

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة أمحمد بوقرة . بومرداس



كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية

قسم العلوم التجارية

دور السياسات التجارية في تسهيل إجراءات التصدير في الجزائر

دراسة حالة الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ALGEX

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية

تخصص: مالية وتجارة دولية

تحت اشراف الاستاذ

سعدي فيصل

من إعداد الطالبتين:

- نورين إيمان

- بلحيدوش منال

دفعة 2023

السنة الجامعية: 2022 / 2023





شكر وتقدير

قال الله تعالى: لئن شكرتم لأزيدنكم

نحمد الله عز وجل الذي وفقنا في إتمام هذه المذكرة والذي ألهمنا الصحة والعافية والعزيمة

نتقدم بجزيل الشكر الى الأستاذ المشرف "معدني فيصل" على كل ما قدمه لنا من

توجيهات ومعلومات قيمة ساهمت في إثراء موضوع دراستنا من كل الجوانب

كما اننا لا ننسى شكر أعضاء لجنة المناقشة وجميع أساتذة وموظفي قسم العلوم التجارية

بجامعة أممك بوقرة

ولا يمكننا ان نبخل بهذا التعبير الى كل من قدم لنا يد العون في انجاز هذه المذكرة

ونخص بالذكر كافة عمال الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية وعلى رأسهم المؤطر

"البحري طاهر"

وأخيرا الشكر الخالص لكل من ساعدنا في انهاء هذا العمل من قريب او بعيد





إهداء

أهدي ثمرة جهدي الى أعز ما أملك في الوجود

الى الوالدين الغاليين اللذان انتظرا هذه اللحظة بفارغ الصبر أطال الله في عمرهما

الى سندي في هذه الحياة اخوتي حفظهم الله

إلى كافة العائلة الكريمة وكبيرهم وصغيرهم حفظهم الله ورعاهم

إلى من شاء الله مؤاخاتهم من الأصدقاء " سهام، هاجر، أسماء "

الى من شاركتني هذا العمل زميلتي " بلعيدوش مزال "

الى اللذين لم يبخلوا على بمساعدتهم ومساندتهم طيلة مشواري الدراسي أساتذتي الكرام

وبالأخص استاذي المشرف " سعدي فيصل "



إيمان

إهداء

كلماتي البسيطة لن تفني حق كل من ساندني لكنهما دليل عرفان مني لكم.
الوالدين الكريمين تحية أبعثها إليكما يا من جهدتم وضحيتم لأجلي، تحملتم الآلام حتى أشفي،
وكنتم الآلام حتى أسعد، ورقبت عظامكم حتى أقوى، فكل التحية والتقدير لك يا أغلى من في
الوجود، يا منبع العطاء والجد.

الى اخي الغالي المحبوب الى قلبي حفظه الله

الى اخذ الأصدقاء و الرفقاء الدرب الذين كانوا بمثابة اخوتي "هنية ، لبنى ، يعقوب، عبد الحق"

الى التي قاسمتني هذا العمل اليك مني اصدق معاني التقدير " نورين ايمان "

الى من قضيت معهم الجامعة بسنواتها

الى الذين لم يبخلوا علي بمساعدتهم و مساندتهم طيلة مشواري الدراسي اساتذتي الكرام و علي

راسم الأستاذ "سعيد فيصل" و "الأستاذة جبارة نورة"

الى كل من نسيهم قلبي ولم ينساهم قلبي

هنال

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور السياسات التجارية في التبادل التجاري بين الدول من خلال تبني مجموعة من الإجراءات التي تطبقها في مجال تجارتها بهدف تطوير وتنشيط صادراتها. حيث يعتبر التصدير رهان اقتصادي في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية وضمان توازن العلاقات الاقتصادية الخارجية، وقد اهتمت الجزائر بتطوير قطاع الصادرات عن طريق انشاء هيئات تتكفل بترقية الصادرات، ومن بينها الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ALGEX التي قامت بتعديل وادخال قوانين جديدة وتسهيلات للمصدرين.

الكلمات المفتاحية:

السياسات التجارية - الصادرات - التنمية الاقتصادية - الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية.

Résumé:

Cette étude vise à mettre en évidence le rôle des politiques commerciales dans les échanges commerciaux entre les pays en adoptant un ensemble de procédures qu'ils appliquent dans le domaine des échanges afin de développer et de stimuler leurs exportations.

Là où l'exportation est considérée comme un pari économique dans le processus de développement économique et social et assurant l'équilibre des relations économiques extérieures, l'Algérie s'est intéressée au développement des exportations en créant des organismes chargés de la promotion des exportations, notamment l'Agence nationale de promotion du commerce extérieur ALGEX, qui a modifié et introduit de nouvelles lois et facilités pour les exportateurs.

Mots clés : Politiques commerciale – exportations –le développement économique – Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur

فهرس المحتويات

الصفحة	فهرس المحتويات
I	الشكر و التقدير
II	الإهداء
III	الملخص
IV	فهرس المحتويات
V	قائمة الجداول و الأشكال والملاحق
أ-د	مقدمة عامة
	الفصل الأول: الإطار النظري حول السياسات التجارية
2	تمهيد
3	المبحث الأول: ماهية السياسة التجارية
3	المطلب الأول: مفهوم السياسة التجارية و أهدافها
8	المطلب الثاني: العوامل المؤثرة في تحديد السياسة التجارية
9	المبحث الثاني: أنواع السياسة التجارية
9	المطلب الأول: سياسة الحرية التجارية
13	المطلب الثاني: سياسة الحماية التجارية
18	المبحث الثالث: أدوات السياسة التجارية
19	المطلب الأول: الأدوات السعرية
22	المطلب الثاني: الأدوات الكمية
24	المطلب الثالث: الأدوات التنظيمية
30	خلاصة الفصل
	الفصل الثاني: عملية التصدير و مختلف السياسات التجارية في الجزائر
32	تمهيد
33	المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول التصدير
33	المطلب الأول: مفهوم التصدير و أهميته
36	المطلب الثاني: أنواع و أهداف التصدير

39	المطلب الثالث: مخاطر التصدير
41	المبحث الثاني: خطوات عملية التصدير
41	المطلب الأول: طرق الاتصال بالمشترون على المستوى الدولي
43	المطلب الثاني: التفاوض و التعاقد الدولي
45	المطلب الثالث: سير عملية التصدير
47	المبحث الثالث: مختلف السياسات التجارية التصديرية في الجزائر
47	المطلب الأول: تطور قطاع التجارة الخارجية و اطرها التنظيمي
50	المطلب الثاني: استراتيجيات التصدير المعتمدة في الجزائر
55	المطلب الثالث: السياسات التجارية التصديرية في الجزائر
59	خلاصة الفصل
	الفصل الثالث: دراسة تطبيقية حول الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ALGEX
61	تمهيد
62	المبحث الأول: تقديم الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية
62	المطلب الأول: نشأة و تعريف الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية
64	المطلب الثاني: تنظيم الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية
69	المبحث الثاني: مهام و أهداف الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية
69	المطلب الأول: مهام الوكالة
71	المطلب الثاني: أهداف الوكالة
72	المبحث الثالث: دور الوكالة في تدعيم قطاع الصادرات
72	المطلب الأول: أعمال الوكالة
76	المطلب الثاني: دار المصدر كفضاء لترقية الصادرات
79	خلاصة الفصل
83-81	خاتمة عامة
89-85	قائمة المراجع
104-91	الملاحق

قائمة الأشكال، الجداول والملاحق

قائمة الجداول:

الرقم	العنوان	الصفحة
01	مختلف المخاطر السياسية.	40

قائمة الأشكال:

الرقم	العنوان	الصفحة
01	الهيكل التنظيمي للوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ALGEX	68

قائمة الملاحق:

رقم الملحق	عنوان الملحق	الصفحة
01	شهادة المنشأ EUR 1	91
02	شهادة المنشأ ZALE	92
03	شهادة المنشأ TUNISIE	93
04	شهادة المنشأ صيغة (A)	94
05	الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 39.	95-96
06	الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 83.	97-103
08	المنصة الرقمية للمصدرين الجزائريين، دار المصدر	104

المقدمة العامة

المقدمة العامة:

تتمتع التجارة الخارجية بمكانة هامة في الاقتصاديات العالمية، حيث تعتبر بمثابة الركيزة الصلبة التي تقوي المبادلات التجارية من خلال تصريف الفائض من السلع والخدمات، عن طريق التصدير وتوفير السلع والخدمات غير المتوفرة في السوق المحلي عن طريق الاستيراد . وفي ظل انفتاح الأسواق العالمية وتزايد مستوى المنافسة، حيث أصبحت كل دولة تسعى إلى تطوير وتنشيط اقتصادها عن طريق تبني سياسات تجارية تجعلها أكثر استجابة، والجزائر من بين الدول التي استفادت من التجارة الخارجية عن طريق توسيع صادراتها إلى الخارج، ولهذا قامت بعدة مجهودات في هذا المجال وأبرزها إنشاء الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية التي تعمل على تحرير وإنعاش التجارة الخارجية، بالإضافة إلى تطوير المنتجات المحلية وتقويمها للخارج كما تقوم بمرافقة المؤسسات التي تنشط في مجال التصدير باختلاف قطاعاتهم.

وعلى ضوء ما سبق ذكره وبغرض الإلمام بكافة جوانب الموضوع يمكن طرح الإشكالية التالية :
فيما يكمن دور السياسات التجارية في دعم الصادرات في الجزائر بصفة عامة وعلى مستوى الوكالة ALGEX بصفة خاصة؟

وتتفرع هذه الإشكالية إلى التساؤلات الفرعية التالية:

- 1- ماهي مختلف المفاهيم الأساسية المتعلقة بالسياسات التجارية؟
- 2- فيما تتمثل أهمية التصدير؟
- 3- ما دور الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية في دعم الصادرات؟

الفرضيات:

وللإجابة على هذه التساؤلات ارتأينا وضع الفرضيات التالية:

✓ السياسات التجارية هي مجموعة من الإجراءات والوسائل التي تقوم بها الدولة من أجل تشجيع وتنشيط التجارة الخارجية.

- ✓ يعمل التصدير على خلق فرص عمل جديدة وإصلاح العجز في ميزان المدفوعات وجذب الاستثمار الأجنبي والمحلي.
- ✓ تعمل الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية على دعم الصادرات عن طريق مرافقة المصدرين.

المنهج المتبع:

يهدف إتمام موضوعنا هذا وتصور منهجية سليمة، حيث استعملنا المنهج الوصفي في الجانب النظري لتوضيح مختلف المفاهيم من خلال الاطلاع على الكتب والمقالات ومختلف المصادر والمراجع العلمية، أما أسلوب دراسة حالة فقد استخدمناه في الجانب التطبيقي وذلك على مستوى الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ALGEX.

الهدف من الدراسة:

- إن من أهم الأهداف التي نريد الوصول إليها من خلال دراستنا لهذا الموضوع هي:
- ✓ إبراز أهمية التصدير ومدى فعاليته في الاقتصاد.
- ✓ توضيح أهم الوسائل والجهود التي تعتمد عليها الجزائر في ترقية الصادرات.
- ✓ إظهار الدور الذي تلعبه الدولة عبر سياساتها التجارية للنهوض بقطاع التصدير.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة إلى الاهتمام المتزايد بالسياسات التجارية التي تقوم بها الجزائر، والدور الذي يلعبه التصدير في تطوير الاقتصاد الوطني، وجعل الجزائر لها مكانة وأهمية كبيرة في الساحة الاقتصادية.

أسباب اختيار الدراسة:

يرجع اختيارنا لهذا الموضوع إلى الأسباب التالية:

أ- الأسباب الموضوعية :

- ✓ ارتباط الموضوع محل البحث بالتخصص الجامعي للطالبتين في مجال مالية وتجارة دولية؛

✓ محاولة التعرف على أهم سياسات التجارة التي تقوم بها الدولة من أجل تسهيل عملية التصدير؛

✓ معرفة الدور الذي يلعبه التصدير في الاقتصاد الوطني.

ب- الأسباب الذاتية:

✓ الميول الشخصي للطالبتين للاهتمام بالموضوع محل الدراسة.

✓ المساهمة بإثراء المكتبة الجامعية ببحوث جديدة لإفادة القراء.

حدود الدراسة:

تمثلت حدود الدراسة في الحدود المكانية والزمنية وهي كما يلي:

✓ الحدود المكانية: تمت الدراسة على مستوى الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية.

✓ الحدود الزمنية: وامتدت فترة الدراسة من شهر أفريل إلى غاية شهر جوان 2023.

الدراسات السابقة:

تمكنا من خلال البحث من الاطلاع على عدة دراسات حول هذا الموضوع وأهمها ما يلي:

✓ كرمية رزيقة "التجارة الخارجية في الجزائر" مذكرة لنيل شهادة ماستر، تخصص مالية،

جامعة الجزائر 03، 2016/2017، تطرقت الى مراحل تطوير التجارة الخارجية

والإجراءات التحفيزية المعتمدة لدعم وترقية الصادرات، واهملت ذكر السياسات التجارية

التصديرية المعتمدة في الجزائر.

✓ بورياح كنزة "واقع وفاق سياسة التصدير في الجزائر"، مذكرة لنيل شهادة ماستر

تخصص مالية وتجارة دولية، جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم 2019/2020

ركزت على الدور الذي تلعبه التجارة الخارجية في اقتصاد أي دولة وأهمية الجمارك

الجزائرية، لكنها لم تتطرق الى الخطوات الواجب اتخاذها لتطوير وتنشيط قطاع

الصادرات.

صعوبات البحث:

تمثلت أهم صعوبات البحث التي واجهتنا في إعداد هذا البحث في قلة المراجع التي تناولت موضوع سياسة عملية التصدير والاستراتيجيات التنموية وجوانب أخرى من القسم النظري، وبالتالي دعمنا الدراسة بالاعتماد على مراجع مختلفة كالمجلات والمذكرات بالإضافة إلى المراجع الالكترونية.

هيكل البحث:

بغية الإجابة على الإشكالية وعلى الأسئلة الفرعية تم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة فصول، فصلين نظريين وفصل تطبيقي

حيث خصص الفصل الأول الى الإطار النظري حول السياسات التجارية والذي قسم بدوره الى ثلاث مباحث، خصص المبحث الأول الى ماهية السياسات التجارية، والمبحث الثاني والثالث أنواع وأدوات السياسة التجارية على التوالي. أما الفصل الثاني جاء بعنوان عملية التصدير ومختلف السياسات التجارية في الجزائر واشتمل على ثلاث مباحث، حيث تضمن المبحث الأول مفاهيم أساسية حول التصدير، والمبحث الثاني خطوات عملية التصدير، وجاء الفصل الثالث لإبراز مختلف السياسات التجارية التصديرية في الجزائر.

أما الفصل الثالث فقد خصص للدراسة التطبيقية من أجل عرض الدور الذي تلعبه الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ALGEX لتدعيم قطاع الصادرات.

الفصل الأول: الإطار النظري حول

السياسات التجارية

تمهيد

تمثل التجارة الخارجية رابطا اقتصاديا يجمع مختلف دول العالم، كما أنها تعتبر أحد المكونات الرئيسية للعلاقات الاقتصادية الدولية، فهي تمثل بداية ونتيجة التقسيم العالمي للعمل في آن واحد، فهي تربط العالم في وحدة اقتصادية دولية موحدة، حيث أصبح الترابط والتكامل الاقتصادي بين دول العالم أمرا لا غنى عنه لتحقيق التنمية وسد حاجيات الشعوب المتزايدة. ولكي تتحكم الدول في علاقاتها التجارية الخارجية قامت بإتباع سياسات مختلفة تتحد حسب الأهداف الاقتصادية لهذه الدول، فالبعض يرى أن منح الحرية المطلقة في التعاملات التجارية الدولية وتحريرها من القيود التعريفية والغير تعريفية هو السبيل الأكثر واقعية لتحقيق التنمية الاقتصادية في البلد، أما البعض من الدول الأخرى فهي تعطي الأولوية إلى حماية المنتجات المحلية حيث تسعى إلى فرض قيود على التبادلات التجارية الخارجية. وسنتطرق في هذا الفصل إلى ماهية السياسات التجارية والأدوات التي تعتمد عليها بالإضافة إلى أنواع السياسات التجارية.

المبحث الأول: ماهية السياسات التجارية

يتحدد موقف الدولة من التبادل التجاري الخارجي بالنسبة لها عن طريق سياستها للتجارة الخارجية، وفي هذا المبحث سوف نحاول توضيح ما المقصود بالسياسة التجارية وأهم الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، بالإضافة إلى العوامل المؤثرة في تحديدها.

المطلب الأول: مفهوم السياسة التجارية وأهدافها

أولاً: مفهوم السياسة التجارية

هناك عدة تعاريف للسياسة التجارية نذكر منها:

التعريف الأول: هي مجموعة من الإجراءات والوسائل التي تستخدم في مجالات العلاقات الاقتصادية الدولية وبالذات التجارة الخارجية منها.¹

التعريف الثاني: تعني مجموعة الأساليب والأدوات التي تتخذها الدولة للحد من الواردات أو لتشجيع الصادرات، وينحصر الاهتمام بالسياسة التجارية في موضوع الحماية والحاجة إليها إلا أن الدولة تتدخل وتطبق أدوات السياسة التجارية لغرض حماية الاقتصاد المحلي.²

التعريف الثالث: هي أحد فروع السياسة الاقتصادية العامة التي تقوم بتنظيم شؤون التجارة الخارجية، من خلال أدوات معينة لتحقيق أهداف محددة.³

مما سبق يمكننا تعريف السياسة التجارية على أنها مجموعة من الإجراءات التي تطبقها الدولة في مجال التجارة الخارجية بغرض تحقيق بعض الأهداف، واختيار الدولة وجهة معينة محددة

¹ محمد زكي المسير مقدمة في الاقتصاديات الدولية واقتصاديات النقود، دار النهضة العربية، سنة 1983، ص 21.

² محمد محمود النصر مبادئ الاقتصاد الجزئي، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع المكتبة الجامعية، نابلس، سنة 2002 ص 332.

³ سعيد أحسن مطبوعة في مقياس تقنيات التجارة الخارجية، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد مهري، قسنطينة 2، 2020/2019، ص 13.

وفي علاقتها التجارية مع الخارج سواء كانت حرية أو حمائية، ويتم التعبير عن ذلك بإصدار تشريعات واتخاذ القرارات والإجراءات التي تضعها موضع التطبيق.

ثانياً: أهداف السياسة التجارية

يمكن تقسيم أهداف السياسة التجارية إلى ثلاث مجموعات رئيسية اقتصادية، اجتماعية واستراتيجية.

1- الأهداف الاقتصادية: تتمثل فيما يلي:

1-1- حماية الصناعة الوطنية الناشئة:

يعتبر هذا الهدف من أقدم أهداف السياسة التجارية، ويرى المدافعون عن هذا المبدأ أن إقامة دولة ما لصناعة جديدة تقدم منتجات يكون المجتمع في حاجة إليها. هذه المنتجات وفي بداية عملية التصنيع تكون أقل جودة وذات تكلفة أعلى مقارنة بالمنتجات المنافسة لها في الدول الأخرى، والتي تم إنشاؤها منذ فترة طويلة أو التي تعرف بالصناعات الراسخة، لأن طول الفترة الزمنية اكسب هذه الصناعات الراسخة في الدول المنافسة درجة عالية من الكفاءة الفنية في شكل زيادة مستويات الجودة لمنتجاتها، بالإضافة إلى تمتع هذه المنتجات بالكفاءة السعرية في شكل تخفيض التكاليف، وهاتان الميزتان من غير المتصور أن تتمتع بهما الصناعات الناشئة التي تنتج سلعا وخدمات بديلة خصوصا في الدول النامية.

ومن أجل هذا يجب على الدولة التي تبدأ في إنشاء صناعات جديدة بتقديم حماية لهذه الصناعات الناشئة من اجل مواجهة المنافسة الضاربة من قبل منتجات الصناعات الراسخة القادمة من الدول الأخرى، إذ أنها لو تركت بدون هذه الحماية فإن مصيرها سيكون الخروج من السوق ومن ثم عدم تمكن هذه الدولة من إقامة صناعة في المدى الزمني المحدد.¹

¹السيد متولي عبد القادر، الاقتصاد الدولي النظرية والسياسات دار الفكر ناشرون وموزعون، الأردن، الطبعة الأولى، سنة 2011، ص69.

1-2- حماية الاقتصاد الوطني من خطر سياسة الإغراق:

فالإغراق يعني تطبيق نظرية التمييز سعري في مجال التجارة الدولية، ويقصد بسياسة الإغراق بيع السلع بسعر يقل عن تكاليف الإنتاج في الأسواق الخارجية على أن تعوض الخسارة بالبيع بسعر مرتفع في السوق المحلية.

وسياسة الإغراق تعتبر وسيلة ملتوية لكسب السوق الخارجي على حساب المنتجين المحليين وخاصة من بعض المحتكرين الأجانب بشكل مؤقت أو دائم.

1-3- تشجيع الاستثمار من أجل التصدير:

ويأتي في إطار الاتجاه إلى تحرير التجارة الدولية والتحول إلى استراتيجية الإنتاج من أجل التصدير وتشجيع إقامة المناطق الحرة وتوفير الحوافز والمزايا اللازمة لزيادة وتشجيع الاستثمار من أجل التصدير، بما في ذلك تسهيل الإجراءات وتوفير إطار مؤسسي وبنية تصديرية تدفع التحول نحو الاستثمار من أجل التصدير سواء الاستثمار المحلي أو الاستثمار الأجنبي المباشر.¹

1-4- زيادة العمالة ومستوى التشغيل أو التوظيف في الاقتصاد القومي:

وهذا الهدف على درجة عالية من الأهمية تسعى إلى تحقيقه السياسة التجارية الدولية سواء كانت سياسة حرية التجارة الدولية التي تعمل على تحقيقه من خلال تعظيم الصادرات وبالتالي رفع مستوى التشغيل وزيادة العمالة في الاقتصاد القومي من الأنشطة التصديرية.

أو كانت السياسة الحمائية للتجارة الدولية التي تعمل على تحقيق هدف زيادة العمالة من خلال حماية الصناعات الناشئة بغرض الضرائب الجمركية على ما يماثلها من سلع مستوردة فترتفع الأسعار داخليا، وهذا يجذب رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار في هذا الفرع من الصناعة سعيا وراء معدل أكبر من الأرباح، ويصبح السوق المحلي أكثر جاذبية من السوق

¹ عبد المطلب عبد الحميد، السياسات الاقتصادية تحليل جزئي وكمي، مكتبة زهراء الشرق، القاهرة، سنة 1997، ص322-323.

الخارجي للاستثمار الداخلي، وبالتالي يؤدي إلى رفع مستوى التشغيل وزيادة العمالة في الاقتصاد القومي.

1-5- تحقيق التوازن في ميزان المدفوعات:

إذا كان هناك عجز في ميزان المدفوعات يمكن استعادة توازنه عن طريق التقليل من الطلب على الصرف الأجنبي، وزيادة المعروض منه وكذلك زيادة الصادرات وتقليل الواردات خاصة غير الضرورية منها.

1-6- تحقيق موارد للخزينة العامة:

يتم الحصول على الموارد المالية للخزينة العامة عند مرور السلع عبر الحدود، ويكون ذلك عن طريق فرض الرسوم الجمركية على الصادرات والواردات.¹

1-7- حماية الإنتاج المحلي من المنافسة الأجنبية:

ويقصد بها عزل المؤثرات الخارجية التي يمكن أن تؤثر تأثيراً ضاراً على الإنتاج المحلي في بعض المجالات، وتشتد الحاجة إلى الحماية عندما تكون التكلفة الحقيقية للإنتاج في الداخل أكبر منها في الخارج.

1-8- التعامل مع التقلبات الخارجية المؤثرة على الاقتصاد الوطني:

لحماية الاقتصاد الوطني من التقلبات الاقتصادية العنيفة والتي تأتي بسبب عوامل خارجية مثل حدوث تضخم عنيف أو انكماش حاد، ولا شك أن هذه التقلبات غير مرغوب فيها ولذلك فإن التعامل معها والاستعداد لها بالأدوات الملائمة مسألة ضرورية.²

¹مجدي محمود شهاب، الاقتصاد الدولي المعاصر الدار الجامعية الجديدة الإسكندرية، سنة 2007، ص 117.

²عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص. ص. 323-324-325.

2- الأهداف الاجتماعية: تتمثل فيما يلي:¹

2-1- حماية مصالح فئات اجتماعية معينة:

كمصالح المزارعين أو المنتجين لسلعة معينة أو العمالة المشتغلين في صناعة معينة، وهنا تنقلب مصالح هذه الفئات طبقاً لآلية معينة تجد أصلها في هيكل توزيع القوة السياسية في المجتمع إلى مصالح المجتمع في مجموعة.

2-2- إعادة توزيع الدخل القومي:

قد تستهدف الدولة إعادة توزيع الدخل القومي بين الفئات أو الطبقات المختلفة، وتلجأ إلى أدوات السياسة التجارية لتحقيق هذا الهدف عادة ما تستخدم أكثر من أداة من أدوات السياسة التجارية في هذا السبيل.

ففرض رسوم جمركية أو تطبيق نظام الحصص على واردات معينة مع ثبات العوامل الأخرى يقلل من الدخل الحقيقي لمستهلك هذه السلعة ويزيد الدخل الحقيقي لمنتجها في الداخل، ونادراً ما يعلن إعادة توزيع الدخل القمي كهدف من أهداف السياسة التجارية ولكن هذه السياسة بالتظافر مع غيرها من السياسات الاقتصادية وبالذات السياسة المالية، تعتبر من السياسات الحيوية لتحقيق هذا الهدف.

3 - الأهداف الاستراتيجية: وتتمثل في:

- توفير أكبر قدر ممكن من الاستقرار، وتوفير الأمن في الدولة من الناحية الاقتصادية والغذائية والعسكرية،

- العمل على توفير احتياجات الدولة من مصادر الطاقة وغيرها من السلع الاستراتيجية خصوصاً في فترات الأزمات والحروب،

- ايجاد آلية للتكيف مع التحولات الاقتصادية العالمية.²

¹ عادل أحمد حشيش، أساسيات الاقتصاد الدولي، منشورات الحلبي الحقوقية بيروت، سنة 2003، ص 238.

² محمد دياب، التجارة الدولية في عصر العولمة، الطبعة الأولى، دار المنهل اللبناني، لبنان، سنة 2010، ص 71.

المطلب الثاني: العوامل المؤثرة في تحديد السياسة التجارية

تتأثر السياسات التجارية الخارجية بمجموعة من العوامل الأساسية نوجزها فيما يلي:¹

أولاً: مستوى التنمية الاقتصادية

لا شك أن مستوى التنمية الاقتصادية الذي تبلغه دولة ما، يعد من أهم محددات السياسة التجارية المتبعة فجمود الاقتصاد واحتلاله موقعا متأخرا في سلم التقدم الاقتصادي يجعله أكثر حرصا على وضع سياسة أكثر تعقيدا للتجارة الخارجية، على عكس الحال بالنسبة لاقتصاد آخر بلغ مرحلة متقدمة من النمو والتطور الاقتصادي، إذ يميل هذا الاقتصاد إلى وضع سياسة للتجارة الخارجية تتسم بمرونة عالية نظرا لأنه قد وصل إلى تكوين قاعدة اقتصادية قوية قادرة على التنافس في السوق العالمية.

ومن أمثلة ذلك سياسة تدعيم الصناعات الناشئة أو الوليدة، فهذه الصناعات في مراحلها الأولى تكون في أمس الحاجة إلى مختلف وسائل الدعم، أما بعد مرور فترة زمنية معقولة عادة ما تقل الحاجة إلى هذه الوسائل نظرا لاكتسابها خبرة فنية جعلتها أقرب إلى الصمود أمام المشروعات الأجنبية المنافسة.

ثانياً: الأوضاع الاقتصادية السائدة

تتأثر السياسات التجارية بالأوضاع السائدة في الاقتصاد المحلي والعالم كما يلي:²

1- على مستوى الاقتصاد المحلي:

- عند ارتفاع صناعاته المحلية مثلا واشتداد حاجتها للسلع الرأسمالية والوسيطة والمواد الخام، يجب على الدولة إتباع سياسة تجارية أكثر ملائمة قصد توفير هذه المستلزمات.
- يلعب الطلب المحلي الاستهلاكي دورا هاما في تحديد مختلف المنتجات من حيث الكم خاصة في ظل انخفاض مرونته ودرجة أهميته وضرورته في السوق.

¹ فيروز سلطاني، دور السياسات التجارية في تفعيل الاتفاقيات التجارية الإقليمية والدولية (دراسة حالة الجزائر واتفاق

الشراكة الأوروبية المتوسطية)، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية. جامعة بسكرة، سنة 2013، ص 53.

² فيروز سلطاني، مرجع سبق ذكره، ص 53.

➤ الحالة الاقتصادية العامة (التضخم، الركود، البطالة) لها دور هام في تحديد مضمون السياسة التجارية المتبعة، فمثلا قد تلجا الدولة التي تعاني من تضخم جامح أو ارتفاع في مستوى البطالة إلى تطبيق سياسة الإحلال محل الواردات للمحافظة على توازن الأسعار وتحقيق ارتفاع معدلات التشغيل، كما يمكنها كذلك الاعتماد في هذا الشأن على الحواجز الجمركية وغير الجمركية لتحقيق نفس الهدف.

2- على المستوى الدولي:

إن تغيير الطلب بالزيادة مثلا من شأنه تشجيع الدولة على إتباع سياسة تؤدي إلى زيادة حجم الصادرات من جهة، وضغط استهلاكها من جهة أخرى أي تشجيع الصادرات على حساب الواردات.

المبحث الثاني: أنواع السياسات التجارية

أثبتت الوقائع الاقتصادية في إطار العلاقات التجارية وجود اتجاهين رئيسيين للتجارة والمتمثلين في سياسة الحرية والحماية للتجارة.

المطلب الأول: سياسة حرية التجارة¹

أولا: تعريفها: تعرف سياسة حرية التجارة على أنها السياسة التي تتبعها الدول والحكومات عندما لا تتدخل في التجارة بين الدول من خلال التعريفات الجمركية والحصص والوسائل الأخرى.

ومن هنا نستنتج أن سياسة الحرية تتركز على ضرورة إزالة كل العقبات أو القيود المفروضة على تدفق السلع عبر الحدود سواء كانت صادرات أم واردات.

¹ السيد متولي عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص75.

ثانياً: الحجج: يعتمد أنصار هذا الاتجاه على عدة حجج من أهمها:¹

1- زيادة التخصص الدولي:

تساهم حرية التجارة في زيادة التخصص الدولي، فكل دولة تتخصص في إنتاج السلعة التي تتميز فيها بميزة نسبية، ولما كان التخصص وتقسيم العمل يتوقف على حجم السوق الذي يتم فيه التبادل فإن اتساع التجارة الدولية وتحررها يؤدي إلى اتساع حجم السوق بحيث يشمل معظم دول العالم.

وبتعبير آخر أن حرية التجارة تساعد كل دولة في أن تتخصص في إنتاج السلع التي تتلاءم مع المزايا الطبيعية والاقتصادية لإنتاج هذه السلع، وبالتالي فإن إنتاجها يتم بتكاليف منخفضة عن غيرها من الدول التي لا تتمتع بنفس هذه المزايا، ويترتب على ذلك زيادة حجم الإنتاج الكلي لهذه السلع وكذلك حسن استغلال موارد الدولة. كما تستفيد كل الدول من تصدير السلع المتخصصة في إنتاجها إلى دول العالم واستيراد ما تحتاج إليه من الخارج دون أن تضطر لإنتاج السلع التي لا تتخصص فيها.²

2- انخفاض أسعار السلع الدولية:

وهذه الحجة تستند على التخصص الدولي فكل دولة تتخصص في إنتاج السلع التي تتمتع فيها بمزايا نسبية ومن ثم تنخفض تكلفتها داخلياً ودولياً، فالسلع التي لا يمكن إنتاجها في الداخل إلا بنفقات مرتفعة تقوم الدولة باستيرادها من الخارج من الدول المتخصصة التي تنتجها بأسعار منخفضة مما يحقق للدولة وفر وزيادة في دخلها الحقيقي ويعود بذلك بالمنفعة على المستهلك والمنتج في الوقت ذاته، فالمستهلك يستطيع أن يحصل على أجود أصناف السلع بأحسن ثمن، والمنتج يمكنه التوسع في إنتاجه فينتفع بمزايا التخصص انتفاعاً كاملاً. وينتج عن ذلك استغلال الموارد في العالم على أفضل وجه.

¹ مجدي محمود شهاب، أسس العلاقات الاقتصادية الدولية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، سنة 2006، ص199.

² مجدي محمود شهاب، مرجع سبق ذكره، ص199.

3- تشجيع التقدم الفني:

بما أن كل دولة ستخصص في إنتاج بعض السلع فإن هذا يعني العمل على زيادة الإنتاج وتشجيع التقدم الفني وتحسين وسائل الإنتاج في هذا التخصص، مما يساعد على تطوير الإنتاج وتحسينه وزيادته وتخفيض نفقة إنتاجه وكسب السوق بصورة مستمرة. ولكي يستمر المنتجون في السوق يجب عليهم استخدام فنون إنتاجية متقدمة وبالتالي يسود جو المنافسة بين المنتجين وفي النهاية يستفيد المستهلك من حصوله على السلع التي يحتاج إليها بأقل ثمن وأفضل جودة.

ويتطلب الأمر أيضا سيادة المنافسة على المستوى الداخلي، ففي ظل حماية السوق الداخلي وعدم وجود منافسة داخلية، سيهمل المنتج أي محاولات للتقدم الفني أو إدخال أي تعديلات أو تغييرات في إنتاجه طالما أنه يضمن السوق المحلي، ومن ثم تتعدم قدرته على المنافسة الدولية.¹

4- الحد من الاحتكارات الدولية:

تساعد حرية التجارة على الحد من الاحتكارات الدولية أو نقل من إمكانية انتشارها. ويستندون في ذلك على أساس أن الكثير من الاقتصاديات المتخلفة لا تصل فيها المشروعات إلى الحجم الأمثل للمشروع نظرا لأن الطلب المحلي محدود بالنسبة لبعض السلع وبالتالي لا تستطيع هذه المشروعات من تخفيض تكاليف الإنتاج إلى أقصى حد ممكن، فلو أن الدولة عزلت السوق المحلية كليا أو جزئيا عن الخارج كفرض حماية جمركية مثلا، فإن ذلك يساعد تلك المشروعات على البقاء ويمكن لها السيطرة على السوق المحلية سيطرة احتكارية دون أن تخشى منافسة المنتجات الأجنبية المماثلة لها الأقل سعرا، أما حرية التجارة فإنها تمنع من قيام الاحتكارات في الداخل، إذ يستطيع المستهلك أن يعرف عن شراء السلع الوطنية ويتجه نحو السلع المستوردة المماثلة لها إذا كانت أفضل منها في الجودة والسعر.

¹مجدي محمود شهاب، مرجع سبق ذكره ص 200-201.

5- زيادة حجم الإنتاج:

يرى أنصار حرية التجارة أن التجارة الحرة تساعد على وصول المشروعات الإنتاجية إلى حجمها الأمثل، وذلك على أساس العديد من المشروعات الإنتاجية في الدول الصغيرة لا تصل إلى حجمها الأمثل بسبب ضعف الطلب المحلي على السلع التي تنتجها، وفي ذات الوقت لا تستطيع أن تقلل من تكاليف الإنتاج ولا يكون أمامها إلا أن تنهي نشاطها، ولكن قيامها بالتصدير إلى الخارج يضمن بقائها في السوق الداخلي بالإضافة إلى فتح أسواق خارجية. ويمكن الرد على هذه الحجة بأن المشروعات الإنتاجية التي لا تصل إلى الحجم الأمثل للمشروع تكون عادة في الدول المتخلفة، وهذه الدول تتبع أسلوباً للتنمية الاقتصادية غرضه الإسراع بمعدلات النمو الاقتصادي، وذلك عن طريق إتباع سياسة التخطيط التي تهدف إلى وصول المشروعات إلى حجمها الأمثل بقدر الإمكان في ظل الحماية التجارية.

6- عدم التوازن بين الاقتصاديات المتقدمة والمتخلفة:

يبرر أنصار حرية التجارة رأيهم على أساس أن فرض رسوم جمركية مرتفعة على السلع من شأنه أن يضع العديد من القيود على التجارة ويقلل من حجم التجارة الدولية، فحرية التجارة تضمن للدول حرية الاستيراد ومن ثم التصدير لأن كل منهما أمر ضروري لكل دولة. فالدولة لا تستطيع أن تستورد فقط ما تحتاج إليه فهي أيضاً تقوم بتصدير فائض إنتاجها للخارج ومن ثم يحدث انتعاش اقتصادي.

وإذا كان ذلك القول جائزاً بالنسبة للاقتصاديات المتقدمة التي تتميز بوجود فائض في الإنتاج ومرونة في جهازها الإنتاجي وتتمتع بقدر مرتفع من تطور الفن الإنتاجي، فإن ذلك ليس مطلقاً بالنسبة لكافة الاقتصاديات فقد تساهم حرية التجارة في تعثر الإنتاج المحلي لاقتصاديات الدول المتخلفة والتي لا تستطيع أن تواكب تقدم التجارة الدولية وبالتالي يؤدي ذلك إلى ازدهار في الاقتصاد المتقدم وانكماش في الاقتصاد المتخلف.¹

¹ مجدي محمود شهاب، مرجع سبق ذكره، ص. ص: 201، 202، 203.

المطلب الثاني: سياسة الحماية التجارية

أولاً: تعريفها: تعرف سياسة الحماية التجارية على أنها تبني الدولة لمجموعة من القوانين والتشريعات، واتخاذ الإجراءات المنفذة لها بقصد حماية سلعها أو سوقها المحلية ضد المنافسة الأجنبية.

أو قيام الحكومة بتقييد حرية التجارة مع الدول الأخرى بإتباع بعض الأساليب كفرض رسوم جمركية على الواردات أو وضع حد أقصى لحصة الواردات خلال فترة زمنية معينة مما يوفر نوعاً من الحماية للأنشطة المحلية من منافسة المنتجات الأجنبية.¹

ثانياً: الحجج: يعتمد أنصار هذا الاتجاه على حجج اقتصادية وحجج غير اقتصادية وهي كالتالي:

1- الحجج الاقتصادية: قدم أنصار هذا الاتجاه مجموعة من الحجج لتبرير الحماية التي تعتبر بمثابة أهداف تسعى السياسة التجارية لتحقيقها.

1-1 حماية الصناعات الناشئة:

حماية الصناعات الناشئة أو الوليدة تعد من أهم الاعتبارات الجدية لفرض القيود على التجارة الخارجية، فكثيراً ما تتمتع البلاد بكافة الميزات الطبيعية الملائمة لإنشاء صناعة معينة دون أن يتاح لها ذلك إزاء ما تتعرض له من منافسة أجنبية، وخاصة حيث يتمتع المنتجون في الخارج بقوة اقتصادية هائلة تتيح لهم سحق المولود الجديد قبل أن تنتهي له أسباب النماء.²

1-2 الحماية لزيادة العمالة:

تفرض الدولة الحماية في حالات عديدة لتزيد من الطلب المحلي على المنتجات المحلية، فتفرض ضرائب جمركية مرتفعة على المنتجات الأجنبية مما يؤدي إلى تحويل الطلب إلى المنتجات القومية، وبذلك يزداد طلب الصناعات على الأيدي العاملة. إلا أن فرض الحماية

¹ السيد متولي عبد القادر، مرجع سبق ذكره ص72.

² محمد زكي شافعي، مقدمة في العلاقات الاقتصادية الدولية، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، دون تاريخ، ص121.

بغرض زيادة العمالة قد لا يتحقق إذا طبقت الدول الأخرى مبدأ معاملة المثل الذي يؤدي إلى نقص الطلب على السلع في الخارج، فكلما كانت صناعات التصدير هامة في الدولة أدت سياسة الحماية إلى نقص في الطلب الأجنبي بنسبة أكبر على منتجات صناعات التصدير الوطنية، وبالتالي فشل سياسة الحماية في تحقيق زيادة في تشغيل لذلك كثيرا ما تلجأ الدولة إلى إتباع سياسات أخرى للمحافظة على مستوى العمالة.¹

1-3 معالجة البطالة:

يرى أنصار الحماية ضرورة محاربة البطالة لزيادة الطلب المحلي على المنتجات الوطنية مما يساعد على نقص خطر البطالة وزيادة فرص الاستثمار المربح في الداخل بالمثل تخلق الحماية أنواعا جديدة من الصناعات التي تستخدم المزيد من العمالة، كما أن التوسع في سياسة الاكتفاء الذاتي داخل الدولة يؤدي إلى زيادة فرص العمل والتشغيل بها. إلا أن فرض الحماية بغرض زيادة العمالة قد لا يتحقق إذا طبقت الدول الأخرى مبدأ المعاملة بالمثل والذي يؤدي إلى نقص الطلب على المنتجات الوطنية في الخارج فيقل الإنتاج وتزيد معدلات البطالة.

1-4 جذب رؤوس الأموال الأجنبية:

قد يكون الغرض من الحماية إغراء رؤوس الأموال الأجنبية دخول الدولة بقصد الاستثمار المباشر تجنباً لعبء الرسوم الجمركية المفروضة وهكذا يستخدم إجراء الحماية بقصد تشجيع صناعة وطنية يعتمد قيامها على رأس المال الأجنبي فيساعد ذلك على زيادة الدخل القومي حيث يزداد الإنفاق الكلي بزيادة التشغيل، كما يساعد رأس المال الأجنبي وما يصاحبه من أساليب فنية جديدة مستخدمة في الإنتاج على تطوير فنون الإنتاج محليا والارتقاء بكفاءته. ولكن جانبا آخر لسياسة جذب الاستثمارات الأجنبية يمكن أن يبدوا في صورة أضرار بالاقتصاد

¹ أشرف أحمد العدلي، التجارة الدولية، مؤسسة رؤية للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، سنة 2006، ص 112.

الوطني، وهو تسرب الجانب الهام من الفائض الاقتصادي المتولد عن تلك الاستثمارات إلى الخارج في شكل فوائد للقروض أو جزء من الأرباح.¹

1-5 حماية الاقتصاد الوطني من خطر الإغراق: لتوضيح تلك الحجة علينا أولاً أن نعرض ما المقصود بالإغراق وأنواعه والآثار الاقتصادية على كل من الدول المصدرة والمستوردة.
أولاً: مفهوم الإغراق:²

ويعرف بأنه ممارسة دولة أو إحدى المنشآت التابعة لها ببيع سلعتها في الخارج بأثمان تقل عن أثمانها في الداخل في نفس الوقت وظروف الإنتاج مضافاً إليها نفقات النقل ولا شك أن تلك الممارسات تؤثر بالسلب على المبادلات الدولية ومن ثم فقد وجب معالجتها ومكافحتها. عرفت الاتفاقية العامة للتجارة GATT الإغراق بأنه الإجراءات التي تدخل بموجبها منتجات دولة ما سوق دولة أخرى بأقل من القيمة العادية للمنتجات، ويقصد بالقيمة العادية بأنه سعر التصدير الذي يقل عن تكلفة الإنتاج في بلد المنشأ مضاف إليه تكاليف النقل.

ثانياً: أنواع الإغراق: للإغراق ثلاث أنواع الإغراق العارض، المؤقت والدائم
1- الإغراق العارض (الطارئ):

من الاسم المشار إلي يكون الإغراق عارضاً إذا تم لظروف عارضة، وهذا أدنى أنواع الإغراق وأقلها خطراً، ويحدث إذا كان لدى أحد المنتجين كمية معينة وقابلة للتلف أو أوشكت على التلف فيقوم بعرضه بسعر أقل من سعر التكلفة وأقل من السعر السائد في السوق، ويقوم بهذا العرض سواء في السوق المحلية أو يصدرها إلى سوق أجنبية.

¹زينب حسين عوض الله، الاقتصاد الدولي (نظرة عامة على بعض القضايا) دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، سنة 1999، ص ص: 294-295.

سنة 1999، ص ص: 294-295.

² رضا عبد السلام، العلاقات الاقتصادية بين النظرية والتطبيق، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، سنة 2007، ص ص: 86-87-89.

2- الإغراق المؤقت:

هو ذلك النوع من الإغراق التي تستخدمه بعض الشركات بهدف القضاء على منافسيها في أسواق معينة، أو أن تستهدف الشركات هذا النوع من الإغراق الاستثنائي بأكثر شريحة من السوق على حساب منافسيها. لهذا نسمع مثلا عن حملة تخفيضات تقودها شركة معينة وهدفها من ذلك اجتذاب المستهلكين لمنتجاتها على حساب المنتجين الآخرين، وتلك الشركة تدرك جيدا أن ما تخسره اليوم تعوضه أضعافا مضاعفة لاحقا.

3- الإغراق الدائم:

هنا نتحدث عن سياسة دائمة للبيع بسعر أقل من الأسعار التي يتم البيع بها في سوق بلد الإنتاج أو المنشأ، إذا المسألة هنا ليست مسألة تحمل خسائر مؤقتة وإنما هي سياسة طويلة المدى هدفها الاستمرار في البيع بهذا السعر.

ثالثا: الآثار الاقتصادية للإغراق: يؤثر الإغراق على كل من الدول المصدرة والمستوردة وسنعرضها فيما يلي:

➤ **آثار الإغراق على الدول المصدرة:** تؤثر سياسة الإغراق العارض والدائم بالإيجاب على الدول المصدرة له لأنه يعني التوسع في صادرات الدولة والحصول على العملات الصعبة وكذلك خلق فرص أكبر للتشغيل، حيث أن التوسع في التصدير سيدفع إلى التوسع في حجم الإنتاج وهذا يتطلب عمالة أكثر وكذلك تشغيل لموارد الإنتاج المحلية.

ولكن الآثار ليست دائما إيجابية، فالإغراق غالبا ما يؤثر بالسلب على المستهلك والمواطن في الدولة المصدرة له حيث يكون في وضع أسوأ من المستهلك الأجنبي، حيث يشتري سلعة وطنه بأعلى من السعر الذي يشتريها به الأجنبي.

➤ **آثار الإغراق على الدول المستوردة:** قد يدعي المدافعين عن مذهب حرية التجارة بأنه لا ضرر من الإغراق على الدول المستوردة له، وذلك لأن المصدر للسلعة بأقل من سعرها الحقيقي هو في الحقيقة يعمل وفقا لنظرية الميزات النسبية وانه لابد من تمتعه بميزات جعلته يصدر بأسعار منخفضة، كما قد يدعي هؤلاء أيضا بان الدولة المستوردة للإغراق ستستفيد

لأنها لا يمكنها الاعتماد على المنتج الوارد من الخارج بسعر شديد الانخفاض وتتخصص فيما تتميز به، كما قد يدعون أيضا أن ذلك يفيد المستهلك لأنه سيشتري السلعة بسعر منخفض مما لو اشتراها من منتج وطني.¹

1-6 تحقيق الاستقرار الاقتصادي:

تؤدي سياسة الحماية إلى عدم تخصص الدولة في إنتاج سلعة معينة بالذات، ولكن يتنوع إنتاجها وتقل اعتمادها على الخارج ويعد ذلك نوع من الضمان لعدم تعرضها لهزات اقتصادية عنيفة. ويرى أنصار الحماية أن التخصص وتقسيم العمل وان كان يحقق مزايا للدولة. من حيث إمكانية رفع أسعار صادراتها، إلا انه يجعلها ترتبط بالأسواق العالمية ويعرضها للتأثر بما يطرأ على هذه الأسواق من تقلبات وأزمات وحالات الكساد والتضخم، وفي اغلب الأحوال فان الضرر يفوق النفع في الزمن الطويل

فضلا عن ذلك فان اقتصاديات التخصص عادة ما تتأرجح بين فترات تضخم ناشئ عن زيادة الدخول بها لارتفاع صادراتها، وفترات كساد عميق ينعكس عليها في الأسواق العالمية أو يتعرض لضرر نتيجة إغلاق الأسواق المعتمد عليها في تصريف منتجاته المتخصص فيها، أو نتيجة لظهور منافس قوي لهذه المنتجات.

2- الحجج الغير اقتصادية:

وهي الحجج التي تهدف التي تحي أهداف استراتيجية أو اجتماعية وتتمثل في ضرورة الاستقلالية وحماية القطاع الزراعي، وحماية مستويات الأجور.

1-2 الاستقلالية:

تساهم الحماية في استقلال الاقتصاد الوطني لأي دولة عن ارتباطه بالاقتصاد العالمي. ومن ثم ففي حالة قيام حرب أو أي أزمة اقتصادية لا تجد الدولة نفسها مرتبطة بالاقتصاد العالمي من حيث تمويله بالسلع الأساسية كالمواد الغذائية أو السلع الاستهلاكية أو الصناعات الثقيلة،

¹رضا عبد السلام، مرجع سبق ذكره، ص ص: 89-90-91.

مما قد يضعفها في وضع حرج لذا يجب على الدولة أن تحافظ على فروع الإنتاج الأساسية فيها على الرغم مما قد يشير إليه مبدأ التخصص وتقسيم العمل.

2-2 حماية القطاع الزراعي:

يترتب على مبدأ الحرية التجارية سيادة المنافسة الدولية. مما قد يؤدي إلى القضاء على القطاع الزراعي المحلي خاصة إذا كانت الحاصلات الزراعية المستوردة منخفضة الثمن. ولذلك تتدخل الدولة بفرض حماية الإنتاج الزراعي ودخول فئة المزارعين الوطنيين. مثال ذلك تعتمد الحكومة البريطانية بحماية الإنتاج الزراعي المحلي من المنافسة الأجنبية بدفع معونة سنوية للمزارع الإنجليزي لتعويض الفرق بين تكاليف إنتاج المحاصيل الزراعية المحلية والأجنبية المستوردة. أضف إلى ذلك أن حماية القطاع الزراعي يعتبر من ضمن سياسة توفير المواد الغذائية لمواجهة احتمالات الحرب (الأمن الغذائي).

2-3 حماية مستويات الأجور المحلية:

يرى البعض أن الأخذ بسياسة الحماية قد يكون الهدف منه حماية مستويات الأجور المحلية من خطر السلع الأجنبية التي تستخدم الأيدي العاملة منخفضة الأجر، فالدول التي تتمتع بكثافة سكانية مرتفعة، تنخفض فيها أجور العمال وبالتالي تنخفض تكلفة الإنتاج مما يؤدي إلى منافستها للصناعات الوطنية في الدول الأخرى التي يرتفع فيها أجور العمال.¹

المبحث الثالث: أدوات السياسة التجارية

تستخدم الدولة مجموعة من الأدوات أو الوسائل لتطبيق السياسة التجارية قصد تحقيق أهداف محددة، كما تتكيف هذه الأدوات حسب نوع السياسة سواء سياسة الحماية أو الحرية وعليه يمكن أن نميز في هذا الصدد بين الأدوات السعرية، الأدوات الكمية والتنظيمية. وسوف نتطرق إليها بالتفصيل في المطالب الموالية.

¹ مجدي محمود شهاب، مرجع سبق ذكره، ص 204.

المطلب الأول: الأدوات السعرية

يمكن التمييز في شأن هذه الوسائل والتي تؤثر في تيار التبادل الدولي عن طريق التأثير في أثمان الواردات والصادرات بين كل من الرسوم الجمركية، الإعانات، الإغراق، تخفيض سعر الصرف، الرقابة على الصرف.

1- الرسوم الجمركية:

الرسم الجمركي هو ضريبة تفرضها الدولة على السلعة عند عبورها الحدود الجمركية الوطنية دخولا (واردات) أو خروجاً (صادرات)، والغالب أن تفرض الرسوم الجمركية على الواردات كوسيلة أساسية لتطبيق سياسة الحماية التجارية، ويطلق على مجموعة النصوص المتضمنة لكافة الرسوم الجمركية السائدة في الدولة في وقت معين اسم التعريفات الجمركية. وهناك أنواع متعددة من التعريفات حيث يجري تقسيم الرسوم الجمركية إلى:¹

1-1- من حيث كيفية تحديد الرسم الجمركي: يميز بين الرسوم القيمية، النوعية المركبة:

- الرسوم القيمية: تحدد كنسبة مئوية من قيمة السلعة.
- الرسوم النوعية: تتحدد على أساس الوحدة من السلعة بالعدد أو الوزن.
- الرسوم المركبة: تتضمن رسماً نوعياً يضاف إليه رسم قيمي.

1-2- من حيث الهدف: يميز بين:

- الرسوم المالية: والتي تفرض بقصد تحقيق إيراد لخزينة الدولة.
- الرسوم الحمائية: التي تهدف إلى حماية الإنتاج الوطني من المنافسة الأجنبية.

1-3- من حيث مدى حرية الدولة: يميز في فرضها بين:

- التعريفات المستقلة: التي تنشأ عن إرادة تشريعية داخلية.
- التعريفات الاتفاقية: تكون بموجب اتفاق دولي مع دول أخرى.

¹ زينب حسين عوض الله، العلاقات الاقتصادية الدولية، دار الفتح للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، سنة 1995، ص ص: 297-298.

وينتج عن فرض الرسوم الجمركية آثاراً ينعكس بعضها على مستوى الدخل القومي للدولة وعلى ميزان مدفوعاتها، كذلك تؤثر التعريفات على معدل التبادل التجاري وشروط التجارة بين الدول، وتحمي الصناعات المحلية التي تحمي وراءها، وتخفف الاستهلاك من السلع، وتعمل على إعادة توزيع الدخل بين المستهلكين والمنتجين، وتوفر إيرادات للحكومة وتؤدي إلى انخفاض كفاءة تخصيص الموارد سواء بالنسبة للتجارة التي تنشأ بين الصناعات أو التي تنشأ بين الدول الصناعية.

2- الإعانات (إعانات على التصدير)

والغرض منها تدعيم قدرة المنتجين الوطنيين على التنافس في الأسواق الدولية وزيادة نصيبهم منها، وذلك بتمكينهم من خفض الأثمان التي يبيعون على أساسها، والإعانة قد تكون مباشرة حيث تتمثل في دفع مبلغ معين من النقود يحدد إما على أساس قيمي أو على أساس نوعي، أو غير مباشرة وتتمثل في منح المشروع بعض الامتيازات لتدعيم مركزه المالي.¹

3- الإغراق:

وهو أحد الوسائل التي تتبعها الدولة أو المشروعات الاحتكارية للتمييز بين الأثمان السائدة في الداخل وتلك السائدة في الخارج، حيث تكون الأخيرة منخفضة عن الثمن الداخلي للسلعة مضافاً إليه نفقات النقل وغيرها من النفقات المرتبطة بانتقال السلعة من السوق الوطنية إلى الأسواق الأجنبية.

ويشترط لنجاح سياسة الإغراق انفصال الأسواق عن بعضها وهو ما يجعل من السهل على المحتكر أن يميز من حيث الثمن الذي يفرضه على مختلف الأسواق كل بحسب ظروفه، وخاصة بحسب مرونة الطلب السائدة به، بحيث المرونة القليلة يبيع بثمن مرتفع وحيث المرونة الأعلى يبيع بثمن منخفض.

¹ زينب حسين عوض الله، مرجع سبق ذكره، ص 302.

4- سياسة تخفيض سعر الصرف:

يقصد بتخفيض سعر الصرف كل انخفاض تقوم به الدولة عمدا في قيمة الوحدة النقدية الوطنية مقومة بالوحدات النقدية الأجنبية سواء اتخذ ذلك مظهرا قانونيا أو فعليا في نسبة الوحدة إلى الذهب أو لم يتخذه، وتخفيض سعر الصرف بهذا المعنى يترتب عليه تخفيض الأثمان المحلية مقومة بالعملات الأجنبية ويرفع الأثمان الخارجية مقومة بالعملة الوطنية.

لتخفيض سعر الصرف أسباب متنوعة في مقدمتها يأتي علاج الاختلال في ميزان المدفوعات وذلك بتشجيع الصادرات وتقييد الواردات، كما أنه يعمل على الحد من تصدير رؤوس الأموال إلى الخارج وتشجيع استيرادها من الخارج، بالإضافة إلى حماية الصناعة الناشئة قد يهدف التخفيض إلى علاج مشكلة البطالة في الاقتصاد القومي حيث ينتج عنه تشجيع التوسع في الصناعات التصديرية.¹

5- الرقابة على الصرف:

نظرا لأن العملات الأجنبية هي الوسيلة التي يمكن للأفراد والمؤسسات الاستيراد بواسطتها فان الحكومة يمكنها تقييد الواردات، إذا تمكنت من السيطرة على كل متحصلات العملة الأجنبية وعلى كل استخداماتها، والرقابة على الصرف الأجنبي تتمثل في تدخل الحكومة بوضع قيود مباشرة على عمليات بيع وشراء العملات الأجنبية بما يحقق لها السيطرة على كمية الواردات و يمكنها من تحقيق عدة أهداف هي²:

➤ تحقيق توازن ميزان المدفوعات حيث يمكن للحكومة من خلال التحكم في عملية البيع والشراء الخاصة بالعملات الأجنبية أن تضغط الواردات بحيث تتساوى مع الصادرات الأمر الذي يؤدي إلى تحقيق الحساب الجاري، ومن ثم ميزان المدفوعات؛

¹ زينب حسين عوض الله، الاقتصاد الدولي (العلاقات الاقتصادية والنقدية الدولية)، دار الجامعة الجديدة، مصر، سنة 2004 ص ص: 302-303.

² محمد أحمد السريتي، اقتصاديات التجارة الدولية بين النظرية والتطبيق، مؤسسة رؤية للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، سنة 2011، ص 136.

➤ تحقيق الحماية للصناعات المحلية من خلال الحد من الواردات؛
 ➤ حماية القيمة الخارجية للعملة الوطنية من التدهور، فبدلاً من أن تقوم الدولة بتخفيض قيمة عملتها المحلية كوسيلة لعلاج العجز في ميزان المدفوعات، وما يترتب على ذلك من ارتفاع في معدلات التضخم المحلية وزيادة في قيمة الديون الخارجية بدلاً من العملة الوطنية وانخفاض الثقة في العملة المحلية، فإنها تقوم بإتباع أسلوب الرقابة على الصرف لتحقيق الغرض.

المطلب الثاني: الأدوات الكمية

من أهم الأدوات المستخدمة في هذا المجال نظام الحصص ونظام تراخيص الاستيراد

أولاً: نظام الحصص

وقد ظهر نظام الحصص أول مرة في الحرب العالمية الأولى كإجراء مؤقت لتحديد الواردات، ثم عاد ثانية للظهور خاصة في فترات معينة، أي انه نظام يتخذ في الحروب والأزمات وعندما تتدهور أسعار الواردات كبيراً يهدد بالقضاء على المنتجات المحلية، فاتخذته فرنسا مثلاً لحماية منتجاتها الزراعية وقد فضلت الدول إتباع نظام الحصص للأسباب التالية:¹

- فهو يسمح بدخول السلع الأجنبية بغير أن تتعرض لرسم جمركي يمنعها ولكنها تدخل فقط بمقدار الكمية المسموح بها.

- يحقق نقص الواردات بطريقة فعالة، فهو من هذه الناحية أكثر فعالية من الرسوم التي تترك مجالاً لاختيار الأفراد، ولذلك يعتبر نظام الحصص نوعاً من الحظر الجزئي للواردات.

- يساعد بطريق عكسي على تشجيع الصادرات إذ قد يحمل الدولة التي تأخذ به بتبادل المزايا فيما بينها، وقد يؤدي عندئذ زيادة الصادرات مع الحد من الواردات إلى توازن الميزان التجاري، ونظام الحصص يثير في العمل مشاكل عديدة. فعلى أي أساس يمكن للدول أن تحدد كمية الواردات المسموح باستيرادها؟ وهل تحدها بطريقة مباشرة وذلك بتحديد الكمية التي يمكن

¹ مجدي محمود شهاب، مرجع سبق ذكره، ص 146.

استيرادها؟ وكيف توزع الحصص على التجار المستوردين؟ وأي هيئة تتولى تحديد الحصص وتوزيعها؟ ولكل هذا يرى البعض أن نظام الحصص يضع الدولة في خدمة المستوردين، وتصبح كما لو كانت تحتكر الاستيراد فهو نظام شبه حكومي للاستيراد.

ثانياً: نظام تراخيص الاستيراد

غالباً ما يصطبح نظام حصص الاستيراد بنظام الرخص أو التراخيص، ومعناه أنه لا يجوز الاستيراد إلا بعد موافقة الدولة، وتعطى هذه الموافقة في صورة إذن أو ترخيص بالاستيراد فحامل الإذن أو ترخيص هو وحده الذي يحق له أن يستورد السلعة.

وتحدد لكل تاجر حصة معينة يقوم باستيرادها ويتحدد استيراده بمقدارها أي أن نظام رخص الاستيراد يحدد حصة كل مستورد من الكمية المستوردة. وإنما تقوم الصعاب عند تحديد هذه الحصة، وغالباً ما يتم تحديدها على أساس نصيب التاجر من واردات نفس السلعة في فترة سابقة. وقد اتبعت مصدر في فترة ما نظاماً للتراخيص على أساس نصف سنوي، فحددت الواردات الإجمالية في النصف الأول من السنة على ضوء قيم صادرات النصف الأول من العام الحالي.¹

والفكرة في نظام رخص الاستيراد هي منع الاندفاع على الواردات فعندما ترى الدول قصور ما بيدها من عملة أجنبية مخصصة للشراء من الخارج أو إسرافاً في استيراد سلعة معينة وغالباً ما تكون سلعة ترقية، فيمكنها عندئذ أن تفرض نظام الرخص وتمنع الإسراف في الاستيراد أو تحدد الاستيراد وتنظمه بقدر ضرورته، وتظهر أهمية ذلك عندما يتبع نظام الرخص بدون نظام الحصص، ولعل الفكرة الأساسية هي جعل تجارة الواردات تابعة لتجارة الصادرات حتى لا يختل التوازن ويمثل ضغطاً على العملة الأجنبية.

كما أن هذا النظام يحقق فكرة المساواة بين المستوردين، فالجميع يتقدمون بطلباتهم إلى الهيئة التي تمنح التراخيص وهذه توزع الرخص بينهم على وفق نشاط كل منهم فيما سبق.

¹ مجدي محمود شهاب، مرجع سبق ذكره، ص 146.

المطلب الثالث: الأدوات التنظيمية

وهي الوسائل التي تتعلق بتنظيم الهيكل الذي تحقق في داخله المبادلات الدولية و تشمل: المعاهدات التجارية، الاتفاقات التجارية، اتفاقات الدفع و التكتلات الاقتصادية¹.

1- المعاهدات التجارية:

المعاهدة التجارية هي اتفاق تعقده الدولة مع دولة أخرى من خلال وزارة خارجيتها وأجهزتها الدبلوماسية بغرض تنظيم العلاقات التجارية بينها تنظيمًا عامًا يشمل بجانب المسائل التجارية والاقتصادية مثل تنظيم الرسوم والإجراءات الجمركية ومكاتب التمثيل التجاري، مسائل ذات طابع سياسي وإداري مثل تحديد مركز الأجانب وأهليتهم لمباشرة مختلف أنواع الأنشطة، وعادة ما تتضمن أحكام المعاهدات التجارية مبادئ معينة تنص عليها مثل: مبدأ المساواة في المعاملة بالمثل وأهمها، مبدأ الدولة الأولى بالرعاية.

2- الاتفاقيات التجارية:

وهو تعاقد يتناول أمور تفصيلية تتعلق بالتبادل التجاري بين بلدين يزيد عما يوجد في المعاهدات التجارية وقد يعقد الاتفاق التجاري على أساس معاهدة تجارية سابقة كما يعقد دون وجود للمعاهدة، ويتميز الاتفاق التجاري عن المعاهدة التجارية بقصر مدته حيث عادة ما يقضي لسنة.

كما أنه يعقد عن طريق وزارات الاقتصاد أو التجارة الخارجية، وتتضمن الاتفاقيات التجارية عناصر تتفاوت بحسب الأحوال وتشمل مقدمة يشار فيها إلى ما قد يكون من معاهدات سابقة بين الدولتين والإشارة إلى المنتجات التي تدخل في نطاق المبادلة سواء من حيث تحديد أنواع السلع أو الكميات أو القيم كما تتضمن تعهد الدولتين بعدم إقامة أي عوائق بشأن مبادلة السلع المذكورة، وتحديد فترة الاتفاق وطريقة امتداده وكيفية التصديق عليه، بالإضافة إلى لجنة مشتركة من ممثلي الدولتين للإشراف على تنفيذ الاتفاق والنظر في الخلافات التي قد تنشأ في

¹ مجدي محمود شهاب، مرجع سبق ذكره، ص 227.

هذا الصدد مع إمكانية تعديل الاتفاق التجاري عن طريق تبادل الخطابات أو عقد بروتوكول إضافي يلحق به.

3- اتفاقية الدفع:

يتعلق أسلوب اتفاقية الدفع بالدول التي تأخذ بنظام الرقابة على الصرف وتقييد تحويل عملاتها إلى عملات أجنبية، أما الدول التي تأخذ بنظام حرية التحويلات النقدية فإن تصفية الحقوق والديون فيما بينها يتم على أساس الأعمال المصرفية العادية دون الحاجة لعقد اتفاق الدفع، إذن ينظم كيفية أداء الحقوق والديون الناجمة عن العلاقات التجارية والمالية بين دولتين.

ويتضمن هذا الاتفاق عادة عدة عناصر تتمثل في¹:

- تحديد العملة التي تتم على أساسها العمليات بين الدولتين وقد تكون عملة إحدى الدولتين أو كليهما معا أو عملة دولة ثالثة أكثر انتشارا في السوق (كالدولار - اليورو)؛
- تحديد سعر الصرف التي تتم على أساسه تسوية العمليات وهو عادة السعر الرسمي للعملة على أساس وزن الذهب أو عدد الدولارات المقابلة للوحدة النقدية الوطنية؛
- فتح حساب أو حسابين في البنوك المركزية تقييد فيه المبالغ المستحقة لكل من الدولتين نتيجة لمختلف ما يعقد من عمليات على أن يسوي الفرق بين الجانب الدائن والجانب المدين في فترات دورية أو في نهاية تاريخ الاستحقاق؛
- تحديد كيفية تسوية هذا الفرق ويكون ذلك بعملة دولية أو ذهب، كما قد يكون عن طريق تشجيع تيارات المبادلة بما يسوي هذا الفرق أو عن طريق آخر يتفق عليه في حينه؛
- تحديد هامش لا يمكن أن يتعداه الفرق بين القيود الدائنة والقيود المدينة في الحساب ويكون بمثابة ائتمان ترصاه الدولة إلى أخرى في نطاق الاتفاق؛
- تحديد العمليات التي تدخل في نطاق اتفاق الدفع مثل عمليات التصدير والاستيراد وأداء الخدمات على أنواعها، وأداء التحويلات وسداد الديون السابقة؛

¹ مجدي محمود شهاب، مرجع سبق ذكره، ص 228.

- تحديد فترة الاتفاق وكيفية تعديله، وعادة ما تكون المدة المعتادة لاتفاقات الدفع سنة واحدة تتجدد من تلقاء نفسها ما لم يخطر أحد الطرفين الآخر برغبة انهاءها في ميعاد محدد.¹

4- التكتلات الاقتصادية:

تنشأ التكتلات الاقتصادية كنوع من تحرير التجارة بين عدد محدود من الدول، وتأخذ عدة أشكال تتمثل في الاتحاد الجمركي ومنطقة التجارة الحرة، الاتحاد الاقتصادي والأسواق المشتركة والمناطق الحرة وأخيرا الحماية الإدارية.

4-1 الاتحاد الجمركي:

هو معاهدة دولية تجمع الأقاليم الجمركية لدول الأطراف فيها في إقليم جمركي واحد، وتستفيد دول الاتحاد الجمركي من إلغاء الرسوم الجمركية وكذلك إلغاء كافة القيود الكمية والإدارية على الواردات فيما بين دول الأعضاء، وقد يتم الاكتفاء بتخفيض الرسوم الجمركية الخاصة بالاتحاد في مواجهة الغير، وتتسق دول الاتحاد سياستها التجارية مع الخارج من حيث عقد المعاهدات التجارية والاتفاقات الجمركية، ويتفق عادة على إنشاء جهاز أو أكثر من الأجهزة الجماعية ذات الاختصاص الاستشاري لتنظيم العلاقات بين الأعضاء وفض المنازعات فيما بينها.

ومن بين الإجراءات التطبيقية للاتحاد الجمركي تتمثل فيما يلي²:

- توحيد التشريع الجمركي، الإدارة الجمركية والنماذج والإجراءات والمصطلحات الجمركية؛
- تكييف الاتفاقات التجارية مع العالم الخارجي وتعديلها لضمان نصوصها مع التزامات دول الاتحاد الجمركي؛

¹ مجدي محمود شهاب، مرجع سبق ذكره ص 229.

² زريمش سعاد، اتجاه السياسة التجارية في الجزائر ما بين الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة والحد من الواردات، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية دولية، جامعة محمد الصديق بن يحيى . جيجل . 2016/2017، ص34.

- إنشاء صندوق موحد لإيرادات الرسوم الجمركية وقواعد إعادة توزيعها وإنشاء صندوق تعويض مؤقت لحالات الدول التي تضرر عائداتها الجمركية من توحيد الرسوم؛
- إزالة العقبات والعراقيل الجمركية وغير الجمركية المفروضة على التجارة بين دول الأعضاء في الاتحاد الجمركي.

ويتضح مما سبق الاتحاد الجمركي هو نوع من التكتلات الاقتصادية التي تخلق شخصية اقتصادية جديدة إذ أن كافة دول الأعضاء في هذا الاتحاد تتعامل كشخص اقتصادي واحد.

4-2 منطقة التجارة الحرة:

يلتزم كل عضو في معاهدات مناطق التجارة الحرة على إلغاء كافة القيود على الواردات من دول الأطراف في الاتفاقية، كما تتمتع صادرات كل دولة بإعفاء جمركي تام مع دول الأعضاء الأخرى، ولكن يحتفظ كل عضو بإقليمه الجمركي المستقل في مواجهة الدول غير الأعضاء، دون الإلتزام بتعريف جمركية محددة وتحرير التجارة هنا يتعلق فقط بالمنتجات الوطنية المصنعة في داخل الدولة العضو في منطقة التجارة الحرة، ولذا تثار مشكلة التعرف على مصدر السلع ومدى غلبة العناصر الوطنية فيها على العناصر الأجنبية.

وتتحقق منطقة التجارة الحرة طبقاً لخطة عمل وجدول زمني ويمكن الإشارة إلى أبرز الجوانب والإجراءات التنفيذية فيما يلي¹:

- الجدول الزمني لتحرير التجارة؛
- قوائم السلع المحظور تحريرها لأسباب أمنية أو بيئية أو دينية؛
- التعاون الجمركي في تبادل البيانات بما في ذلك التبادل الإلكتروني؛
- أسلوب الحصر والتحرير للقيود غير الجمركية؛
- إيداع هياكل التعريفات الجمركية للدول الأطراف.

¹ زريمش سعاد، مرجع سبق ذكره، ص 35.

4-3 الاتحاد الاقتصادي:

وبموجب هذا الاتحاد لا يقتصر التعاون بين الدول الأعضاء على تحرير المبادلات التجارية وإلغاء القيود المفروضة على المبادلات التجارية بل يتعدى ذلك إلى تحرير حركة الأشخاص ورؤوس الأموال وإنشاء المشروعات. وذلك بهدف إقامة هيكل اقتصادي متكامل بحيث تتحقق في المستقبل وحدة اقتصادية بين الدول الأعضاء.

4-4 الأسواق المشتركة:

وهو شكل من أشكال الاندماج الاقتصادي الكامل بين دول الأعضاء، وهذه الأسواق تتميز بتحرير المبادلات والتجارة وحركات رؤوس الأموال والأشخاص أي الاتحاد الاقتصادي، وتتعدى ذلك إلى وجود سلطة عليا تكون قراراتها في الشؤون الاقتصادية ملزمة لجميع دول الأعضاء، أي أنها أسواق هدفها هو خلق وحدة اقتصادية وسياسية جديدة.

4-5 المناطق الحرة:

ويقصد بالمناطق الحرة أن تقوم الدولة بإنشاء مناطق داخل إقليمها ولكنها تعد واقعة خارج حدودها من الناحية الجمركية، وبالتالي فإن استيراد وتصدير السلع المتعلقة بهذه المناطق وتداولها يتم بحرية كاملة دون أي قيود جمركية عليها حيث تتمتع بمزايا وحوافز ضريبية عالية. وجدير بالذكر أن هذه السلع تعد غير قابلة للتداول داخل إقليم الدولة بنفس شروط الإعفاءات الجمركية، وبالتالي فإذا اتجهت هذه السلع إلى داخل الدولة فإنها تخضع للضريبة الجمركية كأى سلعة أجنبية والغرض من إنشاء المناطق الحرة هو تشجيع الاستثمارات الأجنبية داخل هذه المنطقة، مما يتيح الفرصة لتشغيل العمالة وتنشيط حركة التجارة وجلب العملات الأجنبية وإقامة المنشآت التجارية الصناعية.¹

أي أنها في النهاية تؤدي إلى تنشيط الاقتصاد الداخلي، وبالتالي حرية دخول السلع وخروجها من هذه المناطق لا يعني أنها الحرية المطلقة، فقد تقيد الدولة الأمر بالنسبة لبعض المنتجات

¹ مجدي محمود شهاب، مرجع سبق ذكره، ص 230-231.

لأغراض متنوعة منها منع التهريب والمحافظة على الصحة العامة والمحافظة على الأمن (المفرقات والأسلحة النووية).

4-6 الحماية الإدارية:

وهي من قبيل الإجراءات الاستثنائية تقوم بها السلطات الإدارية بغرض إعاقة حركة الاستيراد وحماية السوق الوطنية، وهي وسيلة اشد وطأة على المبادلات الخارجية من التدابير الحمائية الصريحة ويمكن أن تتخذ عدة طرق. المغالاة في تطبيق التعريف الجمركية بصورة تحكمية. والتعنت في تقدير قيمة الواردات، وتطبيق اللوائح الصحية بصورة معقدة وفرض أجور ونفقات تحكمية مرتفعة على نقل وتخزين البضائع المستوردة وغيرها من الطرق الأخرى التي تمثل عرقلة أمام دخول هذه البضائع داخل الحدود الوطنية للبلد.¹

¹ مرجع سبق ذكره، ص 232.

خلاصة الفصل:

من خلال ما قدمناه في هذا الفصل نستنتج أن السياسات التجارية يتم من خلالها انتقال السلع والخدمات ورؤوس الأموال من بلد إلى آخر بشكل قانوني، بحيث تعتمد على مجموعة من الأدوات السعرية، الكمية والتنظيمية.

وهناك نوعين من السياسات التجارية المتمثلة في سياسة الحرية وسياسة الحماية حيث تهدف هذه السياسات الى تحقيق اهداف استراتيجية أي كل ما يتعلق بأمن المجتمع من الناحية الاقتصادية، الغذائية والعسكرية، اما الأهداف الاجتماعية فتتمثل في حماية مصالح اجتماعية معينة وإعادة توزيع الدخل القومي، وكذلك تهدف الى تحقيق حماية للصناعات الوطنية الناشئة وزيادة العمالة ومستوى التشغيل، وهذه تعتبر من الأهداف الاقتصادية للسياسة التجارية.

**الفصل الثاني: عملية التصدير
ومختلف السياسات التجارية في
الجزائر**

تمهيد:

تعتبر التجارة الخارجية من القطاعات الهامة التي تحظى باهتمام كبير من طرف اقتصاديات الدول، فهي مؤشر حقيقي على القوة الاقتصادية لها، وازدادت هذه الأهمية خاصة في ظل انفتاح الأسواق العالمية في اطار العولمة وتحرير التجارة الدولية من كل القيود الجمركية والغير جمركية، وبالتالي سهولة تداول وانسياب السلع والخدمات ورؤوس الأموال بين الدول، لذلك عملت الجزائر في السنوات الأخيرة على ترقية تجارتها الخارجية والدخول في اقتصاد السوق من خلال اتباع وتبني مجموعة من الاستراتيجيات والسياسات بهدف تدعيم قطاع الصادرات، وهذا ما سنراه في هذا الفصل بالإضافة الى مختلف المفاهيم المتعلقة بعملية التصدير.

المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول التصدير

للتصدير دور فعال في تنشيط حركة المبادلات التجارية وهو عملية هامة تتدخل في مراحل النشاط التجاري للمؤسسة الاقتصادية وهو ركيزة فعالة بالنسبة للدول لأنه يعتبر شكلا من الأشكال الأكثر شيوعا في اقتحام الأسواق الخارجية، فنجد معظم المؤسسات تمارس هذا النشاط لكونه يعتبر مقياسا لمعرفة قدرتها على التكيف مع أوساط تجارية أخرى، وسنتطرق في هذا المبحث إلى مفاهيم حول التصدير وأهميته وأهدافه، بالإضافة إلى الأنواع والمخاطر.

المطلب الأول: مفهوم التصدير وأهميته

أولاً: مفهوم التصدير

للتصدير عدة مفاهيم نذكر منها:

التصدير هو شكل بسيط للدخول إلى الأسواق الخارجية لأنه يتضمن أقل نسبة من المخاطر مقارنة مع البدائل الأخرى، و على العموم أن ينظر إلى التصدير من زاويتين هما: التصدير باعتباره نشاطا سلبيا ، و التصدير باعتباره نشاطا ايجابيا .¹

كما يعرف بأنه: "هو عملية يتم فيها تصريف فائض اقتصادي إلى دولة أخرى التي لم تستطع إنتاج و تلبية حاجات مواطنيها".²

ويعرف أيضا بأنه: "هو بيع أقصى ما يمكن من الإنتاج الوطني إلى الخارج للحصول على أكبر قدر ممكن من رؤوس الأموال".³

كما يمكن تعريف التصدير من خلال وجهات مختلفة كما يلي:

- يعرف التصدير عموما أنه عملية انتقال سلعة أو خدمة من شخص مقيم محلي إلى شخص غير مقيم أجنبي.

¹ محمود الشيخ، التسويق الدولي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن عمان، الطبعة الأولى، سنة 2008، ص 193.

² بن شني عبد القادر، تسيير عمليات التجارة الدولية، مطبوعة بيداغوجية، تخصص تجارة دولية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم 2022/2021 ص 39.

³ محمود عبد الرزاق، الاقتصاد المعرفي والتصدير، الدار الجامعية للنشر، دون مكان، سنة 2011، ص 50.

- من الناحية الجمركية التصدير هو عبور السلع والخدمات من الحدود الوطنية إلى الحدود الأجنبية.

- بالنسبة للدولة هو وسيلة تحقق التوازن الاقتصادي، يستعمل لمواجهة المنافسة و اقتحام الأسواق الخارجية.¹

استنادا على التعاريف السابقة نستنتج أن " التصدير هو عملية بيع المنتج من سوق محلي إلى سوق أجنبي من قبل عون مقيم إلى عون غير مقيم، وهي أفضل وسيلة لاقتحام الأسواق الدولية وتحصيل رؤوس الأموال كما يعتبر عامل أساسي في تحقيق توازن الميزان التجاري." **ثانيا: أهمية التصدير**

يعتبر التصدير أحد العوامل الأساسية للتنمية الاقتصادية وهو مصدر أساسي لدخل الدول من خلال فتح أسواق جديدة لمنتجاتها، وهو مؤشر على جودة الصناعة والزراعة في تلك الدول. وتبرز أهمية التصدير من كونه يلعب أدوار متعددة في مجال النمو والتنمية كالاتي:²

1- خلق فرص عمل جديدة:

للتصدير أهمية بالغة 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 توظيف عدد كبير من العمال وبالتالي التقليل من نسبة البطالة، وأن تحول الطلب الخارجي إلى السلع المنتجة محليا يعمل على إنتاج هذه السلع ومنه زيادة فرص استثمار الربح الذي يؤدي بدوره إلى ارتفاع حجم العمالة.

¹ زبير ريان، أثر ترقية الصادرات الغير نفطية على النمو الاقتصادي، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في العلوم التجارية، جامعة خضير، بسكرة 2014/2015 ص 53.

² بورياح كنزة، واقع وآفاق سياسة التصدير في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، عبد الحميد ابن باديس مستغانم 2019/2020، ص 28

2- إصلاح العجز في ميزان المدفوعات:

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

3- جذب الاستثمار الأجنبي والمحلي:

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 بينهما 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.

و من ثم يمكن القول أن الاستثمار يسهم في زيادة الإنتاجية و في إنشاء صناعات جديدة، بالإضافة إلى تحسن القدرة التنافسية للصناعات القائمة و ربط المنتجين المحليين بالأسواق الدولية، كما أن وجود قطاع تصديري قوي يعمل على جذب المزيد من التدفقات الاستثمارية التي تترجم في شكل زيادة الصادرات الحسية و السلعية، و تقوم بدورها في جذب استثمارات جديدة.¹

4- تحقيق معدلات النمو:

إن الاهتمام بالصادرات ينجح من وجود تحد رئيسي يواجه الاقتصاد المحلي، وهو تحقيق معدلات نمو اقتصادية 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 لأنه قادر على خلق فرص عمل والاستمرارية المطلوبة لتحقيق معدلات نمو متواصلة ومرتفعة.

¹بوريح كنزة، مرجع سبق ذكره، ص 29-30.

المطلب الثاني: أنواع وأهداف التصدير

أولاً: أنواع التصدير

إن اختيار الطريقة الجيدة أو المناسبة للدخول في سوق التصدير تعتبر من أهم القرارات المتخذة على مستوى المؤسسة، بالأخذ بعين الاعتبار ظروف الأسواق المحلية والخارجية. وفي هذا الصدد سنذكر نوعين من التصدير.¹

1- التصدير المباشر

هو إحدى مهام إدارة المبيعات في المؤسسة ويتم عن طريق الوكلاء الموظفين أو الممثل الدائم للشركة المقيم في الخارج، ويمكن استخدام هذا النوع في التصدير إلى الأسواق القريبة التي يمكن معرفتها ودخولها مباشرة وبسهولة، وكذلك التصدير إلى الأسواق الصغيرة التي لا تبرر بذل جهود كبيرة.

2- التصدير الغير مباشر

هو نوع من الاختراق الغير مباشر تقوم به المؤسسة باللجوء إلى هيكل توزيعي يعتمد على وسطاء يمتلكون موارد ومهارات أساسية في المجال التجاري، الثقافي واللغوي بالإضافة إلى خبرة ومعرفة السوق، ويتواجد هؤلاء الوسطاء بين المؤسسة المصدرة وقنوات التوزيع، ومن أهم أشكال الوسطاء المتوفرين في التصدير الغير مباشر نجد:

1-2 **التاجر المحلي المصدر:** يقوم هذا الوسيط بشراء منتجات المؤسسة لحسابه الخاص ثم يتولى عملية تسويقها وبيعها على مسؤوليته في الخارج بهدف تحقيق الربح.

2-2 **الوكيل المحلي المصدر:** هناك أنواع مختلفة من الوكلاء، فالوكيل في جميع الحالات يبحث ويتفاوض نيابة عن موكله ويتقاضى مقابل عملة عمولة تختلف حسب العقود التجارية بين الوكيل والموكل ونوع الوكالة.

¹مصطفى بورنان، دراسات التنمية الاقتصادية، جامعة عمار التليجي، بالأغواط، المجلد 05 . العدد 02 سنة جانفي 2023 ص 4.

2-3 المؤسسات التسويقية التعاونية: تمثل المؤسسات التصديرية التعاونية نقطة عبور بين التصدير المباشر والتصدير الغير مباشر، فهذا الأخير يحدث حينما تكون هذه المؤسسات مستقلة تماما وغير مرتبطة أو مملوكة من قبل المؤسسة المنتجة، أما التصدير المباشر فيحدث حينما يمارس المنتج رقابة إدارية على السياسات العملية للمؤسسة التعاونية.¹

ثانيا: أهداف التصدير:

تتمثل أهداف التصدير فيما يلي:²

1- الأهداف المتعلقة بتحسين شروط الإنتاج

1-1 تحسين القدرات الموجودة لدى المؤسسة:

إن رفع المبيعات بالتصدير يؤدي إلى استغلال الطاقات الإنتاجية العاطلة، وهذا ما يؤدي إلى امتصاص التكاليف الثابتة مما يجعل المؤسسة قادرة على الرفع من المردودية الإنتاجية للمعدات والعمال.

1-2 تمديد حياة المنتج:

يسمح التصدير للمؤسسة إما تمديد دورة حياة المنتج أو مضاعفة حجم المبيعات في مرحلة النضج، ويكون التمديد من خلال تصدير المنتج إلى بلد يكون فيه هذا الأخير غير معروف عكس السوق المحلي الذي يشهد فيه هذا المنتج.

أما زيادة حجم المبيعات في مرحلة النضج فيكون من خلال تحقيق المؤسسة لوفرة في الإنتاج تقوى من خلالها حظوظ تنافسياتها في الأسواق الخارجية التي لها نفس خصائص السوق المحلية.

¹مصطفى بورنان، مرجع سبق ذكره، ص4.

²بوغرارة شفيق، سياسة ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات، مذكرة لنيل شهادة ماستر، تخصص إدارة مالية

2016/2015، ص38.

1-3 تعويض جهود البحث والتطوير:

لكي تضمن المؤسسة مكانتها في السوق وجب عليها القيام بنشاطات البحث والتطوير التي تتطلب ميزانيات ضخمة غالبا ما تتعدى هذه الأخيرة قدرات المؤسسة، وحتى تتمكن من تغطية هذه النفقات يكون لازما عليها بتصدير منتجاتها إلى أسواق ذات مردودية أكثر والتي عادة ما تكون متوفرة بكثرة في الأسواق الخارجية.

1-4 تحسين نوعية المنتجات:

إن اللجوء إلى التصدير يتحتم على المؤسسة القيام بالابتكارات والتحسينات اللازمة لخصوصيات وشروط استعمال المنتجات وهذا نظرا لشدة المنافسة واختلاف أذواق ومتطلبات الزبائن.

2- الأهداف المرتبطة بالاستراتيجية: ¹

1-2 التوزيع الجغرافي للمخاطر:

لكي تؤمن المؤسسة نفسها أو نشاطها من المخاطر سواء كانت سياسية، اقتصادية أو اجتماعية تلجأ للتصدير كوسيلة للهروب من مشاكل السوق المحلية، ففي الجزائر مثلا تضخم الأسعار جعل منتجات بعض المؤسسات ليست في متناول المستهلك المحلي، الأمر الذي يدفع بهذه المؤسسات للتصدير لضمان انسياب أفضل لمنتجاتها والمحافظة على دورة حياة مخزوناتها.

2-2 مراقبة بعض أجزاء السوق الدولية:

إن المؤسسات التي تعتمد على استراتيجية طويلة المدى في توسيع نشاطها تكون لديها رغبة في الحفاظ وتأمين وجودها على بعض أجزاء السوق الدولية وذلك عن طريق التصدير.

3- الأهداف المرتبطة بالجانب المالي

1-3 زيادة رقم الأعمال:

رفع رقم الأعمال هو الحافز الهام لدى المصدرين فهو هدف كمي لتوسيع نشاط المؤسسة.

¹بوغرارة شفيق، مرجع سبق ذكره، ص38.

3-2 رفع مردودية الأموال المستخدمة:

توم المؤسسات باستثمارات تختلف من حيث طبيعتها ومردوديتها، فزيادة المبيعات عن طريق التصدير يسمح للمؤسسة الحصول على أرباح، وتتيح البيع بهوامش مرتفعة.

3-3 الحصول على العملة الصعبة:

تدويل المؤسسة عن طريق التصدير يتيح لها فرصة التمويل الذاتي للمنتوج الدائم للمؤسسة بسبب تحصيلها لعائدات بالعملة الصعبة، وكذا الحصول على رؤوس الأموال لتمويل مباشر من الأسواق الخارجية في شكل قروض تصدير.¹

المطلب الثالث: مخاطر التصدير

هي تلك المخاطر التي يتعرض لها المصدر أثناء العملية التصديرية و من أهمها نذكر:²

1- المخاطر التجارية:

وهي تلك الأخطار التي يكون مسببها المستورد أو بسبب أوضاعه المالية، مما يؤدي إلى عدم تمكن المصدر من تحصيل كامل مستحقته في الأجل المتفق عليها ومن بينها نذكر:

- إفلاس المستورد أو إعساره أو تصفيته؛
- امتناع المستورد عن سداد ما استحق عليه المصدر؛
- رفض المشتري استلام البضاعة المشحونة.

2- المخاطر الثانوية:

منها أخطار الصرف، أخطار المشاركة في المعارض والبحث عن أسواق جديدة، مخاطر الكوارث الطبيعية.

3- المخاطر الغير تجارية (السياسية):

وهي المخاطر التي تخرج عن إرادة المستورد وتكون مسبباتها كثيرة موضحة بالجدول التالي:

¹مرجع سبق ذكره، ص38.

²لطيفة رجب، التغطية المؤسسية لأخطار التصدير في الجزائر - دراسة حالة - جامعة محمد الشريف مساعدي، سوق أهراس، الجزائر، مجلة الآفاق للدراسات الاقتصادية، المجلد 05، العدد02، سنة 2020، ص177-178.

جدول رقم (1): مختلف المخاطر السياسية

المخاطر الجزئية		المخاطر الكلية	
المرتبطة بالحكومة	المرتبطة بالمجتمع	المرتبطة بالحكومة	المرتبطة بالمجتمع
الداخلية		الداخلية	
التأميم الانتقائي	الإرهاب الانتقائي	التأميم/ المصادرة	الثورة
الضغوط على الشركات	الإضراب الانتقائي	صراع القيادة	الحروب الأهلية
الرقابة على الأسعار	المقاطعة القومية للمنشأ	التضخم	الإرهاب
الخارجية		الخارجية	
الضغوط الدبلوماسية	المنافسة بين الشركات	الحروب النووية	الإرهاب الدولي
القيود على التجارة الدولية	الإرهاب الدولي الانتقائي	المقاطعة الدولية	الرأي العام العالمي
التدخل الحكومي	المقاطعة الدولية للمنشأة	أعباء خدمة الدين المرتفعة	الضغط على الاستثمار

المصدر: مجلة الآفاق للدراسات الاقتصادية، المجلد 05، العدد 02، سنة 2020

المبحث الثاني: خطوات عملية التصدير

من أجل تنشيط وتحفيز عملية التصدير تتبع السلطات العمومية الاقتصادية مجموعة من الخطوات المتمثلة فيما يلي:

المطلب الأول: طرق الاتصال بالمشترون على المستوى الدولي**أولاً: الأدوات الإشهارية**

وكالة الاتصال هي المسؤولة عن الأدوات الإشهارية التي تعتبر من بين الأمور المهمة لتسهيل عملية التصدير، وإشهار المنتج للتعرف عليه، وعلى المصدر أن يقوم بالتعريف بمنتجاته وخدماته، وشركته وذلك عن طريق إعداد أدوات إشهارية كتيب أو نشرة، مطوية بلغة المستهدف حيث يجب على الشركة أن تتواصل بلغة البلد المتلقي.¹

ثانياً: وسائل الاتصال

رؤية المؤسسة تعد من مقومات النجاح الهامة للترقية، ووسائل الاتصال تعتبر بمثابة همزة وصل بين المصدر والمستورد ودون ذلك يصعب التعامل في التصدير، ومن بين أهم وسائل الاتصال نجد بريد الأنترنت، الهاتف النقال.

حيث يجب أن يحوز المصدر على بريد الكتروني وموقع انترنت حتى يتسنى للزبائن الأجانب العثور عليه، ويمكن تحقيق ذلك من خلال اللجوء إلى مكتب استشارات معلوماتية.

ثالثاً: المشاركة في المعارض والصالونات في الخارج

ينصح المصدر بالمشاركة في المعارض والصالونات المتخصصة في الخارج بهدف التعريف بمنتجاته وخدماته، وذلك بالاتصال بك من الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (ALGEX) والصندوق الوطني لترقية الصادرات FSPE، والشركة (SAFEX) الوطنية للمعارض والتصدير

¹ وئام بغياني، مجلة تحفيز التصدير للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، بحوث جامعة الجزائر 1، العدد 13، الجزء الأول، جوان 2019، ص 27.

كما ينصح بالاطلاع على البرنامج الرسمي للمشاركة الجزائرية في المعارض والصالونات الدولية المخصصة لمنتجات الجزائر، وكذا الصالونات المتخصصة في الخارج.

رابعاً: البحث الغير مباشر عن الأسواق الخارجية

مسألة البحث عن الأسواق الخارجية تعتبر من بين الأمور المعقدة التي تواجه المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الجزائرية المصدرة، و نظرا لمحدودية نطاق التصدير للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة الجزائرية عملت الهيئة المختصة في الدولة (ALGEX) على تقديم بعض التسهيلات لتوسيع نطاق التصدير، حيث تقوم الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (ALGEX) بإدراج عروض المنتجات أو الخدمات الموجهة للتصدير على مواقع الأنترنت التجارية والولوج إلى الطلبات الأجنبية لإقامة علاقات العمل¹.

خامساً: قوة البيع

قوة البيع أو الترويج المباشر، هو اتصال شخصي مباشر بين ممثلي المؤسسة والعميل المستهدف بهدف تقديم المنتج له، وتوفير كافة المعلومات التي تساعد على اقتناع العميل به وحثه على اتخاذ قرار الشراء².

إذن فهي إحدى الأساليب الترويجية التي تعتمد على أسلوب الإقناع وكذلك خلق التأثير الايجابي للزبون لتحقيق وإتمام عملية الشراء بعد تقديم المعلومات الكافية عن المنتجات والخدمات المراد بيعها.

¹ وثام بغياني، مرجع سبق ذكره، ص 28.

² احمد وليد طلمية، أثر فاعلية القوى البيعية على سلوك الزبائن من خلال إدارة علاقات الزبائن في قطاع تكنولوجيا المعلومات، رسالة ماجستير، قسم إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط سنة 2019، ص 13.

المطلب الثاني: التفاوض والتعاقد الدولي

بعد الاتصال بالزبائن على المستوى الدولي تأتي مرحلة إقناعهم وذلك عن طريق التفاوض ثم التعاقد وهذا ما سنعرضه فيما يلي:

أولاً: التفاوض الدولي

يعتبر التفاوض الدولي في المجال التجاري من بين أهم المجالات التفاوضية التي اكتسب الإنسان من خلالها خبرات ومهارات التفاوض من خلال ممارسته لعمليات البيع والشراء وتبادل السلع والخدمات المختلفة.¹

1 - مجالات التفاوض:

هناك عدة مجالات للتفاوض التجاري نذكر منها:

- التفاوض مع الزبائن حول الأسعار، الكميات وآجال البيع والتسديد؛
- التفاوض بين المؤسسات من أجل التعاون المشترك في إنتاج السلع والخدمات؛
- التفاوض من أجل المطالبة للحصول على حقوق الملكية الفكرية، الامتيازات وبراءات الاختراع؛
- التفاوض بين مسيري المؤسسة أو بينهم وبين المؤسسات المالية المانحة للقروض من أجل تمويل مشاريع المؤسسة.

2- مبادئ التفاوض:

هناك مجموعة من المبادئ التي تحكم عملية التصدير والتي يجب على الأطراف المختلفة المفاوضة أن تأخذها بعين الاعتبار عند ممارسة التفاوض وتتمثل هذه المبادئ فيما يلي:²

¹ كايلى ريمة، التفاوض ودوره في تفعيل العملية البيعية، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس، 2013-2014، ص11.

² جعيج نبيلة، مطبوعة في مقياس تقنيات التفاوض الدولي، تخصص تجارة دولية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة 2016-2017، ص20-21.

2-1 مبدأ القدرة الذاتية: يشير إلى قدرات ومهارات المفاوض من حيث فهم قضية التفاوض وأبعادها، وفهم الظروف والعوامل الداخلية والخارجية المحيطة بها.

2-2 مبدأ المنفعة: كل طرف يسعى إلى تحقيق فوائد أو منافع معينة من وراء عملية التفاوض.

2-3 مبدأ الالتزام: يعد الالتزام أحد المبادئ الأساسية في التفاوض، حيث يجب أن يلتزم كل طرف بالعمل على تحقيق الأهداف أو المنافع الخاصة بالجهة التي يمثلها.

2-4 مبدأ العلاقات المتبادلة: يعكس هذا المبدأ أهمية العلاقات المتبادلة بين أطراف التفاوض خاصة في حالة تكرار التعامل بينهم، كما يراعي هذا المبدأ المصالح المشتركة بين الطرفين والمحافظة عليها في المستقبل.

2-5 مبدأ أخلاقيات التفاوض: يعني هذا المبدأ الالتزام بأخلاقيات التعامل في عملية التفاوض، فالتفاوض هو عملية إنسانية واجتماعية تنطوي على علاقات ومصالح مشتركة.

3- خطوات التفاوض : حدد هوفر "Howver" الخطوات التالية:¹

➤مرحلة جمع المعلومات؛

➤مرحلة تقديم المعلومات (داخلية، خارجية، كاملة)؛

➤مرحلة تبادل المقترحات (تقديم، تطوير)؛

➤مرحلة الإتفاق المبدئي على الإطار العام للمقترحات؛

➤مرحلة الرفض (الاستغلاق، الدفاع، الهجوم)؛

➤مرحلة اختبار صحة الفهم المتبادل والتوضيح؛

➤مرحلة التلخيص؛

➤مرحلة الاتفاق النهائي.

¹ جعيجع نبيلة، مرجع سبق ذكره، ص 27.

ثانيا: التعاقد الدولي

بعد انتهاء المفاوضات (الشراء والبيع) وذلك بناء على إمكانيات الشركة وأهدافها يتم تثبيت بنود الاتفاق التي تم التوصل إليها في صورة عقد تجاري يلزم الطرفين أثناء التنفيذ. التزامات كلا الطرفين:

- بالنسبة للمؤسسة المصدرة: تلتزم هذه الأخيرة بالزامية إرسال البضاعة محل التعاقد في الوقت المتفق عليه وبالخصائص التقنية وكل الشروط المتفق عليها في المفاوضات.
- بالنسبة للمؤسسة المستوردة: تلتزم بدفع الثمن بالطريقة المتفق عليها واستلام السلعة عند وصولها.

المطلب الثالث: سير عملية التصدير

ينبغي على المؤسسة التي تزيد القيام بعملية التصدير في إطار التحضير لها أن تقوم بالتالي:¹

- 1- **التسجيل في السجل التجاري والنظام الجبائي:** حيث أنه يمكن للمؤسسة التسجيل بأحد رموز النشاطات من أجل ممارسة نشاط التصدير، ويجب أيضا أن يكون المصدر حائزا على بطاقة مغناطيسية تحمل رقم التعريف الجبائي.
- 2- **التوطين البنكي:** يخضع المصدر للتوطين المسبق لعمليات تصدير منتجاته وخدماته (بيع نهائي/ بيع بالإيداع) لدى بنك مؤسس في الجزائر، أي تخضع عمليات تصدير المنتجات بالبيع النهائي أو بيع التسليم، وكذا الصادرات من الخدمات إلى توطين إجباري لدى بنك وسيط معتمد ومستقر بالجزائر، تسمح هذه العملية بالتعرف على الصفقة التجارية من خلال تسجيلها، وهي تخضع لشهادة توطين تطلب من طرف الجمارك عند إعداد التصريح بالجمركة للتصدير.

¹الدليل الإرشادي للمصدر، وثائق مقدمة من طرف الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ALGEX.

- 3- وكيل العبور: ينصح بالإستعانة بوكيل العبور مختص في تنظيم النقل الخاص بالبضائع الموجهة من المؤسسة المصدرة إلى الميناء لتصديرها، بحيث يقوم بدفع جميع مستحقات الجمارك الخاصة بالبضائع، كما يقوم بتفريغ السلع والاهتمام بشروط التوصيل.
- 4- العقد: ينصح قبل إبرام عقد مع زبون أجنبي بمراجعة الشروط العامة للبيع والبنود التي تنص على الدفع والسعر وتحويل المخاطر والتكاليف والبنود الخاصة بالمنازعات (القانون المطبق في حالة النزاعات، وبنود التحكيم والمحكمة المختصة) من خلال مكتب القضايا القانونية " مركز التجارة العالمي (ITC) بجنيف".
- 5- شهادة المنشأ: هي وثيقة تجارية يمكن أن يطلبها الزبون لإثبات بلد منشأ البضاعة والإستفادة من مزايا التعريفات الجمركية، وتوجد 04 أنواع من الشهادات:
- شهادة تداول البضائع EUR 1 (أنظر الملحق رقم 01) الخاصة بالإتحاد الأوروبي المقدمة من طرف كل من الغرفة الجزائرية للصناعة والتجارة (CACI) وغرفة التجارة والصناعة (CCI)، كما يجب أن تحمل ختم الجمارك الجزائرية.
 - شهادة المنشأ الخاصة بالمنتجات المصدرة إلى المنطقة العربية للتبادل الحر (GZALE) (أنظر الملحق رقم 02) والمقدم من طرف كل من الغرفة الجزائرية للصناعة والتجارة (CACI)، وغرفة التجارة والصناعة للولاية (CCI)، كما يجب أن تحمل ختم الغرفة الجزائرية للصناعة والتجارة (CACI).
 - شهادة المنشأ الخاصة بالاتفاقية التجارية التفضيلية الجزائرية التونسية (أنظر الملحق رقم 03) والتي تصدرها مصالح الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة (CACI) ويتم ختمها من طرف مصالح الجمارك.
 - شهادة المنشأ الصيغة (A) بالنسبة للبلدان الأخرى (أنظر الملحق رقم 04) التي لا تشملها الاتفاقيات التفضيلية.

- 6- **سند الشحن:** قيام الناقل بأعمال الشحن بعد استلامه للبضاعة المطلوبة بنقلها ويصدر بعد تقديم إخطار الشحن، ويجب على المصدر أن يرفق البضاعة المراد إرسالها بوثائق النقل حسب الوسيلة التي تم اختيارها (سند شحن بحري، رسالة نقل جوي، رسالة السيارة الدولية).
- 7- **التأمين:** ينصح بإمضاء وثيقة تأمين على قرض التصدير للوقاية من المخاطر التجارية والسياسية كعدم التحويل وكذا المخاطر الطبيعية، والمسؤول عن التأمينات هي الشركة الوطنية للتأمين وضمان الصادرات CAGEX.¹

المبحث الثالث: مختلف السياسات التجارية التصديرية في الجزائر

لقد شهدت الجزائر تطورات هامة في سياساتها الاقتصادية منذ استقلالها، ذلك تبعا للتغيرات العالمية التي جرت في نهاية القرن العشرين وتزامنا مع الأزمات التي واجهتها ما أثر على طبيعة التجارة الخارجية.

المطلب الأول: تطور قطاع التجارة الخارجية وإطارها التنظيمي

أولا: تطور قطاع التجارة الخارجية

عرف العالم توجهها واضحا نحو تحرير التجارة وبالخصوص بعد إنشاء المنظمة العالمية للتجارة OMC، أما الجزائر فقد عرفت جملة من الإصلاحات محاولة منها لتحرير تجارتها الخارجية، حيث تبنت السلطات الجزائرية سياسة حمائية سنة 1963 وذلك لحماية المنتج الوطني و التحكم في نوع وكمية الواردات من خلال وضع تعريف جمركية تتراوح قيمتها ما بين 15% و 20% على السلع النهائية بينما تقدر ب 10% للمواد الأولية، وفي الفترة الممتدة من 1970 إلى غاية 1989 كان عمل في التحكم في التدفقات التجارية و إدماجها في إطار التخطيط المركزي.²

¹مرجع سبق ذكره.

² بونوة سمية، النمذجة القياسية لانعكاسات السياسة التجارية على حجم واتجاه التجارة الخارجية الجزائرية، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، سنة 2018، ص 24.

وفي فترة 2001-2004 كان هناك إعادة هيكلة الاقتصاد الوطني مع تعزيز دور القطاع الخاص في النشاط الاقتصادي، وذلك من خلال برنامج دعم الإنعاش الاقتصادي ثم جاء برنامج تكميلي لدعم النمو في سنة 2005-2009، وجاء بعده البرنامج التكميلي لتوطيد النمو وكان ذلك في الفترة الممتدة من 2010-2014، وفي ظل العهد الجديد أي ما بعد أحداث سنة 2019 إلى يومنا هذا اعتمدت الجزائر على برنامج اقتصاديا جديدا آخر أطلق عليه اسم "الخطة الوطنية للإنعاش الاقتصادي و الاجتماعي" 2020-2024، الهادف إلى إخراج البلاد من التبعية لقطاع المحروقات و تنويع الاقتصاد و تطويره وعصرنته وتكيفه مع المتغيرات الراهنة.¹

ثانيا: إطارها التنظيمي

قامت الدولة بتشجيع القطاع العام والخاص على حد سواء من خلال توفير الإطار القانوني وهذا بإنشاء هياكل بهدف مساعدة المصدرين الجزائريين ومن أهمها ما يلي:

1- وزارة التجارة:

هي واحدة من أهم الدوائر الحكومية التي عرفت عدة تغييرات في صلاحيتها، ويحكمها المرسوم التنفيذي رقم 207/94 المؤرخ في 16 جويلية 1994 الذي بموجبه يتولى وزير التجارة ومن أهم المهام الموكلة إليه:

- التنشيط والتحفيز من خلال الهياكل المناسبة للاتصال مع الدوائر الحكومية والهيئات المعنية بالأعمال التجارية؛
- تشجيع الصادرات وتوظيف الإنتاج المحلي من السلع والخدمات في الأسواق الخارجية؛
- إعداد و اقتراح استراتيجيات لترقية الصادرات خارج المحروقات.²

¹مجلة منتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية ، المجلد 06، العدد 02 سنة 2022، ص358.

² الجريدة الرسمية، العدد 85، الصادرة في 22 ديسمبر 2002، ص11.

2- الغرفة الوطنية للتجارة والصناعة CACI

وهي مؤسسة ذات طابع صناعي و تجاري أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي 94/96 المؤرخ في 03 مارس 1996 وهي موضوعة تحت وصاية وزارة التجارة وهي تقوم على وجه الأساس بمهمة التمثيل والاستثمار والإدارة والتوسع الاقتصادي على مستوى الدوائر الإقليمية.¹

3- الشركة الوطنية للمعارض والتصدير SAFEX:

هي شركة عمومية ذات طابع اقتصادي أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 63/87 المؤرخ في 03 مارس 1987 الغرض منها يدخل ضمن ترقية الصادرات من غير المحروقات وذلك عن طريق نشاطات ترقية الصادرات وعقانة الواردات، كما تعمل على تنظيم وتنشيط التظاهرات الاقتصادية في الوطن والخارج.²

4- الشركة الجزائرية لتأمين وضمان الصادرات CAGEX:

أنشأت هذه الشركة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 06/96 المؤرخ في 10/01/1996، وهي عبارة عن شركة ذات أسهم تهتم بالتأمين ضد المخاطر عند التصدير وضمان الدفع في حالات الحصول على قروض تمويلية من المؤسسات المصرفية.³

5- الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ALGEX:

أنشأت هذه الوكالة بموجب المرسوم التنفيذي 174/04 الموافق ل 12 جوان 2004 والتي تعتبر امتداد لنشاط الديوان الوطني لترقية التجارة الخارجية PROMEX، وهي هيئة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالاستقلالية المالية موضوعة تحت وصاية وزارة التجارة. وسنتطرق لها بالتفصيل في الجانب التطبيقي.⁴

¹ الجريدة الرسمية، العدد 16، لسنة 1996، ص20.

² الجريدة الرسمية، العدد 10، لسنة 1987، ص341-343.

³ الجريدة الرسمية، العدد 18، الصادرة في جويلية 1996، ص23.

⁴ الجريدة الرسمية، العدد 39، لسنة 2004، ص4-5.

6- الصندوق الخاص بترقية الصادرات FSPE:

طبقا للمرسوم رقم 96/206 المؤرخ في 5 جوان 1996 تم إنشاء الصندوق الخاص بدعم الصادرات وخصص لتقديم إعانات مالية للمتعاملين المساهمين في ترقية الصادرات الغير نفطية، ويمول بنسبة 10% من الضريبة الخاصة، إضافة إلى الهبات والمساعدات التي يحصل عليها من طرف الهيئات والمؤسسات العامة والخاصة.¹

7- المركز الوطني لمراقبة النوعية والرزم CACQUE:

أنشأ بموجب المرسوم التنفيذي رقم 318/03 المؤرخ في 30 سبتمبر 2003، الذي يقضي بإنشاء المركز الوطني لمراقبة النوعية والرزم بهدف حماية المستهلك و قمع الغش بشتى أشكاله ويختص بإجراء كل الدراسات والتحليل المخبرية التي تسمح بمراقبة نوعية الرزم ومدى ملائمتها للمحتوى.²

المطلب الثاني: استراتيجيات التصدير المعتمدة في الجزائر

تسعى الجزائر إلى تشجيع صادراتها من خلال تبني استراتيجيات معينة سنتطرق إليها كالاتي:

أولا: ترقية القطاع الزراعي

شهد القطاع الزراعي في الجزائر تطورا كبيرا منذ الاستقلال إلى يومنا هذا نظرا للأهمية الكبيرة في تحقيق التنمية الاقتصادية، كونه يساهم في تحقيق الاكتفاء الذاتي وتحقيق البطالة وتنمية الصادرات والتخفيف من التبعية وذلك عن طريق وضع استراتيجيات فعالة لتنمية القطاع الزراعي وتجاوز العقبات التي يعاني منها من خلال المخطط الوطني للتنمية الفلاحية (pnda).

¹ الجريدة الرسمية، العدد 18، الصادرة في جويلية 1996، ص 23.

² الجريدة الرسمية، العدد 19، سنة 2003، ص 25.

1-المخطط الوطني للتنمية الفلاحية (pnda)

يعرف المخطط الوطني للتنمية الفلاحية بأنه تلك الاستراتيجية الكلية التي تهدف لعصرنه وتطوير قطاع الفلاحة وزيادة فعاليته، وهو مبني على سلسلة من البرامج المتخصصة والمتكيفة مع المناخ الفلاحي الجزائري.¹

وهو كذلك عبارة عن إلية خاصة ترمي إلى ترقية التأطير التقني والمالي والنظامي بهدف الوصول إلى بناء فلاحه عصرية ذات كفاءة من خلال المحافظة والحماية والاستغلال العقلاني للموارد الطبيعية وكذا استصلاح الأراضي والاستغلال الأفضل للقدرات.

2- أهداف المخطط:

- الحماية والاستغلال العقلاني والدائم للموارد الطبيعية؛
- الاندماج في الاقتصاد الوطني؛
- التخصص الإقليمي للإنتاج الفلاحي؛
- تحسين الإنتاجية وزيادة حجم الإنتاج الفلاحي؛
- تنمية تربية الماشي والدواجن وتنويعها لاسيما في الهضاب العليا والمناطق الجبلية؛
- تطوير وسائل مكافحة الآفات الزراعية بما فيها الجراد والطفيليات والوقاية منها؛
- الدعم الممنوح لمختلف المزودات الذي يهدف بالخصوص إلى تحسين الجودة بها؛
- تحسين ظروف الحياة ومداخل الفلاحين.

3- برامج المخطط²

- البرامج الموجهة لإعادة تأهيل وعصرنه المستثمرات الفلاحية وتربية المواشي.
- برنامج تكثيف الإنتاج وتحسين الإنتاجية.

¹فاروق اهناني، استراتيجية الجزائر في تحقيق التنمية الفلاحية والريفية، جامعة الجزائر 03، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 09، العدد 02، سنة 2018، ص 366 .

²زهير ضيفي، المخطط الوطني للتنمية الفلاحية ودوره في التنمية المحلية في الجزائر، قسم علوم الارض، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، سنة 2014، ص 8.

- برنامج تكثيف أساليب الإنتاج.
- برنامج تطوير الإنتاج الفلاحي.
- البرنامج الوطني للتشجير الذي يهدف إلى حماية البيئة وتثمين المناطق الجبيلة.
- برنامج استصلاح الأراضي.

4-الإجراءات المتخذة في مجال ترويج الصادرات الفلاحية :

يسعى قطاع الفلاحة في مجال ترويج المنتجات الفلاحية إلى وضع جهاز خاص من خلال الإجراءات والتدابير التالية:¹

- توفير السلع الفلاحية بمتابعة وتقوية الشعب ذات القدرات العالية مثل: الزيتون والتمر، إضافة إلى التوسيع التدريجي للمساحات الصالحة للزراعة؛
- إعادة هيكلة وتقوية المنشآت المتخصصة في مجال التخزين والتعليق والتبريد؛
- التكفل بالمنتجات الفلاحية من موقع حملها إلى مكان وصولها؛
- تشجيع مهمة المصدر بترقية وترويج سلعته واحترام جدول توقيت تسليم السلعة.

ثانيا: ترقية القطاع الصناعي

تقتضي ضرورة الانفتاح على العالم الخارجي، ودخول الجزائر نظام اقتصاد السوق وتحقيق تنمية اقتصادية، إعادة النظر إلى القطاع الصناعي وإنعاشه لذلك تم وضع استراتيجية من شأنها تطوير القطاع الصناعي، حيث اعتبر إنعاش الاقتصاد وتطوير الصناعة في إطار الاستراتيجية الاقتصادية الشاملة للبلاد بطريقة تعطي مجالا رئيسيا وتقوية البنيان الاجتماعي لذلك نظمت لهذا الغرض الجلسات الوطنية للصناعة أيام 26-27-28 فيفري 2007 بمشاركة واسعة من الأطراف المعنية بالموضوع، وسمحت بتحديد التوجيهات الأربعة الهامة:²

¹اكليل هاجر، البيات تشجيع الصادرات خارج قطاع المحروقات، مذكرة تخرج شهادة ماستر في العلوم التجارية، جامعة الجزائر 03، سنة 2016/2017، ص 65.

²خلوياتي مريم، ترقية الصادرات الجزائرية خارج نطاق المحروقات، مذكرة نيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة احمد بوقرة بومرداس 2016، 2015، ص 43.

- تبني إطار مرجعية نظرة جديدة للتنمية الصناعية؛
- تحديد مبادئ الاستراتيجية وتشكيل السياسات الصناعية؛
- سياسة تحفيز الاستثمارات الأجنبية المباشرة؛
- ضرورة تغيير النظام الاقتصادي ومواصلة تطبيق سياسات الإصلاح الهيكلي التي تم الشروع فيها منذ بداية التسعينات.

2- سياسات التطور الصناعي :

وتعطي 04 مجالات كبيرة تتمثل في:

2-1- وضع المؤسسات في مستواها الحقيقي:

تشجيع الإبداع، وتطوير الموارد البشرية وترقية الاستثمار الخارجي المباشر، عصنة المؤسسات التي تسجل أهدافها وطرق تسييرها في إطار استراتيجية التصنيع.

2-2 الإبداع والصناعة تعتبر اليوم الأفكار المحركة للتطور:

فنظام الإبداع الداخلي المنشأ عليه تغذية تطور قطاع الصناعة الجزائرية، إلا أن هذا التطور التدريجي الذي لا يستطيع أن يكون مؤمنا بحركة السوق وحدها، بل يحتاج لتدخل السلطات العمومية، ويتم إعداده ووضعه من أجل دعم سياسة الترقية والتطوير ومن أجل التقدم التقني.

2-3 تطوير الموارد البشرية والمؤهلات:

واحدة من التوجيهات القوية للاستراتيجية الصناعية ويعتبر عامل قوي بفضل امتصاص التكنولوجيات الصناعية العصرية.

2-4 ترقية الاستثمار الأجنبي المباشر:

حيث تلعب دور تكميلي وتدريبى بالنسبة للاستثمار الوطني، من خلال سياسة تعمل على تسهيل إرساء الاستثمارات الخارجية المباشرة في النسيج الصناعي، وإدماج مفعولها الداخلي لفائدة المؤسسات الوطنية¹.

¹خلوياتي مريم، مرجع سبق ذكره، ص44.

3- المحاور الكبرى للاستراتيجية الصناعية الجديدة في الجزائر:

ترتكز الاستراتيجية الصناعية الجديدة في الجزائر على المحاور التالية:

3-1- اختيار القطاعات الجاري ترقيتها وتشجيعها:

تم الاعتماد على الخطوات في تحديد القطاعات ذات الأولوية في التشجيع والدعم، والتي تتمثل في تعريف الفروع التي تعرف بالاحتمال القوي للتطور، وتحليل مستوى تنافسية القطاعات المعرفة وتقييم نقاط القوة ونقاط الضعف للقطاعات المستهدفة، وكذلك الأخطار والفرص المتوفرة في السوق الدولي ومن ثم عرض استراتيجية الصناعة الملائمة من خلال هذه الخيارات المتابعة والمحيطة بعوامل تطبيقها.

3-2- الانتشار القطاعي للصناعة:

ويتم ذلك حسب الخيارات التي تم تحديدها من قبل استراتيجية الصناعة ويقوم هذا النشاط من خلال ثلاث برامج مكملة تهمين الموارد الطبيعية، تكثيف النسيج الصناعي وترقية الصناعات الجديدة.

3-3- انتشار وتوسيع حيز الصناعة:

يتمثل في إنشاء مؤسسات وشركات صناعية مؤهلة للإنتاج الصناعي مثل: مناطق التطور الصناعي المدرجة، مناطق التحكم الاقتصادي أو المناطق المتخصصة.¹

ثالثا: ترقية المؤسسات

تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة شكلا تنظيميا في الاقتصاد، ويجمع بين النمو الاقتصادي والتشغيل، وأصبحت تمثل الشكل الغالب للمؤسسات في العالم، وقد قامت الجزائر بإطلاق برنامج جديد لعصرنة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة قصد مساعدتها على الاستمرارية وتطوير قدرتها على استعمال التكنولوجيات الحديثة، ومن بين أهداف هذا البرنامج استغلال المواد الطاقوية، وتشجيع المقاولاتية ودعم الابتكار والبحث العلمي داخل المؤسسات،

¹خلوياتي مريم، مرجع سبق ذكره، ص45.

العمل على وضع أنظمة جبائية مكيّفة مع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وتشجيع الجمعيات المهنية، وبورصات المناولة والتجمعات.

كما تنص المادة 16 من القانون رقم 02/17 على أنه تستفيد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من تدابير المساعدة والدعم المنصوص عليها في هذا القانون، وفق حجمها وكذا الأولويات المحددة حسب شعب النشاط والأقاليم.

- التدابير الجديدة الخاصة بإنشاء وإنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب قانون 02/17:

➤ تنص المادة 17 على إنشاء وكالة وطنية تكلف بتنفيذ استراتيجية الدولة في تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال الإنشاء والنمو والديمومة بما في ذلك تحسين النوعية وترقية الابتكار وتدعيم المهارات والقدرات البشرية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

➤ وتنص المادة 19 أنه يمكن لعمليات دعم ومساعدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المنصوص عليها في هذا القانون أن تستفيد من حساب التخصيص الخاص رقم 124-302 المسمى "الصندوق الوطني لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة" ودعم الاستثمار وترقية التنافسية الصناعية.

➤ كما ينص القانون حسب المادة 20 على إنشاء هيكل محلية تابعة للوكالة تتكون من مراكز دعم واستشارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مهمتها الأساسية دعم بروز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة¹.

المطلب الثالث: السياسات التجارية التصديرية في الجزائر

عملت الجزائر على وضع جملة من السياسات التي من شأنها أن تحفز الصادرات غير التغطية على النمو، وذلك بالتأثير على المؤسسات المنتجة بغرض الإنتاج من أجل التصدير،

¹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2017، القانون التوجيهي، رقم 02/17 المتضمن تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، المادة 19-20، ص 07.

ثم مؤسسات التصدير بغرض توسيع نشاطها التصديري والبحث عن الأسواق الخارجية، ثم على تطوير وتحسين نوعية المنتج.. الخ، وترجمتها بعد ذلك في شكل تسهيلات على المستوى المالي والضريبي والجمركي.

1- التسهيلات المالية:

1-1- الصندوق الخاص لترقية الصادرات FSPE :

أنشئ بموجب المرسوم التنفيذي رقم 96-205 المؤرخ في 05 جويلية 1996، وخصص هذا الصندوق لأجل تغطية التكاليف الخاصة بدراسة الأسواق الخارجية وإعلام المصدرين ودراسة كيفية تحسين نوعية المنتجات والخدمات الموجهة للتصدير، وكذا إعانات الدولة لترقية الصادرات عن طريق المشاركة في الأسواق والمعارض المقامة بالخارج¹.

1-2- تخفيض قيمة العملة الوطنية:

حيث يدخل هذا الإجراء في إطار خطة إجمالية لتطهير الاقتصاد والتي بدأت منذ سنة 1986، وهكذا عرف الدينار الجزائري تخفيضات تدريجية وصلت نسبة التخفيض 40% بين سنتين 1986 و1988، وعرف أكبر انخفاض في مطلع التسعينات حيث قدرت نسبة التخفيض 50% تبعا للقرارات الصادرة عن الصندوق النقد الدولي، إذن هذا الإجراء يهدف إلى جعل السلع الوطنية أكثر قابلية للمنافسة عند التصدير وتخفيض حجم السلع المستوردة.

2- التسهيلات الضريبية:

تعتبر الضرائب عنصرا هاما في عملية ترقية الصادرات خارج المحروقات من خلال إعفاء المؤسسات المصدرة إعفاء كليا أو جزئيا من دفع الضرائب ومن أمثلة هذه الإعفاءات هي :

1-2- الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة:

فهو المادة 13 تعتبر كل المبيعات الموجهة نحو التصدير معفاة من TVA باستثناء بعض العمليات المتعلقة ببيع الأشياء الفنية.

¹كريمة رزيقة، التجارة الخارجية في الجزائر - الإجراءات التحفيزية للدعم وترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات - مذكرة لنيل شهادة ماستر تخصص مالية، سنة 2016/2017، ص 22 .

2-2- الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات IBS:

وذلك يكون لمدة 5 سنوات شرط أن تتعهد المؤسسة بإعادة استثمار الأرباح المعفية المحققة طبقاً للشروط الواردة في المادة 142 من قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة حسب المادة 138 الفقرة 02 والتي تنص على ما يلي: "تستفيد من الإعفاء مدة خمس سنوات ابتداء من السنة المالية 1996، عملية البيع والخدمات الموجهة للتصدير ماعدا نقل البحري، البري، وإعادة التأمين والبنوك".

2-3- الإعفاء من الدفع الجزافي VF، ومن الرسم على النشاط المهني TAP:

لقد جاء إعفاء الصادرات خارج المحروقات عبر المادة 19 من قانون المالية لسنة 1996، وهذا باستثناء خدمات النقل البري والجوي والخدمات البنكية وخدمات إعادة التأمين، كذلك استفادة قطاع السياحة من إعفاء 3 سنوات يمس فقط رقم الأعمال المحقق بالعملة الصعبة، وتم تدعيم هذا عن طريق المادة 06 من قانون المالية لسنة 2006.¹

3- التسهيلات الجمركية: بهدف تشجيع وترقية الصادرات خارج المحروقات قامت الجمارك باتخاذ إجراءات تسهيلية نذكرها فيما يلي:

3-1- نظام التصدير المؤقت:

حيث يسمح هذا النظام بخروج المنتج المحلي من الإقليم الجزائري إلى الخارج وذلك بإجراء بعض التحويلات أو تقديم خدمة أثناء المعارض والتظاهرات، كما يمكن للمنتج المصدر مؤقتاً أن يعاد تصديره بصفة نهائية من خلال المكان الموجود فيه أثناء العملية وهذا في إطار القوانين والتشريعات المعمول بها.

3-2- نظام القبول المؤقت: يسمح هذا النظام باستيراد المواد وبعض البضائع التي تحول أو يعاد تصنيعها من أجل إعادة تصديرها مرة أخرى حيث تعلق الضرائب والرسوم، وتعفى من

¹كريمة رزيقة، مرجع سبق ذكره، ص24.

الإجراءات الخاصة بمراقبة التجارة الخارجية، هذا إما بعد تحويل البضائع أو بعد استخدامها على حالها في وضع القبول.

3-3- نظام إعادة التموين بالإعفاء:

من خلالها يسمح للمصدر من استيراد المواد الأولية وكل وسائل الإنتاج التي يحتاجها قصد تصنيعها مقابل دفع الحقوق والرسوم الجمركية، عند تصدير هذه المنتجات يمكن أن يستورد من جديد نفس المواد المستوردة سابقا وبنفس الكمية مستفيدا من كل الإعفاءات من الحقوق الجمركية.

3-4- نظام المستودعات الجمركية:

و يقصد به النظام الجمركي الذي تم تأسيس فيه محلات و مساحات التخزين لمدة معينة حيث تسمح هذه المخازن للمصدرين بوضع سلعهم داخل محلات خاصة في الميناء، المطار محطات السكك الحديدية أو المراكز الحدودية في انتظار الشحن و نقلها الى وجهتها في الخارج.¹

¹كريمة رزيقة، مرجع سبق ذكره، ص26.

خلاصة الفصل:

من خلال ما قدمناه في هذا الفصل، يمكن القول أن كل عملية اقتصادية تحتاج الى استراتيجية فعالة لضمان نجاحها وتحقيق مختلف أهدافها، لهذا أولت الحكومة الجزائرية اهتماما كبيرا لتدعيم قطاع الصادرات باعتباره الركيزة الأساسية والفعالة في تنشيط حركة المبادلات التجارية، وكان ذلك عن طريق اعتمادها على مجموعة من الاستراتيجيات المتمثلة في ترقية القطاع الزراعي والذي يساهم في تحقيق الاكتفاء الذاتي وتخفيف البطالة، أما ترقية القطاع الصناعي كان عن طريق تحديد توجهات من بينها تحفيز الاستثمارات الأجنبية المباشرة، وأخيرا ترقية المؤسسات بحيث قامت الجزائر بإطلاق برنامج جديد لعصرنة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، اضافة الى ذلك تمكنا من معرفة مختلفة التحفيزات والتسهيلات المالية، الضريبية والجمركية التي تسهل دخول المنتجات الجزائرية الى الأسواق الخارجية، والى جانب هذه الإجراءات قامت الدولة الجزائرية بإنشاء هيئات وهياكل لترقية الصادرات، وتشجيع المتعاملين الاقتصاديين ومن بينها الشركة الوطنية للمعارض والتصدير SAFEX، الصندوق الخاص بترقية الصادرات FSPE، والوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ALGEX والتي سنتطرق اليها بالتفصيل في الفصل التطبيقي.

الفصل الثالث: دراسة تطبيقية

حول الوكالة الوطنية لترقية

التجارة الخارجية ALGEX

تمهيد:

إن ترقية التجارة الخارجية وتشجيع المؤسسات الجزائرية على اقتحام الأسواق الدولية أصبحت ضرورة حتمية وخيارا استراتيجيا لتنمية الاقتصاد الوطني، لذلك وجب على كل دولة أن تضع هيكله خاصة تسمح لها بالاندماج في الأسواق الخارجية واكتساب ميزة تنافسية، ولمسايرة التطورات الحاصلة في العالم، أنشأت الدولة الجزائرية بعض الهيئات لتدعيم قطاع الصادرات، ومن بينها الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ALGEX التي تسعى إلى دعم ومرافقة المصدرين.

وسنحاول في هذا الفصل إبراز دور الوكالة في ترقية الصادرات.

المبحث الأول: تقديم الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية

إن اعتماد سياسة ترقية الصادرات يتطلب من الدولة إنشاء مجموعة من الهياكل الداعمة حيث تقوم بتسهيل عملية التصدير على المصدرين خاصة المصدر الناشئ حديثاً من خلال مجموعة من التقنيات والهيئات حسب اختصاص كل منها. ومن أهمها وكالة " ألجكس " التي تعد من الهيئات المتخصصة في ترقية التجارة الخارجية.

المطلب الأول: نشأة وتعريف الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ALGEX

أولاً: نشأة الوكالة

تم إنشاء الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 04-174 المؤرخ في 23 ربيع الثاني 1425 هـ الموافق لـ 12 جوان 2004 المطبق للمادتين 19 و 20 من الأمر رقم 04.03 الموافق لـ 19 جويلية 2003.¹ (انظر الملحق رقم 05)


ويجدر الإشارة إلى أن ALGEX تم إنشائها نتيجة لحل الديوان الوطني لترقية التجارة الخارجية PROMEX الذي كانت صلاحيته ضيقة مما حد من نجاعته، وتتمثل أسباب حله فيما يلي:

- صعوبة جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالأسعار المحددة في الأسواق الدولية في الوقت المناسب لعد التحكم في الأساليب الإعلامية الحديثة.
- عدم الاستقرار الهيكلي " مصالح غير موجودة ميدانيا مثل مصلحة التقييمات ومصلحة التمويل الخارجي".
- عدم وجود فرع للديوان في الولايات الأخرى ونقص في التنسيق بين الديوان والمؤسسة الوطنية والأجنبية العاملة في ميدان التجارة الخارجية.

¹ المادة 02، المرسوم التنفيذي رقم 174.04 المؤرخ 23 ربيع الثاني 1425 الموافق لـ 12/06/2004، المتضمن إنشاء الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية وتنظيمها وسيرها، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 39، ص 4.

ثانيا: تعريف الوكالة

هي مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالاستقلالية المالية والشخصية المعنوية، موضوعة تحت وصاية الوزير المكلف بالتجارة الخارجية، هدفها الرئيسي هو تحرير إنعاش التجارة الخارجية بالإضافة إلى تطوير المنتجات المحلية وتسويقها للخارج، كما بإمكانها في إطار تنفيذ مهامها إنشاء مكاتب التمثيل والتوسع التجاري في الخارج بغرض المساندة لدخول المؤسسات الوطنية إلى الأسواق الدولية.¹

1- رمز الوكالة: للوكالة الوطنية رمز خاص بها و المتمثل في  حيث يعبر عن:

- الكرة الأرضية: ترمز الى التعاملات التجارية مع جميع بلدان العام وفي مختلف القارات.
- اللون الأزرق: يعبر عن حركة المبادلات التجارية.
- حرف E: وهو ملون بالأخضر، النقطة تحت الجيم وهي باللون الأحمر، وهذين اللونين يعبران عن العلم الوطني.

2- شعار الوكالة: "Ensemble relevons le défi de l'export"

والذي يعني " لنرفع معا تحدي التصدير"

3- مقر الوكالة: الطريق الوطني رقم 05 الديار الخمسة، المحمدية، الجزائر.

4- الموقع الإلكتروني: www.algex.dz

5- رقم الهاتف: 023 83 87 18 / 023 83 87 89.

¹معلومات مقدمة من طرف الوكالة.

المطلب الثاني: تنظيم الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ALGEX

طبقا للمادة 20 من المرسوم التنفيذي رقم 04-174 المؤرخ في 23 ربيع الثاني 1425 الموافق ل 12 جوان 2004، تم تحديد التنظيم الداخلي المتعلق بالوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ويشمل الهيكل ما يلي:

المدير العام: يتولى تسيير شؤون الوكالة، كما يقوم بعدة مهام أخرى (أنظر الملحق رقم 06) نذكر منها:¹

- إعداد مشروع ميزانية الوكالة وعرضه على مجلس التوجيه؛
- إبرام الصفقات والاتفاقيات المتعلقة بمهام الوكالة؛
- السهر على تحقيق الأهداف الموكلة للوكالة وتنفيذ مداورات مجلس التوجيه؛
- ممارسة السلطة السلمية على جميع مستخدمي الوكالة؛
- تسيير ميزانية الوكالة ضمن الشروط المحددة في التشريع والتنظيم المعمول به؛
- إعداد مشروع النظام الداخلي للوكالة وعرضه على مجلس التوجيه.

الأمين العام: ويتولى مساعدة المدير العام في تسيير نشاطات ومصالح الوكالة، كما يتكفل بكل المهام المفوضة له.

الهيكل الأخرى:

تتمثل في 07 مديريات، (انظر الملحق رقم 07)، وتنقسم بدورها إلى 24 مديرية فرعية و هي كالتالي:²

¹معلومات مقدمة من طرف الوكالة.

²الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 83، سنة 2005، ص 24.

1- مديرية تحليل الأسواق:

تكلف هذه المديرية بإنشاء منظومة معطيات تتعلق بالأسواق الخارجية بعد تحليل السياسات الاقتصادية والتجارية للبلدان المستهدفة، وإعلام المتعاملين حول جوانب تطور الأسواق الخارجية. (انظر الملحق رقم 08)

وتتقسم إلى 03 مديريات فرعية:

- المديرية الفرعية لتحليل أسواق إفريقيا والبلدان العربية.
- المديرية الفرعية لتحليل أسواق أوروبا وأمريكا الشمالية.
- المديرية الفرعية لتحليل أسواق أمريكا اللاتينية وآسيا.

2- مديرية تحليل المنتجات:

وتكلف بتحديد واختيار المنتجات الموجهة نحو التصدير، وتقديم الاستشارة للمتعاملين حول الفرص المتاحة لتموقع منتجاتهم في الأسواق الخارجية.¹

وتتقسم إلى 03 مديريات فرعية:

- المديرية الفرعية لتحليل المنتجات الزراعية.
- المديرية الفرعية لتحليل المنتجات الصناعية.
- المديرية الفرعية لتحليل منتجات الصناعة التقليدية والسياحية والخدمات.

3- مديرية المصالح المختصة:

تختص باقتراح تدابير رفع تنافسية المنتجات الوطنية وتحسين شروط تمويل وتأمين المنتجات المصدرة. (انظر الملحق رقم 09)

¹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 83 سنة 2005، ص 25.

وتضم 03 مديريات فرعية:

- المديرية الفرعية للوجستيك الصادرات.
- المديرية الفرعية لسياسات التمويل والتأمين على الصادرات.
- المديرية الفرعية للجودة والتغليف والمواصفات.

4- مديرية الاستراتيجيات والبرامج:

من ضمن اختصاصاتها تحليل السياسات والاستراتيجيات المتعلقة بمجال التجارة الخارجية، والمساهمة في تنمية القدرات في مجال الحماية التجارية ومكافحة الممارسات المضادة للمنافسة في مجال الواردات.¹

وتتنظم في 05 مديريات فرعية: (انظر الملحق رقم 10)

- المديرية الفرعية لاستراتيجيات ترقية الصادرات.
- المديرية الفرعية لتحليل الواردات.
- المديرية الفرعية للتحصينات التجارية.
- المديرية الفرعية للدراسات الاستكشافية والترقب الاقتصادي.
- المديرية الفرعية للتخليص ومتابعة البرامج.

5- مديرية التكوين والتعاون والوثائق:

وتكف بتحديد الحاجات من التكوين وربط علاقات مع الهيئات الخارجية المماثلة وكذا ضمان ترتيب الوثائق الضرورية لنشاط الوكالة.

وتتنقسم إلى 04 مديريات فرعية: (انظر الملحق رقم 11)

¹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، ال عدد 83 ص ص: 26-27-28.

- المديرية الفرعية للتعاون.
- المديرية الفرعية للتكوين.
- المديرية الفرعية للوثائق والبحث الوثائقي.
- المديرية الفرعية للترجمة والمنشورات.

6- مديرية الإعلام والاتصال:

تكلف بترقية مشاريع التعاون في مجالي الإعلام والاتصال بالإضافة إلى معالجة المعلومات المتعلقة بالتجارة الخارجية وضمان نشرها.¹

وتتضمن 03 مديريات فرعية: (انظر الملحق رقم 12)

- المديرية الفرعية للإعلام الآلي.
- المديرية الفرعية للإعلام.
- المديرية الفرعية للاتصال والعلاقات العامة.

7- مديرية الإدارة والوسائل:

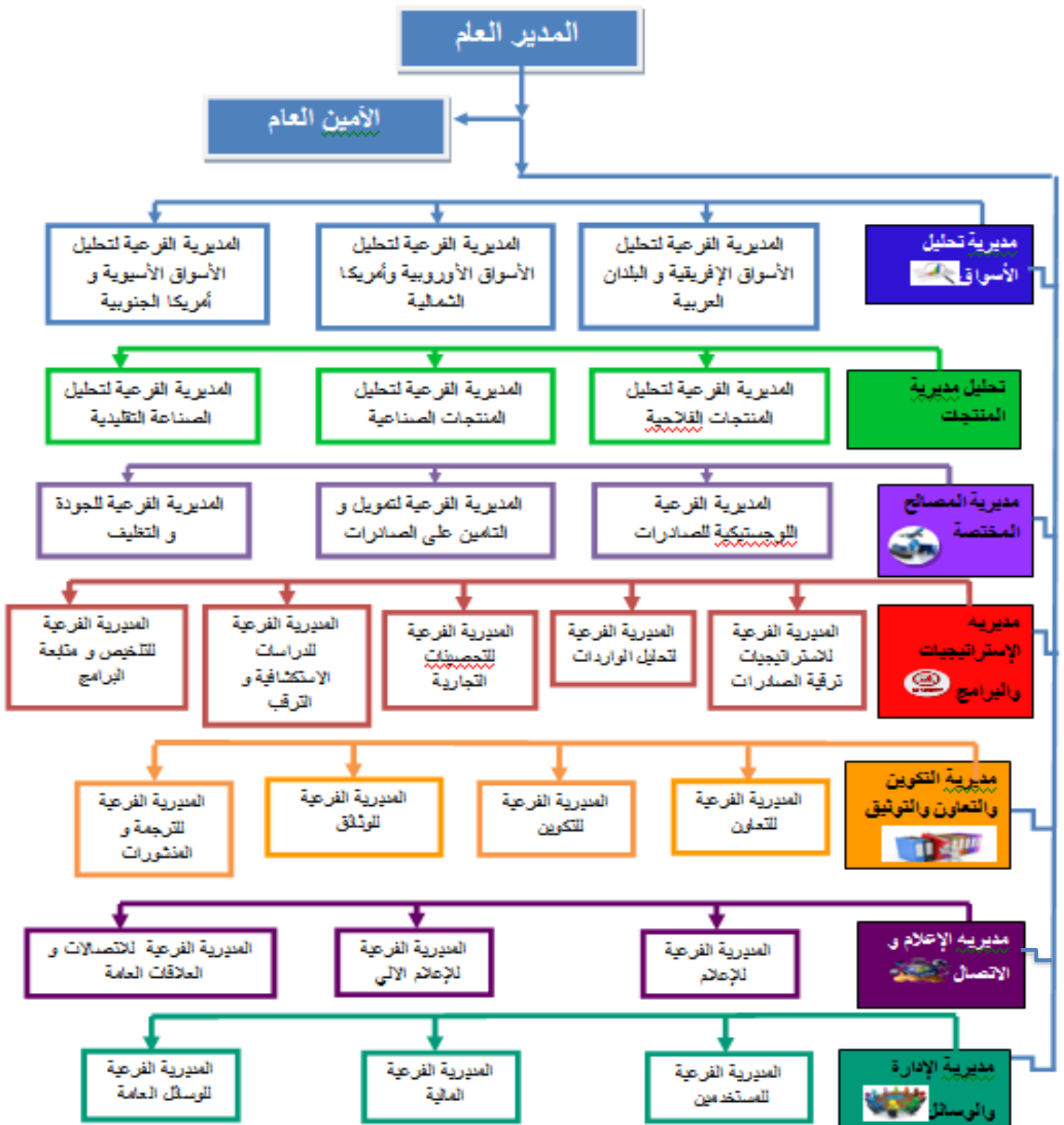
تكلف بإعداد ميزانية التسيير والتجهيز وتنفيذها وكذا تقييم حاجة الوكالة للموارد البشرية وضمان التوظيف بالإضافة إلى معالجة المنازعات الإدارية والقضائية.

وتتدرج ضمنها 03 مديريات فرعية: (انظر الملحق رقم 13)

- المديرية الفرعية للمستخدمين.
- المديرية الفرعية للمالية.
- المديرية الفرعية للوسائل العامة.

¹مرجع سبق ذكره، ص 29-30.

الشكل رقم (01): الهيكل التنظيمي للوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ALGEX



المصدر: مرسوم تنفيذي رقم 04-174 المؤرخ في 12 جوان 2004.

المبحث الثاني: مهام وأهداف الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية

حرصت الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية على تسطير أهداف مختلفة والقيام بمجموعة من المهام المتمثلة فيما يلي:

المطلب الأول: مهامها

يمكن حصر مختلف مهامها فيما يلي:¹(أنظر الملحق رقم 14)

- المشاركة في تحديد استراتيجية ترقية التجارة الخارجية ووضعها حيز التنفيذ بعد المصادقة عليها من الهيئات المعنية؛
- تسيير وسائل ترقية الصادرات خارج المحروقات لصالح المؤسسات المصدرة؛
- تحليل الأسواق العالمية وإجراء دراسات استشرافية شاملة وقطاعية حول الأسواق الخارجية؛
- إعداد تقرير سنوي تقييمي لسياسة الصادرات وبرامجها،
- وضع منظومات الإعلام الإحصائية القطاعية والشاملة حول الإمكانيات الوطنية للتصدير إلى الأسواق الخارجية وتسيير ذلك،
- وضع منظومة مواكبة الأسواق الدولية وتأثيرها في المبادلات التجارية الجزائرية؛
- متابعة المتعاملين الاقتصاديين الوطنيين وتأطير مشاركتهم في مختلف التظاهرات الاقتصادية والمعارض والصالونات المختصة المنظمة بالخارج،
- تنظيم أيام دراسية وندوات لمنح المتعاملين الاقتصاديين الفرصة لمناقشة مشاكلهم المتعلقة بعمليات التصدير ومحاولة إيجاد حلول وذلك بالتعاون والتنسيق مع إدارات الوكالة،

¹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 39، سنة 2004، ص 5.

- دعم المصدرين وتزويدهم بكافة المعلومات حول الفرص التجارية المتاحة في بعض الأسواق الخارجية، وكذا حول التظاهرات والمعارض الوطنية والدولية؛

- تقوم الوكالة زيادة على ذلك بنشاطات مدفوعة الأجر في مجال الإلتقان وفي تلقين تقنيات التصدير وقواعد التجارة الدولية بالإضافة إلى تقديم المساعدة أو الخبرة للإدارات والمؤسسات ذات الصلة باختصاص الوكالة؛

-تحضير برنامج التظاهرات الاقتصادية سواء كانت داخل الوطن أو خارجه وذلك بالتنسيق مع الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير SAFEX.

للكوكالة مجلس توجيه يتداول المسائل ذات الصلة بتسيير الوكالة و تطويرها، وعلى الخصوص المسائل المرتبطة بما يأتي¹:

- المصادقة على البرنامج العام لنشاط الوكالة؛
- تنفيذ محاور تطوير الوكالة في إطار استراتيجية تحفيز الصادرات؛
- مشاريع ميزانية الوكالة وحساباتها السنوية؛
- تقارير النشاطات الدورية للوكالة؛
- تحديد الأهداف السنوية الموكلة لمكاتب التمثيل والتوسع التجاري للوكالة بالخارج وتقييمها؛
- مشاريع بناء العقارات واقتناءها ونقل ملكيتها ومبادلتها؛
- تخصيص الهيئات والوصايا.

¹معلومات مقدمة من طرف الوكالة.

المطلب الثاني: أهدافها

إن المعطيات التي قامت على أساسها الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية انطلقت من الأساليب الموضوعية، المبررات العلمية وواقع الصناعة في الجزائر، والحاجة الملحة لتطويرها وتنميتها تماشياً مع المتطلبات الحديثة للسوق الخارجية، وهذا من خلال المشاركة في تطوير استراتيجية ترقية التجارة الخارجية، حيث يساعد في تحليل الأوضاع والظروف المختلفة للأسواق العالمية بهدف تسهيل وتوسيع منافذ المنتجات الجزائرية.

وانطلاقاً من هذه المعطيات حرصت الوكالة على تسطير مجموعة من الأهداف المتمثلة فيما يلي:¹

- توسيع الصادرات ذات الاستعمال الواسع كالأدوية والتمور؛
- تقديم منتجات ذات الجودة عالية وأسعار تنافسية؛
- تكوين مشاريع شراكة مع شركات أجنبية؛
- تحقيق الأمن التصديري؛
- الاهتمام بالبحوث العلمية اعتماداً على دراسات مراكز البحوث العلمية؛
- تقوية وزيادة المؤسسات في السوق الوطنية؛
- التحضير لدخول واقتحام الأسواق العالمية من خلال إجراء دراسات مستقبلية خاصة بالتجارة الخارجية والاستعانة بأصحاب الخبرة؛
- تحديد حجم الصادرات من المنتجات الجزائرية؛
- توسيع وترقية حجم الاستثمارات الخارجية.

¹معلومات مقدمة من طرف الوكالة.

➤ المساهمة في إنعاش الاقتصاد الوطني عن طريق تغطية حاجياته، فالوكالة أصبحت ترافق مختلف الأعوان في مجال التسيير وتحت استراتيجيات مختلفة، حيث تعتبر بمثابة الوسيط أين تتقاطع فيه انشغالات أهم مراكز التأثير والقرارات في مجال التجارة الخارجية.

المبحث الثالث: دور الوكالة في تدعيم قطاع الصادرات

تلعب الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ALGEX دور الوسيط بين مؤسسات الدولة والمصدرين الجزائريين في مجال التجارة الخارجية.

المطلب الأول: أعمال الوكالة

حرصت الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية على تسطير خدمات مختلفة لمرافقة المصدرين في مجال التجارة الخارجية والمتمثلة فيما يلي:

أولاً: مساعدة ودعم المصدرين

تقوم الوكالة عبر مختلف هياكلها وأجهزتها بتقديم كل المعلومات والبيانات للمتعاملين الاقتصاديين عن مختلف إجراءات التجارة الخارجية، وخاصة منها المتعلقة بالصادرات خارج المحروقات، وذلك من خلال وسائل الاتصال والسندات المعلوماتية المختلفة التي تتوفر عليها وتنتجها الوكالة لتلبية طلبات واحتياجات وانشغالات المتعاملين الاقتصاديين ومن بين هذه الوسائل نذكر ما يلي:

1- الوسائل المكتوبة

1-1- نشر رسالة الجكس: وهي نشرة إعلامية نصف شهرية تحتوي على معلومات حول عملية التصدير وتحفيز الأشخاص لذلك.

1-2-مجلة ألكس: هي مجلة شهرية بعنوان منتدى التجارة الخارجية موجهة للجمهور العام، كما تتضمن معلومات عن التجارة الخارجية وتقديم إحصائيات حول نسب التصدير العالمية والأسواق الفاعلة في التصدير.

1-3- دليل المصدرين الجزائريين: هو كتاب يتم إصداره كل عامين باللغتين العربية والفرنسية، ويحمل جميع عناوين المؤسسات الجزائرية المصدرة وطبيعة منتجاتها وإمكانات الاتصال بها (الهاتف، والفاكس، البريد الإلكتروني) كما أنه في مقدمة الكتاب نجد لمحة عن موقع وتاريخ الجزائر، عملتها، أهم مدنها وكذا أيام العمل والعطل فيها، وواقع اقتصادها بالإضافة إلى الدور والمهام التي تقوم بها الوكالة وهذا لتسهيل عملية الحصول على المعلومات بالنسبة للأجانب المهتمين بالمنتجات الجزائرية أو التعامل مع المصدرين الجزائريين¹.

1-4- فهرس المصدرين: يتم إعداده من طرف الوكالة وهو وثيقة تصدر سنويا تحتوي على قائمة بأسماء المصدرين الجزائريين، ويصدر بثلاث لغات عربي، فرنسي، انجليزي.

1-5- بطاقة القطاعات: وضعت لتقييم وتقديم معلومات على القدرات الجزائرية للتصدير في مختلف القطاعات، "الزراعة، التغذية، الصناعات المختلفة، الخدمات" مرفقة بإحصائيات شاملة عن مناخ الأعمال والاستثمار والمؤسسات الرئيسية المصدرة للقطاع، وهي موجهة للمواطنين والأجانب.

1-6- دليل إجراءات التجارة الخارجية: يصدر بخمسة لغات "عربية، فرنسية، انجليزية إسبانية، ألمانية" ويتضمن إجراءات وقوانين التجارة الخارجية والطرق الواجب إتباعها للتصدير.

¹معلومات مقدمة من طرف الوكالة.

2- الوسائل السمعية البصرية

2-1- الإذاعة والتلفزيون: تلجأ "ألكس" إلى المشاركة في الحصص الإذاعية والتلفزيونية المتعلقة بالاقتصاد والتجارة من أجل نشر ثقافة التصدير وتحسيس الجمهور العام بأهمية ذلك لتحقيق التقدم الاقتصادي والاجتماعي للبلد.

2-2- الأقراص المضغوطة: تستخدمها الوكالة للاتصال بمختلف المصدرين والشركاء.

3- الوسائل الالكترونية

3-1- الأنترنت: هي أحدث وسيلة تستعملها الوكالة في الاتصالات الخارجية، وقد لاحظنا أنها جد مستعملة من طرفها بالخارج والداخل، ويتمثل موقعها الالكتروني في:

Web:www.algex.dz

Email:info@algex.dz

3-2- الفاكس: يستخدمه أعضاء الوكالة في التعامل والاتصال، باعتبارها وسيلة تضمن نقل النصوص المكتوبة عبر الكابلات في وقت قياسي وذلك يتم عبر الرقم التالي:

213/023.83.87.18

ثانيا: القيام بأيام دراسية وورشات عمل ولقاءات

تقوم الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية بأيام دراسية ولقاءات مع خبراء وإطارات

مختصة من داخل الوطن وخارجه وذلك بهدف¹:

➤ تزويد المتعاملين الاقتصاديين بمختلف المعلومات حول اليات التصدير والفرص المتاحة.

¹معلومات مقدمة من طرف الوكالة.

- توعية الأفراد وتشجيعهم على التصدير.
- إقامة علاقات تعاون وتبادل مع الدول الأجنبية.
- دراسة السوق من خلال العرض والطلب.

ثالثا: المشاركة في المعارض والتظاهرات الاقتصادية

فالوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية تستلزم وتحضر في المعارض، الصالونات والتظاهرات الاقتصادية داخل الوطن وخارجه، حيث تعتبر المعارض التجارية من أقدم أساليب الترويج للمبيعات في الأسواق الخارجية، وتتم في الأصل عن طريق عينات من السلع المراد ترويجها بهدف اطلاع المستهلك على هذه السلع من جهة والتعريف بالشركة المنتجة من جهة أخرى.

- تسمح المعارض بتسهيل عملية البحث والتنقيب عن الأسواق بأقل التكاليف فيما يخص المعلومات عن سوق البلد المستضيف؛
- إمكانية استعمال كافة أنواع الإشهار أثناء فترة العرض؛
- توفير معلومات تجارية وقانونية وجمركية وجبائية وغيرها حول البلد المضيف؛
- توفير الدعم والمرافقة من اجل ضمان مشاركة ناجحة لشركتكم في التظاهرات الاقتصادية المقامة بالخارج.

رابعا: المنصة الرقمية للمصدرين الجزائريين "ALGERIAEXPORTERS"

هي عبارة عن أرضية مجانية للتسويق الرقمي، استحدثتها الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية بهدف الترويج للمنتجات والخدمات الجزائرية الموجهة للتصدير، وتكمن أهدافها في:¹

- تسهيل ربط علاقات عمل مباشرة بين المتعاملين الاقتصاديين الجزائريين ونظرائهم الأجانب.

¹معلومات مقدمة من طرف الوكالة.

- خفض التكاليف من خلال توسيع شبكة علاقات العمل عبر الانترنت.
- الوصول إلى المعلومة في حينها.
- الترويج للشركات الجزائرية على الصعيد الدولي وإبراز عروضها ومنتجاتها ومعارفها وخبراتها.
- وضع وسيلة ترويج رقمية تحت تصرف الممثلات الدبلوماسية الجزائرية بالخارج للترويج لوسم " صنع في الجزائر".

المطلب الثاني: دار المصدر لترقية الصادرات

سعى لنشر الوعي الاقتصادي وبالتحديد وعي تصدير المنتجات الجزائرية خارج قطاع المحروقات وبهدف ترقيتها إلى المستوى العالمي المطلوب، الذي يمكنها من مواجهة المنافسة الدولية قامت الوكالة بإنشاء فضاء معلوماتي خاص بالمصدرين حول التجارة الخارجية، بهدف تحقيق مردودية أكبر خلال البرامج التنموية، حيث تم إنشاء هذا الأخير سنة 2007 من طرف رئيس الحكومة وبقرار من وزير التجارة وهذا من أجل التخفيف على المصدر الزائر للوكالة.¹ ويعتبر فضاء للاتصال المباشر عن طريق إجراء مقابلات باستقبال المصدرين وتوجيههم وطرح مشاكلهم ومحاولة إيجاد حلول لها، ومساعدتهم في الانتقال إلى الخارج وكذا تسهيل عمليات التصدير والتبادل، إذ تعتبر دار المصدر فرعا من فروع الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية وهو تابع لمديرية الإعلام والاتصال التي تلعب دورا هاما وأساسيا في تحقيق أهداف واستراتيجيات الوكالة وهو هيكل متخصص في المعلومات التجارية وبصفة خاصة المصدرين.

¹مقابلة مع السيد " البحري طاهر"، يوم 14 ماي 2023، على الساعة 11:00 بمقر الوكالة، المديرية الفرعية للاتصالات والعلاقات العامة "دار المصدر".

مهام دار المصدر:

ويمكن حصر مختلف مهامها فيما يلي:¹

- استقبال المتعاملين الاقتصاديين من مختلف أنحاء الوطن والعالم؛
- الإجابة على أسئلة المصدرين خاصة منهم المبتدئين والرد على مختلف تساؤلاتهم وضمان خدمات "سؤال، جواب" (فاكس، الموقع البريدي، هاتف خدمات الزبائن)؛
- توجيه المتعاملين الاقتصاديين وذلك بتوضيح المعلومات والقوانين والإجراءات الوطنية المتعلقة بالتصدير؛
- ربط علاقات بين المصدرين من جهة والهيئات الوطنية والدولية في مجال المعلومات والإجراءات المتعلقة بالتصدير من جهة أخرى، وذلك من أجل ترقية التجارة الخارجية وكذا مرافقة المصدرين وتمثيلهم لدى المنظمات الوطنية للتجارة الخارجية عند الضرورة؛
- تمكين المصدرين من الدخول إلى قاعة المعلومات وموقع الانترنت، وتزويدهم بالمعلومات الضرورية حول فرص الأعمال في الأسواق الدولية؛
- مساعدة المتعاملين الاقتصاديين الجزائريين على التشاور في علاقات العمل مع الزبائن أو الشركاء الأجانب؛
- تقديم خدمات المرافقة والاستشارات حول عمليات التصدير للمتعاملين الاقتصاديين وتوجيه المصدرين لإيجاد دعائم ووسائط إخبارية؛
- إعلام المصدرين بالبرنامج الرسمي لمشاركة الجزائر بالمعارض والتظاهرات الدولية المتخصصة بالخارج؛
- مساعدة المصدرين على تحديد واختيار الأسواق المستهدفة وتزويدهم بكافة المعلومات الضرورية للدخول إليها؛

¹ نفس المرجع السابق.

➤ تحسيس المصدرين حول الإطار المحفز للتصدير وكل التسهيلات الموجهة لهم من إعفاء جبائي، ومساعدات في مصاريف النقل وكذا معايير الجودة الواجب عليهم احترامها.

خلاصة الفصل:

من خلال دراستنا لهذا الفصل، توصلنا لمعرفة أن الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ALGEX تسعى إلى مسايرة التحولات الاقتصادية العالمية الجديدة، وذلك بخلق سياسة اتصال ناجحة بإنشاء علاقات مع مؤسسات أجنبية لاكتساب الخبرة والاستفادة منها، إضافة إلى نشر المجالات والدوريات الاقتصادية والوطنية. فالوكالة تقوم بالتحضير لمختلف المعارض والمشاركة فيها من خلال توجيه المصدرين ومرافقتهم، كما أنها تنظم أيام دراسية ولقاءات وورشات سعيًا منها لتحسيس المنتجين بأهمية التصدير.

والهدف من وراء تقديم الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية لكل هذه الخدمات هو تحقيق عمليات تصدير ناجحة تمكن المنتج الجزائري من المنافسة الأجنبية.

الخاتمة العامة

الخاتمة العامة:

تتبع الدول في مجال تجارتها الخارجية عددا من السياسات التجارية التي يمكن أن تتنوع من دولة إلى أخرى حسب ظروفها وتوجهاتها السياسية الاقتصادية والطبيعية والاقتصاد السائد فيها، حيث تهدف السياسات التجارية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف من بينها ترقية وتشجيع الصادرات.

وقد شهد الاقتصاد الوطني مجموعة من التحولات من النظام الاشتراكي إلى اقتصاد السوق في فترة التسعينات، والمتمثلة في استحداث هيئات حكومية منوط بها لتشجيع الإنتاج وتمكينه من تصديره، بالإضافة إلى جملة من السياسات التجارية والاتفاقيات الدولية المؤطرة ضمن قوانين ومراسيم، وتهيئة البيئة النموذجية لتنمية الصادرات لا تقتصر أيضا على منح الامتيازات والإعفاءات الضريبية وتسهيل إجراءات التصدير حيث أصبحت الوكالة تلعب دورا محوريا في مرافقة مجال اختصاصها من خلال المنشورات التي تصدرها والدراسات والتوجيهات القيمة التي تقدمها في ميدان المرافقة للمصدرين الجزائريين والتعريف بالمنتجات الجزائرية وفتح الافاق أمامها في الأسواق الخارجية، وهذا ما يؤدي النهوض بقطاع التصدير وإنجاحه وتمكين المنتج الجزائري من التموقع في الأسواق الخارجية وامتلاك القدرة التنافسية فيها.

نتائج الدراسة:

ولقد توصلنا إلى مجموعة من النتائج سنوجزها فيما يلي:

- السياسات التجارية هي سياسات اقتصادية مطبقة في مجال التجارة الخارجية عن طريق استخدام مجموعة من الأدوات والإجراءات التي يختلف تطبيقها من دولة لأخرى ومن فترة لأخرى بغرض تقييد التجارة أو تحريرها؛
- يعد التصدير من بين أبسط أشكال الدخول للأسواق الخارجية لأنه يتضمن أقل نسبة من المخاطر بالمقارنة مع الأشكال الأخرى؛

- تلعب الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ALGEX دور الوسيط بين مؤسسات الدولة والمصدرين الجزائريين في مجال التجارة الخارجية؛
- تعمل الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية على ترقية الصادرات من خلال دار المصدر التي تعتبر فضاء للاتصال بين المصدرين، ووضع منصة رقمية تهدف للترويج بالمنتجات والخدمات الجزائرية؛
- تهدف الدولة من خلال تطبيق أدوات السياسة التجارية لتحقيق أهداف اقتصادية واجتماعية واستراتيجية؛
- تساعد السياسات التجارية في تحقيق الأمن الاقتصادي والغذائي والسياسي وتوفير مصادر الطاقة؛
- تهدف السياسة التجارية التصديرية في الجزائر إلى زيادة حجم الصادرات من خلال منح تسهيلات مالية وضريبية؛
- تعتبر ترقية القطاع الزراعي والصناعي من بين استراتيجيات التصدير المعتمدة في الجزائر؛
- من بين السياسات التجارية التصديرية في الجزائر تشجيع قطاعين العام والخاص من خلال توفير إطار وإنشاء هياكل مثل الشركة الوطنية للمعارض SAFEX ؛
- تساهم السياسات التجارية في تشجيع الاستثمار من أجل التصدير وزيادة حجم الصادرات من خلال تسهيل الإجراءات وتوفير بنية تصديرية.

التوصيات والاقتراحات:

- لا بد من الاهتمام أكثر بمشروعات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتوفير الدعم اللازم لها، وضرورة توسيع وتقوية القطاع الخاص للمساهمة أكثر في العملية التنموية؛

- العمل على بناء شبكة ونظام متكامل من المعلومات المتعلقة بالتصدير وتطورات الأسواق العالمية واتجاهات المنافسة لها واتجاهات المنافسة بها، حتى يكون المصدر على دراية كافية ويتخذ القرارات الصائبة؛
- وضع ميكانيزمات أكثر مرونة تسمح بتقليل المخاطر في عمليات التصدير خاصة المخاطر اللوجستية والنقل؛
- العمل على تحسين تنافسية وجودة المنتج الجزائري والتركيز على تصدير المنتجات التي تملك فيها الجزائر ميزة نسبية.

افاق الدراسة:

- من خلال الدراسة التي قمنا بها في هاته المذكرة يمكننا اقتراح المواضيع التالية:
- ✓ السياسة التجارية بين النظرية والتطبيق.
- ✓ أثر انضمام الجزائر إلى منظمة "بريكس" على قطاع الصادرات.
- ✓ دور المؤسسات الناشئة في ترقية الصادرات في الجزائر.

قائمة المراجع

ا. الكتب:

- 1- أشرف احمد العدلي، التجارة الدولية، الطبعة الأولى، مؤسسة رؤية للطباعة والنشر والتوزيع، سنة 2006.
- 2- رضا عبد السلام، العلاقات الاقتصادية بين النظرية والتطبيق، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، سنة 2007.
- 3- زينب حسين عوض الله، الاقتصاد الدولي (العلاقات الاقتصادية والنقدية الدولية)، دار الجامعة الجديدة، مصر، سنة 2004.
- 4- زينب حسين عوض الله، الاقتصاد الدولي (نظرة عامة على بعض القضايا)، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، سنة 1999.
- 5- زينب حسين عوض الله، العلاقات الاقتصادية الدولية، دار الفتح للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، سنة 2003.
- 6- السيد متولي عبد القادر، الاقتصاد الدولي النظرية والسياسات، دار الفكر ناشرون وموزعون، الطبعة الأولى، الأردن، سنة 2011.
- 7- عادل أحمد حشيش، أساسيات الاقتصاد الدولي، منشورات الحلبي، بيروت، سنة 2003.
- 8- عبد المطلب عبد الحميد، السياسات الاقتصادية تحليل جزئي وكلي، مكتبة زهراء الشرق، القاهرة، سنة 1997.
- 9- مجدي مجمود شهاب، الاقتصاد الدولي المعاصر، الدار الجامعية الجديدة، الإسكندرية، مصر، سنة 2007.
- 10- مجدي مجمود شهاب، أسس العلاقات الاقتصادية الدولية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، سنة 2006.
- 11- محمد أحمد السريتي، اقتصاديات التجارة الدولية بين النظرية والتطبيق، مؤسسة رؤية للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، سنة 2011.

- 12- محمد دياب، التجارة الدولية في عصر العولمة، الطبعة الأولى، دار المنهل اللبناني، لبنان، سنة 2010.
- 13- محمد زكي الشافعي، مقدمة في العلاقات الاقتصادية الدولية، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، دون تاريخ.
- 14- محمد زكي المسير، مقدمة في الاقتصاديات الدولية واقتصاديات النقود، دار النهضة العربية، سنة 1983.
- 15- محمد محمود النصر، مبادئ الاقتصاد الجزئي، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، المكتبة الجامعية نابلس، سنة 2002.
- 16- محمود الشيخ، التسويق الدولي، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، سنة 2008.
- 17- محمود عبد الرزاق، الاقتصاد المعرفي والتصدير، الدار الجامعية للنشر، سنة 2011.

II.المجلات:

- 1- بونوة سمية، النمذجة القياسية لانعكاسات السياسة التجارية على حجم واتجاه التجارة الخارجية الجزائرية، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، سنة 2018.
- 2- زهير ضيفي، المخطط الوطني للتنمية الفلاحية ودوره في التنمية المحلية في الجزائر، قسم علوم الأرض، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، سنة 2014.
- 3- فاروق أهناوي، استراتيجية الجزائر في تحقيق التنمية الفلاحية والريفية، جامعة الجزائر 3، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 09، العدد 02، سنة 2018.
- 4- لطيفة رجب، التغطية المؤسسية لأخطار التصدير في الجزائر - دراسة حالة - جامعة محمد الشريف مساعدي، سوق أهراس الجزائر، مجلة الافاق للدراسات الاقتصادية، المجلد 05، العدد 02، سنة 2020.
- 5- مجلة منتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، المجلد 06، العدد 02، سنة 2022.

6- مصطفى بورنان، مجلة دراسات التنمية الاقتصادية، جامعة عمار الثليجي، بالأغواط، المجلد 05، العدد 02، في جانفي سنة 2023.

7- وئام بغياني، مجلة تحفيز التصدير للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، بحوث جامعة الجزائر 1، العدد 13، الجزء الأول، جوان سنة 2019.

III. المطبوعات:

1- بن شني عبد القادر، تسيير عمليات التجارة الدولية، مطبوعة بيداغوجية، تخصص تجارة دولية، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، سنة 2021-2022.

2- جعيجع نبيلة، مطبوعة في مقياس تقنيات التفاوض الدولي، تخصص تجارة دولية، جامعة امحمد بوضياف، المسيلة، سنة 2016-2017.

3- سعيد أحسن، مطبوعة في مقياس تقنيات التجارة الخارجية، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد مهري، قسنطينة، سنة 2019-2020.

IV. الرسائل والمذكرات:

أ- الرسائل:

1- أحمد وليد طلمية، أثر فاعلية القوى البيعية على سلوك الزبائن من خلال ادارة علاقات الزبائن في قطاع تكنولوجيا المعلومات، رسالة ماجستير، قسم إدارة أعمال، جامعة الشرق الأوسط، سنة 2019.

2- فيروز سلطاني، دور السياسات التجارية في تفعيل الاتفاقيات التجارية الإقليمية والدولية "دراسة حالة الجزائر واتفاق الشراكة الأورومتوسطية"، مذكرة ماجستير، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة بسكرة، سنة 2013.

3- كايلي ربيمة، التفاوض ودوره في تفعيل العملية البيعية، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة امحمد بوقرة، سنة 2013.

ب- المذكرات:

1- أكليل هاجر، اليات تشجيع الصادرات خارج قطاع المحروقات، مذكرة لنيل شهادة ماستر في العلوم التجارية، جامعة الجزائر 3، سنة 2016-2017.

- 2- بورياح كنزة، واقع وفاق سياسة التصدير في الجزائر، مذكرة لنيل هادة ماستر أكاديمي، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، سنة 2019-2020.
- 3- بوغرارة شفيق، سياسة ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات، مذكرة لنيل شهادة ماستر، تخصص إدارة مالية، سنة 2015-2016.
- 4- خلوياتي مريم، ترقية الصادرات الجزائرية خارج نطاق المحروقات، مذكرة لنيل شهادة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة امحمد بوقرة، بومرداس، سنة 2015-2016.
- 5- زبير ريان، أثر ترقية الصادرات الغير نفطية على النمو الاقتصادي، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في العلوم التجارية، جامعة خضير، بسكرة، سنة 2014-2015.
- 6- زريمش سعاد، اتجاه السياسة التجارية في الجزائر ما بين الانضمام الى المنظمة العالمية للتجارة والحد من الواردات، مذكرة لنيل شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية دولية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، سنة 2016-2017.
- 7- كرمية رزيقة، التجارة الخارجية في الجزائر - الإجراءات التحفيزية للدعم وترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات - مذكرة لنيل شهادة ماستر، تخصص مالية، سنة 2016-2017.

v. القوانين والمراسيم:

- 1- الجريدة الرسمية، العدد 10، سنة 1987.
- 2- الجريدة الرسمية، العدد 19، سنة 2003.
- 3- الجريدة الرسمية، العدد 39، سنة 2004.
- 4- الجريدة الرسمية، العدد 85، الصادرة في 22 ديسمبر 2002.
- 5- الجريدة الرسمية، العدد 18، الصادرة في جويلية 1996.
- 6- الجريدة الرسمية، العدد 83، سنة 2005.

7-الجريدة الرسمية، القانون التوجيهي رقم 02/17، المتضمن تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، المادة 19-20، سنة 2017.

8-الجريدة الرسمية، العدد 16، سنة 1996.

9-المرسوم التنفيذي رقم 174.04 المؤرخ 23 ربيع الثاني 1425 الموافق

ل2004/06/12، المتضمن إنشاء الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية وتنظيمها

وسيرها.

VI . مواقع الأنترنت:

<https://www.algex.dz>

الملاحق

ANNEXE 5 : MODELE CERTIFICAT D'ORIGINE - EUR 1

شهادة تدفق السلع

CERTIFICAT DE CIRCULATION DES MARCHANDISES

<p>1. Exportateur (nom, adresse complète, pays) المصدر (الإسم والعنوان الكامل والبلد)</p>	<p>EUR 1 N° A 0053188 رقم 1 راجع الملاحظات في الحقل قبل فتح الاستعارة Consulter les notes au verso avant de remplir le formulaire</p> <p>2. شهادة مستعملة للتبادلات المتكافئة بين الجزائر C'Algérie</p> <p>3. المجموعة الأوروبية la Communauté européenne</p>
<p>3. المستعمل إليه (الإسم والعنوان الكامل والبلد) (اختياري) A. Destinataire (nom, adresse complète, pays) (mention facultative)</p>	<p>4. بلدان مجموع البلدان أو الإقليم التي تعبر من ممتلكات ممتدة 4. Pays, groupe de pays ou territoire dont les produits sont susceptibles d'être originaires</p> <p>5. Pays, groupe de pays ou territoire de destination</p>
<p>6. معلومات إضافية متعلقة بالنقل (اختياري) 6. Informations relatives au transport (mention facultative)</p>	<p>7. ملاحظات 7. Observations</p>
<p>8. Numbers d'ordres, marques, numéros, modèles et nature des colis (1) désignations des marchandises</p>	<p>9. الكمية (الجمالية للوزن أو الوزن لعدد الوحدات) أو الوزن لعدد الوحدات (الجمالية للوزن أو الوزن لعدد الوحدات) أو الوزن لعدد الوحدات (الجمالية للوزن أو الوزن لعدد الوحدات) 9. Quantité (kg) ou poids (kg) des colis (1)</p>
<p>11. VISA DE LA BOUANE معلومات إضافية (اختياري) Détails d'exportation (2) Moyens de transport Bureau de douane Pays ou territoire de destination A. (Signature)</p>	<p>12. DECLARATION DE L'EXPORTATEUR أنا المصدر أصرح أن السلع المشار إليها مستوفية في كل الشبكات المطلوبة للحصول على هذه الشهادة Je soussigné déclare que les marchandises désignées ci-dessus remplissent les conditions requises pour l'obtention du présent certificat A. (Signature)</p>

(1) أشر إلى عدد الموزن أو أذكر "بلا تنظيم" السلع غير المعروفة
(2) لا تملأ إلا إذا التفتحت الفواعل الوطنية للبلد أو إقليم التصريح
d'exportation l'exigent.

الملحق (01)

ANNEXE 6: MODELE CERTIFICAT D'ORIGINE - ZALE

رقم الشهادة : 18907 تاريخ الشهادة :		الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة	
 شهادة منشأ بموجب أحكام اتفاقية تيسير و تنمية التبادل التجاري بين الدول العربية			
1- المصدر و عنوانه كاملا ،		2- المذاق و عنوانه كاملا ،	
3- المصدر و عنوانه كاملا .	4- بلد المنشأ .	5- تم تطبيق التراكم مع دول اخرى ؟ <input type="checkbox"/> نعم <input type="checkbox"/> اسم الدولة ، <input type="checkbox"/> لا	
6- تفاصيل الشحن ،		7- ملاحظات ،	
8- وصف السلع ، العلامة التجارية (إن وجدت) ، عدد الكتل و رقم قلم الطرد ،		9- الوزن القائم (كجم) أو مقاييس اخرى (الشتر ، متر ، مكعب ، الخ) ،	
10- رقم وتاريخ الطائفة (الخواتم) ،		11- إقرار و تعهد المصدر : أقر بأن جميع البيانات المذكورة أعلاه صحيحة و أن السلع الواردة وصفها أعلاه مستوفاة لشروط و المعايير اللازمة لإصدار صفة منشأ . التاريخ : التوقيع :	
12- توقيع و خاتم الجهة العضوة للشهادة : التوقيع : الخاتم : التاريخ :		13- تصديق الجهة الحكومية المختصة : التوقيع : الخاتم : التاريخ :	

الملحق (02)

ANNEXE 7 : MODELE CERTIFICAT D'ORIGINE - TUNISIE

 <p>الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية البنقة الجزائرية للتجارة والصناعة</p> <p>شهادة تدفق السلع بموجب الإتفاق الجماعي للدول المتكافئة للجزائري المونس للوقوع بانونس في 04 ديسمبر 2008</p>	
<p>1. المصدر (الإسم والعنوان الكامل، البلد)</p>	
<p>شهادة منشأ رقم: N° 0000943</p>	
<p>راجع للملاحظات في الخلف قبل ملء الإستعمال</p>	
<p>3. إرسال منه: الإسم و العنوان الكامل، قودا (البلد لتجارة)</p>	
<p>2. شهادة مستحقة للمعاملات المتكافئة بين الجزائر وتونس</p>	
<p>4. بلد المنشأ</p>	<p>5. بلد الوجهة</p>
<p>6. معطيات متعلقة بالنقل (الميل، الشهادة)</p>	
<p>7. ملاحظات:</p>	
<p>8. وصف السلع (رقم ترتيب، ملامحة أو رقم حزمة، صيغة الطرد) (1)</p>	
<p>9. كتلة ظم (كغ) أو ملبس الخس (الو برا الخ)</p>	
<p>10. رقم وتاريخ العبارة</p>	
<p>Spécimen</p>	
<p>11. تصريح المصدر إما الخشي أسلفه أصرح أن السلع المشار إليها أعلاه تستوفي كل الشروط المطلوبة للحصول على هذه الشهادة في:</p> <p>التوقيع:</p>	<p>12. جهة الإصدار، توقيع وختم الجهة المصدرة للشهادة:</p>
<p>13. تسمية المصنك تصريح مصدق عليه طبق الأصل لتصريح بالتصدير (2) تصريح:</p> <p>مكتب المصنك:</p> <p>في:</p> <p>الختم والتوقيع:</p>	
<p>1. بلد عند الوارد أو السلع غير المصنعة بنون تونسية 2. كود بلد المنشأ كما هو مذكور في الوثيقة عند التصدير</p>	

الملحق (03)

ANNEXE 8 : MODELE CERTIFICAT D'ORIGINE - FORMULE A

1. Expéditeur (nom, adresse, pays de l'exportateur)		Référence N° 751475			
2. Destinataire (nom, adresse, pays)		SYSTEME GENERALISE DE PREFERENCES CERTIFICAT D'ORIGINE (Déclaration et certificat) FORMULE A Délivré en ALGERIE (pays) Voir notes au verso			
3. Moyen de transport et itinéraire (si connus)		4. Pour usage officiel			
5. N° d'ordre	6. Marques et numéros des colis	7. Nombre et type de colis; description des marchandises	8. Critère d'origine (voir notes au verso)	9. Poids brut ou quantité	10. N° et date de la facture
11. Certificat Il est certifié, sur la base du contrôle effectué, que la déclaration de l'exportateur est exacte.			12. Déclaration de l'exportateur Le soussigné déclare que les mentions et indications ci-dessus sont exactes, que toutes ces marchandises ont été produites en _____ (pays du pays) et qu'elles remplissent les conditions d'origine requises par le système généralisé de préférences pour être exportées à destination de _____ (pays du pays importateur) Lieu et date, signature et empreinte de l'autorité délivrant le certificat Lieu et date, signature du signataire habilité		

الملحق (04)

27 ربيع الثاني عام 1425 هـ 16 يونيو سنة 2004 م	الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية / العدد 39	4
- وبمقتضى الأمر رقم 95-20 المؤرخ في 19 صفر عام 1416 الموافق 17 يوليو سنة 1995 والمتعلق بمجلس المحاسبة،	المادة 5 : يمكن أن يدعو رئيس المجلس ، زيادة على ذلك ، كل شخص يبدو له أن رأيه مفسد نظرا لكفاءاته.	
- وبمقتضى الأمر رقم 95-27 المؤرخ في 8 شعبان عام 1416 الموافق 30 ديسمبر سنة 1995 والمتضمن قانون المالية لسنة 1996 ، لاسيما المادة 195 منه،	المادة 6 : يجتمع المجلس مرتين (2) في السنة. ويمكن أن تعقد دورات غير عادية بناء على استدعاء من رئيس المجلس.	
- وبمقتضى الأمر رقم 03-04 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 والمتعلق بالقواعد العامة المطبقة على عمليات استيراد البضائع وتصديرها،	المادة 7 : يتولى المدير العام للوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية أمانة المجلس.	
- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 99-240 المؤرخ في 17 رجب عام 1420 الموافق 27 أكتوبر سنة 1999 والمتعلق بالشعبيين في الوظائف المدنية والعسكرية للدولة،	المادة 8 : تكلف أمانة المجلس بالسهير على تحضير الاجتماعات وإعداد مشاريع جدول الأعمال وضمان استمرارية نشاطات المجلس.	
- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 04-136 المؤرخ في 29 صفر عام 1425 الموافق 19 أبريل سنة 2004 والمتضمن تعيين رئيس الحكومة،	المادة 9 : ينشر هذا المرسوم في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.	
- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 04-138 المؤرخ في 6 ربيع الأول عام 1425 الموافق 26 أبريل سنة 2004 والمتضمن تعيين أعضاء الحكومة،	حرر بالجزائر في 23 ربيع الثاني عام 1425 الموافق 12 يونيو سنة 2004	
- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 96-327 المؤرخ في 18 جمادى الأولى عام 1417 الموافق أول أكتوبر سنة 1996 والمتضمن إنشاء الديوان الجزائري لترقية التجارة الخارجية،	أحمد أويحيى	
يرسم ما يأتي :	* مرسوم تنفيذي رقم 04 - 174 مؤرخ في 23 ربيع الثاني عام 1425 الموافق 12 يونيو سنة 2004، يتضمن إنشاء الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية وتنظيمها وسيورها.	
الفصل الأول	إن رئيس الحكومة،	
أحكام عامة	- بناء على تقرير وزير التجارة،	
المادة الأولى : تطبيقا للمادتين 19 و 20 من الأمر رقم 03-04 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 والمذكور أعلاه، يهدف هذا المرسوم إلى إنشاء الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية وتنظيمها وسيورها المسماة "الجكس" وتدعى في صلب النص "الوكالة".	- وبناء على الدستور ، لاسيما المادتان 85-4 و 125 (الفقرة 2) منه،	
المادة 2 : الوكالة مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال العالي.	- وبمقتضى الأمر رقم 75-35 المؤرخ في 17 ربيع الثاني عام 1395 الموافق 29 أبريل سنة 1975 والمتضمن المخطط الوطني للمحاسبة، المعدل والمعتم.	
المادة 3 : توضع الوكالة تحت وصاية الوزير المكلف بالتجارة الخارجية.	- وبمقتضى الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون التجاري، المعدل والمعتم.	
المادة 4 : يكون مقر الوكالة بمدينة الجزائر.	- وبمقتضى القانون رقم 90-21 المؤرخ في 24 محرم عام 1411 الموافق 15 غشت سنة 1990 والمتعلق بالمحاسبة العمومية، المعدل والمعتم.	
	- وبمقتضى القانون رقم 90-30 المؤرخ في 14 جمادى الأولى عام 1411 الموافق أول ديسمبر سنة 1990 والمتضمن قانون الأملاك الوطنية،	

27 ربيع الثاني عام 1425 هـ 16 يونيو سنة 2004 م	الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية / العدد 39	6
<p>- يسهر على تحقيق الأهداف الموكلة للوكالة ويتولى تنفيذ مداوات مجلس التوجيه ويقدم له عرض حال بذلك دوريا.</p> <p>- يمثل الوكالة أمام القضاء، وفي كل أعمال الحياة المدنية.</p>	<p>المادة 10 : يعين أعضاء مجلس التوجيه لصلتهم، بموجب قرار من الوزير المكلف بالتجارة الخارجية بناء على اقتراح من المؤسسات والهيئات التي ينتمون إليها لمدة ثلاث (3) سنوات قابلة للتجديد.</p>	
<p>المادة 17 : ينشط المدير العام وينسق نشاط مكاتب التمثيل والتوسع التجاري للوكالة بالخارج ويتولى متابعتها وتقييمها بالتنسيق مع الهيئات المعنية.</p>	<p>يجب أن يكون الأعضاء الذين يمثلون الإدارات المركزية في مجلس التوجيه برتبة مدير في الإدارة المركزية على الأقل.</p>	
<p>المادة 18 : يمكن أن يفوض المدير العام للوكالة إخصاء، عند الحاجة، وتحت مسؤوليته، للموظفين الموضوعين تحت سلطته وفي حدود صلاحياتهم</p>	<p>المادة 11 : يشارك المدير العام للوكالة في أشغال مجلس التوجيه بصوت استشاري تتولى مصالح الوكالة أمانة مجلس التوجيه.</p>	
<p>المادة 19 : يمكن المدير العام أن :</p>	<p>المادة 12 : يحدد سير مجلس التوجيه بموجب قرار من الوزير المكلف بالتجارة الخارجية.</p>	
<p>- يشكل كل مجموعة عمل أو تفكير ضرورية لتحسين وتدعيم نشاط الوكالة في مجال ترقية عمليات ومشاريع تتصل بالتجارة الخارجية ودعمها.</p>	<p>المادة 13 : يعين المدير العام للوكالة بموجب مرسوم وينهى مهامه حسب الأشكال نفسها.</p>	
<p>- يستعين، عند الحاجة، وفي إطار التنظيم المعمول به، بالخبرة والاستشارة الوطنية أو الأجنبية قصد ترقية الصادرات ويسير البطاقة المتصلة بذلك.</p>	<p>المادة 14 : يساعد المدير العام أمين عام.</p>	
<p>المادة 20 : تنظم الوكالة في سبع (7) مديريات وأربع وعشرين (24) مديرية فرعية.</p>	<p>المادة 15 : تنظم مصالح الوكالة في مديريات ومديريات فرعية توضع تحت سلطة المدير العام وتحت مسؤولية المديرين ونواب المديرين الذين يتم تعيينهم حسب التنظيم المعمول به.</p>	
<p>تشكل الوكالة من المديريات الآتية :</p>	<p>المادة 16 : المدير العام مسؤول عن سير الوكالة في إطار أحكام هذا المرسوم والقواعد العامة في مجال التسيير الإداري والمالي للمؤسسات العمومية.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - مديرية تحليل الأسواق، - مديرية تحليل المعنوجات، - مديرية المصالح المختصة، - مديرية الاستراتيجيات والبرامج، - مديرية التكوين والتعاون والوثائق، - مديرية الإعلام والاتصال، - مديرية الإدارة والوسائل 	<p>وبهذه الصفة، يتولى المهام الآتية :</p>	
<p>المادة 21 : يحدد التنظيم الداخلي للوكالة بموجب قرار مشترك بين الوزيرين المكلفين بالتجارة الخارجية، وبالعالية والسلطة المكلفة بالتوظيف العمومية.</p>	<p>- يعد مشروع ميزانية الوكالة ويعرضه على مجلس التوجيه.</p>	
<p>الفصل الثالث أحكام مالية</p>	<p>- يسيّر ميزانية الوكالة ضمن الشروط المحددة في التشريع والتنظيم المعمول بهما.</p>	
<p>المادة 22 : يحضر المدير العام الكشوف التقديرية السنوية لإيرادات الوكالة ونفقاتها</p>	<p>- يعارض السلطة السلمية على جميع مستخدمي الوكالة.</p>	
	<p>- يعين وينهي المهام في وظائف الوكالة التي لم تتقرر طريقة أخرى للتعيين فيها.</p>	
	<p>- يبرم كل الصفقات والاتفاقيات والاتفاقيات المتصلة بمهام الوكالة.</p>	
	<p>- يعد مشروع النظام الداخلي للوكالة ويعرضه على مجلس التوجيه ليوافق عليه، طبقا للتنظيم المعمول به.</p>	
	<p>- يحضر أشغال مجلس التوجيه،</p>	

<p>23 ذو القعدة عام 1426 هـ 25 ديسمبر سنة 2005 م</p>	<p>الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية / العدد 83</p>	<p>24</p>
<p>- ممثل وزير الدفاع الوطني، - ممثل وزير الداخلية والجماعات المحلية، - ممثل وزير الطاقة والمناجم، - ممثل وزير السكن والعمران، - ممثل وزير التهيئة العمرانية والبيئة، - ممثل الوزير المكلف بالصناعة التقليدية، - ممثل الوزير المكلف بالوارد المالية.</p> <p>المادة 7 : ينشر هذا المرسوم في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.</p> <p>حرر بالجزائر في 20 ذي القعدة عام 1426 الموافق 22 ديسمبر سنة 2005.</p> <p>أحمد أويحيى</p>	<p>- إعداد رسم الخرائط والأطالس الاثرية الضرورية واللازمة لتخطيط وتحديد الأولويات في مجال تهيئة التراث الوطني وتثمينه، - تكوين رصيد وثائقي وبنك للمعطيات يرتبطان بهدف، - المساهمة في إعداد برامج تعليمية في مجال علم الآثار، - المساهمة في تعميم المعرفة في ميدان اختصاصه، - إقامة علاقات تبادل وتعاون مع الهيئات والمؤسسات الأجنبية ذات الصيغة نفسها.</p> <p>المادة 6 : طبقا لأحكام المادة 12 من المرسوم التنفيذي رقم 99-256 المؤرخ في 8 شعبان عام 1420 الموافق 16 نوفمبر سنة 1999، المعدل والمذكور أعلاه، يضم مجلس الإدارة بعنوان مؤسسات الدولة المعنية</p>	
<h2>قرارات، مقررات، آراء</h2>		
<p>يقررون ما يأتي :</p> <p>المادة الأولى : تطبقا لأحكام المادة 21 من المرسوم التنفيذي رقم 04-174 المؤرخ في 23 ربيع الثاني عام 1425 الموافق 12 يونيو سنة 2004 والمذكور أعلاه، يهدف هذا القرار إلى تحديد التنظيم الداخلي المتعلق بالوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (الجكس) .</p> <p>المادة 2 : طبقا لأحكام المادة 20 من المرسوم التنفيذي رقم 04-174 المؤرخ في 23 ربيع الثاني عام 1425 الموافق 12 يونيو سنة 2004 والمذكور أعلاه، تنظم الوكالة في سبع (7) مديريات كما يأتي :</p> <ul style="list-style-type: none"> - مديرية تحليل الأسواق، - مديرية تحليل المنتجات، - مديرية المصالح المختصة، - مديرية الاستراتيجيات والبرامج، - مديرية التكوين والتعاون والوثائق، - مديرية الإعلام والاتصال، - مديرية الإدارة والوسائل <p>المادة 3 : تكلف مديرية تحليل الأسواق بما يأتي :</p> <ul style="list-style-type: none"> - تحليل السبلات الاقتصادية والتجارية للإيدان المستهدفة من طرف هذه الاستراتيجية. 	<p style="text-align: center;">وزارة التجارة</p> <p>قرار وزاري مشترك مؤرخ في 23 جمادى الثانية عام 1426 الموافق 30 يوليو سنة 2005 ، يتضمن تنظيم الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (الجكس) .</p> <p>إن رئيس الحكومة، وزير المالية، وزير التجارة، وبمقتضى الأمر رقم 03 - 04 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 والمتعلق بالقواعد العامة المطبقة على عمليات استيراد البضائع وتصديرها، وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 04 - 136 المؤرخ في 29 صفر عام 1425 الموافق 19 أبريل سنة 2004 والمتضمن تعيين رئيس الحكومة ، وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 05 - 161 المؤرخ في 22 ربيع الأول عام 1426 الموافق أول مايو سنة 2005 والمتضمن تعيين أعضاء الحكومة، وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 04 - 174 المؤرخ في 23 ربيع الثاني عام 1425 الموافق 12 يونيو سنة 2004 والمتضمن إنشاء الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية وتنظيمها وسيرها.</p>	

25	الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية / العدد 83	23 ذو القعدة عام 1426 هـ 26 ديسمبر سنة 2008 م
<p>- تحديد والمخيار المنتجات القابلة وأن تكون موضوع سياسات ترقية منتجات التصدير.</p>	<p>- إنشاء منظومة معطيات متعلقة بالأسواق الخارجية لتيسر فيما يخص إرساء القرض الممكن أن تتاح للمنتجات الجزائرية.</p>	
<p>- تطوير استراتيجيات "منتج/أسواق والعمل على تقديم الاستشارة للمتعاملين حول القرض المتاحة لتدفع منتجاتهم في الأسواق الخارجية.</p>	<p>- إعلام ومساعدة المتعاملين حول كل جانب يتعلق بتطور الأسواق الخارجية.</p>	
<p>تنظم مديرية تحليل المنتجات في ثلاث (3) مديريات فرعية</p>	<p>تنظم مديرية تحليل الأسواق في ثلاث (3) مديريات فرعية</p>	
<p>1 - المديرية الفرعية لتحليل المنتجات الزراعية ؛</p>	<p>1 - المديرية الفرعية لتحليل أسواق إفريقيا والبلدان العربية .</p>	
<p>2 - المديرية الفرعية لتحليل المنتجات الحساسة.</p>	<p>2 - المديرية الفرعية لتحليل أسواق أوروبا وأمريكا الشمالية.</p>	
<p>3 - المديرية الفرعية لتحليل منتجات الصناعة التقليدية والسياحة و الخدمات.</p>	<p>3 - المديرية الفرعية لتحليل أسواق أمريكا اللاتينية وآسيا.</p>	
<p>1 - تكلف المديرية الفرعية لتحليل المنتجات الزراعية بعلائي:</p>	<p>تكلف المديريات الفرعية بعلائي:</p>	
<p>- تحديد القدرات للتصدير والمؤسسات الكفيلة بالمساهمة في ترقية الصادرات في مجال الإنتاج الزراعي والزراعي-الغذائي والصيد البحري وتربية المائيات، وضمان مراجعتها بصفة منتظمة.</p>	<p>- ملاحظة وتحليل أسواق بلدان المنطقة المستهدفة، جمع واستغلال المعلومات والمعطيات والوثائق المتعلقة بتنظيم الأسواق المستهدفة .</p>	
<p>- اقتراح أشكال دعم المنتجات الزراعية والزراعية-الغذائية والصيد البحري وتربية المائيات القليلة للتصدير.</p>	<p>- تطوير بنوك المعطيات الاقتصادية والتجارية والإحصائية والقوانين وغيرها المتعلقة بتركيبة هذه الأسواق</p>	
<p>- ترقية استراتيجيات "المنتج/الأسواق وتقديم الاستشارة للمتعاملين في مجال الإنتاج الزراعي والزراعي-الغذائي والصيد البحري وتربية المائيات حول القرض المتاحة لتوسع منتجاتهم المعنية</p>	<p>1 - تنظم المديرية الفرعية لتحليل أسواق إفريقيا والبلدان العربية في مصلحتين (2) : - مصلحة تحليل أسواق إفريقيا. - مصلحة تحليل أسواق المغرب العربي والبلدان العربية.</p>	
<p>تنظم المديرية الفرعية لتحليل المنتجات الزراعية في مصلحتين (2) :</p>	<p>2 - تنظم المديرية الفرعية لتحليل أسواق أوروبا وأمريكا الشمالية في مصلحتين (2) : - مصلحة تحليل أسواق أوروبا . - مصلحة تحليل أسواق أمريكا الشمالية</p>	
<p>- مصلحة تحليل المنتجات الزراعية . - مصلحة تحليل المنتجات الزراعية-الغذائية والصيد البحري.</p>	<p>3 - تنظم المديرية الفرعية لتحليل أسواق أمريكا اللاتينية وآسيا في مصلحتين (2) : - مصلحة تحليل أسواق أمريكا اللاتينية ، - مصلحة تحليل أسواق آسيا وأوقيانوسيا.</p>	
<p>2 - تكلف المديرية الفرعية لتحليل المنتجات الحساسة بعلائي:</p>	<p>المادة 4: تكلف مديرية تحليل المنتجات بعلائي</p>	
<p>- تحديد القدرات للتصدير والمؤسسات الكفيلة بالمساهمة في ترقية الصادرات في مجال الإنتاج الصناعي وسلع التجهيز، وضمان مراجعتها بصفة منتظمة.</p>	<p>- تحديد قدرات التصدير والمؤسسات القادرة على المساهمة في ترقية الصادرات وضمان ضبطها دروبا بصفة منتظمة.</p>	
<p>- اقتراح أشكال دعم المنتجات و الخدمات الصناعية القابلة للتصدير.</p>		
<p>- ترقية استراتيجيات "المنتج/الأسواق وتقديم الاستشارة للمتعاملين في مجال الصناعي حول القرض المتاحة لتوسع مدينتهم المعنية.</p>		

23 لور العدد عام 1426 هـ 25 ديسمبر سنة 2005 م	الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية / العدد 83	26
- اقتراح كل إجراء يهدف لتحسين شروط شحن المنتجات الجزائرية إلى نقاط التصدير.	تنظم المديرية الفرعية لتحليل المنتجات الصناعية في مصطلحين (2)	- مصلحة تحليل منتجات الاستهلاك الوسيط و سلع التجهيز.
- إعلام وتقديم الاستشارة والدعم للمتفاعلين حول اللوجيستيك المؤخر عند التصدير.	- مصلحة تحليل المنتجات المصنعة	3 - تكلف المديرية الفرعية لتحليل منتجات الصناعة التقليدية والسياحة والخدمات بما يأتي (2)
- السهر على تضييق شبكة الإخطار عن العوائق اللوجيستكية التي تعترض الصادرات واقتراح التدابير المستعجلة الملائمة لها في الأجل المناسبة.	- تحديد القدرات للتصدير والمؤسسات الكفيلة بالمساهمة في ترقية الصادرات في مجال منتجات السياحة والخدمات. ضمان مراجعتها بصفة منتظمة.	- اقتراح أشكال دعم منتجات السياحة والخدمات القابلة للتصدير.
تنظم المديرية الفرعية للوجيستك الصادرات في مصطلحين (2)	- ترقية استراتيجيات المنتج/الأسواق وتقديم الاستشارة للمتفاعلين في مجال السياحة والخدمات حول الفرص المتاحة لوضع منتجاتهم المعنية.	تنظم المديرية الفرعية لتحليل منتجات الصناعة التقليدية والسياحة والخدمات في مصطلحين (2):
- مصلحة تحليل التنظيم وتقييم التكاليف.	- مصلحة تحليل المنتجات السياحية والصناعة التقليدية.	- مصلحة تحليل الإنتاج الفكري، الخدمات، الأشغال العمومية والبناء.
- مصلحة تسيير شبكة الإخطار ومساعدة المؤسسات.	المادة 5: تكلف مديرية المصالح المختصة بما يأتي.	- اقتراح كل التدابير الهادفة لرفع تنافسية المنتجات الوطنية عن طريق تحسين شروط تقديم الدعم اللوجيستكي عند التصدير، فيما يخص الجوانب المتعلقة بالتأشيرة والتخليص.
2- تكلف المديرية الفرعية لسياسات التمويل والتأمين على الصادرات بما يأتي	- اقتراح كل إجراء يهدف إلى تحسين شروط التمويل والتأمين على الصادرات.	- اقتراح كل التدابير الهادفة لتحسين شروط تمويل وتأمين المنتجات المصدرة.
- تقييم أنظمة تمويل الصادرات وتأمينها.	تنظم المديرية الفرعية لسياسات التمويل والتأمين على الصادرات في مصطلحين (2)	- تضييق شبكة الإخطار عن العوائق اللوجيستكية التي تعترض الصادرات واقتراح التدابير المستعجلة الملائمة لها في الأجل المناسبة.
- اقتراح كل إجراء يهدف إلى تحسين شروط التمويل والتأمين على الصادرات.	- مصلحة سياسات تمويل الصادرات.	تنظم مديرية المصالح المختصة في ثلاث (3) مديريات فرعية:
تنظم المديرية الفرعية لسياسات التمويل والتأمين على الصادرات في مصطلحين (2)	- مصلحة سياسات التأمين على الصادرات.	1 - المديرية الفرعية للوجيستك الصادرات.
- مصلحة أنظمة تمويل الصادرات وتأمينها.	3 - تكلف المديرية الفرعية للجودة والتخليص والمواصفات بما يأتي	2 - المديرية الفرعية لسياسات التمويل والتأمين على الصادرات.
- اقتراح كل إجراء يهدف إلى تحسين شروط التمويل والتأمين على الصادرات.	- إنشاء منظومة معطيات متعلقة بالعايير والنماذج المعمول بها، ولها في مجال التصدير ووضعها تحت تصرف المؤسسات.	3 - المديرية الفرعية للجودة والتخليص والمواصفات.
تنظم المديرية الفرعية لسياسات التمويل والتأمين على الصادرات في مصطلحين (2)	- تقديم الاستشارة للمؤسسات الوطنية فيما يتعلق بالعايير والنماذج الخاصة بالجودة والتخليص.	1 - تكلف المديرية الفرعية للوجيستك الصادرات بما يأتي
- مصلحة سياسات تمويل الصادرات.	- اقتراح المبادرات الهادفة لترقية الجودة داخل المؤسسات.	- تقييم تأثير الدعم اللوجيستكي على تنافسية المنتجات المعدة للتصدير.
3 - تكلف المديرية الفرعية للجودة والتخليص والمواصفات بما يأتي	- تقديم الاستشارة للمؤسسات الوطنية فيما يتعلق بالعايير والنماذج الخاصة بالجودة والتخليص.	
- إنشاء منظومة معطيات متعلقة بالعايير والنماذج المعمول بها، ولها في مجال التصدير ووضعها تحت تصرف المؤسسات.	تنظم المديرية الفرعية للجودة والتخليص والمواصفات في مصطلحين (2)	
- تقديم الاستشارة للمؤسسات الوطنية فيما يتعلق بالعايير والنماذج الخاصة بالجودة والتخليص.	- مصلحة الجودة والتخليص.	
- اقتراح المبادرات الهادفة لترقية الجودة داخل المؤسسات.	- مصلحة ضبط المواصفات.	
تنظم المديرية الفرعية للجودة والتخليص والمواصفات في مصطلحين (2)	المادة 6: تكلف مديرية الاستراتيجيات والبرامج بما يأتي	
- مصلحة الجودة والتخليص.	- تحليل السياسات والاستراتيجيات المتعلقة بمجال التجارة الدولية ومراقبة تطوراتها.	
- مصلحة ضبط المواصفات.		

27	الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية / العدد 83	23 ذو القعدة عام 1426 هـ 26 ديسمبر سنة 2005 م
- تخصيص نظام يتكفل بملاحظة ومتابعة الأرواح الطرفية في الأسواق الخارجية المتعلقة بالسلع والخدمات الرئيسية المتداولة وضمان نشرها.	- المبادرة بكل دراسة حول التجارة الخارجية بهدف تمكين تلافيسية منتجات التصدير.	
تنظم المديرية الفرعية لتحليل الواردات في مصلحتين (2)	- تحليل الواردات على المستوى الكلي في شكل مجموعات دول وفروع شركات ومنشآت واقتراح كل التدابير الهادفة إلى ترشيدها.	
- مصلحة تحليل الواردات.	- المساهمة في تنمية القدرات والخبرات الوطنية في مجال التحصينات التجارية ووضع الأدوات الكفيلة بكافة الممارسات الضارة للمنافسة في مجال الواردات.	
- مصلحة تحليل ومتابعة الأرواح الطرفية للأسواق الخارجية	- تحضير الملفات التي تطرح على المجلس الوطني الاستشاري لترقية الصادرات، ومتابعة تنفيذها.	
3 - تكلف المديرية الفرعية للتحصينات التجارية بما يأتي :	تنظم مديرية الاستراتيجيات والبرامج في خمس (5) مديريات فرعية.	
- المساهمة في تنمية قدرات الخبرة الوطنية في ميدان التحصينات التجارية.	1 - المديرية الفرعية لاستراتيجيات ترقية الصادرات.	
- المساهمة في مكافحة الممارسات غير النزيهة في مجال التجارة الخارجية.	2 - المديرية الفرعية لتحليل الواردات.	
- مساعدة المتعاملين في ميدان التحصينات التجارية.	3 - المديرية الفرعية للتحصينات التجارية.	
تنظم المديرية الفرعية للتحصينات التجارية في مصلحتين (2)	4 - المديرية الفرعية للدراسات الاستكشافية والتربط الاقتصادي.	
- مصلحة التقييم والخبرة .	5 - المديرية الفرعية للتخليص ومتابعة البرامج .	
- مصلحة الإعلام والمساعدة .	1 - تكلف المديرية الفرعية لاستراتيجيات ترقية الصادرات بما يأتي	
4 - تكلف المديرية الفرعية للدراسات الاستكشافية و المواكبة الاقتصادية بما يأتي	- ترقية إطار تشاور واستماع للمصدرين وذلك لتقييم ومتابعة الصعوبات المعترضة.	
- تخصيص نظام ترقيب اقتصادي تجاري وتكنولوجي يتكفل باستحداث المصدرين وكذا تطور الأسواق.	- تحليل قدرات التصدير وتحديد المنتجات التي من شأنها أن تكون موضوع استراتيجيات السوق/المنتجات و المنتوج/الأسواق .	
- المبادرة بكل الدراسات الاستكشافية التي تتعلق بمجال التجارة الدولية.	- اقتراح برنامج سنوي للمشاركة في الأسواق والمعارض بالخارج، وضمان متابعة تنفيذه وإعداد تقرير وحصلية عن هذه التظاهرات.	
تنظم المديرية الفرعية للدراسات الاستكشافية والمواكبة الاقتصادية في مصلحتين (2):	تنظم المديرية الفرعية لاستراتيجيات ترقية الصادرات في مصلحتين (2)	
- مصلحة الدراسات الاستكشافية.	- مصلحة متابعة استراتيجيات التصدير.	
- مصلحة المواكبة الاقتصادية.	- مصلحة استكشاف الأسواق الخارجية وبرمجة التظاهرات التجارية في الخارج.	
5 - تكلف المديرية الفرعية للتخليص ومتابعة البرامج بما يأتي :	2 - تكلف المديرية الفرعية لتحليل الواردات بما يأتي	
- إعداد مذكرات وتقارير حول الأوضاع الطرفية تتعلق بتطور التجارة الدولية.	- الشروع في تحليل الواردات وتقديم كل اقتراح يهدف إلى ترشيدها.	
- إعداد الحصائل الدورية المتعلقة بتطور التجارة الخارجية الوطنية .		
- ضمان متابعة برامج ترقية الصادرات الوطنية،		
- تحضير الملفات التي تطرح على المجلس الوطني الاستشاري لترقية الصادرات، ومتابعة تنفيذها.		

الملحق (10)

29	الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية / العدد 83	23 ذو القعدة عام 1426 هـ 28 ديسمبر سنة 2005 م
<p>- التكفل بنشاطات الاتصال المتعلقة بالإعلام في الوكالة.</p>	<p>- ترقية مشاريع التعاون الثنائي و المتعدد الأطراف في مجالتي الإعلام والاتصال مع الهيئات الوطنية والخارجية المعاملة.</p>	
<p>- تصميم وشرقية عمليات الاتصال الموجهة للمتعاملين في مجال التجارة الخارجية وتقديم ثابريها.</p>	<p>- تنظيم وتنشيط اتصال فعال ومنسظم اتجاه المتعاملين وتقديم ثابريه.</p>	
<p>- ضمان تسيير مركز استقبال وإعلام المتعاملين والسهر على حسن سيره.</p>	<p>- معالجة المعلومات المتعلقة بالتجارة الخارجية وضمان نشرها.</p>	
<p>- تنظيم المديرية الفرعية للاتصال والعلاقات العامة في مصلحتين(2)</p>	<p>- إنشاء مركز استقبال وإعلام المتعاملين والسهر على حسن سيره.</p>	
<p>- مصلحة الاتصال.</p>	<p>- تنظيم مديرية الإعلام والاتصال في ثلاث (3) مديريات فرعية:</p>	
<p>- مصلحة استقبال وإعلام المتعاملين</p>	<p>1 - المديرية الفرعية للإعلام .</p>	
<p>المادة 9 : تكلف مديرية الإدارة و الوسائل بما يأتي:</p>	<p>2 - المديرية الفرعية للإعلام الآلي ،</p>	
<p>- المشاركة في تقييم حاجات الوكالة من الموارد البشرية.</p>	<p>3 - المديرية الفرعية للاتصال والعلاقات العامة.</p>	
<p>- ضمان توظيف المستخدمين .</p>	<p>1 - تكلف المديرية الفرعية للإعلام بما يأتي</p>	
<p>- تسيير المسار المهني للمستخدمين.</p>	<p>- تطوير النظام الإعلامي للوكالة وتشكيل وتسيير قاعدة المعطيات فيما يخص التجارة الخارجية.</p>	
<p>- تنظيم ومناخبة سير المسابقات والامتحانات وتصميم مستوى مستخدمي الوكالة.</p>	<p>- المبادرة بكل دراسة تهدف إلى تحسين الإعلام في التجارة الخارجية.</p>	
<p>- إعداد ميزانيات التسيير والتجهيز وتنفيذها.</p>	<p>- تنظيم المديرية الفرعية للإعلام في مصلحتين (2)</p>	
<p>- معالجة كل عمليات الميزانية المالية والحلقة المتعلقة بسير الوكالة وتنفيذها.</p>	<p>- مصلحة قواعد المعطيات.</p>	
<p>- تقييم الحاجات وتسيير الموارد المالية والتجهيزات.</p>	<p>- مصلحة تنظيم مسار الإعلام .</p>	
<p>- تسيير الاملاك العقارية والمنقولة وحمايتها وأمنها.</p>	<p>2 - تكلف المديرية الفرعية للإعلام الآلي بما يأتي:</p>	
<p>- السهر على التنظيم المالي للمنشآت والتقلبات المهنية.</p>	<p>- تطوير وتسيير الشبكة المعلوماتية الخاصة بالوكالة.</p>	
<p>- معالجة المنازعات الإدارية والمضامنة.</p>	<p>- تحديد الحاجات والشروع في اقتناء الوثائق التقنية الخاصة وضمان تسيير الخطيرة المعلوماتية للوكالة.</p>	
<p>- تنظيم مديرية الإدارة و الوسائل في ثلاث(3) مديريات فرعية:</p>	<p>- تحسين وتطوير وإنجاز برامج المعالجة والاستغلال التي تحتاجها مصالح الوكالة.</p>	
<p>1 - المديرية الفرعية للمستخدمين.</p>	<p>- تنظيم المديرية الفرعية للإعلام الآلي في مصلحتين(2)</p>	
<p>2 - المديرية الفرعية للمالية.</p>	<p>- مصلحة تطوير الإعلام الآلي.</p>	
<p>3 - المديرية الفرعية للوسائل العامة.</p>	<p>- مصلحة عبالة شبكة الإعلام الآلي .</p>	
<p>1 - تكلف المديرية الفرعية للمستخدمين بما يأتي</p>	<p>3 - تكلف المديرية الفرعية للاتصال والعلاقات العامة بما يأتي</p>	
<p>- إعداد الخطط السنوي لتسيير الموارد البشرية وإدخال التقنيات الجديدة لتسيير وإدراج الإعلام الآلي في تسيير الموارد البشرية.</p>	<p>- تشجيع تطوير إنتاج ونشر الإعلام الخاص بمجال التجارة الخارجية.</p>	

الملحق (11)

23 العدد 83 23 ديسمبر سنة 2005 م 23 العدد 83 23 ديسمبر سنة 2005 م	الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية / العدد 83	28
<p>- اقتراح نشاطات التكوين إنجازها بتتسيق مع المؤسسات والهيئات الوطنية والاجنبية المختصة.</p>	<p>تنظم المديرية الفرعية للتخطيط ومصلحة البرامج في مصلحتين (2) - مصلحة متابعة البرامج، - مصلحة التخطيط.</p>	
<p>- اقتراح نشاطات التكوين الداخلي موجهة لتحسين نوعية تأطير الوكالة، وضمن متابعة لها.</p>	<p>المادة 7 - تكلف مديرية التكوين والتعاون والوثائق بما يأتي:</p>	
<p>تنظم المديرية الفرعية للتكوين في مصلحتين - مصلحة التكوين و تحسين المستوى.</p>	<p>- تحديد الحاجيات من التكوين و دراسة طرق ووسائل تغطية نشاطات التكوين و ترقبقتها و ضمان متابعتها.</p>	
<p>- مصلحة برامج التكوين في تقنيات التجارة الخارجية من التكوين.</p>	<p>- تحضير كل الوثائق الضرورية للقاءات الأعمال الثنائية.</p>	
<p>3 - تكلف المديرية الفرعية للوثائق والبحث الوثائقي بما يأتي:</p>	<p>- ربط و تطوير علاقات متميزة مع الهيئات الخارجية المعاللة.</p>	
<p>- تحديد الرصيد الوثائقي للوكالة و ضمان تسييره و جمعه و وضعه تحت تصرف المستعملين.</p>	<p>- تحديد الوثائق الضرورية للوكالة و المؤسسات و الهيئات المعنية في مجال التجارة الخارجية و الحصول عليها و معالجتها.</p>	
<p>- المشاركة في تطوير التبادلات الوثائقية مع الهيئات المعاللة الوطنية و الدولية.</p>	<p>- ضمان ترجمة الوثائق الضرورية لنشاط الوكالة.</p>	
<p>- التكفل بكل طلب بحث وثائقي متعلق بنشاطات التجارة الخارجية.</p>	<p>تنظم مديرية التكوين و التعاون و الوثائق في أربع (4) مديريات فرعية:</p>	
<p>تنظم المديرية الفرعية للوثائق والبحث الوثائقي في مصلحتين (2)</p>	<p>1 - المديرية الفرعية للتعاون.</p>	
<p>- مصلحة الوثائق.</p>	<p>2 - المديرية الفرعية للتكوين.</p>	
<p>- مصلحة الاستكشاف و البحث الوثائقيين.</p>	<p>3 - المديرية الفرعية للوثائق و البحث الوثائقي.</p>	
<p>4 - تكلف المديرية الفرعية لترجمة المنشورات بما يأتي:</p>	<p>4 - المديرية الفرعية لترجمة و المنشورات.</p>	
<p>- طبع التقارير، الجلات، المصنفات، السجلات و المجلدات الخاصة بالتجارة الخارجية و ضمان نشرها.</p>	<p>1 - تكلف المديرية الفرعية للتعاون بما يأتي:</p>	
<p>- نشر كل الأشغال و الأعمال المتعلقة بالندوات و التجمعات العلمية الناتجة عن نشاطات الوكالة.</p>	<p>- ترقية علاقات التعاون مع المؤسسات الدولية المتخصصة و الهيئات الخارجية المعاللة.</p>	
<p>- ضمان ترجمة كل الوثائق الضرورية لسير الوكالة.</p>	<p>- ترقية علاقات التعاون و الشراكة مع المؤسسات و الهيئات الوطنية المتخصصة المعاللة في ميدان التجارة الخارجية.</p>	
<p>تنظم المديرية الفرعية لترجمة و المنشورات في مصلحتين (2)</p>	<p>تنظم المديرية الفرعية للتعاون في مصلحتين (2):</p>	
<p>- مصلحة الترجمة.</p>	<p>- مصلحة التعاون الدولي.</p>	
<p>- مصلحة المنشورات.</p>	<p>- مصلحة التعاون و الشراكة مع المؤسسات الوطنية.</p>	
<p>المادة 8 : تكلف مديرية الإعلام و الاتصال بما يأتي:</p>	<p>2 - تكلف المديرية الفرعية للتكوين بما يأتي:</p>	
<p>- المبادرة بنظام إعلامي يتعلق بالتجارة الخارجية و اقتراحه و المشاركة في وضعه و تحديد الأهداف و التنظيم الخاص به.</p>	<p>- تحديد حاجيات من التكوين، المستعملين الاقتصاديين و الهيئات و المؤسسات المعنية بالنشاطات المرتبطة بالتجارة الخارجية.</p>	
<p>- تحديد القواعد و الإجراءات المنظمة للشبكة الوطنية للإعلام التي تتعلق بالتجارة الخارجية و إعدادها و اقتراحها.</p>		

الملحق (12)

23 ذو الحجة عام 1426 هـ 25 ديسمبر سنة 2005 م	الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية / العدد 83	30
<p>- ضمان عمليات الحسابات وتصحيح المعاملات ومكسك جرد المعاملات العقارية والمقولة للوكالة.</p> <p>- ضمان التمثيل المادي للمحاضرات والملتقيات والتكفل بإقامة الوفود.</p> <p>- ضمان تنفيذ مخطط الحراسة والأمن والسهر على نظافة المقر.</p> <p>تنظم المديرية الفرعية للوسائل العامة في مصلحتين (2)</p> <p>- مصلحة التموين والعمدات العامة.</p> <p>- مصلحة تسيير المعاملات.</p>	<p>- المساعدة في تعميم النصوص التشريعية والتنظيمية المتعلقة بتسيير المستخدمين والمهر عالى تخيير التنظيم ومقاييس التسيير.</p> <p>- ضمان وضع الهيئات الاستشارية فيما يتعلق بتسيير الموظفين وضمان تنفيذ القرارات المتخذة.</p> <p>- مكسك كل الوثائق المتعلقة بالسلمار المهني للمستخدمين بصفة منتظمة.</p> <p>- مراقبة مدى المطابقة القانونية لأعمال النشاطات الاجتماعية لمستخدمي الوكالة والمساعدة في ترقية النشاطات الاجتماعية والثقافية والرياضية.</p> <p>- المساعدة في التنظيم الدوري للاحتفالات المهنية والسباقات والفحوص المهنية وتنفيذ القرارات المتعلقة بها.</p> <p>- معالجة منازعات المستخدمين التابعين للوكالة طبقا للتنظيم المعمول به.</p> <p>تنظم المديرية الفرعية للمستخدمين في مصلحتين (2)</p> <p>- مصلحة تسيير المستخدمين.</p> <p>- مصلحة المسابقات والاحتفالات المهنية.</p> <p>2- تكلف المديرية الفرعية للمالية بما يأتي</p> <p>- إعداد ميزانيتها التسيير والتجهيز ومتابعة تنفيذها.</p> <p>- صرف النفقات المتعلقة بميزانية التجهيز.</p> <p>- مكسك المصلحة المتعلقة بالالتزام بالنفقات الخاصة بمصاريف التسيير والتجهيز.</p> <p>- ضمان متابعة مصلحة التسيير والمصاريف ومتابعتها.</p> <p>- تسيير الغلافات المالية الاستثنائية الموهومة تحت تصرف الوكالة طبقا للتنظيم المعمول به.</p> <p>تنظم المديرية الفرعية للمالية في مصلحتين (2)</p> <p>- مصلحة الحسبة والأمر بالصرف.</p> <p>- مصلحة ميزانية التجهيز.</p> <p>3- تكلف المديرية الفرعية للوسائل العامة بما يأتي</p> <p>- تحديد الحاجات السنوية من الوسائل العامة الضرورية لتسيير الحسن لمصالح الوكالة بالتنسيق مع مجموع المصالح وتقييمها والقيام بعمليات التموين واقتناء الوسائل والتجهيزات واللوازم.</p>	
<p>المادة 10 : ينشئ هذا القرار في الصيغة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.</p>		
<p>حرر بالجزائر في 23 جمادى الثانية عام 1426 الموافق 30 يوليو سنة 2005</p>	<p>وزير المالية مراد مدلسي</p>	<p>وزير التجارة الهلمسي جعوب</p>
<p>عن رئيس الحكومة و بتفويض منه المدير العام للتوظيفة العمومية جمال خرشي</p>		
<p>وزارة الفلاحة والتنمية الريفية</p>		
<p>قرار مؤرخ في 8 جمادى الثانية عام 1426 الموافق 14 يوليو سنة 2005، يعدل ويتعمم القرار المؤرخ في 28 رمضان عام 1424 الموافق 30 نوفمبر سنة 2003 الذي يحدد كيفيات منح التفويض الصحي للأطباء الميلاطرة الممارسين بصفة خواس لإنجاز البرامج الوقائية والقضاء على الأمراض الحيوانية التي تأسر بها السلطة البيطرية الوطنية.</p>		
<p>إن وزير الفلاحة والتنمية الريفية، - بمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 05-161 المؤرخ في 22 ربيع الأول عام 1426 الموافق أول مايو سنة 2005، والنظمن تعيين أعضاء الحكومة.</p>		



Scanned avec CamScanner

<p>Dar El Moussader Visio-Export</p>		<p>دار المصدر نواغيد التصدير بتقنية التواصل المرئي</p>
<p>Lundi et Mercredi</p>	<p>10h00 - 12h00</p>	<p>الإثنين والأربعاء</p>
	<p>Online RDV مواعيد عبر الإنترنت</p> 	

Scanned avec CamScanner