التحويلية، وكل منها يضم عددا من الفروع الصناعية، بحيث تتفرع الصناعة التحويلية إلى المؤسسات الغذائية وصناعة الغزل والنسيج والمؤسسات الكيماوية والصناعة المعدنية الأساسية وصناعة الورق وصناعة الخشب ومنتجاته ...الخ، وتختلف كل مؤسسة حسب فرع النشاط الذي تنتمي إليه، من حيث كثافة اليد العاملة وحجم الاستثمارات الذي يتطلبه نشاطها.

4- تعدد المصطلحات الدالة عن مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: نجد العديد من المصطلحات والتعابير المستخدمة للتعبير عن المؤسسات المصغرة، مثل: المشاريع الصغيرة جدا والمتناهية الصغر، الوحدات الصغيرة أو المنشآت الصغيرة كذلك المشاريع الدقيقة.[1]

[1] إلياس غقال، تقييم الدور التمويلي للشراكة الأورو جزائرية في تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، رسالة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2017، ص 58.

5- تعدد معايير التصنيف:

نجد أنه هناك مجموعة من المعايير التي يمكن الاعتماد عليها لتعريف وتصنيف، حيث هناك من يعتمد على معيار حجم العمالة، وهناك من يعتمد على حجم رأس المال، ومنها ما يعتمد عليهما معا، بالإضافة إلى الاعتماد على معايير أخرى مثل حجم المبيعات والميزانية السنوية.

6- العامل التقني:

والمتمثل في مستوى الاندماج بين المؤسسات فتبعا لعملية الاندماج يمكن أن يتوسع حجم المؤسسة ويزداد حجمها بفعل انضمام مؤسسات مصغرة وصغيرة من بعضها البعض، وعليه يتجه حجمها إلى الكبر، بينما عندما تكون العملية الإنتاجية مجزأة أو موزعة إلى عدد كبير من المؤسسات يؤدي ذلك إلى ظهور عدة مؤسسات مصغرة وصغيرة. [1]

المطلب الثاني: تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

حسب الدراسات التي أجريت على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يوجد الكثير من التعاريف لها، ويوجد العديد من المعايير لتعريفها (مثل معيار العمالة، رأس المال، القيمة المضافة...)[2]، والعديد من الدول لا تملك تعريف رسمي لها، حيث يرتبط تعريف كل دولة بدرجة النمو الاقتصادي، فيما يلي تعريف للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب الدول:

[1] الياس غقال، مرجع سابق، ص 60.

[2] هنادي نظير، إدارة المشروعات الصغيرة، دار ابن النفيس للنشر والتوزيع، المملكة الأردنية الهاشمية، 2017، ص 17.

1- تعريف الاتحاد الأوروبي:

المفوضية الأوروبية تقترح التعريف التالي للتمييز بين المؤسسات المصغرة والصغيرة والمتوسطة بالاعتماد على عدد العمال وعائداتها أو مجموع الميزانية السنوية الخاصة بها[1]:

- ✓ المؤسسة المصغرة: هي التي توظف أقل من 10 عمال ولا يتجاوز قيمة مبيعاتها 2 مليون يورو أو مجموع الميزانية السنوية لا تتعدى 2 مليون يورو.
- ✓ المؤسسة الصغيرة: هي المؤسسة التي توظف ما يقل عن 50 عامل، ولا تتجاوز مبيعاتها أو مجموع ميزانياتها 10 ماليين يورو سنويا.
- ✓ المؤسسة المتوسطة: هي التي يعمل بها أقل من 250 عاملا وقيمة المبيعات أقل من 50 مليون يورو، أو مجموع الميزانية السنوية لا يتجاوز 43 مليون يورو سنويا.

2- تعريف المشرع الفرنسي:

عرف المشرع الفرنسي هذا النوع من المؤسسات أنها: " المؤسسات التي توظف أقل من 250 عامل ولا تتجاوز مبيعاتها السنوية 50 مليون يورو أو التي لا تتجاوز مجموع ميزانيتها السنوية 43 مليون يورو"

3- تعريف البنك الدولي للمؤسسات المتوسطة والصغيرة والمصغرة:

ويعرف البنك الدولي هذا النوع من المؤسسات استنادا إلى معيار عدد العمال، ويصنف المؤسسات المصغرة على أنها تلك التي تشغل أقل من 10 عمال، والمؤسسات الصغيرة تلك التي يعمل فيها ما بين 10 إلى 50 عامل، أما التي تشغل ما بين 50 إلى 100 عامل فهي تصنف كمؤسسة متوسطة، وما فوق ذلك فهي مؤسسة كبيرة. [2]

---

[1] لخضر محمد عبد القادر عيسى، عائشة محمد حسن العربي، حاضنات الأعمال كآلية لدعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مؤتمر دور ريادة الأعمال في تطوير المشروعات الصغرى والمتوسطة في الاقتصاد الليبي، غرفة التجارة والصناعة والزراعة مصراتة، جامعة مصراتة، ليبيا، 2019، ص 267.

[2] ايت عيسى عيسى، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: آفاق وقيود، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد السادس، جامعة تيارت، الجزائر، دون ذكر سنة النشر، ص: 273.

4- تعريف منظمة العمل الدولية:

هي المنشآت التي لا يتجاوز استثماراتها 350 ألف دولار، كما يعمل بها ما بين 10 عمال إلى 50 عاملا. [1]

5- اتحاد بلدان جنوب شرق آسيا: (L ANASE):

في دراسة حديثة حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة قام بها اتحاد بلدان جنوب شرق آسيا

استخدم كل من بروتش وهيمينيز التصنيف الآتي المعترف به بصورة عامة في هذه البلدان، والذي يؤخذ مؤشر العمالة كمعيار أساسي:

- ✓ من 1 إلى 10 عمال: مؤسسات عائلية وحرفية
- ✓ من 10 إلى 49 عامل: مؤسسات صغيرة.
- ✓ من 49 إلى 99 عامل: مؤسسات متوسطة
- ✓ أكثر من 100 عامل مؤسسات كبيرة

كما استند أيضا على بعض المعايير النوعية في التمييز بين كل من الأشكال السابقة، ففي المؤسسات الحرفية يكون المالك هو المنتج مباشرة، والمستخدمين أغلبهم من العائلة، عكس المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حيث تعرف نوع من تقسيم العمل. [2]

[1] أحمد عبده الصباغ، المشاكل المحاسبية في المنشآت الصغيرة والمتوسطة الحجم وطرق علاجها، دار حميثرا للنشر والترجمة، جامعة الإسكندرية، مصر، 2023، ص 16.

[2] سامية عزيز، واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2014، ص 59.

6- الولايات المتحدة الأمريكية:

تعرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بأنها المؤسسات التي يعمل بها 250 عامل، ويمكن أن يصل العدد إلى 1500 عامل، ولا تزيد قيمة الأموال المُستثمرة فيها عن 9 ملايين دولار، وبالنسبة لبعض الصناعات تعتبر المؤسسة صغيرة إذا كان عدد العاملين أقل من 1000 عامل. [1]

7- منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية UNIDO:

المشروعات الصغيرة تلك يديرها مالك واحد ويتكفل بكامل المسؤولية بأبعادها الطويلة الأجل (الاستراتيجية) والقصيرة الأجل (التكتيكية)، كما يتراوح عدد العاملين فيها ما بين 10 إلى 50عامل. [2]

8- بريطانيا:

تعرف المؤسسات الصغيرة في بريطانيا بأنها الوحدات الصناعية الصغيرة التي يعمل بها 200 عامل، ولا تزيد الأموال المستثمرة فيها عن مليون دولار.

ولقد عرف قانون الشركات البريطاني الذي صدر سنة 1985 المؤسسة الصغيرة أو المتوسطة بأنها المؤسسة التي تفي بشرطين أو أكثر من الشروط التالية:

1- حجم التداول سنوي لا يزيد عن 8 مليون جنيه استرليني؛
2- حجم رأس مال مستثمر لا يزيد عن 3.8 مليون جنيه استرليني؛
3- عدد العمال والموظفين لا يزيد عن 250 موظف.[3]

9- اليابان:

تعرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في اليابان بأنها الوحدات التي تضم عدداً من العمال يصل إلى 100عامل بصفة دائمة، ولا يزيد رأسمالها عن 10 ملايين، وذلك قبل الحرب العالمية الثانية. وقد ازداد

---

[1] شعيب أتشي، واقع وأفاق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر في ظل الشراكة الأورو جزائرية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، الجزائر، 2008.ص 12.

[2] هنادي نظير، مرجع سابق، ص 18.

[3] شعيب أتشي، مرجع نفسه، ص 12.

هذا العدد بعد الحرب العالمية الثانية إلى 300 عامل، أما الوحدات التي يعمل بها 20 عامل فأقل تعرف أنها صغيرة جدا، ويختلف التعريف في اليابان حسب نوع الصناعات. [1]

المطلب الثالث: أنواع وخصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

1- أنواع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

تنقسم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الى عدة انواع تبعا لتصنيفاتها حيث يتم التصنيف وفق معايير أهمها:

1-1 تصنيف المؤسسات حسب الشكل القانوني:

يعرف الشكل القانوني للمشروع بأنه الهوية الرسمية والقانونية التي يمنحها المشرع للمشروع عند تكوينه من خلال منح الاعتمادات والرخص ووضع القوانين التي تحدد الحقوق والواجبات لهذا المشرع والتي تنظم العلاقة مع كافة الأطراف التي تتعامل معه وبتالي تحكم سير المؤسسة. [2]

1-1-1 المؤسسات الفردية: وهي المؤسسات التي يمتلكها شخص واحد او عائلة، ولهذا النوع من المؤسسات مزايا أهمها: السهولة في التنظيم والانشاء، صاحب المشروع هو المسؤول الوحيد عن نتائج المؤسسة، وهذا يكون دافعا له على العمل بكفاءة وجهد ونشاط لتحقيق أكبر ربح ممكن، صاحب المؤسسة هو الذي يقوم لوحده بإدارة وتنظيم وتسيير المؤسسة

1-1-2 مؤسسات الشركات: وهي المؤسسات التي يتم تكوينها بين مجموعة من الأشخاص يساهم كل منهم في رأس مال هذه الشركة حسب قدرته ورغبته واتفاق الشركاء الباقين، ومساهمات هؤلاء الشركاء لا يشترط فيه ان تكون متساوية او من نوع واحد، فقد يساهم شريك ما بحصة نقدية والأخر بعقارات وثالث بجهد عضلي وفكري والأخر بأصول معنوية، الا انه وبصورة عامة يمكن تقسيم الشركات الى نوعين رئيسيين شركات الأموال وشركات الأشخاص.

1-1-3 الشركات التعاونية: تشكل التعاونيات شكلا آخر من اشكال المشروعات الصغيرة والمتوسطة، وهي عبارة عن تجمع لمنتجي سلعة او خدمة معينة، او تجار تجزئة، او تجار جملة، او مستهلكين، ويعمل

---

[1] شعيب أتشي، مرجع سابق، ص 12.

[2] عمر صخري، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الخامسة، 2007، الجزائر، ص 26.

اعضاء هذه التعاونية مع بعضهم البعض بشكل جماعي لخدمة أنفسهم كونهم هم اعضاء التعاونية، وعادة فإن الارباح الصافية المتحققة من هذا المشروع تعود الى الاعضاء في نهاية كل سنة.

1-1-4 المؤسسات العامة: هي المؤسسات التي تعود ملكيتها للدولة فلا يحق للمسؤولين عنها التصرف بها كيف ما شاءوا ولا يحق لهم بيعها او إغلاقها إلا إذا وافقت الدولة على ذلك.

1 -2 تصنيف المؤسسات حسب النشاط الاقتصادي:

1-2-1 المؤسسات الفلاحية: تضم المؤسسات المتخصصة في النشاطات المرتبطة بالأرض والموارد الطبيعية.

1-2-2 المؤسسات الصناعية: تختص اساسا في تحويل المواد الأولية إلى منتجات قابلة للاستهلاك النهائي أو الوسيط.

1-2-3 المؤسسات الخدماتية: وهي ذات انشطة مختلفة وواسعة وتشمل مؤسسات النقل، البريد والمواصلات، المؤسسات الجامعية، البنوك، المؤسسات المالية، التجارة، الصحة، الاشهار، المؤسسات الحرفية ومؤسسات الضمان الاجتماعي.[1]

1-3 تصنيف المؤسسات حسب الحجم:

1-3-1 مؤسسات صغيرة جدا او مصغرة جدا – مؤسسات متوسطة

1-3-2 مؤسسات صغيرة

1-3-3 مؤسسات كبيرة.

[1] حمزة بوكفة، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة أم البواقي، الجزائر، 2008، ص 10.

2- خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تحمل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مجموعة من الخصائص والميزات التي أهلتها لتأخذ دور مهم في النشاط الاقتصادي، والتي جعلت العديد من الدول تولى الاهتمام بهذا النوع من المؤسسات، وسوف نقوم بإبراز أهم هذه الخصائص في النقاط التالية: [1]

- ✓ القدرة على التفاعل بمرونة وسهولة مع متغيرات الاستثمار، أي التحول إلى انتاج سلع وخدمات أخرى تتناسب مع متغيرات السوق ومتطلباته؛
- ✓ ارتفاع جودة الإنتاج: بالنظر لاعتماد المنشآت الصغيرة على مجالات عمل متخصصة ومحددة فإن إنتاجها يتسم في الغالب بالدقة والجودة لأن الجودة والدقة هما قرينة التخصص وتركيز العمل، ذلك لأن العمل في المؤسسات الصغيرة يعتمد على المهارة الحرفية وتصميم الإنتاج وفقا لأذواق المستهلكين وتبدلاتها في المدى القصير؛
- ✓ التنظيم: لا تعتمد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على كثافة التنظيم المتسم بالتعقيد البيروقراطي الذي يتطلب مستويات متعددة مثلما نجده في المؤسسات الكبيرة الذي قد يكون عنصر معرقل للسير الحسن للتنظيم؛
- ✓ تعتمد المنشآت الصغيرة على الخامات المحلية، وتحصل عليها إما من المنتجين مباشرة في حالة القرب من مراكز الإنتاج، أو من الموردين والوسطاء في الأسواق؛
- ✓ لا تتطلب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كوادر إدارية ذات خبرة كبيرة مما ينعكس على تكلفة الإنتاج، كما أن هذه المؤسسات تستعمل طرق تسيير غير معقدة وبسيطة فرئيس المؤسسة يتدخل في كل ميادين التسيير ويمثل المحور الأساسي في كل القرارات المتعلقة بالتنظيم والتسيير؛
- ✓ انخفاض حجم رأس مالها مقارنة بالمشروعات الكبيرة، الأمر الذي ينسجم مع رغبة بعض المستثمرين الذين يملكون مدخرات قليلة ويرغبون في الاشراف المباشر على استثماراتهم دون اللجوء إلى المشاركة مع الآخرين؛ [2]

---

[1] كتوش عاشور، طرشي محمد، تنمية وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، ملتقى دولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، 17 و18 أفريل 2006، ص 1034-1035

[2] هنادي نظير، مرجع سابق، ص20.

- ✓ انخفاض تكلفة العمالة: فالمؤسسات الصغيرة تستخدم تقنية إنتاجية أقل تعقيدا أو أقل كثافة رأسمالية وبالتالي تملك القدرة على امتصاص ولاسيما وأن انخفاض تعقيد التقنية فيها يجعل التدريب على استخدامها أكثر يسر؛[1]
- ✓ سهولة القيادة والتوجيه وتحديد الأهداف الواضحة للمشروع بسهولة إقناع العاملين وبالأسس والسياسات والنظم التي تحكم المشروع؛ [2]
- ✓ الفعالية والكفاءة: تتجلى فعالية كفاءة هذه المؤسسات في قدرتها على تحقيق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية لمالكها وإشباع رغبات واحتياجات العملاء بشكل كبير. [3]

ونستنتج أن هذه الخصائص هي التي تجعل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بهذا القدر من الأهمية اقتصاديا واجتماعيا.

[1] هنادي نظير، مرجع سابق، ص 20

[2] سامية عزيز، مرجع سابق، ص 79.

[3] نفس المرجع، ص 79.

المبحث الثاني: أهمية وآلية انشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومصادر تمويلها

للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة أهمية بالغة في الاقتصاد، وسنتطرق في هذا المبحث المكانة التي أصبحت تحتلها هذه المؤسسات، آلية انشائها ومصادر تمويلها.

المطلب الأول: أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تتجلى أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فيما يلي: [1]

1- مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في توفير فرص العمل للشباب والكوادر الفنية والحرفية المتوسطة بكلفة استثمارية منخفضة، حيث تمثل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نسبة تجاوزت 90% من عدد المشروعات الاقتصادية الموجودة في العالم، وتشغل ما بين 50 %و60 %من إجمالي قوة العمل وتوفر الصناعات الصغيرة والمتوسطة نحو 70 %من فرص العمل في دول الاتحاد الأوربي؛

2- تساعد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حل مشكلة ندرة رأس المال في معظم الدول النامية، فهي تخفض التكلفة الاستثمارية اللازمة في المتوسطة لخلق فرص العمل، حيث أتثبت الدراسات أن متوسط تكلفة فرصة العمل من الاستثمار في الصناعات الصغيرة تقل ثالث مرات عن متوسطة تكلفة فرصة العمل في الصناعات الكبيرة؛

3- مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في دعم صادرات الدولة، حيث تلعب دورا مهما من خلال سد جزء من حاجات الطلب المحلي، وبالتالي إتاحة فرصة أكبر لتصدير إنتاج المؤسسات الكبيرة.

4- مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الإقليمية كونها تتميز بالقدرة على الانتشار الجغرافي، ويرجع ذلك إلى تمتع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمرونة أكبر في اختيار أماكن توطنها؛

5- مصدر مهم للتجديد والابداع : والمقصود به العمليات التطويرية وتحسينية أو الإبداعية التي يقوم بها أصحاب المؤسسات المصغرة والصغيرة على منتجاتهم، حيث أن نسبة التجديد والتحديث في منتجاتهم تكون أكبر من المؤسسات الأخرى، وهذا بهدف زيادة الربحية، فالمؤسسات الكبيرة تركز على إنتاج السلع ذات الطلب الثابت، وتترك المؤسسات المصغرة والصغيرة المجازفة لمحاولة إيجاد سلع وخدمات جديدة، الأمر الذي قد يلحق بالمؤسسة خسائر إن لم تحقق منتوجاتها نجاحا نظرا لانخفاض نسبة رأس مال المؤسسات المصغرة، وتتولى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عملية الإنتاج وتحويل

[1] لخضر محمد عبد القادر عيسى، عائشة محمد حسن العربي، مرجع سابق، ص 271.

الأفكار الجديدة إلى سلع أو خدمات إذا توفرت لديها رؤوس الأموال الضرورية لذلك، أو تبيع الأفكار كبراءات اختراع لمؤسسات كبيرة؛ [1]

6- دعم الشركات الكبيرة: يمكن للمنشآت الصغيرة والمتوسطة القيام بدور فعال في دعم الكفاءة الإنتاجية للشركات الكبيرة، ومن ثم رفع معدلات النمو الاقتصادي وذلك من خلال تغذية الشركات الكبيرة بالعمالة المهرة والمساهمة في خفض تكاليف الإنتاج وزيادة القيمة المضافة؛ [2]

7- دعم المناخ التنافسي: يمكن للمنشآت الصغيرة والمتوسطة المساهمة في دعم وعودة المناخ التنافسي بين المؤسسات الذي هو أساس أي تقدم صناعي والذي تسبب غيابه في ضعف الأداء الاقتصادي والصناعي. [3]

المطلب الثاني: آلية إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

يجب المرور بعدة مراحل لإنشاء مؤسسة صغيرة أو متوسطة، ومن أهم هذه المراحل نذكرها فيما يلي:

1- تكوين المالك أو المسير:

يعتبر تكوين المالك أو المسير من أهم المراحل المتبعة في عملية إنشاء المؤسسة، لاستيفاء بعض الشروط اللازمة لتجسيد هذا المشروع، ويظهر ذلك جليا من خلال الاستعداد النفسي والمعنوي والمادي للمسير، فهذا الاستعداد هو الذيّ يشكل إحدى مصادر النجاح أو الفشل للمشروع المراد تحقيقه، ولضمان نجاح المشروع توجد هناك بعض المميزات والخصائص التي يجب أن تتوفر في صاحب المشروع من بينها:

1-1 ترتيب الملاك أو المسيرين وفق تصرفاتهم:

يوجد نوعين أساسيين من الملاك أو المسيرين هما:

1-1-1 المالك أو المسير ذو العقلية الحرفية، الذي يتميز بعقلية مقاولتية ضعيفة، كما أنه ذو كفاءة تقنية عالية، ويتميز بتصرفات صارمة اتجاه مستخدميه.

[1] إلياس غقال، مرجع سابق، ص 71.
[2] أحمد عبده الصباغ، مرجع سابق، ص 29.
[3] نفس المرجع، ص 33.

2-1-1 المالك أو المسير ذو العقلية الانتهازية الذي يتميز بعقلية مقاولتية معتبرة، كما له عدة تجارب مهنية في ميادين مختلفة، ويتميز بصفات أكثر مرونة مع مستخدميه.

2-1 تكوين المالك أو المسير:

عدم ضمان تكوين للمالك أو المسير يؤدي به إلى الاستشارة الخارجية، التي تعتبر مشكلا يمكنّ تفاديه بالتكوين، لأن النقص في التكوين يؤدي إلى نتائج سلبية على انطلاقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ومن بين هذه النتائج[1]:

- ✓ النقص في التنظيم؛
- ✓ عدم القدرة على قيادة مجموعة من الأشخاص؛
- ✓ عدم القدرة على التسيير؛
- ✓ رفض دائم لاقتسام المسؤوليات.

تتمثل المميزات الأساسية للإداري الأمثل أو أهم الصفات التي يجب أن يتوفر عليها المالك أو المسير فيما يلي:

- ✓ القدرة على التنبؤ ورفع التحديات؛
- ✓ القدرة التصورية، قدرات تحليلية، تحديد الأهداف، التنسيق ودراسة المعلومات؛
- ✓ القدرة على خلق مناخ جيد للعلاقات الجماعية والقدرة على الإنصات لأفراد المؤسسة؛
- ✓ تنظيمّ جد مدروس للعمل وقبول المناقشة؛
- ✓ القدرات التقنية، معرفة نشاط المؤسسة ومعرفة المنتجات الملائمة.

2- الحصول على الفكرة لإنشاء المؤسسة وكيفية تطويرها:

تبدأ معظم المشروعات الصغيرة والمتوسطة بإمعان الفكر الاستراتيجي والتخطيط الدقيق من خلال ما يلي:

[1] زويتة محمد الصالح، أثر التغيرات الاقتصادية على ترقية قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2007، ص 30.

2-1 إيجاد الفكرة لإنشاء مؤسسة صغيرة ومتوسطة:

لأن صاحب المشروع يمر أولا بمرحلة حاسمة والمتمثلة في وضع الأسس الأولى المسطرة، ولذلك يجب علينا إيجاد الإجابة على الأسئلة التالية:

- ✓ هل الوسائل موجودة لتحقيق ذلك؟ وكيف يمكن أن تتحقق المشاريع؟
- ✓ ما هي الإمكانية للنجاح في ظروف اقتصادية متقلبة ومتغيرة؟

2-2 تطوير الفكرة:

هذه المرحلة مكملة للمراحل السابقة، فهي تجسد مسار المقاول المنشئ للمؤسسة، فهي تقوم أساسا على قدرة المالك أو المسير على جمع المعلومات والمعطيات الضرورية الخاصة بالنشاط المعهود للمؤسسة المراد إنشاءها، وكذلك خصوصيات المحيط المباشر لهذه المؤسسة.

2-3 التمويل:

من أكبر المشاكل التي قد تواجه صاحب المشروع، لأن معظم البنوك التجارية والمؤسسات المالية لا تظهر الرغبة في تمويل المشاريع الصغيرة سواء عند نشأتها أو توسعها أو حتى من خلال نشاطها الإنتاجي، لذلك تقتضي عملية الحصول على القروض والمساعدات اللازمة جهدا كبيرا فيما يخص اختيار البنك ووضع رزنامة عمل تسمح بإقامة مفاوضات معه.

3- الإجراءات القانونية:

إن أي نشاط اقتصادي لا يبدأ في العمل إلاّ بعد وضع الإطار القانوني للمؤسسة وكذلك مسارها القانوني أيضا كما يلي[1]:

[1] زويتة محمد صالح، مرجع سابق، ص 31.

3-1 وضع الإطار القانوني:

قبل أن تنطلق المؤسسة في العمل، يجب الانتهاء من الشكليات القانونية خاصة القيد في السجل التجاري، فالمؤسسة الصغيرة والمتوسطة تتميز بالشخصية المعنوية القانونية مثل كل هوية اقتصادية، ويجب أن تبين الشكل التنظيمي لهذه المؤسسة شركة أشخاص أو شركة رؤوس أموال.

3-2 المسار القانوني:

حتى يتخذ المسار القانوني مجراه العادي، يجب المرور ببعض الخطوات المهمة والتي تتمثل في اللجوء إلى الموثق لتحرير وإمضاء العقد، وكذلك عملية القيد في السجل التجاري، ويتم تقييد المسير، تحديد مسؤولياته وتسيير الشركة -حسب القانون التجاري للبلاد- والذيّ ينظم المسار القانوني للمؤسسة.

4- انطلاق النشاط الاقتصادي:

عند انطلاقة المؤسسة في العمل يجب أن تأخذ بعين الاعتبار بعض الأولويات من بينها:

4-1 الطلبيات الأولى: وذلك بتجسيد الاتصال مع الزبائن والموردين، حتى يضمن الحصول على الطلبيات الأولى، ويتم تجسيد العلاقة مع الزبائن والموردين كما يلي[1]:

- ✓ وضع الأدوات الترويجية للسياسة التجارية؛
- ✓ كتابة النصوص التقنية أو الاشهارية؛
- ✓ زيادة أكبر عدد من الزبائن وتجسيد العلاقة مع الموردين من خلال:
- ✓ تبادل لرسائل تأكيد الأسعار وللشروط ولآجال التسليم؛
- ✓ إعطاء النصائح القيمة والأفكار الجديدة.

4-2 وضع وسيلة العمل: وهذا يعني امتلاك وسائل الإنتاج، وكذلك التنظيم الداخلي للمؤسسة الذي يجب أن يقوم بتوزيع المهام والتنظيم العام للعمل وكذلك توظيف العمال والتنظيم المحاسبي.

[1] زوينة محمد صالح، مرجع سابق، ص 32.

5- تأمين المؤسسة:

عند القيام بأي نشاط يجب أن يكون هناك تأمين ضد الأخطار، وفي بعض الحالات يكون التأمين إجباريا، بمقتضى القانون فهو يحمي العلاقات المهنية، ويريح أيضا المؤسسة اتجاه العملاء

المطلب الثالث: مصادر تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تتمثل مصادر تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فيما يلي: [1]

1- التمويل من المصادر الداخلية:

تعتمد المؤسسات المتوسطة والصغيرة والمصغرة كغيرها من المؤسسات على مصادرها الداخلية قبل لجوئها إلى المصادر الخارجية، وتتمثل المصادر الداخلية فيما يلي:

1-1 رأس المال (الأموال الشخصية):

ويسمي أيضا بالأموال الخاصة ويتكون من الأموال الشخصية التي يحصل عليها صاحب المشروع من خلال علاقاته مع المحيط مثل العائلة والأصدقاء إضافة إلى مساهمة الشركاء، ويكون هذا الجزء من الأموال ضروري في مرحلة الانطلاق والنمو، وهو أيضا عامل مهم لأن المساهمة الشخصية تترجم ثقة صاحب المشروع في مشروعه كما تحافظ على استقلاليته المالية.

1-2 التمويل الذاتي:

يعتبر التمويل الذاتي من أهم مصادر التمويل الأكثر استعمالا من طرف المؤسسة وذلك للمرونة في هذا النوع من التمويل وذلك لتلبية الاحتياجات التمويلية وكذا جاهزيته عند الطلب، فالتمويل الذاتي يمثل الفرق بين صافي التدفقات النقدية كمداخيل بعد تخفيض التكاليف للمؤسسة خلال السنة و قيمة الأرباح الموزعة على المساهمين ، الاهتلاكات والمؤونات التي تذخرها المؤسسة لمواجه المخاطر المستقبلية، ويعتبر التمويل الذاتي من أهم مصادر التمويل الداخلي و بديلا تمويليا أمام المؤسسة لشراء أصول جديدة ودون الحاجة إلى الاقتراض من المصادر الخارجية.

---

[1] مشري محمد الناصر، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمصغرة في تحقيق التنمية المحلية المستدامة، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر، 2011، ص 23.

يكمن الفرق بين التمويل عن طريق رأس المال (الأموال الخاصة) والتمويل الذاتي هو أن النوع الأول يكون في بداية نشاط المؤسسة أي عند تأسيس المؤسسة، أما النوع الثاني من التمويل الداخلي – التمويل الذاتي – فانه يتم خلال دورة حياة المشروع أو المؤسسة أي بعد مرحلة التأسيس والانطلاق.

2- التمويل من المصادر الخارجية:

عادة لا تستطيع المؤسسات المتوسطة والصغيرة والمصغرة تغطية كل احتياجاتها التمويلية من المصادر الداخلية لذلك فهي تلجأ إلى المصادر الخارجية والمتمثلة فيما يلي: [1]

2-1 الائتمان التجاري: حيث يعتبر الائتمان التجاري نوع من أنواع التمويل القصير الأجل، الذي تحصل عليه المؤسسات المتوسطة والصغيرة والمصغرة من الموردين، وهي تمثل قيمة المشتريات الآجلة للبضائع والمواد الأولية التي تتحصل عليها المؤسسة من الموردين، وبالتالي فانه يعتبر مصدرا آليا للتمويل لأنه مرتبط بالتغير في حجم المشتريات، ولكن رغم ذلك فيمكن أن يصبح هنا التمويل مكلفا جدا بالنسبة للمؤسسة المقترضة إذا لم تقم بتسديد قيمة المشتريات في الآجال المحددة، مما يسيء إلى سمعتها في السوق.

2-2 الائتمان المصرفي: وهو يمثل القروض القصيرة الأجل عامة التي تتحصل عليها المؤسسة من البنوك لتمويل احتياجاتها القصيرة الأجل والقروض المتوسطة والطويلة الأجل لتمويل استثماراتها، ويتمثل الائتمان المصرفي في تلك الثقة التي يوليها البنك للمؤسسة بوضع تحت تصرفها مبلغ من المال أو تقديم تعهد من طرفه لفترة محددة يتفق عليها الطرفين، ويقوم الطرف المقترض في نهاية الفترة بالوفاء بجميع التزاماته وذلك لقاء فائدة يتفق عليها الطرفين ويحصل عليها البنك.

2-3 التمويل من المصادر الخارجية الغير رسمية: يعتبر هذا النوع من التمويل من أكثر المصادر شيوعا لتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وخاصة في الدول النامية، وذلك بسبب التعقيدات التي يجدها أصحاب المؤسسات المتوسطة في الحصول على التمويل من الجهات الرسمية، والتمويل الغير رسمي هو ذلك التمويل الذي يتم من خلال قنوات تعمل غالبا خارج الإطار القانوني للدولة، حيث يأخذ هذا التمويل مجموعة من الأشكال كالتمويل من الأصدقاء والأقارب، جمعيات تناوب الادخار والائتمان وغيره من الأشكال الأخرى.

[1] مشري محمد الناصر، مرجع سابق، ص 24.

2-4 التمويل عن طريق مؤسسات المتخصصة في الدعم والجمعيات المهنية: رغبة من الحكومة في ترقية وتنمية قطاع المؤسسات المتوسطة والصغيرة والمصغرة قامت هذه بإنشاء مجموعة من المؤسسات والهيئات الحكومية بالإضافة إلى الجمعيات المهنية التي تسعى إلى تزويد هذا النوع من المؤسسات بالدعم والمساعدات المالية والفنية، وذلك بغية التقليل من حالات عدم التأكد في البيئة الخارجية المالية والقانونية للمؤسسات المتوسطة والصغيرة والمصغرة.

2-5 عقود تحويل الملكية: الذي يعبر عن قيام المؤسسات المالية بشراء أو خصم ديون المؤسسات التجارية التي تعمل في حقل السلع الاستهلاكية، أو قيام البنوك التجارية بشراء حسابات المدينين كالسندات والفواتير الموجودة لدى المؤسسات التجارية أو الصناعية والتي تتراوح مدتها بين 30-120 يوم، والهدف من هذه العملية هو توفير السيولة النقدية بشكل مستمر.

المبحث الثالث: عوامل نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مشاكلها وتحدياتها

تتعقَّد وتتنوع المشكلات والتحديات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وبالأخص في الدول النامية، وفي هذا المبحث نتطرق لعوامل نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، العوائق ومشاكلها وأخيرا التحديات التي تواجهها هذه المؤسسات.

المطلب الأول: عوامل نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

في دراسة عملية شملت 400 مؤسسة في الرياض دامت 4 سنوات، سئل المؤسسون عن الخدمات التي يريدون أن يستفيدوا منها عند بداية مشروعاتهم لمساعدتهم على النجاح:[1]

- ✓ 70% من المؤسسين اعتبروا توفر وسائل التمويل هو سبب مهم للنجاح، ويكاد يكون هذا السبب حديث العامة ومحور النقاش حول سبل دعم المؤسسات الصغيرة
- ✓ 40% من المؤسسين اعتبروا أن مؤسسات التسويق مهمة في تحقيق العائد المالي، ومصطلح التسويق يستخدم لوصف عمليات الترويج، الدعاية والإعلان والبيع خارج نطاق المؤسسة
- ✓ 55% من المؤسسين اعتبروا توفر العمالة هو شرط أساسي لنجاح مشاريعهم الناشئة.

[1] بن حراث حياة، حميداتو نصر، العوامل المؤثرة في نجاح وفشل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل التحديات المعاصرة، الملتقى الوطني حول إشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، الجزائر، يومي 07/06 ديسمبر 2017، ص 11.

وبالتالي فإن عوامل نجاح المؤسسات يتمثل في التمويل، التسويق وتوفر اليد العاملة، بالإضافة إلى عوامل أخرى تتمثل في عوامل مرتبطة بمالك أو مدير المشروع وعوامل مرتبطة بالأنشطة الإدارية والوظيفية داخل المؤسسة.

1- العوامل المرتبطة بالمدير أو المالك:

خلال 3 سنوات الأولى من عمر المشروع لا بد أن تتوفر لدى المالك مجموعة من العناصر والمتمثلة في: [1]

- ✓ الثقة بالنفس والتفرغ الكامل للعمل؛
- ✓ العمل بجد لفترة طويلة خلال اليوم مع القدرة على التوقف عن العمل في الوقت المناسب؛
- ✓ المعرفة السابقة لطبيعة المنتجات، أو الخدمات التي سيتم التعامل معها؛

بالإضافة إلى بعض الخصائص التي لا يجب أن يهملها رجل الأعمال الناجح والمتمثلة في:

- ✓ الصحة، الحس الجيد بالزمن، الثقة، الابتكار، الاستقلالية، الأخلاق، التكيف، الحكم الرشيد، الرؤية المستقبلية؛
- ✓ السن الذي يلعب دورا في الحياة العملية الذي يتراوح بين 30 و50 سنة؛
- ✓ الخبرة المهنية في مجال الأعمال، مع توفر خبرة إدارية حتى يتمكن من إنجاز مختلف المهام الإدارية؛
- ✓ الاستراتيجية وتفويض المهام الروتينية للسلطة.

2- العوامل المرتبطة بالأنشطة الإدارية والوظيفية:

من بين أهم العوامل التي بإمكانها إنجاح أي مشروع ضرورة الاهتمام بالوظائف الإدارية والمتمثلة في التخطيط، التنظيم، القيادة، التحفيز، الاتصال، الرقابة، التقييم والتقويم، باعتبارها أساس تحقيق أهداف منظمات الأعمال، بالإضافة إلى بعض العناصر المرتبطة بالتشغيل كالقدرة على ابتكار تكنولوجيا إنتاج جديدة تختصر في الوقت وتقلل من التكاليف وتزيد في الجودة، أو توفير الظروف الملائمة للتكيف مع التكنولوجيا الجديدة، أو القدرة على توفير العمالة المناسبة عند مستوى أجور تنافسية، كل هذه الأمور عليها أن تتجسد ضمن استراتيجية واقعية وواضحة خاصة لما تكون مرتبطة بالسوق، أي توفر ميزة تنافسية. [2]

---

[1] بن حراث حياة، مرجع سابق، ص 11.

[2] بن حراث حياة، حميداتو نصر، مرجع سابق، ص 12.

المطلب الثاني: المشاكل التي تواجهها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تتمثل المشاكل التي تواجهها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فيما يلي: [1]

1- مشاكل متعلقة بالمحيط الداخلي:

1-1 مشاكل تتعلق بالموارد البشرية:

من بين أهم هذه المشاكل نجد:

- ✓ عدم كفاءة الإدارة: كون أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تدار بواسطة صاحبها الذي يتخذ جميع القرارات الهامة، وهذا الاعتماد المباشر على صاحب المؤسسة هو في جميع النواحي الإدارية، يعاب عليه أن قدرة الشخص الواحد محدودة غالبا، حيث يعتمد صاحب المؤسسة على الخبرة والفطرة، وهما عاملان ينقصهما الكثير بالنسبة للنواحي الإدارية، وبذلك لا تتوافر الخبرة الإدارية الكافية؛
- ✓ نقص التسيير: حيث إن ضعف التسيير وعدم فعاليته في مختلف المستويات يرجع بالأساس إلى افتقار معظم المسيرين للتفكير الديناميكي، الذي يمكن من إحداث التغيير المناسب باستخدام الأساليب والمناهج الإدارية الحديثة.

1-2 مشاكل تتعلق بالمواد الأولية:

من بين أهم المشاكل التي تعاني منها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المتعلقة بالمواد الأولية نجد:

- ✓ المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تستفيد من الامتيازات والخصومات التي تمنح عند شراء بعض المواد الأولية لاحتياجاتها المحدودة؛
- ✓ وجود مشاكل تتعلق بالحصول على المواد الأولية نتيجة لقصور في التمويل؛
- ✓ عدم وجود أجهزة مختصة تتولى القيام بعمليات الاستيراد لصالح هذا النوع من المؤسسات.

1-3 مشاكل فنية واستشارية:

والتي تتمثل أهمها فيما يلي:

[1] لخضر محمد عبد القادر عيسى، عائشة محمد حسن العربي، مرجع سابق، ص 271.

- ✓ الموقع غير الملائم: حيث تعتبر عملية اختيار الموقع الملائم للمؤسسة مزيجا من العلم والفن، فعملية اختيار الموقع من الأمور الهامة؛
- ✓ عدم القدرة على التحول: حيث إنه بعد بداية العمل بفترة ونموه؛ فإن ذلك يتطلب أسلوبا إداريا مختلفا، فالسياسات التي كانت مناسبة وأدت إلى تحقيق الأرباح في بداية العمل تصبح غير مناسبة بتوسيع العمل ونموه أو تصبح الإدارة غير فعالة، فالنمو يتطلب تفويضا للصلاحيات وهذا ما يرفضه العديد من أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

2- مشاكل متعلقة بالمحيط الخارجي:

2-1 المشاكل المتعلقة بالعقار الصناعي:

غالباً ما يجد المستثمر الجديد صعوبة كبيرة في إيجاد المكان الدائم والمناسب لإقامة المؤسسة بسبب ارتفاع أسعار العقار أو انعدامه أو عدم ملائمته.

في البلدان النامية لا تتولى الحكومات إقامة مناطق مهيأة خاصة لأغراض الصناعة مكتملة البنية التحتية بالخدمات الأساسية لإقامة المؤسسات المعنية، ومن ثم العبء الأكبر في تدبير المكان الملائم والأبنية يقع على عاتق المستثمر نفسه، مما يتطلب منه تجميد جزء من رأسماله، هذا بالإضافة إلى بعض الصعوبات الأخرى:

- ✓ طول مدة منح الأراضي (العقار) المخصصة للاستثمار؛
- ✓ الرفض دون مبرر في كثير من الأحيان لعدد من الطلبات؛
- ✓ ارتفاع أسعار الأراضي والمباني أو انعدامها أو عدم ملازمتها.

وكذلك عدم توفر مناطق صناعية مجهزة بالمستلزمات الأساسية المطلوبة لتشجيع الاستثمار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على تقليل تكاليف الإنتاج مثل الطاقة الكهربائية والطرق ووسائل الاتصال، حيث لا تلبي مثل هذه القضايا الحد الأدنى المطلوب للمؤسسة، ناهيك عن ارتفاع التكاليف التأسيسية وعلى وجه الخصوص أسعار الأراضي في المناطق الصناعية. [1]

2-2 المشاكل المتعلقة بالجانب التمويلي:

[1] شعيب أتشي، مرجع سابق، ص 29.

تلجأ المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مؤخرا وبشكل كبير بفعل ضغوط الأزمة الاقتصادية، أو بفعل الحاجة إلى التطور؛ لمصادر التمويل الخارجية، حيث أدى هذا إلى ارتفاع حاد في ديونها مما ضاعف الأخطار والتهديدات عليها، وعموما يمكن اختصار المشاكل التمويلية المتعلقة بها فيما يلي:

- ✓ مشاكل تتعلق بتمويل التوسعات الاستثمارية في مرحلة النمو السريع للمشروع؛
- ✓ مشاكل تتعلق بالضمانات الكبيرة التي تطلبها الجهات الممولة أو المانحة للائتمان، فضلا عن عبئ الفوائد.

2-3 المشاكل الإدارية:

والتي تتركز في: [1]

- ✓ غياب الهياكل التنظيمية والإدارية واللوائح الداخلية المنظمة لعمل كافة المفاصل الوظيفية وعدم تحديد المسؤوليات؛
- ✓ صعوبة توفير برامج التدريب المناسبة؛ نظرا لضعف الإمكانيات المادية، وعدم قناعة الإدارات بجدوى التدريب.

[1] لخضر محمد عبد القادر عيسى، عائشة محمد حسن العربي، مرجع سابق، ص 272.

2-4 المشاكل التسويقية:

تتمثل في مشاكل تسويق داخلية ومشاكل تسويق خارجية: [1]

2-4-1 مشاكل التسويق الداخلية:

- ✓ افتقار المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للمهارات التسويقية، الأمر الذي يجعلها تعتمد على الوسطاء في تسويق منتجاتها، مما يجبرها أحيانا على قبول شروط أو مزايا غير التي تسعي إلى تحقيقها؛
- ✓ عدم قدرا على مسايرة التغيرات في اتجاهات السوق، مما يعرضها إلى خسائر مفاجئة نتيجة لحدوث تطورات سريعة وغير متوقعة في السوق؛
- ✓ افتقار الكثير من هذه الصناعات للمفاهيم الأساسية للجودة، مما يؤدي إلى تسرب منتج معيب للسوق بالشكل الذي يقلل من فرصة المنتجات في المنافسة وفتح الأسواق أمامها.

2-4-2 مشاكل التسويق الخارجية:

- ✓ عدم دراسة أصحاب هذه المؤسسات للأسواق الخارجية، من حيث حجم وطبيعة هذه الأسواق وطبيعة المنافسة التي تواجه منتجاتها، لتعدد الدول التي تتعامل في الأسواق الخارجية؛
- ✓ عدم الاهتمام بتطوير المنتجات بما يتناسب مع أذواق المستهلكين، حيث يظل المنتج يصنع بنفس المواصفات لفترة طويلة دون إجراء أي تعديل أو تطوير ؛
- ✓ عدم وجود نظام لربط الموزعين بالخارج بالمنتجين في الداخل؛
- ✓ صعوبة المشاركة في المعارض الأجنبية، وعدم القدرة على القيام بعمليات الدعاية والإعلان الكافية في الخارج، نتيجة ارتفاع تكاليف هذه العمليات؛
- ✓ تحرير التجارة في ظل اتفاقيات المنظمة العالمية للتجارة ومنافسة العديد من البدائل المستوردة لمنتجات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المحلية، وما لم تحسن هذه المؤسسات من جودة منتجاتها وتعمل على تخفيض أسعارها، سيقبل المستهلكون على البدائل المستوردة الأقل ثمنا بالمقارنة بأسعار المنتجات

[1] فارس طارق، دور ومكانة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وسبل ترقية قدرتها التنافسية، مذكرة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر، 2018، ص 46-47.

المحلية، ومن ثم تجد هذه المؤسسات نفسها مضطرة إلى تخفيض إنتاجها وربما التوقف عن الإنتاج، إذا لم تستطيع أن تواجه هذه المنافسة[1].

المطلب الثالث: التحديات التي تواجهها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

ساهمت التغيرات التي مست الأنظمة والأدوات الاقتصادية في العقد الأخير إلى ظهور جملة من التحديات التي تواجهها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خاصة في الدول النامية وتتمثل في:[2]

1- ثورة المعلومات:

تميز النظام الاقتصادي العالمي الجديد بوجود ما يطلق عليه باسم الثورة الصناعية الثالثة، والتي تمثل ثورة علمية في المعلومات والاتصالات والمواصلات، والتكنولوجيا الكثيفة المعرفة، وعليه فقد أصبحت ثورة المعلومات تمثل الأساس المادي للنظام الاقتصادي الجديد، إذ أنها تلعب دورا محوريا في تشكيله ومحرك التغيير في جميع أجزائه

والدلالة التي تعكسها مخرجات ثورة المعلومات بالنسبة لأسواق العالم هو تقارب هذه الأسواق بشكل كبير، وتغيير شكل الملكيات، وتشجيع الاندماجات بين الشركات الصغيرة في محاولة منها للاستجابة لمتطلبات البيئة العالمية، والتي من أهمها الإنتاج المتخصص بالحجم الكبير لتحقيق ما يطلق عليه وفورات الحجم أو الإنتاج الكبير، ومن ثمة تخفيض التكلفة وزيادة القدرة التنافسية عالميا.

2- التطور التكنولوجي:

لقد أدى التقدم التكنولوجي إلى تسهيل عمليات الاتصال والانتقال بين الدول وسرعة في أداء المعاملات الاقتصادية الدولية سواء التجارية أو المالية، كما أدى إلى تجاوز الحدود السياسية للدول، واتساع الأسواق بصورة جعلت المنتجات تأخذ الصفة العالمية، كما أدى إلى تشابه أنماط الاستهلاك في العالم بين شعوب مختلفة الثقافات، وهذه التطورات هي نتاج حقيقي لما يعرف بالثورة الصناعية الثالثة.

---

[1] فارس طارق، مرجع سابق، ص 47.

[2] برودي نعيمة، التحديات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية ومتطلبات التكيف مع المستجدات العالمية، الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، إشراف مخبر العولمة واقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، يومي 17 و18 أفريل 2006، ص 117.

كما أدى التقدم التكنولوجي بالمؤسسات للاهتمام بتنمية ونشر الأساليب الإنتاجية التي تعتمد على التكنولوجيا العالية بهدف الزيادة من جودة المنتجات، ورفع إنتاجية الأداء داخل المؤسسات، مما يحسن ويدعم المزايا التنافسية التي تتمتع بها مقارنة بالمنافسين.

3- عالمية الاتصال:

لقد أدى التقدم الفني في مجال الاتصالات والمواصلات، وتبادل المعلومات والتقنيات الحديثة والفضائيات إلى اختصار وتقليل المسافات هذا ما جعل العالم قرية صغيرة تلاشت فيها المسافات جغرافيا وحضاريا، وأصبحت الشركات والمؤسسات تعمل في بيئة عالمية شديدة التنافس، فالمنتج الذي يظهر في دولة ما نجده وفي نفس اللحظة يطرح في جميع أسواق دول العالم سواء من خلال الفضائيات والأقمار الصناعية، أو من خلال شبكات الانترنت.

4- عالمية التجارة:

سعت دول العالم إلى توسيع دائرة التجارة الدولية وجعلها عالمية وذلك من خلال إنشاء الاتفاقية العامة للتجارة والتعريفة الجمركية والتي حلت محلها منظمة التجارة العالمية في سنة 1995، والتي تهدف إلى تحرير التجارة العالمية، وبصفة أساسية تحرير تجارة السلع الزراعية والصناعية، وكذا تحرير الخدمات بالإضافة إلى الملكية الفكرية والاستثمار...

5- الخصخصة:

والتي تعني أن الإطار العام لمسيرة الاقتصاد العالمي في القرن الواحد والعشرين هو نظام شبه واحد قائم على عمل آليات السوق وفعاليات جهاز الثمن وتفاعل قوى العرض والطلب[1].

6- عالمية الجودة:

ترتب عن ازدياد المنافسة العالمية ظهور ما يعرف بمتطلبات الجودة، وذلك من أجل توجيه التجارة العالمية على نحو يحافظ على ارتقاء مستوى ما يتداول فيها، وبنشوء الجودة العالمية أصبحت كل شهادات الجودة الممنوحة من منظمات عالمية للتوحيد القياسي مثل مثابة جواز مرور دولي للتجارة العالمية، وبالتالي

[1] برودي نعيمة، مرجع سابق، ص 118.

أصبح بمقدور الدول الأعضاء في المنظمة أن تحد من دخول السلع والخدمات المتدنية الجودة إلى أسواقها دون أن يتعارض ذلك مع وثيقة المنظمة.[1]

7- التنمية المستدامة:

لقد أصبح التلوث من أخطر التحديات التي تواجه الشركات، إذ أصبح لزاما عليها ترشيد استخدامها للموارد، ووضع استراتيجيات خاصة لحماية البيئة من المخلفات الإنتاجية، واستخدام الموارد غير الضارة بصحة الأفراد، وكذا الحد من استعمال المركزات والألوان الصناعية إضافة إلى إعادة تدوير واستخدام المنتجات والمخلفات في الإنتاج من أجل تفادي تراكم النفايات والبقايا التي ثبت علميا أنها تؤثر على البيئة[2].

8- التكتلات الاقتصادية والاتجاه نحو الاندماج والاستحواذ:

تميزت الساحة العالمية بتوجه العديد من الدول للدخول في اتفاقيات اقتصادية وتكتلات لزيادة القوة التنافسية لهذه الدول، فالسوق الأوروبية الموحدة وبدء قيامها أغرى العديد من الدول للدخول في تكتلات لمواجهة الكيانات الاقتصادية الجديدة، كما تميز عالم الأعمال بزيادة التركيز على الاندماج أو الاستحواذ والتحالف، وقد يعكس هذا الاتجاه الرغبة في زيادة الموقف التنافسي للشركات عن طريق تجميع الموارد وزيادة الفاعلية والوصول إلى اقتصاديات الحجم المناسب. [3]

[1] مشري محمد الناصر، مرجع سابق، ص 42.

[2] برودي نعيمة، المرجع السابق، ص 118.

[3] مشري محمد الناصر، مرجع سابق، ص 119.

خلاصة الفصل:

تطرقنا في هذا الفصل الذي خصصناه للمفاهيم الأساسية حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى كل من: إشكالية تحديد المفهوم، تعريف، وخصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

كما تناولنا أهمية وآلية إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالإضافة إلى مصادر تمويلها، وأيضا عوامل نجاح مثل هذه المؤسسات، المشاكل التي تعاني منها والتحديات التي تواجهها.

واستنتجنا في الأخير بأنه وبالرغم من التضارب والاختلاف في الآراء حول تعريف موحد لهذه المؤسسات، إلا أن الباحثين والمختصين اتفقوا على أهمية ودور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في دعم وتنمية الاقتصاد العالمي، حيث تعتبر من أهم أعمدة اقتصاد الدول المتقدمة أو النامية، إلا أنها لم تسلم من المشاكل التي تواجهها وتعترض نشأتها ونموها، ولعل أبرزها صعوبة الحصول على التمويل وضعف القدرة التنافسية.

الفصل الثاني: واقع التصدير خارج المحروقات في الجزائر

الفصل الثاني: واقع التصدير خارج المحروقات في الجزائر

تمهيد:

يعتبر التصدير من بين أهم مقومات وأسس النمو، فكلما زادت صادرات الدولة على وارداتها تساهم في زيادة دفع معدلات النمو والتنوع في مصادر الدخل وتطوير الاقتصاد الوطني لتلك الدولة، حيث تعمل الصادرات على دفع عجلة التنمية الاقتصادية بتوفير مناصب الشغل أو بزيادة الرفاهية الاقتصادية من خلال زيادة إشباع حاجات الأفراد من السلع والخدمات.

ومثلت حالة التبعية النفطية وسيطرة صادرات المحروقات في الجزائر أثرا واضحا في التأثير على مسار التنمية، وأصبحت ظاهرة خطيرة تهدد الاقتصاد الوطني في ظل تذبذب وعدم الاستقرار في سعر هذه السلعة الذي تحدده الأسواق الخارجية المتقلبة، وبعد أزمة البترول وانهيار أسعارها سنة 1986، أصبح من الضروري اتخاذ إجراءات صارمة لتنويع وتنمية الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات.

وعليه من خلال ما سبق نتناول في هذا الفصل ثلاث مباحث تتمثل فيما يلي:

المبحث الأول: مدخل للتصدير

المبحث الثاني: الصادرات الجزائرية والعراقيل التي تواجهها

المبحث الثالث: التنويع الاقتصادي ودوره في تعزيز صادرات الجزائر

المبحث الأول: مدخل للتصدير

يكتسي التصدير أهمية بالغة لتأثيره على مداخيل الدولة من العملات الصعبة، وسنتطرق في هذا المبحث لمفهوم التصدير وأهدافه، أنواع التصدير وأهميته.

المطلب الأول: مفهوم التصدير وأهميته

للتصدير أهداف كثيرة من بينها تحقيق التنمية الاقتصادية، ومن خلال هذا المطلب نتطرق إلى مفهوم التصدير وأهميته

1- مفهوم التصدير

يعرف التصدير على أنه: "عبارة عن تسويق السلع والخدمات إلى البلدان الأجنبية مقابل الحصول على العملة الصعبة". [1]

ويعرف التصدير أيضا بأنه: "بيع سلعة معينة من مراكز إنتاجها إلى مراكز تسويقها، أو بتعبير آخر من أحد الأسواق التي تمثل السلعة فائضا من إنتاجها إلى السوق آخر تمثل نفس السلعة جزء من احتياجاتها".[2]

كما يعرف التصدير أنه: "بيع المنتجات التي صنعت أو حولت من منطقة ما إلى خارج الحدود الوطنية لتلك المنطقة، وهو يعبر عن قدرة الدولة وشركاتها على تحقيق تدفقات سلعية وخدمية ومعلوماتية ومالية وبشرية إلى دول وأسواق دولية أخرى، بغرض تحقيق أرباح، قيمة مضافة، توسيع ونمو، انتشار، توفير فرص عمل، والتعرف على ثقافات البلدان الأخرى والحصول على التكنولوجيا الجديدة وغيرها. [3]

ومن التعاريف السابقة يمكن القول إن التصدير هو عملية انتقال السلع أو المنتجات إلى دولة أخرى بمقابل الحصول عملة صعبة.

---

[1] خالد أحمد علي محمود، التجارة الدولية، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2019، ص 146.

[2] مصطفى محمود فؤاد، التصدير والاستيراد علميا وعمليا، الطبعة الثالثة، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 1993، ص 235.

[3] موسى سهام، استراتيجيات تطوير الصادرات كمدخل للريادة الاقتصادية، أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2018، ص38.

2- أهمية التصدير

تبرز أهمية التصدير من كونه لعب أدوار متعددة في مجال النمو والتنمية من خلال ما يلي: [1]

2-1 خلق فرص عمل جديدة:

للتصدير أهمية كبيرة في اقتصاديات مختلف الدول، ووسيلة فعالة في خلق فرص عمل جديدة، والنظريات الاقتصادية في عمومها تقترح بأن الصادرات تستخدم وبشدة عوامل الإنتاج بوفرة كبيرة وفي الاقتصاد الوافر بالقوة العاملة، لأن زيادة الصادرات تؤدي إلى زيادة الطلب على السلع المحلية والخدمات، تمكن هذه الأخيرة من النمو إلى أقصى كفايتها الإنتاجية، مما يؤدي إلى توظيف عدد كبير من العمال وبالتالي التقليل من نسبة البطالة.

ويؤكد الدور الهام الذي يمكن أن تلعبه الصادرات في توفير فرص العمل، أن كل مليار دولار من الصادرات يضيف نحو 270 ألف فرصة عمل جديدة. [2]

2-2 إصلاح العجز في ميزان المدفوعات:

تلعب الصادرات دورا مباشرا في معالجة الخلل في الميزان التجاري، وبالتالي ميزان المدفوعات باعتبارها أحد الموارد الرئيسية للنقد الأجنبي، مما يؤثر بصورة مباشرة على التوازن المالي والاستقرار النقدي للعملة المحلية وأسعار الصرف.

2-3 جذب الاستثمار المحلي والأجنبي:

يتضح من تجارب الدول الناجحة في التصدير أهمية دور الاستثمار كمحرك أساسي لنجاح عملية التصدير، حيث ترجع أهمية الاستثمارات المحلية والأجنبية إلى أن هناك علاقة تبادلية بينها وبين التصدير، فالاستثمار الأجنبي يأتي بالتكنولوجيا الحديثة والخبرة في الإدارة، بالإضافة إلى الارتباط بالأسواق العالمية، حيث يسمح تواجد رأس المال وتوافره بالتوسع في الإنتاج وتنوع المنتج وتحسين جودته، كما تساهم التكنولوجيا الحديثة في تطوير المنتج وخفض تكلفة الإنتاج

---

[1] بن لحرش صراح، تشجيع الصادرات خارج المحروقات، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2013، ص19-21.

[2] بن لحرش صراح، نفس المرجع، ص 20.

ومن ثم يمكن القول إن الاستثمار يسهم في زيادة الإنتاجية، وفي إنشاء صناعات جديدة وتحسين القدرة التنافسية للصناعات القائمة، وربط المنتجين المحليين بالأسواق الدولية، كما أن وجود قطاع تصديري قوي يعمل على جذب المزيد من التدفقات الاستثمارية التي تترجم في شكل زيادة في الصادرات الحسية والسلعية، وتقوم بدورها في جذب استثمارات جديدة.

2-4 تحقيق معدلات نمو مطردة:

إن الاهتمام بالصادرات ينبع من وجود تحد رئيسي يواجه الاقتصاد المحلي، وهو تحقيق معدلات نمو اقتصادية مطردة قادرة على خلق فرص عمل جديدة للحد من البطالة وتوفير مصادر للعملات الأجنبية، وعلى الرغم من أن هناك أساليب عديدة لتنويع مصادر العملات الأجنبية، إلا أنه لا يوجد سوى مصدر واحد وهو التصدير، قادر على خلق فرص عمل بالكم والاستمرارية المطلوبة لتحقيق معدلات نمو متواصلة ومرتفعة.

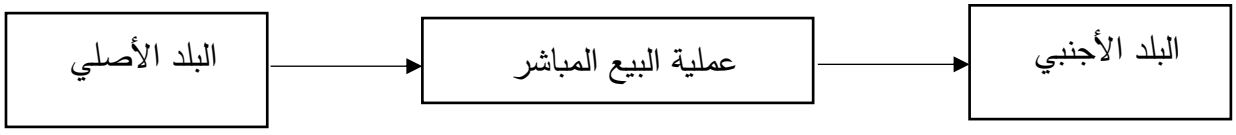
المطلب الثاني: أنواع التصدير

تتمثل أنواع التصدير فيما يلي:

1- التصدير المباشر:

التصدير المباشر هو تسويق السلع والخدمات والأفكار بين الشركات العالمية مباشرة دون وجود وسيط، بسبب وجود اتفاقيات وتفاهم مشترك[1]، حيث يعتمد على قدرة المؤسسة المنتجة للسلعة او المقدمة للخدمة نفسها في تصدير منتجاتها، معتمدة في ذلك على قنوات توزيع غير التي تستعملها في داخل الإقليم في الجهاز الإداري التسويقي المسؤول على تصريف المنتجات[2]، والشكل التالي يوضح عملية التصدير المباشر:

الشكل رقم (1): التصدير المباشر



[1] زكريا الدوري، أحمد على صلح، إدارة الأعمال الدولية، دار اليازوري للنشر، الأردن، 2009، ص 139.

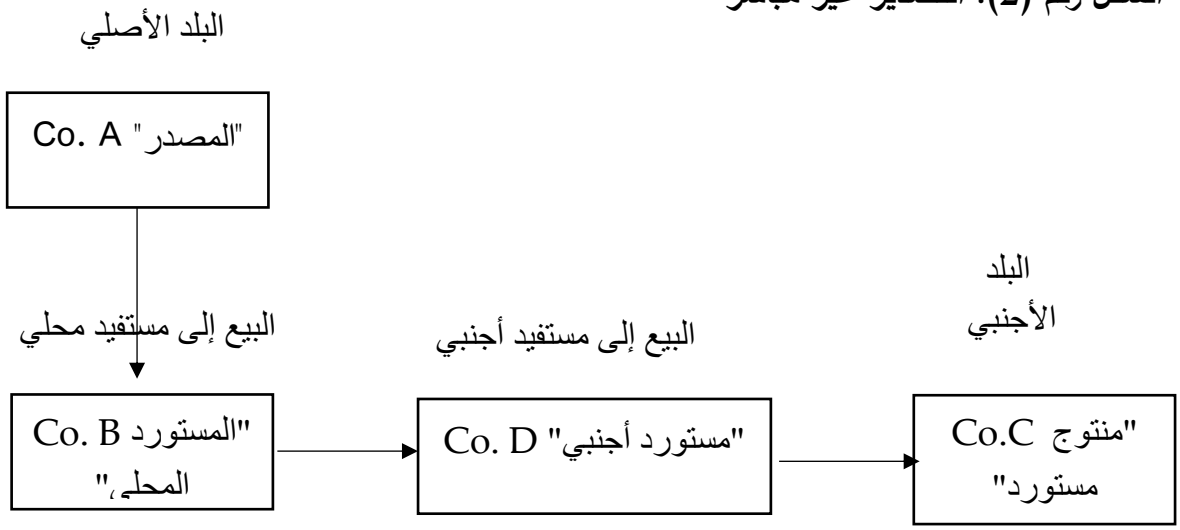
[2] بن شني عبد القادر، تسيير عمليات التجارة الدولية، مطبوعة بيداغوجية، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، الجزائر، 2022، ص 48.

المصدر: بن لحرش صراح، مرجع سابق، ص 22.

2- التصدير غير المباشر:

يعد التصدير الغير مباشر الأكثر شيوعا في اقتحام الأسواق الخارجية، ويقصد به ذلك "النشاط الذي يترتب على قيام مؤسسة ما ببيع منتجاتها إلى مستفيد محلي يتولى عملية تصدير المنتج إلى الأسواق في الخارج سواء كان المنتج في شكله الأصلي أو المعدل، والشكل التالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (2): التصدير غير مباشر



المصدر: بن لحرش صراح، مرجع سابق، ص23.

3- التصدير المشترك أو المنظم:

هو عبارة عن تضامن عدد من المصدرين ذوي اهتمام خاص أو مشترك للتصدير معا، فهو يشكل أسلوبا فريدا في تنظيم النشاط التصديري حيث تقوم الشركات الأعضاء بالاشتراك في تنظيم معين بهدف تحسين أنشطتها التصديرية، ويمكن أن يظهر هذا الأسلوب بأشكال قانونية: [1]

[1] موسى سهام، استراتيجيات تطوير الصادرات كمدخل للريادة الاقتصادية، أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2018، ص 48.

3-1 الاتحاد التصديري: يقوم على فكرة مفادها أن التعاون بين عدة شركات راغبة بالتصدير سيكون اقتصاديا أو أكثر فعالية ومنفعة من سلسلة من الأعمال الفردية، والهدف الأساسي هنا هو التصدير بكثرة أفضل من الاحتفاظ بالاستقلال المالي والقانوني للشركة.

3-2 **التصدير المحمول (الحضانة):** هو أسلوب بيع يتم فيه قيام شركة كبيرة تمتلك شبكة توزيع في دولة أو عدة دول أجنبية بوضع هذه الشبكة مقابل عمولة محددة لخدمة شركة صغيرة وحديثة التصدير وكذا إمكانات ضعيفة لا تمكنها بالقيام بالتصدير بمفردها.

المطلب الثالث: أهداف التصدير

للتصدير العديد من الأهداف نوجزها فيما يلي:[1]

1- الأهداف المرتبطة بالاستراتيجية التجارية: وتتمثل في:

- ✓ تجاوز السوق الوطنية المشبعة.
- ✓ توزيع جغرافي للمخاطر.
- ✓ التكيف مع المنافسة.
- ✓ التواجد في السوق الدولية.

2- الأهداف المرتبطة بالجانب المالي: وتتمثل في:

- ✓ الزيادة في رقم الأعمال
- ✓ رفع الهوامش المردودية والايرادات المالية.
- ✓ رفع مردودية رؤوس الأموال المستثمرة.
- ✓ تسمح المنافسة من الرفع من فعالية التسيير المالي.

3- الأهداف المرتبطة بتحسين شروط الإنتاج: تتمثل في:

- ✓ تحسين قدرات الإنتاج بالمؤسسة.
- ✓ استغلال الامتيازات المتوفرة.
- ✓ خفض الكلفة الإنتاجية.
- ✓ الرفع من جهود البحث والتطوير.

[1] ناصر دادي عدون، اقتصاد مؤسسة، دار المحمدية العامة، الجزائر، 1998، ص43.

المبحث الثاني: الصادرات الجزائرية والعراقيل التي تواجهها

تعتبر تنمية الصادرات خارج قطاع المحروقات قضية استراتيجية لاقتصاد الجزائر في الوقت الحالي رغم كثرة العراقيل التي تواجهها، وفي هذا المبحث نتطرق إلى هيكل الصادرات الجزائرية وتطورها، التحفيزات المتخذة من طرف الجزائر لترقية الصادرات خارج المحروقات، والعراقيل التي تواجه الصادرات الجزائرية.

المطلب الأول: واقع الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات

تعمل الجزائر على ترقية الصادرات خارج المحروقات منذ بداية عملية التحرير التجاري، إلا أنها لم تنجح إلى يومنا هذا.

1- تطور الصادرات الجزائرية النفطية وغير النفطية

لقد سعت الحكومات المتعاقبة لترقية الصادرات خارج المحروقات وبناء اقتصاد متنوع، لكن جل هذه المحاولات لم تنجح.

1-1 صادرات المحروقات والصادرات خارج المحروقات:

يظهر لنا الجدول الموالي هيكل الصادرات الجزائرية من سنة 2014 وحتى سنة 2022:

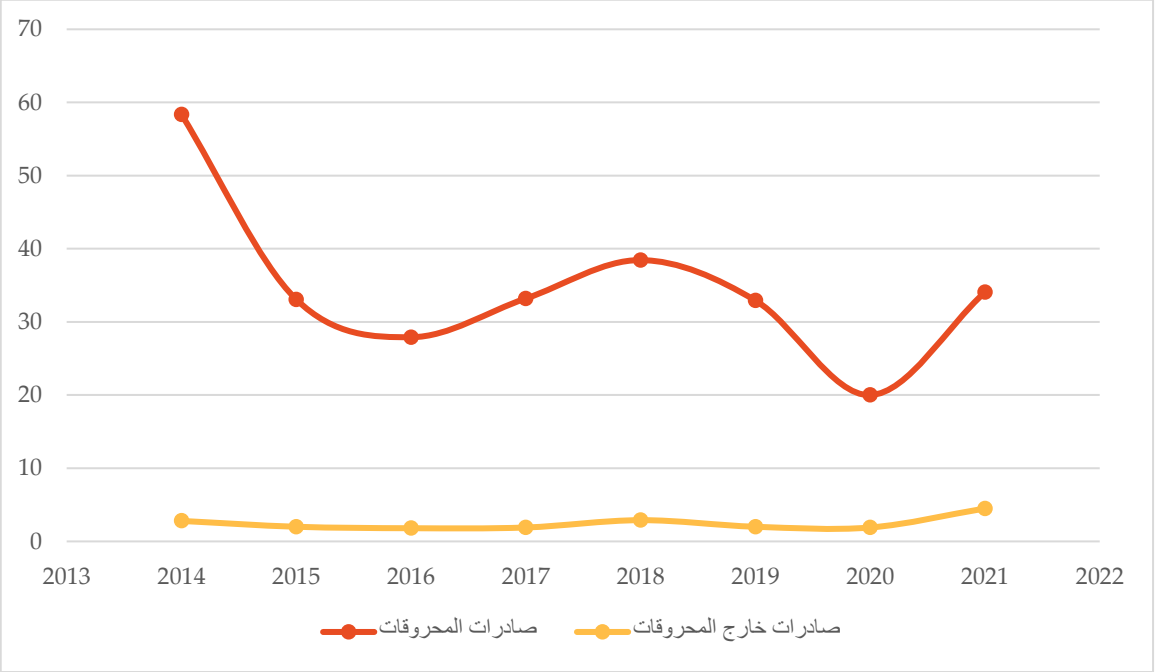
الجدول (1): تطور الصادرات الجزائرية النفطية وغير النفطية خلال فترة (2014-2022) الوحدة: مليار دولار أمريكي

	صادرات المحروقات	صادرات خارج المحروقات	إجمالي الصادرات
2014	58,36	2,81	61,17
2015	33,081	2,057	35,14
2016	27,917	1,781	29,70
2017	33,20	1,93	35,133
2018	38,95	2,83	41,78
2019	32.93	2.07	35,00
2020	20,02	1,91	21,93
2021	34,06	4,500	38,55
2022	42,58	4,34	46,92

المصدر: التقارير السنوية لبنك الجزائر

يعتمد الاقتصاد الجزائري بدرجة أولى على صادرات المحروقات مما جعل صادرات خارج قطاع المحروقات مهمشة، والشكل الموالي يوضح لنا مستوى صادرات المحروقات أمام صادرات خارج المحروقات:

الشكل رقم (3): صادرات المحروقات والصادرات خارج المحروقات



المصدر: من اعداد الطالبين اعتمادا على الجدول رقم (01).

من خلال هذا المنحنى نلاحظ ضعف كبير في قيمة الصادرات خارج المحروقات بالمقارنة مع صادرات المحروقات خلال فترة الدراسة، فقد قدرت قيمتها سنة 2014 ب 2.8 مليار دولار، وهي قيمة ضعيفة مقارنة مع صادرات المحروقات التي بلغت في نفس السنة قيمة 61.17 مليار دولار، أما باقي السنوات الموالية شهدت تذبذبا إلى غاية سنة 2021 أين شهدت ارتفاعا غير مسبوق في قيمة الصادرات خارج المحروقات بقيمة 4.5 مليار دولار، وقد كان هذا نتيجة المجهودات التي قات بها وزارة التجارة لترقية الصادرات خارج المحروقات.

2-1 الهيكل السلعي للصادرات خارج المحروقات بالمليون دولار أمريكي:

الجدول رقم (2): الهيكل السلعي للصادرات خارج المحروقات

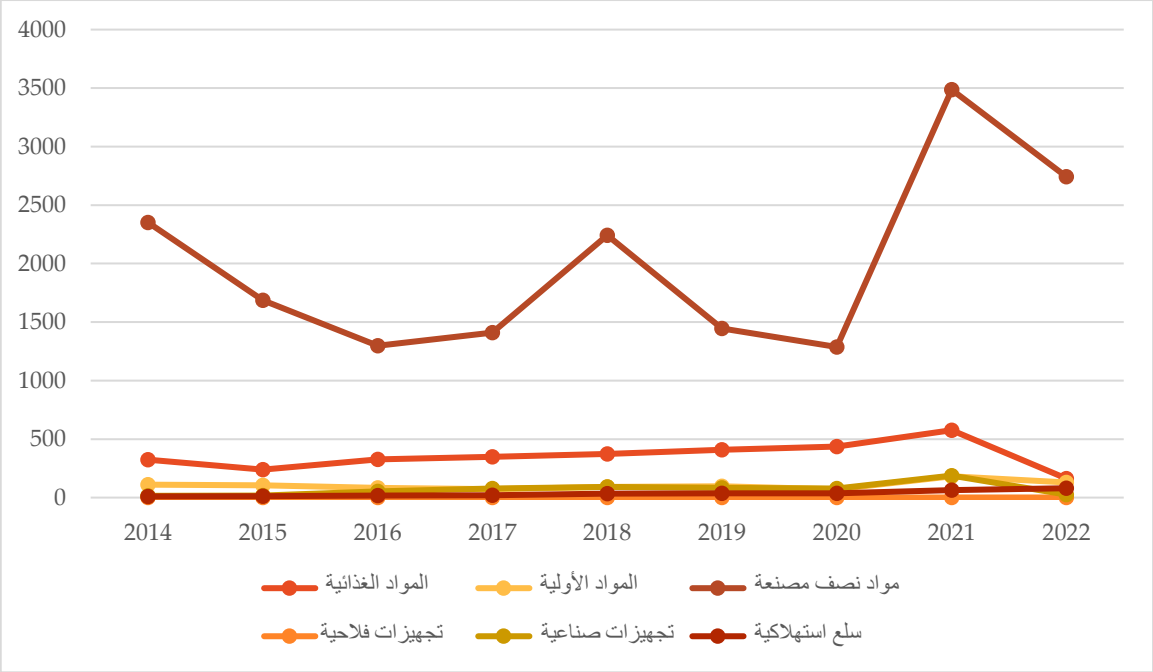
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
مواد غذائية	323	239	327	349	373	408	437	576	163
المواد الأولية	110	105	84	73	92	96	71	182	129
المواد نصف مصنعة	2350	1685	1299	1410	2242	1445	1287	3486	2742
التجهيزات الفلاحية	2	0	0	0	0	0	0	1	1
التجهيزات الصناعية	15	17	53	78	90	83	77	188	25
السلع الاستهلاكية	10	11	18	20	33	36	37	63	80
مجموع الصادرات خارج المحروقات	2.810	2.057	1.781	1.930	2.830	2.068	1.909	4.496	3.140

المصدر: التقارير السنوية لبنك الجزائر

نلاحظ من خلال الجدول أن الصادرات خارج المحروقات بلغت 4.496مليون دولار كأعلى ارتفاع في اجمالي الصادرات خارج المحروقات لسنة 2021، الذي يرجع بالأساس لارتفاع الصادرات في المواد النصف مصنعة والتجهيزات الصناعية بشكل ملحوظ بسبب مجهودات الدولة في ترقية الصادرات خارج

المحروقات، بينما شهدت سنة 2016 كأدنى قيمة في اجمالي الصادرات خارج المحروقات بسبب انخفاض في جميع السلع بنسب متفاوتة، كما شهدت فترة الدراسة خلال السنوات انخفاض كبير في السلع الاستهلاكية والتجهيزات الصناعية وصادرات العتاد الفلاحي التي كانت منعدمة تقريبا.

الشكل رقم (4): هيكل الصادرات خارج قطاع المحروقات



المصدر: من اعداد الطالبين اعتمادا على الجدول رقم (2).

نلاحظ من خلال المنحنى أن المواد النصف المصنعة هي التي تأخذ حصة الأسد من هيكلة الصادرات خارج المحروقات رغم التذبذبات التي تشهدها، إلا أنها شهدت أعلى قيمة لها سنة 2021، أما باقي الصادرات من السلع الأخرى متدنية جدا رغم بعض التحسن في قيمتها خلال نفس السنة من 2021، لكن نلاحظ تدني مجموع الصادرات خارج المحروقات سنة 2022.

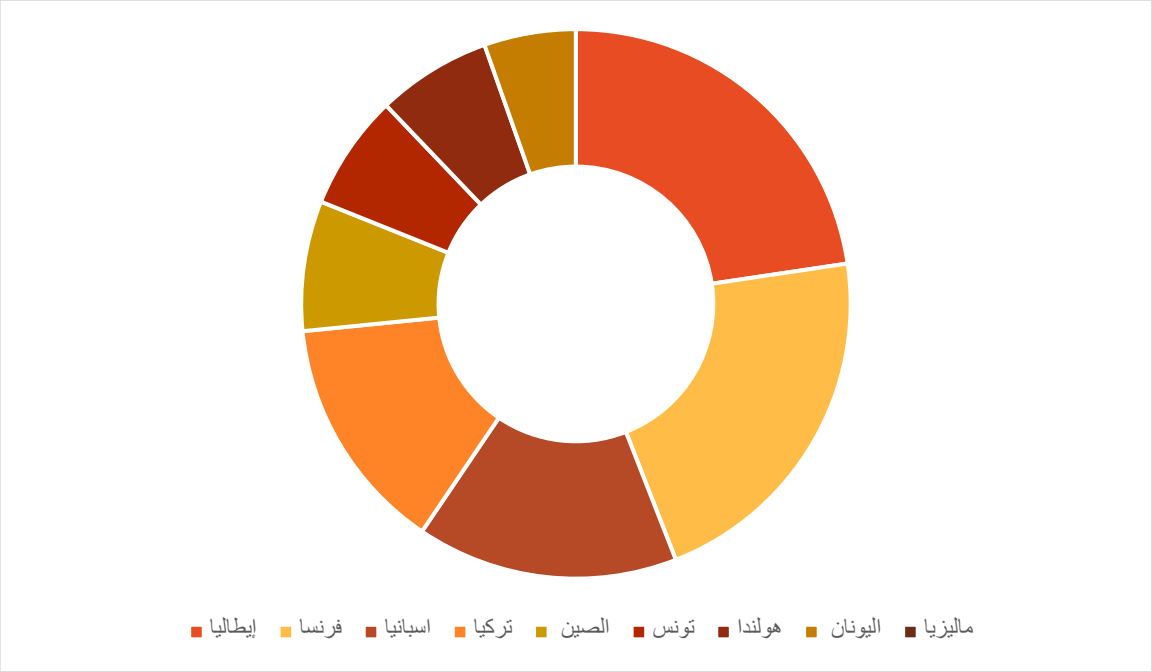
2- أهم الدول المصدر إليها

الجدول رقم (3): أهم الدول المستوردة من الجزائر لسنة 2020 (بالمليون دولار)

الدول	إيطاليا	فرنسا	اسبانيا	تركيا	الصين	تونس	هولندا	اليونان	ماليزيا
القيمة	3,444	3,257	2,341	2,121	1,164	1,032	1,025	0,821	0,778

المصدر: إحصاءات التجارة الخارجية للجزائر، ص37.

الشكل رقم (5): الدول التي تصدر إليها الجزائر



المصدر: من اعداد الطالبين اعتمادا على الجدول رقم (03).

نلاحظ من خلال الجدول السابق والرسم البياني أن أكبر مستورد من الجزائر هي إيطاليا وفرنسا بأكثر من 3.444 مليون دولار لإيطاليا، وفرنسا بقيمة 3.257 مليون دولار، تليها مباشرة اسبانيا وتركيا ثم الصين بقيمة 1.164 مليون دولار، وتونس وهولندا، وبأقل قيمة اليونان وماليزيا.

المطلب الثاني: التحفيزات المتخذة من طرف الدولة لترقية الصادرات

بينت أزمة 1986 خطورة الاعتماد والتركيز شبه كلي على تصدير المحروقات خاصة وانه يتميز بعدم الاستقرار في أسعاره، الأمر الذي يرهن العملية التنموية، فشرعت السلطات إلى الزيادة في تنويع الصادرات خارج المحروقات لاعتماد على مجموعة منه الإجراءات لتشجيع التصدير ومنح العديد من الامتيازات والتحفيزات للمصدرين والمتمثلة في:

1- **التحفيزات المالية:** عملت السلطات العمومية على وضع قواعد لتشجيع التصدير والمتمثلة في:[1]

- ✓ تنفيذ المساعدات المالية من خلال الصندوق الخاص لترقية الصادرات والذي تم إنشائه لغرض تقديم المساعدات المالية لعمليات التصدير
- ✓ تمكين المصدرين من التحوط ضد مخاطر التصدير عن طريق الوكالة الوطنية للتامين وضمان الصادرات،

وتكمن المساعدات المالية في إطار ترقية الصادرات في ثلاث عمليات يرتكز عليها التصدير:

- ✓ عملية البحث عن الأسواق الخارجية: فالبحث عن الأسواق الخارجية يعد كتكلفة تتحملها المؤسسة، وعليه تتم في إطار ترقية الصادرات بمنح مساعدات مالية للمؤسسات تمكنها من اكتشاف ذلك
- ✓ عملية التحضير للتصدير: تكون المساعدات المالية الممنوحة إما لغرض عملية الصنع أو لتمويل استثمارات كخلق فروع بالخارج
- ✓ عمليات التصدير: تحتاج عملية التصدير في حد ذاتها إلى دعم على شكل قروض والتي تسمى بقروض التصدير القصيرة أو طويلة الأجل.

[1] شاهد الياس، دفرور عبد النعيم، ترقية المنتج الوطني مدخل استراتيجي لتنويع الصادرات خارج المحروقات، الملتقى الوطني حول المؤسسات الاقتصادية الجزائرية واستراتيجيات التنويع الاقتصادي في ظل انهيار أسعار البترول، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر، يومي 25 و26 أفريل 2017، ص12.

2- التحفيزات الجبائية للتصدير:

استهدفت ما يلي:[1]

- ✓ تشريع قوانين جبائية للمتعاملين الاقتصاديين الذين يشتغلون في نفس النشاط
- ✓ احترام التوازن الجبائي والحرص على المساواة بين المتعاملين في فرض الجباية (الدخل والأملاك)
- ✓ الاعفاء من الرسم على القيمة المضافة TVA
- ✓ الاعفاء من الرسم على أرباح الشركات IBS، حيث تعفى لمدة 5 سنوات ابتداء من سنة 2001 عمليات البيع والخدمات الموجهة للتصدير، باستثناء تلك المتعلقة بالنقل البري والبحري والجوي وكذا إعادة التأمين والبنوك، وفق ما جاءت به المادة 172 من قانون الضرائب المباشرة، وهذا شريطة أن تتعهد هذه المؤسسات بإعادة استثمار الأرباح المحققة من خلال هذه العمليات.
- ✓ الاعفاء من الرسم على النشاط المهني TABعلى رقم الأعمال المحقق من التصدير، مع بعض الشروط.
- ✓ الاعفاء من الدفع الجزافي.

3- التحفيزات الجمركية:

تؤثر إدارة الجمارك على الأنظمة الجمركية بشكل فعال لترقية الصادرات وتنميتها، كما تشجع على زيادة الإنتاج المحلي وزيادة تغلغله في السوق الدولي، لذلك سعت الحكومة الجزائرية لإجراء إصلاحات على إدارة الجمارك، بغرض ضمان التوفيق بين التوسع في منح التسهيلات للأعوان الاقتصاديين وتحقيق المراقبة الفعالة وفقا لتعليمات المنظمة العالمية للجمارك، وقد جاءت هذه الإصلاحات باستصدار قانون الجمارك، الذي قام بتكليف مصالح الجمارك بمهام جديدة تعني بتوجيه الاقتصاد الوطني وفقا لسياسات الدولة، والعمل على تسهيل المبادلات التجارية وترقية الاستثمار في إطار الارتقاء بإدارة الجمارك وجعلها شريكا اقتصاديا فعالا.

وبالتالي كان لتطور السياسة التعريفية أثر واضح من خلال انخفاض الضغط الجبائي على التجارة الخارجية، بحيث أصبحت: [2]

---

[1] مصطفى بن ساحة، أثر تنمية الصادرات غير النفطية على النمو الاقتصادي في الجزائر، مذكرة ماجستير في التجارة الدولية، المركز الجامعي بغرداية، الجزائر، 2011، ص 108-109.

[2] مصطفى بن ساحة، مرجع سابق، ص 109-110.

- ✓ نسب الحق الجمركي: 0 %، 5 %، 15 %، 30 %
- ✓ نسب الرسم على القيمة المضافة TVA: 0%، 7%، 17%.

إضافة لهذا لا توجد رسوم أو حقوق مطبقة على العملية التصديرية في الجزائر حاليا.

أما بخصوص التسهيلات الجمركية والحد من التعقيدات في إجراءات التصدير، فقد نص قانون الجمارك 98-10 على جملة من التسهيلات تتمثل في:

- ✓ تسهيلات اعداد وتسجيل التصريح المفصل
- ✓ تسهيلات مراقبة البضائع
- ✓ تسهيلات تحديد الحقوق والرسوم
- ✓ تسهيلات في نمط تحصيل الحقوق والرسوم
- ✓ تسهيلات في الإجراءات الجمركية

المطلب الثالث: العراقيل التي تواجهها الصادرات الجزائرية

تتمثل هذه العراقيل فيما يلي:[1]

1- **على مستوى القطاع الفلاحي:** من بين أسباب تراجع القطاع الفلاحي وعجزه عن الوصول بمنتجاته إلى أسواق التصدير، نذكر ما يلي:

- ✓ انتهاج الجزائر لسياسة الصناعات المصنعة والذي ترجم بإمهال غير متعمد للقطاع الفلاحي، وهو ما أثر على تطور هذا القطاع الحساس، وحتى الميزات النسبية التي كانت تحوزها الجزائر في هذا المجال تم تحطيمها كنتيجة لهذا الاختيار.
- ✓ الارتفاع المتزايد في نسبة النمو الديمغرافي، الذي أدى إلى زيادة الطلب على المواد والسلع الفلاحية والغذائية، مع تراجع الإنتاج الفلاحي وعدم استقراره.
- ✓ تحسن أسعار البترول أدى إلى التفكير أكثر في الاستيراد من اجل سد حاجات السكان الغذائية، وعدم الدخول في إصلاح زراعي عميق
- ✓ اعتماد القطاع الفلاحي على عامل الطبيعة والمناخ، فحتى لو توفرت الظروف المساعدة في تطوره، فإن أي تقلب في الأحوال الجوية يؤثر سلبا على الإنتاج الفلاحي.

[1] بن لحراش صراح، مرجع سابق، ص 151.

- ✓ يتميز القطاع الفلاحي في الجزائر بسوء استغلال الأراضي الفلاحية، وبوجود اختلال في توزيع هذه الأراضي.

2- بالنسبة للقطاع الصناعي:

ترجع أسباب هذا التدني في الصادرات الصناعية، وخاصة غير النفطية منها إلى ما يلي:

- ✓ توجيه النظام الإنتاجي الصناعي للسوق الوطني، وبالتالي تم التركيز على منتجات لا تتكيف مع متطلبات الخارج، وهو الأمر الذي حد من إمكانية تصدير هذه المنتجات في ظل غياب استراتيجية للتصدير تعمل على ترقية الصادرات الصناعية غير النفطية ودعمها
- ✓ التبعية الكبيرة للخارج في مجال تموين القطاع الصناعي، إذ أن إمدادات القطاع الصناعي الجزائري كانت تأتي من الخارج، هذه التبعية للخارج وفي ظل وجود ضائقة مالية في المدفوعات الخارجية، أدت إلى استعمال ضعيف للطاقة الإنتاجية المتوفرة، إضافة إلى ضعف التكامل الصناعي بين الصناعات المحلية، مما ساهم في ضعف الأداء الصناعي، مما أثر على إمكانية التصدير للخارج.

وبخصوص النماذج التسيرية في المؤسسات الاقتصادية الصناعية، فإن هناك أسباب ضعف كثيرة تفسر الجمود الكبير الحاصل على مستوى الصادرات الصناعية، ويتجلى ذلك في:

- ✓ ضعف الأداء وانخفاض الإنتاجية: اتسم أثر تطور الإصلاحات التي مرت بها المؤسسات الصناعية الجزائرية بانخفاض مستواها في معظم جوانبها، وهذا ما عبر عنه بنقص مستوى الإنتاجية في هذا القطاع..
- ✓ ضعف القدرة التنافسية: نظرا لعدم وجود منافسة للصناعة الوطنية من أي منتوج آخر داخل السوق دفعها لاحقا إلى عدم الاهتمام بتطوير المنتوج و تحسين نوعيته، وفقدت القدرة على التعامل مع الأسواق الخارجية و التعرف على طبيعتها، لذلك ليس من السهل إعطاء تقييم دقيق للقدرة التنافسية للمنتجات الصناعة التحويلية الجزائرية في السوق المحلية، بسبب المستوى المرتفع من الحماية وحتى السلع التي يتم استيرادها يتم تبادلها من خلال اتفاقيات حكومية، يفرض عليها في الغالب رسوم جمركية مرتفعة أو ضرائب أخرى تحد من قدرتها على منافسة المنتوج المحلي، وبالتالي يصعب في مناخ كهذا تقييم القدرة الحقيقية للمنتوج المحلي على منافسته.

- ✓ ارتفاع كلفة الإنتاج وعدم الاهتمام بالنوعية: تتميز الصناعة الوطنية بشكل عام بارتفاع كلفة منتجاتها عن مثيلاتها في السوق العالمية، وهذا عقبة صعبة أمام الوصول إلى الأسواق الخارجية، بل وحتى المنافسة في سوقها الداخلية.
- ✓ عدم مرونة الإنتاج الجهاز الإنتاجي: تستخدم الصناعة الجزائرية تكنولوجيا متقادمة بطيئة لا تتوفر فيها المرونة لإجراء أية تعديلات في عملية الانتاج، وإن حدث وحصل ذلك فإنه يتطلب تغييرات كبيرة ومكلفة، وهذا ما يشكل عقبة كبيرة أمام الصناعة المحلية في التحول إلى الاستراتيجية الصناعية من اجل التصدير، لأن هذا التحول في الاستراتيجية الصناعية يتطلب جهاز إنتاجي مرن قادر على التعامل مع هذا التحول، وتوفير متطلباته من حيث طبيعة المنتجات ونوعيتها وجودتها.
- ✓ ضعف التسويق بالمؤسسات الجزائرية: تواجه معظم المؤسسات اليوم مشاكل تسويقية، وهي بطبيعة الحال تختلف باختلاف نوع المنشأة وطبيعة النشاط الذي تمارسه، فالمنشأة التجارية قد تواجه مشاكل مختلفة عن تلك التي تواجه المنشأة الصناعية أو الزراعية،

بالإضافة للعراقيل التالية: [1]

- ✓ ضعف الاستثمار الوطني والأجنبي بسبب وجود مشاكل عديدة في بيئة الاستثمار وعلى رأسها البيروقراطية الإدارية، وعدم استقرار القوانين المنظمة لنشاط الاستثمار، إضافة إلى انتشار المحسوبية والرشوة والفساد الاداري والمالي.
- ✓ نقص الدعم والتحفيز المقدم للمؤسسات الاقتصادية التي لها رغبة والقدرة على التصدير، ووجود العديد من العراقيل في وجه هذه المؤسسات خاصة فيما يخص تحصيل مستحقاتها المالية من الخارج
- ✓ غياب شبه كلي للدبلوماسية الاقتصادية الجزائرية في الخارج، مما جعل المصدرين يترددون في الدخول إلى الأسواق الأجنبية لنقص المعلومات عن هذه الأسواق
- ✓ إغراق السوق الوطنية بالمنتجات المستوردة والمقلدة خاصة الصينية منها وذات الأسعار المنخفضة، ما أثر على المنتجات الوطنية وأدى إلى إفلاس الكثير من المؤسسات الاقتصادية العمومية والخاصة.
- ✓ الاقتصاد الجزائري اقتصاد ضعيف وغير تنافسي وهو غير قادر على المنافسة الداخلية فما بالك المنافسة الدولية، وهو غير قادر على تغطية الاحتياجات السوق الداخلية في الكثير من المنتجات فكيف له أن يذهب إلى التصدير

[1] زهرة مصطفى، واقع وآفاق الصادرات خارج المحروقات في الجزائر، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، المجلد5، العدد2، جامعة تيسمسيلت، مخبر الاقتصاد الحديث والتنمية المستدامة، الجزائر، 2021، ص 143-145.

- ✓ إهمال الجزائر والشركات الجزائرية للأسواق العربية والإفريقية التي هي في متناول مؤسساتنا الوطنية ومحاولة الدخول إلى السوق الأوروبية التي لها معايير جودة صارمة ولديها حواجز كثيرة.
- ✓ ضعف شركات نقل البضائع الوطنية سواء البحرية أو الجوية، واحتكار خدمات النقل من قبل شركات أجنبية، وفرض شروطها وأسعارها المرتفعة على المتعاملين الجزائريين.
- ✓ وجود عراقيل كثيرة أمام المصدرين على مستوى الموانئ الجزائرية، نظرا لوجود البيروقراطية والمحسوبية والرشوة، وكذلك نقص الخبرة في مجال التصدير لدى المصدرين الجزائريين.
- ✓ ضعف الامكانيات المالية للكثير من المؤسسات الوطنية، ما يصعب عليها عمليات التصدير والتي تتطلب توفر موارد مالية معتبرة، وصعوبة الحصول على القروض اللازمة لتمويل هذه العمليات.

المبحث الثالث: التنويع الاقتصادي ودوره في تعزيز صادرات الجزائر

التنويع الاقتصادي شرط أساسي في تعزيز الصادرات الجزائرية، حيث نتطرق في هذا المبحث إلى تعريف التنويع الاقتصادي وأنواعه، المحددات الرئيسية للتنويع الاقتصادي ومؤشراته ودرجة قياسه، وأخيرا سياسة ترقية الصادرات خارج المحروقات.

المطلب الأول: تعريف التنويع الاقتصادي وأنواعه

1- تعريف التنويع الاقتصادي:

للتنويع الاقتصادي مفاهيم متنوعة تختلف باختلاف الرؤية التي ينظر إليه من خلالها، فهناك من يربط التنويع بالإنتاج وبمصادر الدخل، ويربطه آخرون بهياكل الصادرات السلعية، وفي الكثير من الأحيان يعتقد بأن التنويع هو تنويع فقط لقطاع الصادرات، بينما السلع التصديرية هو جزء من مفهوم التنويع الاقتصادي وجزء أساسي في تنويع الإنتاج. [1]

ويمكن تعريفه بأنه: "تقليل الاعتماد على المورد الوحيد والانتقال إلى مرحلة تثمين القاعدة الصناعية والزراعية، وخلق قاعدة إنتاجية، مما يعني بناء اقتصاد وطني سليم يتجه نمو الاكتفاء الذاتي في أكثر من قطاع". [2]

---

[1] بن عبد الفتاح دحمان، استراتيجية التنويع الاقتصادي للجزائر على ضوء بعض التجارب الدولية، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية الاقتصادية، العدد1، الجزائر، 2018، ص 6.

[2] نجاة كورتل، الاقتصاد الجزائري بين واقع الاقتصاد الريعي ورهانات التنويع الاقتصادي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد52، الجزائر، 2019، ص6.

وعليه فالتنويع الاقتصادي يشير إلى الآليات التي بإمكانها المساهمة في تنويع مصادر الناتج المحلي الإجمالي، أو تنويع مصادر الإيرادات في الموازنة العامة، أو تنويع الأسواق الوطنية، وكذلك تعزيز القدرة على الولوج للأسواق الدولية بتنويع الصادرات، فالتنويع الاقتصادي إذن هو خلق لأنشطة اقتصادية أكثر تطورا، تتسم بالديمومة والمحتوى التكنولوجي المتقدم، وإنتاج سلع ذات قيمة مضافة عالية، أي باختصار السعي على المدى الطويل لخلق تنمية مستدامة بعيدة عن الاقتصاد النفطي[1].

2- أنواع التنويع الاقتصادي:

يمكن أن نميز بين نوعين مختلفين للتنويع الاقتصادي:

2-1 تنويع الإنتاج: يتم على مستويين

2-1-1 المستوى الجزئي: يتم على نطاق المؤسسات الإنتاجية أي قطاع الأعمال، ويرتبط بالعملية الإنتاجية من خلال التنويع في تشكيلة المنتجات والعمل على تجديدها بتبني التطوير التكنولوجي والبحث العلمي وتثمين الكفاءات، وبذلك يحقق قطاع الأعمال نموا ومردودية وأرباح أكبر، وتتوسع الحصص السوقية لاكتساب أسواق وطنية جديدة بتلبية الاحتياجات السوقية الوطنية، ومن ثمة البحث في اكتساح أسواق دولية من خلال تصدير منتجات عالية الجودة وذات قيمة مضافة.

2-1-2 المستوى الكلي: يتحقق التنويع الإنتاجي بمساهمة جميع الفروع والقطاعات الاقتصادية في تحقيق الناتج المحلي الخام وتوليد الدخل الوطني، بما في ذلك الزراعة، الصناعة، السياحة، والخدمات.

2-2 تنويع التجارة الخارجية: يرتبط تنويع التجارة الخارجية بتنويع شقي الميزان التجاري: وذلك بتنويع الصادرات، إذ لا يجب الاعتماد المطلق على تصدير سلعة واحدة، معرضة للتقلبات الدائمة للأسواق الدولية، فمثلا في حالة اقتصادنا الوطني تمثل صادرات البترول 97 %من إجمالي الصادرات، وهو ما يؤثر سلبيا أو أنه حتى يكبح مسار التنمية الاقتصادية، لكن بالمقابل تنويع البنية الهيكلية للصادرات خارج قطاع المحروقات سيعطي دفعا إيجابيا لنشاط القطاعات الاقتصادية الوطنية بحيث يجب أن تتنوع الصادرات بين المنتجات المصنعة ونصف المصنعة من الإنتاج المحلي.

[1] نجاة كورتل، مرجع سابق، ص6.

ومن جهتها لا يجب أن يقتصر هيكل الواردات على السلع ذات الاستهلاك الواسع كالسلع الغذائية مثلا والتي يمكن إحلالها محليا غير أنه بالمقابل يجب التركيز على السلع الاستثمارية ذات المحتوى التكنولوجي الفائق، والتي تساهم إلى حد كبير من رفع التكوين الإجمالي لرأس المال الثابت، مما ينعكس إيجابيا على الكفاءة والقدرة الإنتاجية للمؤسسات الاقتصادية الوطنية وبذلك يتم دعم مسار التنمية الاقتصادية.

المطلب الثاني: المحددات الرئيسية للتنويع الاقتصادي، مؤشراته ودرجة قياسه

نتحدث في هذا المطلب عن المحددات الرئيسية للتنويع الاقتصادي، مؤشراته ودرجة قياسه.

1- المحددات الرئيسية للتنويع الاقتصادي:

تقرير اللجنة الاقتصادية لإفريقيا بالأمم المتحدة يحدد خمس فئات من المتغيرات التي تؤثر على عملية التنويع الاقتصادي وتتمثل في: [1]

1-1 العوامل والجوانب المادية: الاستثمار ورأس المال البشري؛

1-2 السياسات العمومية: (السياسات المالية والتجارية والصناعية) من خلال تأثيرها على تعزيز القاعدة الصناعية

1-3 متغيرات ومؤشرات الاقتصاد الكلي: سعر الصرف، التضخم والتوازنات الخارجية؛

1-4 المتغيرات المؤسسية: الحوكمة، والبيئة الاستثمارية والوضع الأمني

1-5 الوصول إلى الأسواق: درجة الانفتاح على التجارة في السلع والخدمات ورأس المال (القضاء على الحواجز الجمركية وغير الجمركية)، والحصول على التمويل.

2- مؤشرات التنويع الاقتصادي ودرجة قياسه:

2-1 مؤشرات التنويع: تتمثل مؤشرات التنويع في:

[1] سليم مجلخ، وليد بشيشي، قياس وتحليل التنويع الاقتصادي في الجزائر، Revue Algerine d economies et gestion، المجلد16، العدد1، 2022، ص 50-51.

- ✓ المؤشر الأول: هو تقارب التفاوت في الأهمية النسبية للأنشطة الانتاجية الاقتصادية في تكوين الناتج المحلي الاجمالي الذي يوضح زيادة درجة التنويع الاقتصادي بصورة عامة، أما في البلدان النفطية فزيادة مساهمة القطاعات الاقتصادية غير النفطية تعني زيادة التنويع الاقتصادي؛
- ✓ المؤشر الثاني: التجارة غير النفطية: يعد من المؤشرات الواضحة للتنويع من خلال زيادة الصادرات غير النفطية مقارنة مع اجمالي الصادرات مما يدل على زيادة درجة التنويع
- ✓ المؤشر الثالث: الاستقرار النسبي للموازنة العامة اتجاه الصدمات الخارجية فهو دليل ومؤشر للتنويع الاقتصادي
- ✓ المؤشر الرابع: معدل نمو الربحية في مجال القطاعات الاقتصادية ذات الميزة النسبية التي يتمتع بها البلد إلى جانب القطاع النفطي ويعتبر من دلائل ومؤشرات التنويع؛
- ✓ المؤشر الخامس: يفرض التنويع الاقتصادي أن يكون لمساهمة القطاع الخاص أهمية متوازية في مساهمته في تكوين الناتج المحلي الإجمالي؛
- ✓ المؤشر السادس: التنويع في اجمالي تكوين رأس المال الثابت من خلال اسهام القطاع العام والخاص في تكوين رأس المال الثابت؛
- ✓ المؤشر السابع: التنويع القطاعي للقوى العاملة ويقصد به درجة اسهام القطاعات المختلفة في الأيدي العاملة، بمعنى تنويع بنية العمالة أي توزيع القوى العاملة على مختلف الأنشطة الاقتصادية.

2-2 مؤشرات قياس التنويع:

إن المؤشرات السابقة تدل على مدى التنويع الاقتصادي في الدولة، إلا أنها لا تعطينا درجة التنويع الاقتصادي بدقة، وذلك لتشتت واختلاف المؤشرات المستعملة في معرفة مدى التنويع، ولإجراء عمليات المقارنة فيما يخص مدى التنويع الاقتصادي سواء بين الدول المختلفة أو في نفس الدولة خلال فترات مختلفة، يجب الاعتماد على مؤشر يقيس مدى التنويع الاقتصادي. هناك عدة مقاييس نتمكن من خلالها معرفة درجة التنويع الاقتصادي وهي: [1]

2-2-1 مقياس هيرفندل – هيرشمان: هذا المقياس يحدد لنا مدى درجة التنويع الاقتصادي في أي اقتصاد من خلال المعادلة التالية:

[1] ضيف أحمد، عزوز أحمد، واقع التنويع الاقتصادي في الجزائر وآلية تفعيله لتحقيق تنمية اقتصادية مستديمة، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، المجلد 14، العدد 19، الجزائر، 2018، ص 23.

$$H.H= \frac{-\sum\sqrt{(x_i/x)^2}-\sqrt{1/n}}{-1-\sqrt{1n}}$$

حيث :H.H مؤشر هيرفندل – هيرشمان، يأخذ القيمة (0) عندما يكون هناك تنوعا كاملا (كل القطاعات مساهمة في النمو الاقتصادي بنفس النسبة) في المتغير المدروس كاملا، ويأخذ القيمة (1) عندما يكون مقدار التنوع صفرا، وهي الحالة التي يكون فيها الناتج متمركزا في قطاع واحد فقط.

Xi: الناتج المحلي الإجمالي في القطاع.

X: الناتج المحلي الإجماليPIB

N: عدد مكونات الناتج (عدد القطاعات التي يتكون منها التركيب الهيكلي المدروس)

2-2-2 مقياس فلاديمير كوسوف: يأخذ هذا المؤشر الصيغة التالية:

$$Cos= \frac{\sum_{i=1}^{n} ai\times\beta_i}{\sqrt{\sum_{i=1} ai^2}\times\sqrt{\sum\beta i^2}}$$

حيث:

αi :الأهمية النسبية لكل قطاع في مجمل الناتج المحلي الإجمالي في فترة الأساس

βi: الأهمية النسبية لكل قطاع في مجمل الناتج المحلي الإجمالي في فترة المقارنة.

Cos: مؤشر فلاديمير كوسوف حيث كلما أصبحت قيمة cos=0 يعني ذلك حصول تغيرات هيكلية في الاقتصاد المعني، وعلى العكس في حال الابتعاد الكبير عن هذه القيمة يدل على نقص تلك التغيرات الهيكلية.

2-2-3 نموذج المدخلات والمخرجات: الفكرة الأساسية لهذا النموذج جاء به الاقتصادي الأمريكي Leontiefفي سنة 1941 لوضع هيكل الاقتصاد الأمريكي من خلال تطوير نموذجا اقتصاديا يوضح العلاقة بين المدخلات والمخرجات ويسمى كذلك بنموذج التشابك القطاعي لليونتيف.[1]

2-2-4 مؤشر Entropy (Entropy Index): كان الاقتصادي Attaran في 1986 أول من استخدم هذا المؤشر لقياس التنويع الاقتصادي في الولايات المتحدة الأمريكية ويعرف وفقا للعلاقة التالية:

[1] سليم مجلخ، وليد بشيشي، مرجع سابق، ص 53.

$$ENt = \sum_{i=1}^{n} S\,\dot{i}ln\left(\frac{1}{Si}\right)$$

حيث:

N: عدد القطاعات في الاقتصاد

SI: اسهام كل قطاع إلى اجمالي اسهام كل القطاعات في الاقتصاد، ln لوغاريتم

فاذا كان المؤشر مساويا للصفر فإن النشاط الاقتصادي مركز على قطاع واحد وضعف التنويع، بينما كلما ارتفعت قيمته دل على توزيع الاقتصاد على عدد كبير من القطاعات الاقتصادية، وهو ما يشير إلى تنوع كبير في الاقتصاد.

المطلب الثالث: سياسات ترقية الصادرات خارج المحروقات

تحتاج قضية تنمية وتنويع الصادرات إلى حزمة متكاملة من السياسات والآليات في مختلف الحالات سواء في مجال الإنتاج أو الاستثمار أو التسويق، وتتمثل هذه السياسات فيما يلي:

1- تخفيض قيمة العملة:

تخفيض القيمة الخارجية للعملة المحلية من شأنه أن يعمل على خفض أسعار السلع الموجهة للتصدير مقومة بالعملة الأجنبية، ومنه زيادة الطلب الخارجي على الصادرات، فترتفع كمية وحصيلة الصادرات بالعملة المحلية.

حيث يجسد سعر الصرف أداة الربط بين الاقتصاد المحلي والاقتصاد العالمي، ويعتبر سعر الصرف الحقيقي مقياسا للقدرة على المنافسة بين السلع المحلية والسلع الأجنبية. [1]

2- تمويل وتأمين ائتمان الصادرات:

أمام الأهمية المتزايدة للدور الذي تلعبه الصادرات في دفع عجلة التنمية الاقتصادية في مختلف الدول لجأت العديد من الدول إلى اتباع سياسة تحفيز وتشجيع الصادرات، سواء كانت دول متقدمة أو نامية من خلال إيجاد نظام خاص لتمويل الصادرات وضمان الائتمانات الخاصة بتمويل الصادرات في شكل يتلاءم مع طبيعة هذه الصادرات واحتياجات كل من المصدر الوطني والمستورد الأجنبي، فقد ظهرت العديد من البرامج الوطنية بتشجيع الصادرات بكل الطرق منها نظم تأمين وتمويل الصادرات.

2-1 تمويل الصادرات:

يحتاج المصدر بطبيعة الحال إلى الحصول على قيمة بضاعته ومنتجاته المصدرة فورا وبمجرد إتمام عملية الشحن للمستورد الأجنبي، وبالنسبة للمستورد فهو يحتاج لفترة زمنية بعد استلامه للبضاعة قصد تصريفها حتى يتمكن من تجميع أمواله اللازمة لسداد قيمتها، وأمام حاجة المصدر للسداد الفوري من ناحية، وحاجة المستورد ورغبته في السداد المؤجل، وجدت مختلف أنواع التسهيلات الائتمانية لتمويل الصادرات وتنقسم هذه الائتمانات إلى شكلين هما:

- ✓ ائتمانات الصادرات قبل الشحن والتي تؤخذ صورة التمويل قصير الأجل.
- ✓ إئتمانات الصادرات بعد الشحن والتي تأخذ صورتين هما التمويل قصير الأجل والتمويل متوسط وطويل الأجل.

[1] بالقلة إبراهيم، آليات تنويع وتنمية الصادرات خارج المحروقات وأثرها على النمو الاقتصادي، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2009، ص 99.

2-2 تأمين ائتمان الصادرات (ضمان ائتمان الصادرات):

يعرف تأمين الائتمان بأنه التأمين الذي يغطي الخسائر التي تحدث بسبب تحقق أحد الأخطار والتي تعيق سداد المشتري لقيمة البضائع المباعة إليه الى البائع في حالة البيع الآجل[1]، ويشمل تأمين الائتمان ما يلي:

- ✓ تأمين الائتمان المحلي والذي يضمن أخطار الائتمان بين التجار داخل نفس الدولة.
- ✓ تأمين ائتمان الصادرات والذي يضمن أخطار الائتمان في مجال التجارة الخارجية.

ويمكن تعريف تأمين ائتمان الصادرات أنه أداة تأمينية تسمح للدائنين مقابل دفع أقساط لشركة التأمين (حكومية، خاصة، مختلطة) من تغطية المخاطر التجارية وغير التجارية للقروض المرتبطة بعمليات التصدير فيما بين الدول.

3- مقاربة التسويق الدولي وسياسات أخرى لتنمية وتنويع الصادرات:

أضحى التصدير العشوائي الذي تعتمد عليه العديد من المؤسسات الاقتصادية في الدول النامية غير مجد لإيجاد مكانة في الأسواق الدولية، فبلوغ هدف التصدير يتطلب عدة مجهودات، تبدأ بإعداد بحوث عن الأسواق الخارجية وتنتهي باختيار الأسواق المستهدفة وتحديد الاستراتيجيات الملائمة لبلوغه.[2]

3-1 تعريف التسويق الدولي: هو مجموعة المجهودات التسويقية الموجهة لإشباع حاجات المستهلك خارج الحدود الجغرافية للمركز الرئيسي للشركة الأم.[3]

3-2 مضمون بحوث التسويق الدولي في عملية التصدير: تعتبر إحدى وظائف التسويق التي تضطلع بمهمة تحسين الموقف التسويقي الحالي والمرتقب للشركة بتوفير أفضل بدائل القرار التسويقي، عن طريق تحليل وجمع البيانات من مصدرها ووضع الحلول التطبيقية ومتابعة تنفيذها، لذلك فإن الشركة تحتاج إلى نظام معلومات تستطيع من خلاله التعرف ليس فقط على الأسواق الدولية بل الأخذ بعين الاعتبار العوامل الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والتشريعية والقانونية.

---

[1] طارق جمعة سيف، تأمينات التجارة الخارجية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2008، ص 31.

[2] بالقلة إبراهيم، مرجع سابق، ص 119.

[3] بالقلة إبراهيم، نفس المرجع، ص 119.

3-3 تقسيم السوق الدولي لقطاعات: تقسيم السوق الى قطاعات يرجع إلى عدم تجانس السوق، وتباين حاجات المستهلكين وكذلك إلى ضرورة تحضير سياسات تسويقية ملائمة مع مختلف قطاعات السوق، والخطوة الأولى في طريق الوصول إلى القطاعات السوقية هي تحديد حاجات المستهلكين، ثم تصميم البرامج التسويقية التي تناسب هذه الطلبات وهذه الحاجات، ويمثل تقسيم السوق عنصرا هاما في الاستراتيجيات التسويقية لأي شركة، حيث أنه بعد تحديد السوق ودراسته، تستفيد الشركة من البيانات والمعلومات التي تخص تلك الأسواق الفرعية في عملية تصميم وتعديل المزيج التسويقي بما يتفق مع حاجات وإمكانات الأفراد في كل قطاع من قطاعات السوق الكلية وبما يتفق أيضا مع إمكانيات وقدرات الشركة وبما يضمن تحقيق الربح المناسب ما أمكن.

3-4 اختيار دخول الأسواق الدولية في عملية التصدير: تتمثل في:

- ✓ القرارات المتعلقة بالدخول للأسواق الدولية: هناك ثلاث معايير توجه متخذ القرار عند التصدير لاختيار أسواقه الأجنبية هي: النشاط المرتقب ومردودية السوق للمؤسسة، قابلية الدخول إلى السوق والمخاطر المواجهة.
- ✓ القرارات المتعلقة بكيفية الدخول للأسواق الخارجية: بعد اختيار الأسواق تقرر المؤسسة كيفية الدخول إليها، ويمكن للشركة اختيار بديل من هذه البدائل:
  - ➢ التصدير: يتضمن نسبة أقل مخاطرة، ويوجد طريقتين للتصدير: تصدير مباشر أو غير مباشر.
  - ➢ الترخيص: مجموعة من الترتيبات يوفر بمقتضاها مانح الترخيص أصول معنوية غير ملموسة للمرخص له في دولة اجنبية بمقابل مالي يدفعه المرخص له لمانح الترخيص على دفعات أو نقدا.
  - ➢ التعاقد الإنتاجي: انتاج سلع الشركة في السوق أجنبية من منتج آخر تحت موافقة الشركة الأم.
  - ➢ الاستثمار الأجنبي المباشر.

وتوجد أدوات أو سياسات أخرى لترقية الاستثمار تتمثل في:

1. الحوافز الضريبية والجمركية للمصدرين.
2. توفير مجموعة من خدمات التصدير المتكاملة.
3. تشجيع انشاء الكيانات الكبرى في مجال التصدير.
4. القضاء على العقبات التي يواجهها المصدرون، مع العمل على تبسيط إجراءات استيراد السلع الوسيطية ومستلزمات الإنتاج اللازمة للصادرات، وتبسيط إجراءات التصدير.

5. تحسين مناخ الاستثمار الأجنبي المباشر بهدف جذب الاستثمارات الأجنبية الرأسية التي تسعى للتصدير، وذلك بإزالة القيود على مجالات الاستثمار.
6. العمل على تقديم الدعم اللازم للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بهدف زيادة تنافسيتها وبالتالي مساهمتها في ترقية الاستثمارات.

خلاصة الفصل:

تطرقنا في هذا الفصل الذي خصصناه لواقع التصدير خارج المحروقات في الجزائر إلى كل من: مفهوم التصدير وأهميته، أنواع التصدير وأهدافه.

كما تناولنا واقع الصادرات خارج المحروقات، التحفيزات المتخذة من طرف الجزائر لترقية الصادرات، وأيضا العراقيل التي تواجه الصادرات الجزائرية.

وأخيرا تحدثنا عن المحددات التنويع الاقتصادي وأنواعه، المحددات الرئيسية للتنويع الاقتصادي، مؤشراته ودرجة قياسه وأخيرا سياسات ترقية الصادرات خارج المحروقات.

واستنتجنا في الأخير بأنه للصادرات خارج المحروقات دور مهم بالنسبة لاقتصاديات الدول النامية المصدرة للنفط، حيث لها أثر ايجابي على الميزان التجاري وميزان المدفوعات ودفع عجلة النمو الاقتصادي خاصة في وقتنا الحالي، والجزائر من الدول النامية التي تعاني من سيطرة النفط على صادراتها بالرغم من الجهود التي تبذلها منذ سنوات وعقود دون جدوى.

الفصل الثالث: تحليل وتقييم مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنويع الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات

الفصل الثالث: تحليل وتقييم مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنويع الصادرات الجزائرية

تمهيد:

أصبحت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تشكل قطاعا محوريا في الاقتصاد الجزائري، مما يستدعي العمل على ترقية ودعم هذه المؤسسات والرفع من قدرتها على التنافسية لمواجهة تحديات المنافسة العالمية وتجاوز الأحادية في التصدير، فقد بات لهذه المؤسسات دور في زيادة الإنتاج وتوفير بعض حاجيات السوق المحلي من السلع والخدمات، مما دفع لترقيتها وتطويرها، مما ما أسهم في تقليص فاتورة الاستيراد رغم المشاكل والصعوبات التي تواجهها.

كما أن هذه المؤسسات راحت تعمل على تصدير جزء من منتجاتها إلى الأسواق الخارجية مما رفع قيمة الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات.

وعليه من خلال ما سبق نتناول في هذا الفصل ثلاث مباحث تتمثل فيما يلي:

المبحث الأول: واقع وأهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

المبحث الثاني: مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في عملية التصدير في الجزائر

المبحث الثالث: مناهج دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للنهوض بالصادرات في الجزائر.

المبحث الأول: واقع وأهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

تعد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أكبر القطاعات من حيث العدد، منحته الدولة عناية كبيرة خصوصا في الآونة الأخيرة للخروج من التبعية للمحروقات، حيث نتطرق في هذا المبحث لتطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، واقعها وأهميتها.

المطلب الأول: تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

في الجزائر شهدت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نموا وتطورا كبيرا في عددها، واتساعا في القطاعات وفي المناطق التي تشغلها.

1- تطور عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب شكلها القانوني في الجزائر

عرفت السنوات الأخيرة تطورا كبيرا في عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والجدول التالي يبين التطور في عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

الجدول رقم (04): تطور عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب شكلها القانوني في الجزائر خلال الفترة (2013-2022)

	القطاع الخاص		القطاع العام	المجموع	كثافة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ل1000ساكن
	أشخاص معنوية	أشخاص طبيعية			
2013	635090	142169	557	777.816	21
2014	496989	159960	542	852.053	21
2015	537901	396136	532	934.569	22
2016	575906	446325	390	1.022.621	23
2017	609344	464892	267	1.074.503	23
2018	643493	498109	261	1.141.863	26
2019	671267	521829	243	1.193.339	28
2020	541461	689383	229	1.231.073	28
2021	565645	720495	225	1.286.365	28
2022	596811	762769	223	1.359.803	30

المصدر: اعتمادا على منشورات لإحصائيات وزارة الصناعة والمناجم لمختلف الأعداد.

❖ الكثافة: تعبر عن عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لكل 1000 ساكن

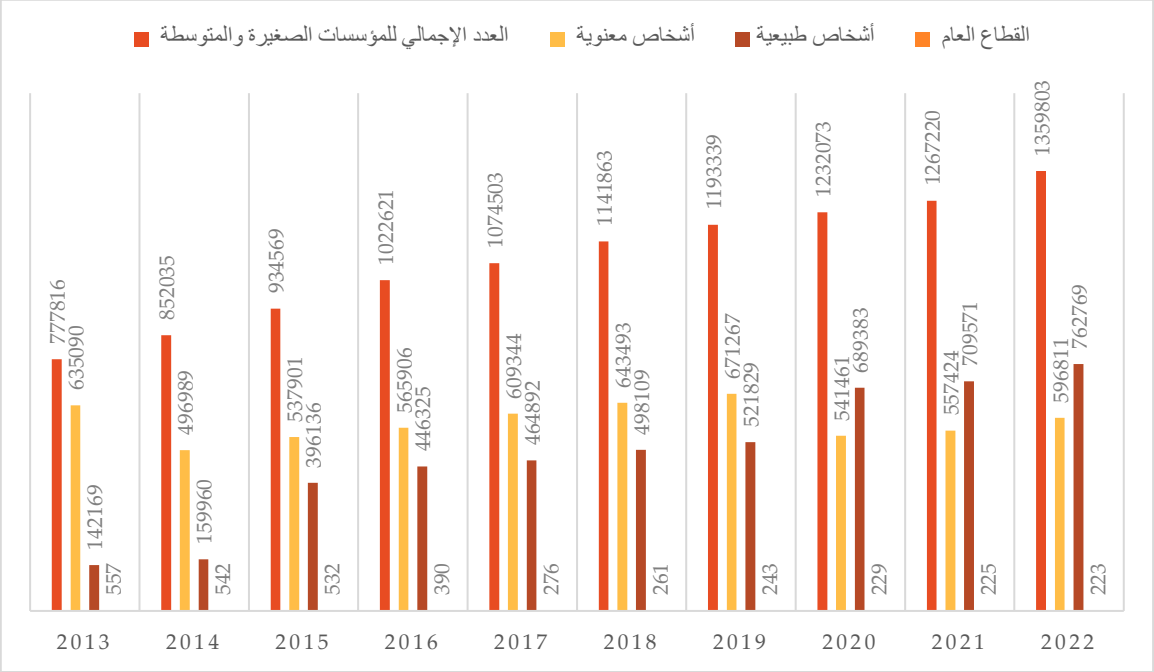
من خلال الجدول أعلاه نلاحظ النمو المستمر لعدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمرور السنوات، حيث وصلت في نهاية سنة 2022 إلى 1.359.803 مؤسسة وكانت السيطرة المطلقة للقطاع الخاص ب

596811 مؤسسة للأشخاص المعنويين والأشخاص الطبيعيين ب 762769 مؤسسة، أما المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التابعة للقطاع العام فبلغ عددها 223 مؤسسة.

أما بالنسبة للكثافة فهي تعبر عن عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لكل 1000 ساكن، حيث نلاحظ من خلال الجدول ارتفاع وتطور في عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث وصلت في نهاية سنة 2022 إلى 30 مؤسسة مقارنة 21 مؤسسة في سنة 2013.

الشكل الموالي يوضح تطور عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلال الفترة (2013-2022)

الشكل رقم (06): تطور عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلال الفترة (2013-2022):



المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على الجدول رقم (04)

2- عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب الحجم لسنة 2022

يظهر الجدول التالي عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب الحجم لسنة 2022

الجدول رقم (05): عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب الحجم لسنة 2022

نوع المؤسسة الصغيرة والمتوسطة	العدد	%
مؤسسة مصغرة (عدد عمال أقل من 10 عاملين)	1.358.683	98,47
مؤسسة صغيرة (عدد عمال من 10 إلى 49 عامل)	982	1,34
مؤسسة متوسطة (عدد عمال من 50 إلى 249 عامل)	138	0,19
المجموع	1.359.803	100

Source : Bulletin d'information statistique de la P.M.E N°42

الشكل رقم (07): عدد المؤسسات حسب الحجم

المصدر: من اعداد الطالبين اعتمادا على معطيات الجدول رقم (05).

من خلال معطيات الجدول والشكل البياني نلاحظ هيمنة المؤسسات الصغيرة جدا على نسيج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة سنة 2022، والتي تشغل أقل من 10 عاملين بنسبة 98.47%، بسبب سهولة إنشائها من الناحية التمويلية، ومعلوم أن قدرات هذا النوع من المؤسسات محدود وكثيرا ما تتعرض للغلق، ثم تليها المؤسسات الصغيرة ثانيا بنسبة 1.34%، وأخيرا المؤسسات المتوسطة بنسبة 0.19%.

3- تطور عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب النشاط خلال الفترة (2018-2022)

الجدول رقم (06): عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للقطاع الخاص حسب النشاط

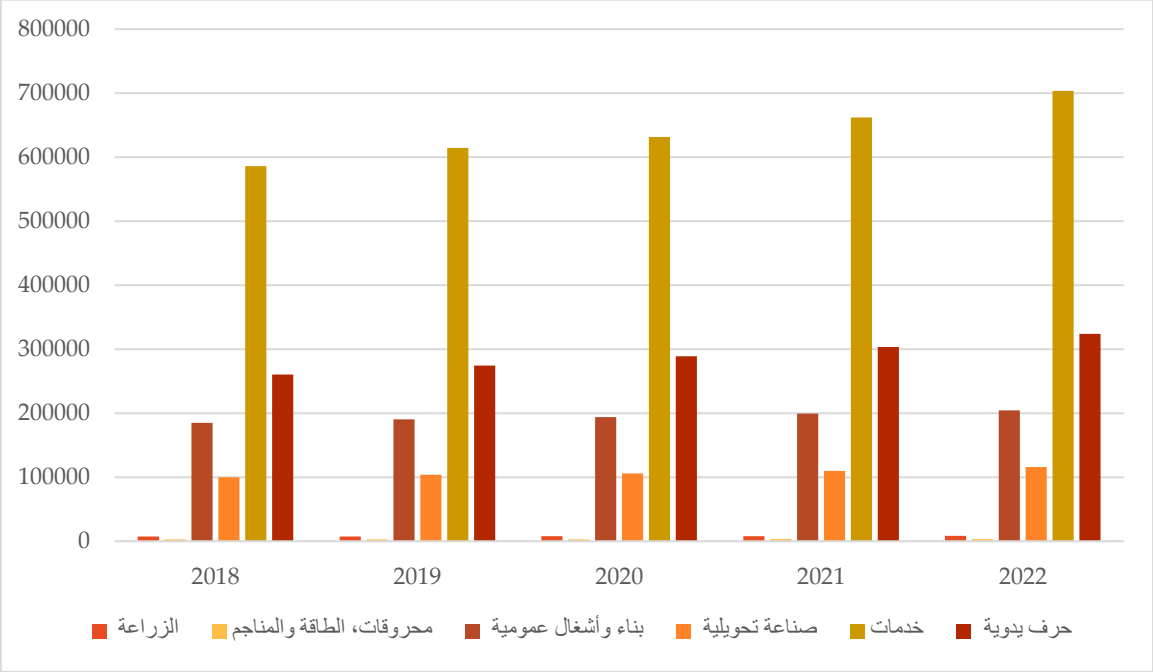
	2018	2019	2020	2021	2022
الزراعة	7168	7481	7690	7927	8322
محروقات، طاقة، مناجم وخدمات مرتبطة بها	2985	3066	3115	3241	3369
بناء وأشغال عمومية	185137	190170	193964	199318	204438
صناعة تحويلية	99938	103693	106121	109919	115921
خدمات	585983	614375	631459	662130	703445
حرف يدوية	260652	274554	288724	303605	324085
المجموع	1141863	1193339	1231073	1286140	1359580

المصدر: اعتمادا على منشورات إحصائيات وزارة الصناعة والمناجم لمختلف الأعداد

من خلال معطيات الجدول نلاحظ أن إجمالي عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطور مستمر بمرور السنوات، إذ قدر خلال سنة 2018 حوالي 1.141.863 مؤسسة لتتطور وتصبح في نهاية سنة

2022 حوالي 1.359.580 مؤسسة، ولقد اختلف تزايد نسبة مساهمة النشاطات في هذا التطور اذ احتل قطاع الخدمات المرتبة الأولى، إذ قدر تعداد هذا النوع من المؤسسات سنة 2022 حوالي 703445 مؤسسة، يليه في المرتبة الثانية قطاع الحرف اليدوية الذي قدر ب 324085 مؤسسة، وفي المرتبة الثالثة قطاع البناء والأشغال العمومية بحوالي 204438 مؤسسة، وفي المرتبة الرابعة قطاع الصناعات التحويلية ب 115921 مؤسسة، ثم تحتل المراتب الأخيرة قطاع الزراعة ب 8322مؤسسة وقطاع الطاقة والمناجم، إذ تعتبر مساهمة هذين القطاعين جد ضئيلة مقارنة مع القطاعات الأخرى، والشكل التالي يوضح تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب قطاعات النشاط .

الشكل رقم (07): تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب النشاط خلال الفترة (2018-2022)



المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على الجدول رقم (06).

4- التوزيع الجغرافي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

يمثل الجدول التالي التوزيع الجغرافي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لإحصائيات عام 2022:

الجدول رقم (07): التوزيع الجغرافي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لسنة 2022

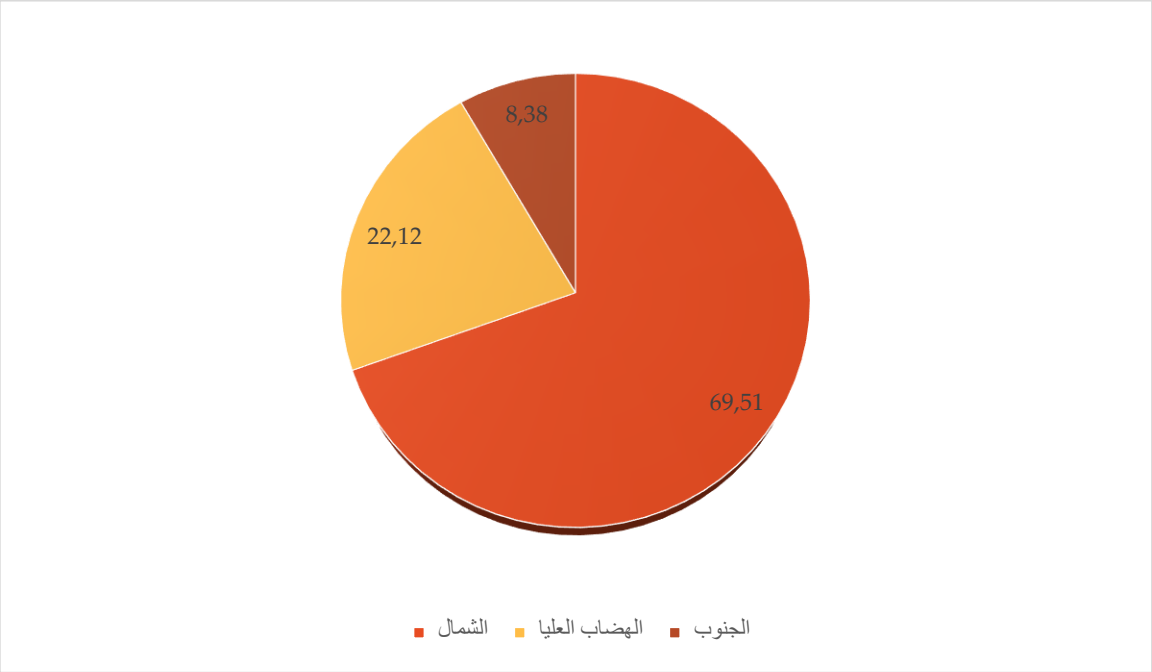
	عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	%
الشمال	945 153	69,51
الهضاب العليا	300 745	22,12
الجنوب	113 905	8,38
المجموع الإجمالي	1 359 803	100

المصدر: إحصائيات وزارة الصناعة والمناجم لسنة 2023، العدد 42، ص 11.

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تتركز في الشمال بنسبة 69.5%، بسبب التوزيع الجغرافي للسكان المتمركز في الشمال، تليها منطقة الهضاب العليا بنسبة 22.1 %، وأخيرا منطقة الجنوب بنسبة 8.3% وهي نسبة ضعيفة مقارنة بالمناطق الأخرى بالرغم من مساحته وقاعدته الصناعية الكبيرة، حيث يفتقد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بسبب ضعف الكثافة السكانية وضعف المرافق الضرورية، وهذا ما يعني ضعف في سياسة التوازن الجهوي، وعدم نجاح السياسات المتعاقبة الخاصة بتنمية الجنوب والهضاب العليا.

والشكل الموالي يوضح اختلال التوزيع الجغرافي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

الشكل رقم (09): التوزيع الجغرافي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لسنة 2022



المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على الجدول رقم

المطلب الثاني: واقع إنشاء وزوال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

نتطرق في هذا المطلب لواقع إنشاء وزوال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

1. إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

من خلال الجدول التالي نبين تطور إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

الجدول رقم (08): تطور إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للقطاع الخاص لسنتي 2021 و2022

طبيعة المؤسسات ص وم	2021	حركة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في 2022				2022
		إنشاء	شطب	إعادة تنشيط	نمو	
أشخاص معنوية	720495	37932	4799	9141	42274	762769
أشخاص طبيعية	262040	15993	6205	898	10 686	324 085
الحرف اليدوية	303605	26606	8175	2049	20 480	324 085
مجموع المؤسسات الخاصة	1286140	80 531	19 179	12 088	73 440	1.359.580

المصدر: إحصائيات وزارة الصناعة والمناجم للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لسنة 2023، العدد 42.

من خلال الجدول نلاحظ أن عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة التي أنشأت سنة 2022 هو 80531 مؤسسة، حيث تشير المعطيات المقدمة من طرف الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي CNAS إلى إنشاء 37932 مؤسسة صغيرة ومتوسطة خاصة (أشخاص معنوية)، بينما تشير المعطيات المقدمة من طرف الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الأجراء CASNOS إلى إنشاء 15993 مؤسسة صغيرة ومتوسطة خاصة (أشخاص طبيعية) خلال نفس الفترة.

وتم إعادة تنشيط 9141 مؤسسة صغيرة ومتوسطة (أشخاص معنوية) كما هو مصرح به من الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي CNAS، ونحصي أيضا 6205 مؤسسة (أشخاص طبيعية) مصرح بها من CASNOS.

2. وفيات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

الجدول رقم (09): وفيات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة خلال سنة 2022

نوع المؤسسات	أشخاص معنوية	أشخاص طبيعية	المجموع
عدد الوفيات	4799	14380	19179
النسبة	25.02%	74.98%	%100

المصدر: إحصائيات وزارة الصناعة والمناجم لسنة 2023، العدد 42.

من خلال الجدول نلاحظ أنه تم شطب 19179 مؤسسة صغيرة ومتوسطة في سنة 2022، منها 25.02% أشخاص معنوية، و74.98% أشخاص طبيعية.

المطلب الثالث: أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

بالنسبة للجزائر في ظل الظروف والتحولات الاقتصادية والاجتماعية التي تميز مجتمعنا من الواضح أن المؤسسة الصغيرة والمتوسطة تشكل عاملا حتميا للتكامل والتنويع الاقتصادي، كما يمكن أن تشكل المصدر الأساسي للشغل وعاملا جوهريا في ترقية الصادرات خارج المحروقات، إضافة إلى ذلك تشارك المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التنمية المحلية، وهي تعتبر أداة فعالة للتوازن الجهوي واستقرار السكان.

والهدف من القانون الأخير حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يظهر أنه لتغطية الحاجات الوطنية بإنشاء حوالي 600 ألف مؤسسة صغيرة ومتوسطة على المدى المتوسط في مختلف قطاعات النشاط

الاقتصادي، مما سيسمح بإنشاء حوالي 6 ملايين منصب شغل على مدى 10 سنوات غير أن الهدف الطموح يبقى مرهونا على عدد كبير من العوامل غير متوفرة في معظمها. [1]

وتظهر أهمية هذه المؤسسات في إعادة ادماج العمال المسرحين لظروف اقتصادية مما يسمح باستغلال الكفاءات والتجارب وتجسيد أفكارهم في الواقع مما يساهم في امتصاص البطالة لما يتميز به هذا النوع من المؤسسات في خلق فرص عمل في شتى القطاعات، كما تكمن الأهمية في:

- استيعاب القدرة الكامنة لدى الأفراد خاصة منهم ذوي الكفاءات والمهارات.
- احداث التوازن الجهوي، ذلك أن هذا النوع من المؤسسات سهل الإنشاء في المناطق المنعزلة.
- تدعيم النسيج الاقتصادي وخلق بعض التكامل لأن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تنشط في مجالات مختلفة فلاحية وخدماتية مما يجعل الاقتصاد يتسم بالتوازن.

كما أن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة أهمية ومساهمة في التصدير، لذا لابد من التطرق لأهميتها في التشغيل والقيمة المضافة والناتج المحلي الإجمالي:

- أهمية ومساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التشغيل: حيث تساهم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تشغيل عدد كبير من العمال، وهي في تطور مستمر من سنة إلى أخرى، والجدول التالي يبين تطور التشغيل في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لسنتي 2021 و2022

[1] عبد الحميد حمشة، خوني رابح، مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر خلال الفترة 2010-2019، مجلة دراسات اقتصادية، المجلد16، العدد3، الجزائر، 2022، ص 84.

الجدول رقم (10): تطور مناصب الشغل في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لسنتي 2021 و2022:

طبيعة المؤسسات ص وم	2021		2022		التطور %
	العدد	%	العدد	%	
المؤسسات الخاصة					
الأجراء	1828720	58,33	1928633	58,31	5,46
أرباب العمل	1286140	41,03	1359580	41,10	5,71
المجموع	3114860	99,36	3 288 213	99,41	5,57
مؤسسات عمومية	20 108	0,64	19 608	0,59	5,51
المجموع	3 134 968	100	3 307 821	100	5,46

المصدر: إحصائيات وزارة الصناعة والمناجم لسنة 2023، العدد 42، ص 14.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ تزايد في مناصب العمل التي تم استحداثها من طرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة بالجزائر حيث انتقلت من 1828720 منصب شغل سنة 2021 إلى 1928633 منصب شغل سنة 2022 بنسبة تطور 5,46%، في حين نلاحظ تراجع عدد العمال بالنسبة للمؤسسات العمومية.

- أهمية ومساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق القيمة المضافة:

الجدول رقم (11): مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في القيمة المضافة ل 2019، 2020، 2021: (مليار دج)

	2019		2020		2021	
	القيمة	النسبة %	القيمة	النسبة %	القيمة	النسبة%
القطاع العام	1449,22	12,66	1299,9	12,233	1426,61	12,13
القطاع الخاص	10001,3	87,34	9326,55	87,767	10334,13	87,87
المجموع	11450,6	100	10626,46	100	11760,74	100

المصدر: إحصائيات وزارة الصناعة والمناجم لسنة 2023، العدد 42، ص 35.

من خلال الجدول نلاحظ تراجع مساهمة القطاع العام في تحقيق القيمة المضافة، حيث انخفضت بقيمة كبيرة سنة 2020 بسبب تأثير فيروس كورونا، لتعود للارتفاع سنة 2021 بقيمة 1426,61، أما بالنسبة للقطاع الخاص نلاحظ انخفاض في مساهمة القطاع الخاص حيث كانت قيمتها 10001,3 مليار دينار جزائري وبسبب تأثير فيروس كورونا انخفضت سنة 2020 لتصل قيمتها حوالي 9326,55 مليار دج لتعود للارتفاع سنة 2021 وتصل إلى 10334,13 مليار دج.

- أهمية ومساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق النمو المتزايد للناتج الوطني الخام:

الجدول رقم (12): مساهمة المؤسسات ص وم في تحقيق النمو الناتج الوطني (بالملايير دينار)

السنة	2017	2018	2019	2020	2021	الثلاثي الثاني من 2022
قيمة الناتج الوطني الخام	18876,2	20259	20500,3	18477	22079	6868,6

المصدر: النشرة الإحصائية الثلاثية 2022 لبنك الجزائر.

المبحث الثاني: مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في عملية التصدير في الجزائر

تساهم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بشكل كبير في تحريك عجلة التنمية وتخلق أفاق واعدة للاقتصاد الجزائري، وتعمل الجزائر على تعزيز موقعها في التجارة الدولية مما يلزم ترقية هذه المؤسسات للتحول إلى اقتصاد منتج ومتنوع، وفي هذا المبحث نتطرق إلى تبعية الاقتصاد الجزائري للقطاع النفطي، دوافع اللجوء لترقية الصادرات خارج المحروقات بالإضافة إلى دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في عملية التصدير في الجزائر.

المطلب الأول: تبعية الاقتصاد الجزائري للقطاع النفطي

تتركز الصادرات الجزائرية في قطاع واحد وهو قطاع المحروقات الذي يسيطر على أغلبية الصادرات الجزائرية نحو الخارج، مما جعل الاقتصاد الوطني يتأثر بتقلبات أسعار النفط في الأسواق الدولية ويتعرض للصدمات النفطية، مما يستدعي من السلطات انتهاج استراتيجية لترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات[1]، حيث يمثل قطاع المحروقات 1/3 الناتج الإجمالي، ويمده 2/3 إيرادات الموازنة و98% من الإيرادات الخارجية، ويجمع معظم المحللين على أن السلطات الجزائرية لم تتمكن من إيجاد الآلية الناجعة التي تمكنها من تحرير الاقتصاد، وهذه التبعية المتزايدة تجعل اقتصاد الجزائر مهدد بتدهور عوائد هذه الصادرات، ويترتب عليها جملة من المخاطر نذكرها: [2]

[1] لقرع فايزة، طيبة عبد العزيز، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنويع الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال اقتصاديات شمال افريقيا، المجلد 15 العدد20، الجزائر، 2019، ص 173.

[2] مداني جمال الدين، شنوف صادق، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات خارج المحروقات، مجلة جديد الاقتصاد، المجلد16، العدد 1، الجزائر، 2021، ص 46.

1. مخاطر نضوب المخزون النفطي وارتفاع تكاليف الإنتاج:

إن الموارد النفطية هي طاقة غير متجددة ومعرضة للنضوب نتيجة عمليات الاستخراج المستمر، لذا يتوجب الاستهلاك الأمثل لهذه الاحتياطات التي تتأثر إيجابا بعمليات الاكتشاف والتنقيب من أجل تعزيز المخزون الاحتياطي

2. تبعية الصادرات الجزائرية للمحروقات:

تتركز الصادرات الجزائرية في قطاع واحد وهو قطاع المحروقات الذي يسيطر على أغلبية الصادرات الجزائرية نحو الخارج.

3. مخاطر تقلبات الأسعار والأزمات المالية:

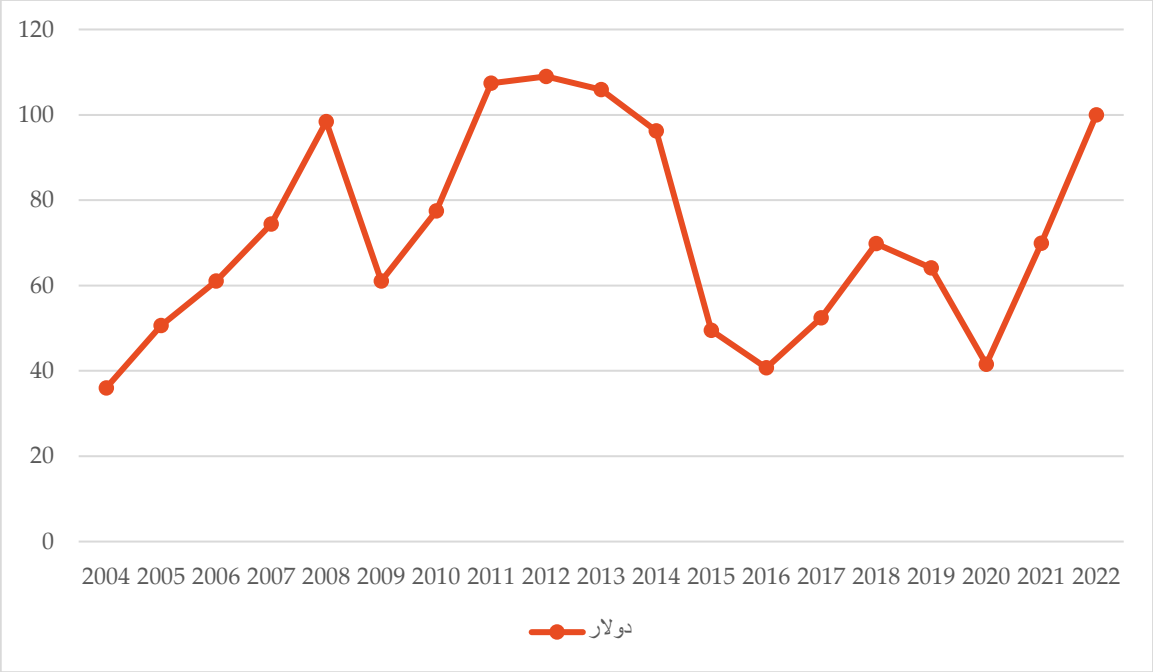
إن الاعتماد على ريوع الصادرات النفطية يؤثر في الدخل الوطني من العملة الصعبة والتي تستعمل في اقتناء المستلزمات الاستهلاكية من الخارج واللوازم من وسائل الإنتاج، وقد أدت الانخفاضات المفاجئة في أسعار النفط إلى إحداث أثر سلبي على الاقتصاديات النفطية، فقد أدى هذا التدهور إلى التأثير على توازن ميزان المدفوعات ومعدلات النمو الاقتصادي وسجل عجز في الناتج المحلي الإجمالي، والجدول التالي يوضح تطور أسعار النفط خلال الفترة (2004-2022):

الجدول رقم (13): تطور أسعار النفط خلال الفترة (2004-2022) بالدولار:

السنة	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
السعر	36	50.6	61	74.4	98.4	61	77.45	107.4
السنة	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
السعر	109	105.9	96.2	49.5	40.7	52.4	69.8	64.1
السنة	2020	2021	2022					
السعر	41.5	69.9	100					

المصدر: التقرير الاحصائي السنوي لمنظمة الأقطار العربية المصدرة للبترول (أوبك)، سنة 2022.

الشكل رقم (10): تطور أسعار النفط



المصدر: من اعداد الطالبين اعتمادا على بيانات الجدول رقم (13).

نلاحظ من خلال الجدول والشكل البياني أن أسعار النفط عرفت تذبذبا كبيرا خلال فترات الدراسة بسبب العديد من التغيرات والأزمات المالية أبرزها أزمة الرهن العقاري سنة 2008، وأزمة 2014 التي كانت تداعياتها أكبر على الاقتصاد الوطني، حيث شهد فيها سعر برميل النفط أكبر انخفاض بقيمة 40 دولار للبرميل في سنة 2016 بسبب تراجع الطلب على النفط مع الزيادة في العرض ، وبالتالي انخفضت العائدات البترولية في الجزائر، وسجلت أثارا سلبية في مجموعة من المؤشرات الاقتصادية وهي : الموازنة العامة للدولة، الناتج الإجمالي المحلي، التجارة الخارجية، المديونية الخارجية، وسعر صرف الدينار وضعف القدرة الشرائية، وأزمة COVID19 التي أثرت بانخفاض أسعار النفط بشكل كبير وبرز أثرها سنة 2020 لكثرة الإصابات بالفيروس والاغلاق الاقتصادي عالميا وبالتالي انخفاض الطلب العالمي على النفط مما أثر على سعره، وبعد تخفيف القيود العالمية ارتفع قليلا سنة 2021 ليصل 69.9 دولار للبرميل ويواصل مكاسبه سنة 2022 حتى 100 دولار لبرميل النفط الواحد بسبب آثار الحرب الروسية على أوكرانيا والعقوبات الأوروبية على روسيا بحظر استيراد النفط الروسي، كل هذا أثر على أسعار النفط بالارتفاع.

المطلب الثاني: دوافع اللجوء لترقية الصادرات خارج المحروقات

إن الانخفاض المسجل في نسبة الصادرات خارج المحروقات والاختلال الهيكلي الحاصل على مستواها، إضافة إلى تعثر مسار النمو وزيادة حالة الركود وارتفاع الأسعار وتزايد البطالة، كل هذه الأمور جعلت من السلطات الجزائرية تتحرك بإدراج مسألة تنمية الصادرات خارج المحروقات على رأس الأولويات التي يجب تحقيقها، هذه الاختلالات كانت الدافع الأساسي للتوجه نحو تنويع الصادرات من خلال جملة من العوامل هي: [1]

1. النزعة الحمائية:

اتجهت الدول الصناعية المتقدمة إلى زيادة النزعة الحمائية أمام وارداتها من كافة السلع الأولية والصناعية، نتيجة للأزمات المالية التي سادت في عقد الثمانينات، إضافة إلى الركود العالمي الذي ساد معظم الدول الصناعية، وقد اتجهت الدول الصناعية إلى تبني القيود الحمائية غير التعريفية على أثر نجاح اللجان في تخفيض متوسط التعريفات الجمركية، مما أثر على صادرات الدول النامية.

2. معدل التبادل:

شهدت معدلات التبادل الدولية تدهور في غير صالح الدول النامية، وهذا راجع إلى اتجاه أسعار السلع الصناعية التي تصدرها الدول المتقدمة إلى الدول النامية إلى الارتفاع الشديد مقابل اتجاه أسعار السلع الدولية إلى الانخفاض باستثناء البترول، والسبب وراء هذا الانخفاض هو تراخي الطلب العالمي على هذا النوع من المنتجات نتيجة التقدم العلمي والتكنولوجي الذي حققته الدول الصناعية.

[1] تيغرسي الهواري، حاج يوسف سارة، دور الصادرات خارج المحروقات في تنمية الاقتصاد الجزائري، Revue des sciences commercials، الجزائر، 2017، ص 10.

3. الدين الخارجي:

لقد تزايدت أعباء الديون الخارجية في الفترة الأخيرة، وهي نتيجة لتزايد العجز في ميزان المدفوعات فتزايد عجز الحساب التجاري، تترتب عليه بالضرورة لجوء الدولة إلى الاقتراض الخارجي لتمويل هذا العجز وتحقيق فائض في ميزان العمليات الرأسمالية، ويترتب عليه زيادة أرقام المديونية الخارجية وبالتبعية تزداد أرقام المديونية الخارجية.

المطلب الثالث: دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في عملية التصدير في الجزائر والصعوبات التي تواجهها

1. دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في عملية التصدير في الجزائر:

تبنت الحكومة الجزائرية سياسات تدعيمية للرفع من قيمة الصادرات خارج قطاع المحروقات كان من بينها تدعيم قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وإدراجها كحل من الحلول التي يعول عليها كبديل لقطاع المحروقات، فهي تمتلك قدرة كبيرة على غزو الأسواق الخارجية والمساهمة في زيادة الصادرات وتوفير النقد الأجنبي وتقليص العجز في ميزان المدفوعات، والجدول التالي يظهر واقع صادرات المحروقات والعلاقة بين تطور عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بتطور الصادرات خارج المحروقات.

الجدول رقم (14): واقع صادرات المحروقات والعلاقة بين تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتطور الصادرات خارج المحروقات

	عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	صادرات خارج المحروقات (مليار دولار)	صادرات المحروقات (مليار دولار)
2014	852.053	2,81	58,36
2015	934.569	2,06	33,08
2016	1.022.621	1,78	27,92

2017	1.074.503	1,93	33,20
2018	1.141.863	2,22	38,90
2019	1.193.339	2,07	33,24
2020	1.231.073	1,91	20,02
2021	1.286.365	4,50	34,06
2022	1.359.803	4,34	42,58

المصدر: من اعداد الطالبين اعتمادا على التقارير السنوية لبنك الجزائر، منشورات لإحصائيات وزارة الصناعة والمناجم لمختلف الاعداد

من خلال الجدول نلاحظ فارق كبير بين صادرات المحروقات وصادرات خارج المحروقات، حيث يهيمن قطاع المحروقات على اجمالي قيمة الصادرات الجزائرية بالرغم من التطور الكبير الذي شهده قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ليبقى الاقتصاد الجزائري اقتصاد ريعي تابع لقطاع المحروقات.

وبالنسبة لقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال الجدول يظهر لنا التطور الكبير الذي يشهده هذا القطاع من سنة إلى أخرى، في حين شهدت الصادرات خارج المحروقات تقهقرا واضحا خلال الفترة (2015-2017) مقارنة بتطور عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، لكن في السنتين الأخيرتين نلاحظ تحسن طفيف في قيمة الصادرات خارج المحروقات، ففي سنة 2021 وصلت قيمتها لحوالي 4,5 مليار دولار وسنة 2022 وصلت قيمتها 4,34 مليار دولار، وبالتالي نلاحظ أنه لا توجد علاقة طردية ارتباطية بين المؤشرين أي كلما زاد تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة زادت الصادرات خارج المحروقات بل بالعكس، مما يؤكد عدم استمرار فعالية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التصدير الكلي خارج المحروقات، وهذا راجع لفشل مخططات الحكومة في الدفع بهذه المؤسسات نحو التجارة الخارجية بشكل فعال ومستدام.

2. الصعوبات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

حسب تقديرات الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (ALGEX) فإن عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المصدرة في الجزائر لا يتجاوز 330 مؤسسة من إجمالي 1022621 مؤسسة صغيرة ومتوسطة سنة 2016، أي ما يعادل نسبة 0,032% من إجمالي المؤسسات، بصادرات خارج قطاع المحروقات تقدر ب 2,88 مليار دولار[1]، وهذا بسبب عدة صعوبات تواجهها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تعرقلها ومن بين هذه الصعوبات نذكر ما يلي:[2]

- **الصعوبات التسويقية والإدارية:** والتي تتمثل بانخفاض الإمكانيات المالية، وعدم وجود منافذ تسويقية منتظمة، وتفضيل المستهلك الحالي للمنتجات الأجنبية المماثلة وعدم نتوفر الحوافز الكافية للمنتجات المحلية، ونقص المعلومات الإحصائية الخاصة بالمؤسسات المنافسة وشروط ومواصفات السلع المنتجة وغير ذلك من البيانات والإحصاءات اللازمة لتسيير أعمالها على الوجه المستهدف.
- **صعوبات فنية:** حيث أنه عادة ما تعتمد هذه المشروعات على قدرات وخبرات أصحابها في العمل بصفة رئيسية، كما أنها تلجأ عادة إلى استخدام أجهزة ومعدات قد تكون بدائية أو أقل تطورا عن تلك المستخدمة في المشروعات الكبيرة، كما أن اختيار المواد الخام ومستلزمات الإنتاج اللازمة لأعمال هذه المشروعات لا يخضع في كثير من الأحيان لمعايير فنية وهندسية مدروسة.
- **صعوبات تمويلية:** وتتمثل بمحدودية الإمكانيات المالية، نظرا لاعتمادها على التمويل الذاتي في غالب الأحيان، وتردد بعض البنوك التجارية في تمويل هذه المؤسسات إلا بشروط معينة وتكلفة مرتفعة.

[1] عابد مهدي، مرغاد سناء، سبل تعزيز مسار تدويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، مجلة الدراسات الاقتصادية المعمقة، العدد07، الجزائر، 2018، ص 251.

[2] بن أحمد كلثوم، بن عبد العزيز سفيان، مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنويع الصادرات الجزائرية خارج المحروقات، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد6، العدد2، الجزائر، 2021، ص 97.

المبحث الثالث: مناهج دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للنهوض بالصادرات في الجزائر

من أجل النهوض بالصادرات في الجزائر اعتمدت الحكومة الجزائرية على مناهج لدعم قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث نتطرق في هذا المبحث لسياسات دعم وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، المشاكل التي تواجه هذه المؤسسات في التصدير وأخيرا سبل معالجة الصعوبات التي تواجهها.

المطلب الأول: سياسات دعم وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تبنت الدولة الجزائرية عدة سياسات لدعم وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نذكرها فيما يلي: [1]

1. السياسات التوجيهية:

تتمثل في الإصلاحات والبرامج التي تهدف لخلق بيئة مواتية لتنمية قطاع الصادرات، وتتأسس على أهمية الدور الذي يمكن أن تلعبه الدولة في تكوين وتدريب المهارات وتوفير مناخ وطني تنافسي، وبيئة أعمال مناسبة لتقنيات وأساليب الإنتاج والنظم الحديثة، وتشمل:

- خلق مناخ استثماري محفز: بالاعتماد على منح العديد من المزايا التشجيعية للمستثمرين لضمان وتوفير بيئة مناسبة للاستثمار التصديري.
- سياسات تحسين جودة الصادرات: لتعزيز القدرة على اختراق الأسواق العالمية والانتشار.
- التمويل والتأمين للصادرات: ضرورة توفير الموارد المالية اللازمة للنشاط التصديري بأسعار فائدة ميسرة خلال دعم وزيادة موارد المؤسسات المالية المتخصصة وتنويع نشاطها لضمان المخاطر التجارية وغير التجارية التي تتعرض لها الصادرات غير النفطية.

[1] عبد الحميد حمشة، خوني رابح، مرجع سابق، ص 88.

2. سياسة الدعم:

أهم أشكال الدعم تتمثل في الدعم المالي المباشر، الاستثناءات الضريبية، تقديم القروض لتمويل الصادرات بأسعار فائدة رمزية، تعديل سعر الصرف للمصدر، في حين أن الدعم غير المباشر يتمثل في دعم خدمات المياه والكهرباء للأنشطة التصديرية، حيث في هذا الصدد اتخذت الدولة مجموعة من الحوافز التشجيعية الأولية لتحقيق أهداف التصدير والتي تمحورت في مجملها حول تدعيم قطاع التصدير غير النفطي.

3. الجانب القانوني:

بداية بإصدار قانون 90-10 المتعلق بالنقد والقرض الذي شمل العديد من الإصلاحات في مجال التسيير المالي، القرض والاستثمار، ومع بداية الألفية الثالثة تدعم الاطار القانوني لترقية وتطوير الاستثمار بصدور الأمر 01-03 في 20 أوت 2001 المتعلق بتطوير الاستثمار، حيث قدم مجموعة من التسهيلات والتحفيزات الضريبية وشبه الضريبية والجمركية، كما تم سنة 2001 أيضا إصدار القانون 01-18 المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ويعتبر هذا القانون منعرجا حاسما في تاريخ المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إذ تحدد من خلاله الإطار التشريعي والتنظيمي الذي تنشط فيه هذه الأخيرة، فهو أول قانون يعطي تعريف رسمي لها وكذلك يحدد آليات دعمها وترقيتها.

4. سياسات الإطار المؤسساتي:

تم انشاء العديد من الهياكل والهيئات المتخصصة بهدف ترقية وتدعيم قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من بينها:[1]

4-1 هيئات الدعم التابعة لوزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة "PME": بادرت الجزائر بإنشاء وزارة منتدبة مكلفة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة سنة 1991، تحولت إلى وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

[1] بوقادير ربيعة، مطاي عبد القادر، تقييم أداء قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر خلال الفترة (2001-2016)، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، الجزائر، 2018، ص 274.

في 1994، هدفها الأساسي ترقية هذا القطاع، ولتحقيق ذلك أنشأت الوزارة العديد من الهيئات المتخصصة من بينها: المشاتل، مراكز التسهيل، المجلس الوطني الاستشاري لترقية PME.

4-2 هيئات دعم وتحفيز الاستثمار: من بينها:

4-2-1 الصندوق الوطني للتأمين على البطال CNAC: أنشأ في 1994، بغرض حماية الأجراء الذين يفقدون عملهم بشكل لا ارادي، وهو اليوم جهاز لدعم البطالين ذوي المشاريع البالغين بين 30- 50 سنة.

4-2-2 الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب ANSEJ: مكلفة بتشجيع ودعم مرافقة الشباب البطال الذين لديهم فكرة مشروع إنشاء مؤسسة.

4-2-3 الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمارANDI: تهدف لتطوير الاستثمار الخاص والعام، المحلي والأجنبي.

4-2-4 الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغرANJEM: يتمثل هدفها في تسيير جهاز القرض المصغر وفق التشريع المعمول به ودعم نصح ومرافقة المستفيدين من القرض المصغر في تنفيذ مشاريعهم.

4-2-5 صندوق ضمان استثمارات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:CGCI أنشأ بموجب المرسوم الرئاسي رقم 04-134 المؤرخ في 19/04/2004 والذي يقوم بضمان تسديد القروض البنكية التي تستفيد منها المؤسسات المصغرة لتمويل الاستثمارات المنتجة للسلع والخدمات المتعلقة بإنشاء تجهيزات المؤسسات وتوسيعها، وتبلغ قيمة القروض القابلة للضمان 50 مليون دج كحد أقصى[1].

4-2-6 صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطةFGAR: لقد تم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 373-02 الصادر في 11/11/2002، إنشاء صندوق ضمان القروض، وهذا يعتبر انطلاقة حقيقية لترقية هذا القطاع، ومنذ انشائه تم منح 3639 مليار دينار بالنسبة لعروض الضمان. [2]

[1] عبد اللاوي مفيد وآخرون، الإجراءات المتبعة لتفعيل دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و واقعها في الجزائر، ملتقى وطني حول واقع وآفاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، يومي 06/05 ماي ،2013 جامعة الوادي، الجزائر، ص04.

[2] كشف المعلومات الإحصائية لوزارة الصناعة والمناجم، 2023، العدد 42.

الجدول رقم (15): عدد المشاريع الممولة ومناصب الشغل ل ANJEM وCNAC

	عدد المشاريع الممولة	مناصب الشغل الموفرة
ANJEM	966 302	1 412 895
CNAC	340500	55478018

المصدر: كشف المعلومات الإحصائية لوزارة التجارة والمناجم العد 42.

4-2-7 الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة (CACI): هي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، توضع تحت وصاية الوزير المكلف بالتجارة، تأسست الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 96-93 المؤرخ في 3 مارس 1996، وهي تقوم بكل عمل يهدف لترقية مختلف قطاعات الاقتصاد الوطني وتنميتها وتوسيعها لاسيما في مجال الأسواق الخارجية، حيث تتكفل الغرفة ببعض المهام الموضوعة من خلال المادة 05 من نفس المرسوم المتضمن إنشاء الغرفة الوطنية للتجارة والصناعة والمتمثلة في: [1]

- تنظم كل التظاهرات الاقتصادية مثل المعارض والمناظرات والملتقيات التي تهدف لترقية النشاطات الصناعية والتجارية والخدمات وتطويرها.
- تشارك في مبادرات الهيئات التمثيلية التي لها نفس الأهداف.
- تقوم بأعمال التكوين وتحسين المستوى وتجديد المعلومات لصالح المؤسسات التابعة لدوائرها الإقليمية

توفر الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة بنك للمعلومات الذي يشمل أكثر من 22000 مؤسسة جزائرية عاملة في قطاعي الصناعات والخدمات.

[1] عزيزي أحمد عكاشة، الأجهزة والإجراءات المدعمة لتطوير التجارة الخارجية الجزائرية، مجلة الابتكار والتسويق، العدد الرابع، الجزائر، 2016، ص 253.

4-2-8 الشركة الجزائرية للتأمين وضمان الصادرات (CAGEX): تأسست الشركة الجزائرية للتأمين وضمان الصادرات وفق مقتضيات المادة 04 من الأمر رقم 96/06 المؤرخ في 1996/01/10 شركة ذات أسهم وفي إطار تنفيذ نص المادة 4، الشركة الجزائرية للتأمين وضمان الصادرات قد أسست لتحقيق أهداف كثيرة ومتنوعة، تقوم هذه الشركة بتأمين القرض على التصدير والموجه إلى: [1]

- تعويض المؤمن على الخسائر التي تعرض لها جراء عدم تغطية مستحقاته الناتجة عن تسديد ثمن الأملاك أو الخدمات المصدرة.
- تأمين المؤمن على عواقب الانقطاع أو التوقف النهائي لسوق التصدير.
- التغطية الجزئية للمصاريف اللازمة للبحث عن الزبائن في الخارج.

4-2-9 الصندوق الخاص لترقية الصادرات (FSPE): أنشئ هذا الصندوق طبقا للمرسوم التنفيذي رقم 92-205 المؤرخ في 1996/07/05 وينص على إنشاء صندوق خاص لترقية الصادرات، حيث تقوم مختلف الهيئات العمومية والخاصة بالمساهمة في إعانة هذا الصندوق، وذلك من خلال تقديمها لعطاءات ومنح مختلفة، كما تساهم خزينة الدولة بالإعانة عن طريق الفوائد الناجمة عن الرسوم الخاص الإضافي وذلك بنسبة 10% ويقدر الايراد السنوي لهذا الصندوق ما بين 50 إلى 60 مليون دينار، كما تمنح الدولة إعانات عن طريق الصندوق الخاص لترقية الصادرات لفائدة أي شركة مقيمة، تقوم بإنتاج ثروات أو تقديم خدمات ولكل تاجر مسجل بصفة منتظمة في السجل التجاري وينشط في مجال التصدير، ويتم تحديد مبلغ إعانة الدولة المتاحة بإشراف وزارة التجارة وحسب نسب تحدد مسبقا وفق الموارد المتوفرة.

4-2-10 الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (ALGEX): بموجب المرسوم التنفيذي رقم04-174 المؤرخ في 16 جويلية 2004 تضمن إنشاء الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية تنظيمها وتسييرها، وتكلف الوكالة بالمهام التالية:

- المساهمة في تحديد وتطوير استراتيجية لترقية التجارة الخارجية ووضعها حيز التنفيذ بعد المصادقة عليها من طرف مجلس التوجيه.
- تنظيم وتسيير وسائل ترقية الصادرات خارج المحروقات لصالح المؤسسات المصدرة.

[1] عزيزي أحمد عكاشة، مرجع سابق، ص 254.

- تحليل الأسواق العالمية والقيام بدراسات استطلاعية شاملة وقطاعية حول الأسواق الخارجية.
- انشاء منظومة مواكبة للأسواق الدولية وتأثيرها في المبادلات التجارية الجزائرية.
- إعداد تقرير سنوي تقييمي لسياسة الصادرات وبرامجها.

ويمكن حصر أهداف الوكالة في:[1]

- مساعدة المصدرين على معرفة القواعد والتطبيقات المتعلقة بالتجارة الدولية عن طريق دراسة منافسة الأسعار والقواعد.
- توجيه المتعاملين الاقتصاديين نحو الأسواق المستقبلية كالأسواق الخاصة وفرص عرض السلع والمواد والخدمات، نشر احتياجاتهم للبيع على الشبكة الدولية للمعلومات التجارية والاجابة على طلباتهم الخاصة بالشراء.

5. برامج التأهيل:

يعتبر تأهيل المؤسسات تحديا كبيرا، ومسألة تدخل في إطار النهج العام لتحسين القدرة التنافسية للاقتصاد الوطِني عامة وللمؤسسة بشكل خاص بهدف استدامة المؤسسة في محيط ديناميكي ومتغير للخروج من التبعية للمحروقات، من خلال إيجاد بيئة أعمال تنافسية، ومن بين هذه البرامج نجد: [2]

5-1 برنامج تأهيل المؤسسات الوطنية: وقد جاء هذا البرنامج ضمن تطلعات الجزائر لتطوير المؤسسات الوطنية حيث تكتسب القدرة التنافسية من أجل منافسة المؤسسات الأجنبية بعد الانفتاح الاقتصادي والتبادل التجاري الحر، ويتم تنفيذه تحت اشراف هيئات تعمل على السير الحسن للبرنامج وكان في إطار التعاون مع منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية.

5-2 البرنامج الوطني لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: يندرج هذا البرنامج ضمن قانون توجيه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والذي تضمن الارتقاء بهذه المؤسسات، حيث سطرت وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة برنامج مناسب للارتقاء بالمنتوج الوطِني وفق المعايير العالمية، وقد أقره مجلس الوزراء

[1] عزيزي أحمد عكاشة، مرجع سابق، ص 257.

[2] ماليكه أحميده، متطلبات تأهيل المناخ الاستثماري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في ظل أبعاد التنمية المستدامة، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي تبسي، التبسة، الجزائر، 2022، ص 137.

في 8 مارس 2004 وأطلقت المرحلة الأولى منه بداية 2007 بعد استكمال آليات تنفيذه في إطار تعزيز التنمية المستدامة للاقتصاد الوطني، وقد شمل هذا البرنامج المؤسسات التي تشغل أقل من 20 عامل والتي تمثل أكثر من 95% من إجمالي المؤسسات في الجزائر.

3-5 البرنامج الوطني الجديد لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: من أجل الدخول بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في عصر الحداثة والتنافسية المحلية والدولية تم إطلاق برنامج وطِني لتأهيلها في إطار الخماسي (2010-2014)، ويهدف هذا البرنامج إلى تأهيل 20 ألف مؤسسة صغيرة ومتوسطة، وقد رصدت لذلك ما قيمته 386 مليار دينار جزائري، وتشرف على تنفيذه الوكالة الوطنية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

4-5 دعم وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة EDPME1: تم تصميم هذا البرنامج الذي بدأ في إطار الشراكة الأورو جزائرية، بشكل مشترك بين وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات التقليدية والوكالة الأوروبية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ويشمل هذا البرنامج القطاع الخاص على المستوى الوطني، وبدأت الآلية في سنة 2014، وتنتهي في 2016، وقد تم تمديد هذا البرنامج على ضوء النتائج التي حققها.

5-5 برنامج دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتحكم في تكنولوجيات المعلومات والاتصال EDPME2: عند نهاية برنامج EDPME1 تم الشروع في تطبيق برنامج جديد بالشراكة مع الاتحاد الأوروبي، تضمن تقديم دعم مباشر للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال مساعدتها، ومرافقتها لتكثيف استعمال التكنولوجيا.

6-5 برامج التأهيل في إطار التعاون الثنائي: بالموازاة مع البرامج التي تمت في إطار الشراكة مع الاتحاد الأوروبي، عقدت جملة من الاتفاقيات التعاون الثنائي لتطوير المؤسسات ص وم تتمثل في:[1]

- برنامج التعاون الجزائري الألماني – برنامج التكوين والاستشارة.
- التعاون الجزائري الإيطالي.
- التعاون الجزائري الكندي.

[1] ماليكه أحميده، مرجع سابق، ص 142.

- التعاون مع البنك الإسلامي للتنمية.
- التعاون الجزائري الاسباني.
- التعاون الجزائري الجنوب افريقي.

وتم تنظيم العديد من الملتقيات مع الأطراف الإيطالية والمصرية والصينية والفيتنامية الهندية دارت كلها حول محاور متصلة ومتعلقة بالتجارب الأجنبية في ميدان التسيير وتقنيات التصدير، وتحسين نوعية المنتج والتصميم والدعم.

المطلب الثاني: المشاكل التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التصدير

تعتبر عملية التصدير عملية مركبة ذات تشعبات وفروع، تخضع لتغيرات دائمة بسبب التفاعلات والتكاملات الاقتصادية الدولية، لذلك تظهر باستمرار مجموعة كبيرة من التحديات والعوائق التصديرية. وبالنسبة للجزائر التي تعترض صادراتها عدة مشاكل تتمثل في: [1]

1. مشاكل على المستوى الجزئي:

- النظر الاستراتيجي لدى المسير الجزائري إغفال انتهاج الأساليب الحديثة في مجال إدارة الأعمال والتسويق ما يشكل معضلة حقيقية للمنتوج الجزائري في الأسواق العالمية.
- التطبيق العشوائي وغير منظم لإجراءات العمل المنصوص عليها في نظام الجودة.
- افتقاد المنتجات الوطنية لجودة المنتج تماشيا مع المتطلبات العالمية، أي ضعف المنافسة.
- عدم توافر نظام للمعلومات يتضمن كافة البيانات والإحصائيات التي تربط بين العملية الإنتاجية وموقع السلعة في السوق.
- غياب التحفيز المادي والمعنوي داخل المؤسسة، مما أحبط محاولة الابتكار والإبداع لدى العمال.
- ضعف الصناعة في المؤسسة الجزائرية، وهذا راجع إلى عدم حداثة أجهزتها الميكانيكية، والتي لم تعد قادرة على مجابهة التغيرات الحالية من التطور التكنولوجي.
- عدم كفاءة هياكل المؤسسة التي تتكفل بعملية التصدير وغيابها في بعض المؤسسات، ما أدى إلى عدم إيجاد مصالح تهتم بعملية التسويق، واستعمال تقنيات الإعلام التجاري.

[1] مداني جمال الدين، شنوف صادق، مرجع سابق، ص 50.

2. المشاكل المرتبطة بالمحيط الاقتصادي:

- غياب استراتيجية محددة المعالم للتصدير أو على الأقل تغطية الحاجيات المحلية، والتي تعتبر جزء ضروري لتنمية الصادرات وتحقيق تنافسية في الجانب الاقتصادي والاجتماعي
- غياب ثقافة التصدير لدى المتعاملين الاقتصاديين الجزائريين، وميلهم لممارسة عملية الاستيراد بسبب ارتفاع نسبة الربح والتقليل من المخاطر الناجمة عن التصدير.
- انعدام الخبرة لدى المصدرين الجزائريين، والتي تحول دون توقعهم في الأسواق الأجنبية.
- سوء استخدام التكنولوجيا حال دون تقدم منتجات مطابقة للمواصفات الدولية، إضافة إلى غياب الإبداع والابتكار التقني والتكنولوجي بسبب ضعف ميزانية البحث والتطوير وأنماط الإدارة المتسلطة.
- استفحال ظاهرة الفساد الإداري رغم أن الحكومة تعلن محاربتها للفساد بشكل مفتوح، باعتباره عائقا رئيسيا أمام جهود التنمية واستقطاب الاستثمارات الأجنبية.
- ارتفاع أسعار السلع الجزائرية مقارنة بالسلع الأجنبية ولاسيما الصينية.

3. المشاكل المرتبطة بالمحيط المؤسساتي والتشريعي:

- التشابك والتداخل في المهام الموكلة للهيئات والهياكل المدعمة لترقية الصادرات خارج المحروقات، مما أدى إلى غياب التنسيق والتضارب في الأرقام المقدمة لواقع التصدير.
- وجود تنظيم وتنسيق غير كافيين بين المصدرين الجزائريين، سواء على المستوى الوطني أو الخارجي
- سوء استخدام وتوجيه الموارد المالية للصندوق الخاص بترقية الصادرات غير النفطية، مما نتج عنه مناخ غير مشجع على تطوير نشاط التصدير في بلادنا، وعجز المصدر الجزائري.

4. المشاكل التسويقية والإدارية:

والتي تتمثل بانخفاض الإمكانيات المالية، وعدم وجود منافذ تسويقية، وتفضيل المستهلك المحلي للمنتجات الأجنبية المماثلة، عدم توفر الحوافز الكافية للمنتجات المحلية، نقص المعلومات والاحصائيات الخاصة بالمؤسسات المنافسة وشروط ومواصفات السلع المنتجة وغير ذلك من البيانات والإحصاءات اللازمة لتسيير أعمالها على الوجه المستهدف.

5. **مشاكل تمويلية:** وتتمثل بمحدودية الإمكانيات المالية، نظرا لاعتمادها على التمويل الذاتي في غالب الأحيان، وتردد بعض البنوك التجارية في تمويل هذه المؤسسات إلا بشروط معينة وبتكلفة محددة. [1]

المطلب الثالث: سبل معالجة الصعوبات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تتمثل سبل معالجة الصعوبات التي تواجهها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فيما يلي:

1. **التسهيلات المالية:** إنشاء سوق صرف ما بين البنوك في الجزائر، كان من المهام الأساسية لهذا السوق هو تغطية العمليات الجارية للبنوك وعمليات زبائنهم المتعلقة أساسا بإعادة تمويل وتقديم تسبيقات حول الحصيلة المتأتية من الصادرات خارج المحروقات والمنتجات المنجمية، إضافة إلى تقديم الدعم للمصدرين ببعض المواد لاسيما منها التمور، حيث أن تصديرها يستفيد من دعم مزدوج طبقا للقرار الوزاري المشترك بين وزارة التجارة والفلاحة سنة 2001، المتمثل في التكفل ب 80% من نفقات النقل.[2]

وبموجب المادة 129 من قانون المالية سنة 1996 تم إنشاء حساب خاص تحت رقم 302-084 بعنوان الصندوق الوطني الخاص بترقية الصادرات، وغرض إنشائه هو تقديم المساعدات المالية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تتمثل في قيمة 80% للمعارض الدولية و80% لتكاليف النقل إضافة إلى تقديم المساعدات بخصوص دراسات الأسواق وتحسين النوعية.

2. **منح معاملة تفضيلية لمؤسسات التصدير:** تتمثل في التدابير التالية:

- إلغاء التخصيص المركزي للموارد بالعملة الصعبة: أي حرية الأعوان الاقتصاديين في تداول العملة الصعبة، كما نجم عن هذا إعادة النظر في قوائم الاستيراد المعمول بها سابقا، وألغى هذا التميز وأصبحت كافة المنتجات حرة التصدير والاستيراد.
- منح إعفاءات جبائية: اعفاء الصادرات من أداء الرسم على القيمة المضافة، أما قانون الضرائب فمنح اعفاء مؤقت لمدة خمس سنوات من دفع الضريبة على أرباح الشركات، كما تم تمديد الاعفاء الضريبي على الدخل الإجمالي بالنسبة للمداخيل الناجمة عن التصدير.
- تخفيض أسعار النقل البري والبحري.

---

[1] بن أحمد كلثوم، بن عبد العزيز سفيان، مرجع سابق، ص 349.

[2] حمشة عبد الحميد، دور تحرير التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج المحروقات في ظل التطورات الدولية الراهنة، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2013، ص 97.

3. **التسهيلات التسويقية:** الاهتمام بإنتاج السلع وفق المواصفات العالمية والتي يمكن أن تنافس بسعر وجودة الأسواق العالمية وأن أحد العوامل الرئيسية لتحسين الإنتاج بأسعار منافسة يكون خلال استقطاب المستثمرين الأجانب للمشاركة في تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة القائمة في هذه الدول أو الاستثمار في صناعات جديدة وذلك من خلال نقل خبراتهم في الإنتاج والتسويق والإدارة، كما ينبغي وضع خطة لترويج الصادرات تشمل ما يلي: [1]

- وضع برنامج سنوي رسمي للمشاركة في المعارض والأسواق الدولية.
- تخصيص مساحات كبيرة بأرض المعارض لعرض منتجات المؤسسات الصغيرة.
- إقامة معارض دائمة في المراكز الرئيسية التجارية بالعالم، بحيث تتم تحت اشراف السفارات أو التمثيل التجاري.
- إنشاء جمعية متخصصة في تسويق منتجات المؤسسات الصغيرة، يتم تمويلها من الصندوق الاجتماعي أو البنوك المتخصصة.
- الدراسات التسويقية الاستشارية.

4. الاستفادة من مساعدات الدول المتقدمة ومساعدة قطاع الخدمات وإدارة المصدرين وتحسين المعاملة التفضيلية.

خلاصة الفصل:

تطرقنا في هذا الفصل الذي خصصناه لتحليل وتقييم مدى مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنويع الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات إلى كل من: تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، واقع إنشائها وزوالها، وأهميتها.

كما تناولنا تبعية الاقتصاد الجزائري للقطاع النفطي، دوافع اللجوء لترقية الصادرات خارج المحروقات، وأيضا دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في عملية التصدير في الجزائر.

وأخيرا تحدثنا عن سياسات دعم وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، المشاكل التي تواجهها في التصدير وأخيرا سبل معالجة الصعوبات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

[1] بن ساحة مصطفى، مرجع سابق، ص 178.

واستنتجنا في الأخير بأن مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في التصدير خارج المحروقات تعتبر جد ضعيفة ومحدودة، حيث تمثل نسبة ضئيلة مقارنة بقطاع المحروقات رغم التطور الحاصل في أعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في السنوات الأخيرة، كما أن دخولها عالم التصدير

خاتمة عامة

خاتمة عامة:

مما سبق ومن خلال دراستنا لموضوع مدى مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر خلال الفترة (2014-2022)، الذي تمحورت فيه الإشكالية الرئيسية المتمثلة في: كيف تساهم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر؟ باستطاعتنا القول من خلال دراستنا أن أبرز الاختلالات التي يعاني منها الاقتصاد الجزائري هو مشكل التبعية للريع النفطي، مما جعله عرضة للأزمات، جعلت الجزائر تفكر في عصر ما بعد النفط والتوجه نحو تنويع الصادرات خارج المحروقات من خلال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، التي تؤدي دورا كبيرا في تحقيق النمو الاقتصادي في مختلف اقتصاديات دول العالم.

واتضح لنا أن الجزائر خطت خطوة كبيرة في سبيل تطوير هذا القطاع وتوفير المناخ الملائم لها وأنشئت عدة هيئات لدعمها وترقيتها مما شجع على انشائها، وهذا ما حدث بالفعل حيث وصل عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في سنة 2022 لحوالي 1.359.803 مؤسسة، إلا أنه وبالرغم من الجهود التي بذلتها الدولة الجزائرية تبقى مساهمتها في الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات ضعيفة ولم ترقى للمستوى المطلوب، ولم تحقق أهدافها.

نتائج الدراسة:

بعد دراستنا للموضوع، توصلنا للعديد من النتائج، أبرزها:

- تبعية الصادرات الجزائرية للقطاع النفطي، حيث تمثل صادرات المحروقات حوالي 95% من إجمالي الصادرات.
- تلعب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دورا هاما بسبب سرعة تأقلمها وتكيفها مع المتغيرات الاقتصادية وغيرها، كما أن نجاحها في الأسواق المحلية لا يعتبر معيارا لنجاحها في الأسواق الخارجية.
- عرف قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تطورا كبيرا في العدد، حيث وصل عددها في نهاية سنة 2022 لحوالي 1.359.803 مؤسسة، إلا أنه يعتبر عدد قليل مقارنة بعدد السكان.
- من خلال دراستنا التطبيقية لاحظنا وبالرغم من التطور الكبير في تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مقارنة بعددها في السنوات الماضية، إلا أنها لم تشكل فارقا كبيرا وتبقى مساهمتها في الصادرات خارج

قطاع المحروقات ضئيلة جدا لا تتعدى نسبة 4%، لتبقى صادرات المحروقات تحتل النصيب الأكبر في مجموع الصادرات الجزائرية.

- تعاني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الكثير من الصعوبات والمشاكل التي تعرقل مسار تنميتها، بالرغم من جهود الدولة في دعمها وإعداد برامج تأهيل خاصة لها.

اختبار الفرضيات:

- **التحقق من الفرضية الأولى:** على الرغم من أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لم تصل إلى دالك الرقي المطلوب إلا أنها تلعب دورا بارزا في ترقية الصادرات من خلال إسهامها الكبير في زيادة القيمة المضافة، الناتج الداخلي الخام، ورقم الأعمال السنوي؛ وهدا ما يؤكد صحة الفرضية الأولى.
- **التحقق من الفرضية الثانية:** تلعب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دورا محوريا في تنمية الاقتصاد الجزائري، لكن لم تسطع اختراق الاسواق الخارجية وترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات اذ انه حسب احصائيات سنة 2016 تم تسجيل 330 مؤسسة صغيرة ومتوسطة مصدرة من بين 1022621 مؤسسة بنسبة تعادل 0,032%، وهذا ما يؤكد عدم صحة الفرضية الثانية.
- **التحقق من الفرضية الثالثة:** يواجه قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عدة مشاكل وعراقيل تحد من تطورها، ولمواجهة هذه المشاكل وضعت السلطات الجزائرية عدة سياسات وهيئات ومؤسسات لدعم وتطوير هذه المؤسسات، حيث قامت السلطات الجزائرية بإنشاء هيئات حكومية ومؤسسات متخصصة أهمها: الوكالة الوطنية لتنمية الاستثمار، الصندوق الوطني لدعم تشغيل الشباب وغيرها من المؤسسات، كما قامت بتقديم عدة تسهيلات وتحفيزات مالية وجمركية لصالح دعم وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الثالثة.

التوصيات والاقتراحات:

على ضوء ما تناولناه في موضوعنا يمكننا اقتراح التوصيات التالية:

- ضرورة بذل مزيد من الجهود لتنمية الصادرات غير النفطية، من خلال الاهتمام أكثر بجودة المنتوجات الجزائرية ومرونتها لتناسب أذواق ورغبات الأفراد في الأسواق الخارجية.
- تشجيع القطاع الخاص وتكوينه ومتابعته وتوفير أحسن الظروف لتوسع نشاطه محليا وخارجيا.

- توفير المناخ المناسب للمؤسسات الناشئة في المجال غير النفطي، وجلب الاستثمارات الأجنبية وترقية الشراكات مع باقي الدول.
- تقديم التسهيلات المالية اللازمة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وحل مشكلات العقار الصناعي وغيرها من المشاكل التي تواجه وتعترض سبيل تطور هذه المؤسسات.

آفاق الدراسة:

من خلال بحثنا في هذا الموضوع صادفتنا عدة نقاط، والتي يمكن أن تكون مواضيع بحث في دراسات مستقبلية أهمها:

- الاستراتيجيات الصناعية وانعكاسها على تنمية الصادرات غير النفطية في الجزائر.
- إمكانية تنمية الصادرات الجزائرية خارج قطاع النفط من خلال القطاع الزراعي.
- جودة المنتوج كمدخل للميزة التنافسية وترقية الصادرات غير النفطية في الجزائر.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولا: المراجع باللغة العربية

- **الكتب:**

1. أحمد عبده الصباغ، المشاكل المحاسبية في المنشآت الصغيرة والمتوسطة الحجم وطرق علاجها، دار حميثرا للنشر والترجمة، جامعة الإسكندرية، مصر، 2023.
2. بن شني عبد القادر، تسيير عمليات التجارة الدولية، مطبوعة بيداغوجية، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، الجزائر، 2022.
3. خالد أحمد علي محمود، التجارة الدولية، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2019.
4. زكريا الدوري، أحمد على صلح، إدارة الأعمال الدولية، دار اليازوري للنشر، الأردن، 2009.
5. طارق جمعة سيف، تأمينات التجارة الخارجية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2008.
6. عمر صخري، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الخامسة، الجزائر، 2007.
7. مصطفى محمود فؤاد، التصدير والاستيراد علميا وعمليا، الطبعة الثالثة، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 1993.
8. ناصر دادي عدون، اقتصاد مؤسسة، دار المحمدية العامة، الجزائر، 1998.
9. هنادي نظير، إدارة المشروعات الصغيرة، دار ابن النفيس للنشر والتوزيع، المملكة الأردنية الهاشمية، 2017.

- الأطروحات والرسائل الجامعية

1. إلياس غقال، تقييم الدور التمويلي للشراكة الأورو جزائرية في تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، رسالة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2017.
2. بن لحرش صراح، تشجيع الصادرات خارج المحروقات، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2013.
3. حمزة بوكفة، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة أم البواقي، الجزائر، 2008.

4. زويتة محمد الصالح، أثر التغيرات الاقتصادية على ترقية قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2007.
5. سامية عزيز، واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2014.
6. شعيب أتشي، واقع وأفاق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر في ظل الشراكة الأورو جزائرية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، الجزائر، 2008.
7. فارس طارق، دور ومكانة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وسبل ترقية قدرتها التنافسية، مذكرة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر، 2018.
8. ماليكه أحميده، متطلبات تأهيل المناخ الاستثماري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في ظل أبعاد التنمية المستدامة، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي تبسي، التبسة، الجزائر، 2022.
9. مشري محمد الناصر، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمصغرة في تحقيق التنمية المحلية المستدامة، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر، 2011.
10. مصطفى بن ساحة، أثر تنمية الصادرات غير النفطية على النمو الاقتصادي في الجزائر، مذكرة ماجستير في التجارة الدولية، المركز الجامعي بغرداية، الجزائر، 2011.
11. موسى سهام، استراتيجيات تطوير الصادرات كمدخل للريادة الاقتصادية، أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2018.
12. هالم سليمة، هيئات الدعم والتمويل ودورها في تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة الجزائر، 2017.

- المجلات والملتقيات:

1. ايت عيسى عيسى، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: آفاق وقيود، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد السادس، جامعة تيارت، الجزائر، دون ذكر سنة النشر.
2. برودي نعيمة، التحديات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية ومتطلبات التكيف مع المستجدات العالمية، الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول

العربية، إشراف مخبر العولمة واقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، يومي 17 و18 أفريل 2006.

3. بلقلة إبراهيم، آليات تنويع وتنمية الصادرات خارج المحروقات وأثرها على النمو الاقتصادي، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2009.
4. بن أحمد كلثوم، بن عبد العزيز سفيان، مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنويع الصادرات الجزائرية خارج المحروقات، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد6، العدد2، الجزائر، 2021.
5. بن حراث حياة، حميداتو نصر، العوامل المؤثرة في نجاح وفشل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل التحديات المعاصرة، الملتقى الوطني حول إشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، الجزائر، يومي 07/06 ديسمبر 2017.
6. بن عبد الفتاح دحمان، استراتيجية التنويع الاقتصادي للجزائر على ضوء بعض التجارب الدولية، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية الاقتصادية، العدد1، الجزائر، 2018.
7. بوقادير ربيعة، مطاي عبد القادر، تقييم أداء قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر خلال الفترة (2001-2016)، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، الجزائر، 2018
8. تيغرسي الهواري، حاج يوسف سارة، دور الصادرات خارج المحروقات في تنمية الاقتصاد الجزائري، Revue des sciences commerciales، الجزائر، 2017.
9. زهرة مصطفى، واقع وآفاق الصادرات خارج المحروقات في الجزائر، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، المجلد5، العدد2، جامعة تيسمسيلت، مخبر الاقتصاد الحديث والتنمية المستدامة، الجزائر، 2021.
10. سليم مجلخ، وليد بشيشي، قياس وتحليل التنويع الاقتصادي في الجزائر، Revue Algerienne d economie et gestion، المجلد16، العدد1، 2022.
11. شاهد الياس، دفرور عبد النعيم، ترقية المنتج الوطني مدخل استراتيجي لتنويع الصادرات خارج المحروقات، الملتقى الوطني حول المؤسسات الاقتصادية الجزائرية واستراتيجيات التنويع الاقتصادي في ظل انهيار أسعار البترول، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر، يومي 25 و26 أفريل 2017.
12. ضيف أحمد، عزوز أحمد، واقع التنويع الاقتصادي في الجزائر وآلية تفعيله لتحقيق تنمية اقتصادية مستديمة، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، المجلد 14، العدد 19، الجزائر، 2018.

13. عبد الحميد حمشة، خوني رابح، مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر خلال الفترة 2010-2019، مجلة دراسات اقتصادية، المجلد16، العدد3، الجزائر، 2022.

14. عبد الحميد حمشة، دور تحرير التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج المحروقات في ظل التطورات الدولية الراهنة، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2013.

15. عبد اللاوي مفيد وآخرون، الإجراءات المتبعة لتفعيل دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وواقعها في الجزائر، ملتقى وطني حول واقع وآفاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، يومي 06/05 ماي ،2013 جامعة الوادي، الجزائر.

16. كتوش عاشور، طرشي محمد، تنمية وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، ملتقى دولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، 17 و18 أفريل 2006.

17. لخضر محمد عبد القادر عيسى، عائشة محمد حسن العربي، حاضنات الأعمال كآلية لدعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مؤتمر دور ريادة الأعمال في تطوير المشروعات الصغرى والمتوسطة في الاقتصاد الليبي، غرفة التجارة والصناعة والزراعة مصراتة، جامعة مصراتة، ليبيا، 2019.

18. لقرع فايزة، طيبة عبد العزيز، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنويع الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال اقتصاديات شمال افريقيا، المجلد 15 العدد20، الجزائر، 2019.

19. مداني جمال الدين، شنوف صادق، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية الصادرات خارج المحروقات، مجلة جديد الاقتصاد، المجلد16، العدد 1، الجزائر، 2021.

20. نجاة كورتل، الاقتصاد الجزائري بين واقع الاقتصاد الريعي ورهانات التنويع الاقتصادي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد52، الجزائر، 2019.

21. عزيزي أحمد عكاشة، الأجهزة والإجراءات المدعمة لتطوير التجارة الخارجية الجزائرية، مجلة الابتكار والتسويق، العدد الرابع، الجزائر، 2016.