المزايا النسبية للصادرات خارج المحروقات بين إمكانيات التخصص وفرص تنويع الاقتصاد الجزائري– دراسة تطبيقية للفترة 2001–2014

هواري أحلام
طالبة دكتوراه
جامعة مستغانم – الجزائر

د.سدي علي
أستاذ محاضر –أ–
جامعة تيارت– الجزائر

الملخص:

تهدف هذه الورقة إلى تحليل تنافسية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات، وذلك بتطبيق بعض مؤشرات التنافسية كالميزة النسبية الظاهرة، ومؤشري التنوع، التركز وتحليل نتائج مؤشر التخصص. للقيام بذلك تم جمع وتحليل إحصائيات الصادرات خارج المحروقات للسنوات 2001-2014 . وقد أوضحت النتائج أن بعض المنتجات المصدرة تملك مزايا نسبية لكنها لا تمثل سوى نسب ضئيلة من قيمة الصادرات، وبعضها الآخر يملك مزايا محتملة يمكن التخصص فيها كالمنتجات الغذائية و الصناعية لتنويع تشكيلة الصادرات.

الكلمات المفتاحية: الصادرات خارج المحروقات، الميزة النسبية الظاهرة، التركز، التنوع و التخصص.

Abstract:

The aim of this study is to analyze the competitiveness of the Algerian non-oil exports. To achieve that we have used some indexes as the revealed comparative advantage (RCA), concentration, diversification and specialization indexes. We have based our research on collecting and analysing data about Algerian exports extracted from COMTRAD data base between 2001 and 2014. The findings of this paper show that Algeria has some products with comparative advantages, but they represent only a small percentage of the value of exports, and there are also some potential advantages as food and some industrial products.

Keywords: Non-Oil Exports, Revealed Comparative Advantage (RCA), Concentration Index, Diversification Index, Specialization Index.

مقدمة

إن أهم المشكلات التي تعيق نمو وتطور الاقتصاديات العربية هي تركيبتها الريعية خصوصا الدول النفطية التي تعتمد على النفط بشكل أساسي في بناء اقتصادها ومصادر دخلها بنسبة تجاوزت 90% وهو ما جعل هذه البلدان عرضة للأزمات الاقتصادية وتراجع ايراداتها وبالتالي غياب التنمية.

وعليه يجب تنويع الاقتصاد لمواجهة الازمات والصدمات الخارجية التي تؤثر سلبا على الموازنات والإحتياطات النقدية لهذه الدول.في كثير من الاحيان يعتقد بأن التنويع الاقتصادي هو تنويع فقط لقطاع التصدير بل يمكن ان يكون بإحلال الواردات لتنويع هياكل الانتاج، لكننا في هذه الورقة البحثية سنركز على تنويع الصادرات. حيث تعتبر الصادرات المحور الرئيسي للتنافسية الدولية و المسرح الذي يترجم فيه أثر البيئة التنافسية على الاقتصاد، وتعتبر مؤشرات تنافسية الصادرات التي تتمثل في التنويع و التركز والتخصص أهم السمات التي تعكس هذه التنافسية في الأسواق الدولية.

إن التحدي الأساسي الذي يواجه الدول النامية عموما و الجزائر خصوصا اليوم هو تنويع اقتصادها بجعله قادراً على المنافسة، واستنادا للدور الهام الذي تلعبه التجارة الخارجية في اقتصاد أي دولة خاصة مع استحالة العيش في عزلة اقتصادية كاملة عن العالم الخارجي وتطور التبادل التجاري نظرا لاختلاف المزايا النسبية بين الدول وازدياد حده المنافسة في مختلف المجالات، وجب على الجزائر تقوية وتحسين تنافسية صادراتها السلعية خاصة وأن معظم صادراتها تتمثل في السلع الأولية "المحروقات" .

اعتمادا على ما سبق تبرز معالم الاشكالية المراد معالجتها في ورقتنا كما يلي:

مـــا هي المزايـــا النسبيـــة التي تمتلكهـــا الجزائر و فيمـــا يمكنهـــا التخصص لتنـــويـــع صـــادراتهـــا خـــارج المحروقـــات؟

و هو ما يجعلنا نطرح بعض الاسئلة الفرعية الأخرى كالآتي:

- ما هو التنويع الاقتصادي؟ ما هي أنواعه، أهدافه ومحدداته؟
- ما هي المنتجات والقطاعات التي تمتلك فيها الجزائر مزايا نسبية؟
- هل تتخصص الجزائر فيما تمتلك فيه ميزة نسبية؟ هل تتنوع أم تتركز صادراتها؟
- ما هي الأسواق التقليدية للجزائر فيما يتعلق بمزاياها النسبية؟ وهل حصصها في تقدم أو في تراجع؟

منهجية وحدود الدراسة

إن معالجة هذه الاشكالية يتطلب الجمع بين المنهج الوصفي لوصف مؤشرات التنافسية و المنهج الاحصائي القياسي لتطبيق مؤشرات التنافسية على المنتجات المصدرة خارج المحروقات، و كذا الاستعانة بجداول وأشكال بيانية لعرض النتائج المحصل عليها. تمثلت مصادر البيانات في الاحصائيات الخاصة بالتجارة الخارجية للجزائر والمأخوذة من موقع الجمارك الجزائرية و قاعدة البيانات المشتركة بين المنظمة العالمية للتجارة ومؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية على الموقع الإلكتروني www.intracen.org .

تمثلت عينة الدراسة في الصادرات خارج المحروقات والتي يكون ميزانها التجاري موجب تماما بمعنى أن صادراتها أكبر من وارداتها. كما تمثل الاطار الزمني في المدة ما بين 2001 -2014.

I. التنويع الاقتصادي: مفهومه،أنواعه، أهدافه ومحدداته:

اعتبر التنويع الاقتصادي منذ سنوات 1930 قضية مهمة للسياسات الإقليمية والسياسات التجارية والصناعية الوطنية: بل يعتبر موضوعا مركزيا في مناقشات السياسات التنموية. حيث تشير العديد من المساهمات الاقتصادية الى ايجابيات وفوائد التنويع.

I. 1– مفهوم التنويع الاقتصادي:

يقصد بالتنويع الاقتصادي الرغبة في تحقيق عدد أكبر لمصادر الدخل والتي من شأنها أن تعزز قدرات الدولة ضمن اطار التنافسية العالمية، وذلك عبر محاولات رفع القدرات الانتاجية في قطاعات متنوعة.وهو يقوم على الحاجة إلى الارتقاء بواقع عدد من القطاعات تدريجيا لتكون بدائل يمكنها أن تحل محل المورد الوحيد. (أمين لزعر، 2014)

ومن هنا فإن التنويع ينطبق خاصة على الدول التي تعتمد على مصدر وحيد غير مستديم. بمعنى أن التنويع الاقتصادي هو العملية التي تشير الى اعتماد مجموعة متزايدة من القطاعات تتشارك في تكوين الناتج.

التنويع بشكل عام هو تقليل الاعتماد على المورد الوحيد والانتقال الى مرحلة تمتين القاعدة الصناعية و الزراعية و خلق قاعدة انتاجية وهو ما يعني بناء اقتصاد وطني سليم يتجه نحو الاكتفاء الذاتي في أكثر من قطاع.

ومن ناحية ثانية ينظر إلى التنويع الاقتصادي بأنه " العملية التي تشير إلى اعتماد مجموعة متزايدة تتشارك في تكوين الناتج" و التنويع يمكن ان يشار فيه الى تنويع مصادر الناتج المحلي الإجمالي، او تنويع مصادر الايرادات في الموازنة العامة، أو تنويع الأسواق كالأسواق الداخلية أو أسواق الصادرات. (عاطف لافي مرزوك، 2014)

أما بالنسبة للبلدان التي تعتمد في الغالب على قطاع النفط، فالتنويع الاقتصادي بالنسبة لها يعني الحد من الاعتماد الشديد على صادرات و مداخيل قطاع المحروقات، وتطور اقتصاد غير نفطي واستحداث صادرات غير نفطية ومصادر غير نفطية للإيرادات، كما يعني مصطلح التنويع بالنسبة لهذه البلدان التي تتميز بهيمنة القطاع العام على النشاط الاقتصادي ضرورة تطوير القطاع الخاص فيها وإعطائه دورا رياديا.

و بالنسبة للبلدان الغنية بالموارد الطبيعية فإن الحجة الاساسية للتنويع الاقتصادي هي الرغبة في تفادي نقمة الموارد الطبيعية وخاصة المرض الهولندي، بالإضافة الى تجنب التأثيرات السلبية لتقلبات أسعار هذه الموارد على اقتصادياتها، وقد ثبت أن التنويع الاقتصادي يمكن ان يجعل البلد أقل عرضة للمخاطر المرتبطة بنقمة الموارد الطبيعية. (شكوري، 2011-2012)

I. 2– أنماط التنويع الاقتصادي:

يمكن تصنيف التنويع الاقتصادي الى صنفين: التنويع المترابط وغير المترابط. (Joon Tae، 2007)

I. **2–1– التنويع المترابط:** هو ان تقوم المؤسسة بممارسة أعمال جديدة تضاف الى مجال عملها الحالي، بشرط أن ترتبط هذه المجالات ارتباطا استراتيجيا بالمجال الحالي الذي تعمل فيه، بإضافة عدد من العمليات الحالية للمؤسسة والتي تؤدي الى زيادة فعالية نشاط الانتاج من خلال ضم وحدات الانتاج وبالتالي تخفيض النفقات. كما يتم التنويع المترابط عن طريق التكامل الرأسي أو الأفقي

- **التكامل الرأسي** (العمودي) يقلل عدم اليقين بشأن التكاليف والكميات من المواد (المنبع) والشروط التجارية والتكاليف وحجم المنتجات النهائية من خلال خلق الأسواق (تملك منافذ التوزيع) وهو ما يسمى التكامل الرأسي

الأمامي، أو السيطرة على مدخلات العملية الانتاجية وهو التكامل الرأسي الخلفي و يؤدي الى خفض تكاليف المعاملات.

- **التكامل الأفقي** أو التنويع الأفقي له تأثير تعزيز قوة السوق من خلال دمج المؤسسات في نفس القطاع والقضاء على المنافسة فيما بينها.أي نمو المؤسسة أفقيا بعد شراء وحدة انتاجية تقوم بتصنيع منتجات مشابهة مع منتجات المؤسسة وبذلك توسع من نطاق عملها و تزيد من مبيعاتها و تغطي أسواق جغرافية جديدة.

I. **2–2–التنويع غير المترابط:** يغطي تكامل الشركات من مختلف الصناعات من دون علاقة عمودية أو أفقية، لانتهاز الفرص الاستثمارية الهامة، لتحقيق التوازن بين الأنشطة المتعددة.

I. 3– أهداف التنويع الاقتصادي:

تتمثل أهداف التنويع الاقتصادي في ما يلي

- **تنمية و تطوير القطاعات الاقتصادية المختلفة:** اتسمت العديد من البلدان بأن اقتصادياتها أحادية الجانب أي تعتمد على مورد اقتصادي واحد، فكان لابد من إحداث تغيرات هيكلية تعمل على تحقيق التنمية الاقتصادية لضمان مساهمة أوسع من أجل تنويع الهيكل الانتاجي من خلال تنمية وتطوير قطاعات اقتصادية مختلفة متنوعة كمصدر للدخل وللنقد الأجنبي ولعائدات الميزانية العامة، ورفع قيمتها المضافة في الناتج المحلي الإجمالي وتشجيع الاستثمار فيها.
- **زيادة الناتج المحلي وتحفيز الاستثمار:** ان تبني سياسة التنويع يساهم بشكل كبير في زيادة الدخل الوطني لاقتصاد الدولة، على سبيل المثال تجربة البحرين في تبني سياسة تنويع مصادر الدخل وحسب تقرير الاداء الاقتصادي 2003 لوحظت زيادة نمو الاقتصاد بنسبة 6.8% حيث كانت مساهمة القطاعات غير النفطية في نمو الناتج المحلي الاجمالي كبيرة، كما أوضح نفس التقرير أن المؤسسات المالية و المصرفية في البحرين حققت أرباحا مالية كبيرة خلال عام 2003،كما شهدت الأنشطة الحديثة نسبيا ضمن استراتيجية التنويع نجاحا ملحوظا في الخمس سنوات الموالية والتي استطاعت جذب الاستثمارات الأجنبية الى البحرين خلال العام 2014.
- **حماية الاقتصاديات من الصدمات الخارجية:** تعمل سياسة التنويع الاقتصادي على توفير الحماية الاقتصادية من الصدمات الخارجية التي تصيب الاقتصاديات في أغلب البلدان ولاسيما التي تعتمد على مورد اقتصادي واحد، لأن الاعتماد على مورد اقتصادي واحد لن يؤدي الى تحقيق تنمية مستدامة بل سيخلق ظروف اقتصادية واجتماعية غير مستقرة لان الاقتصاد سيصبح سريع التأثر بالتقلبات الخارجية، فمثلا الدول المصدرة للنفط تعتمد في ايراداتها على مورد اقتصادي واحد هو النفط وكما هو معروف أن النفط هو سلعة عالمية يحدد سعرها عالميا وفق آلية العرض والطلب وأغلب الأحيان يكون تحديد سعر هذه السلعة خارج ارادة البلدان المصدرة له بسبب وجود الكثير من العوامل الاقتصادية وغير الاقتصادية التي تقرر أسعار النفط الخام والجزء الأعظم منه يرتبط بطبيعة وآلية السوق لذلك فان أسعار هذه السلعة تتميز بالتقلب وعدم الاستقرار وبذلك يمكن القول أن الصعوبات التي تواجه الدول التي تنتج وتصدر النفط في ادارة اقتصادياتها ليس فقط لأن أسعار النفط شديدة التقلب ويصعب التنبؤ بها بل أيضا يتعين على تلك البلدان أن تخطط للوقت الذي سينفذ فيه ذلك المورد أو يتم الاستغناء عنه بخلق منتجات بديلة.إذ يجب على هذه البلدان أن تحقق أصول مالية متراكمة أثناء مدة انتاج هذا المورد لمواصلة حياتها الاقتصادية بعد النضوب. (حالوب كاظم معلة، 2015)

- تحقيق الاكتفاء الذاتي من السلع والخدمات، وزيادة الصادرات، والتقليل من الاعتماد على الخارج في استيراد السلع الاستهلاكية، وتوفير فرص الشغل وبالتالي تحسين مستوى معيشة الأفراد.
- تمكين القطاع الخاص من لعب دور مهم وأكبر في العملية الاقتصادية وتقليص دور الدولة والسلطات العمومية. (أمين لزعر، 2014)

من جهة أخرى، يمكن التمييز بين أهداف التنويع الاقتصادي حسب الأفق الزمني. فعلى المدى القصير، قد يكون الهدف هو التوسع وتعزيز عائدات القطاع الرئيسي (البترول مثلا)، وبالتالي زيادة نصيب هذا القطاع في كل من الناتج المحلي الاجمالي و العائدات التصديرية. أما على المدى الطويل، فالهدف المنشود هو استخدام العوائد المكتسبة عن القطاع الرئيسي في إحداث تنمية اقتصادية مرتكزة على التنويع والتوجه نحو الاستثمار في قطاعات أخرى. أي أن القطاع الرئيسي، كالنفط، قد يتم الاعتماد عليه ليصبح وسيلة لإحداث التنوع الاقتصادي.

I. 4– محددات التنويع الاقتصادي:

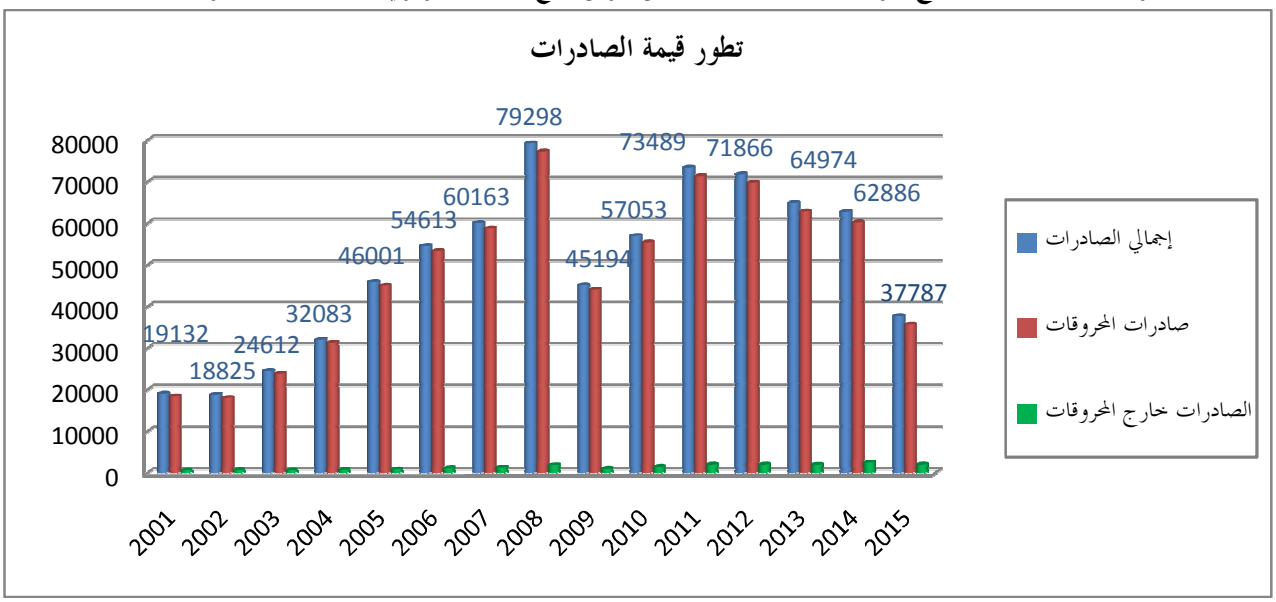
- العوامل المادية: الاستثمار ورأس المال البشري.
- السياسات العمومية: السياسات المالية و التجارية و الصناعية (من خلال تأثيرها على تعزيز القاعدة الصناعية).
- متغيرات الاقتصاد الكلي: سعر الصرف و التضخم والتوازنات الخارجية.
- المتغيرات المؤسسية: الحوكمة، والبيئة الاستثمارية والوضع الامني.
- الوصول إلى الأسواق: درجة الانفتاح على التجارة في السلع والخدمات ورأس المال (القضاء على الحواجز الجمركية وغير الجمركية)، والحصول على التمويل.(Rapport économique sur L'Afrique , 2006)

وهكذا، فإن غياب قطاع خاص حيوي وقوة عاملة ماهرة ومتطورة وبيئة مؤسسية وقانونية مشجعة وكذلك عدم الاستقرار في الاقتصاد الكلي، كارتفاع معدلات التضخم، لا يساعد على انشاء وتطوير صناعات جديدة أو خلق مناخ ملائم لعملية تنويع الأعمال. كما أن نجاح التنويع الاقتصادي يتطلب توافر الخدمات المساندة و الأساسية مثل التعليم والتدريب و الخدمات الصحية بما يساهم في رفع معدات الانتاج والإنتاجية. كما يتطلب أيضا توفر بنية تحتية متطورة من خدمات المواصلات والاتصالات و المنافع العامة و غيرها.

II. تشكيلة الصادرات خارج المحروقات و الأسواق المستوردة

II.–1 تطور قيمة الصادرات خارج المحروقات: لمعرفة تطور قيمة الصادرات خارج المحروقات يجب التطرق لقيمة هذه الاخيرة مع تطور إجمالي الصادرات خلال السنوات 2001–2015. و التي يوضحها الشكل التالي:

الشكل(01): تطور الصادرات خلال السنوات 2001–2015 (القيمة مليون دولار امريكي)



المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الجمارك الجزائرية. على الموقع:
http://www.douane.gov.dz/pdf/r_periodique/Annee%202015.pdf

نلاحظ من الشكل أن نسبة مساهمة الصادرات خارج المحروقات في إجمالي الصادرات ضئيلة جداً بحيث تتراوح بين 1,57% كأدنى مساهمة في 2005 و 5,46 %كأعلى مساهمة في 2015، و بهذا فإن قطاع المحروقات يهيمن بشكل شبه كلي على الصادرات إذ يحتل ما بين 94,54 %و 97,64 %من إجمالي الصادرات، لهذا يمكن القول أن الاقتصاد الجزائري يعتمد بشكل هائل على صادراته من المحروقات، لكن و للأهمية البالغة لتنويع منظومة الصادرات لإجتناب تأثر الاقتصاد بتقلبات أسعار النفط و حدوث أزمات من جهة،

وتطوير باقي القطاعات خاصة مع بروز الطاقات المتجددة و محاولة الدول التخلي عن الطاقة الناتجة عن النفط من جهة أخرى.سنركز في ورقتنا عن تنافسية الصادرات على الصادرات خارج المحروقات.

II. –2 الهيكل السلعي للصادرات خارج المحروقات: كما تبين سابقاً أن الصادرات خارج المحروقات تمثل نسبة ضئيلة جداً من إجمالي الصادرات، و لمعرفة المزايا النسبية للسلع المصدرة من طرف الجزائر في الأسواق الدولية ونظرا لتنوع السلع و كثرة عددها سنتطرق إلى قطاعاتها دون التفصيل فيها. سنحاول معرفة هيكل السلع المصدرة خلال السنوات 2001–2015 من خلال الجدول في الصفحة الموالية، ويظهر أن حجم الصادرات خارج المحروقات لم يتعد 277 مليون دولار كأعلى ارتفاع في إجمالي الصادرات لسنة 2006 و الذي يرجع الى ارتفاع في قيمة المجموعات السلعية المصدرة، بينما شهدت انخفاضا محسوسا بقيمة 61 مليون دولار في سنة 2003 والذي يرجع إلى انخفاض في جميع السلع بنسب متفاوتة، وانخفاض كبير في صادرات السلع و العتاد الصناعي، كما أن صادرات السلع و العتاد الفلاحي التي انعدمت مابين 2003 و2006 عادت بقيمة مليون دولار فقط.

انخفضت قيمة الصادرات سنة 2009 لترتفع بنسب متفاوتة إلى سنة 2014 و لكن بشكل طفيف لا يرقى للمستوى المطلوب فلم تتعدى في الإجمال 796 مليون دولار أمريكي كأعلى ارتفاع في قيمة الصادرات خارج المحروقات في 2014 مقارنة ب 2013، ويرجع هذا ارتفاع في المنتجات النصف مصنعة المصدرة. في حين باقي السلع في أغلبها انخفضت قيمة

صادراتها في نفس السنة، بينما تراجعت صادرات المنتجات نصف المصنعة بشكل كبير سنة 2015 بقيمة 428 مليون دولار وصادرات السلع الغذائية بقيمة 89 مليون دولار مما أدى إلى تراجع إجمالي الصادرات خارج المحروقات بأكثر من نصف مليار دولار ما بين 2014 و2015 بعد أن كانت ارتفعت بنفس القدر تقريبا بين 2013 و2014.

الجدول (01): الهيكل السلعي للصادرات خارج المحروقات.

2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	
234	323	402	315	355	315	113	119	88	73	67	59	48	35	28	السلع الغذائية
106	109	109	168	161	94	170	334	169	195	134	90	50	51	37	منتوجات خام
1693	2121	1458	1527	1496	1056	692	1384	993	828	651	509	551	551	504	منتوجات نصف مصنعة
1	2	-	1	-	1	-	1	1	1	-	-	1	20	22	سلع و عتاد فلاحي
18	16	28	32	35	30	42	67	46	44	36	47	30	50	45	سلع و عتاد صناعي
11	11	17	19	15	30	49	32	35	43	19	14	35	27	12	سلع استهلاكية غير غذائية
2063	**2582**	**2014**	**2062**	**2062**	**1526**	**1066**	**1937**	**1332**	**1184**	**907**	**781**	**673**	**734**	**648**	مجموع الصادرات خارج المحروقات

المصدر: نقلا عن معطيات موقع الجمارك الجزائريـــــة http://www.douane.gov.dz

الأسواق المستوردة للمنتجات المصدرة خارج المحروقات: يمكننا تصنيف التوزيع الجغرافي للصادرات

السنوات	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	الحصة%
الصادرات خارج المحروقات	907	1158	1332	1937	1066	1526	2062	2062	2014	2810	100
هولندا	127	81	139	237	40	169	252	448	658	844	30
إسبانيا	135	190	125	222	156	300	468	500	345	435	15
فرنسا	189	215	353	435	216	224	211	204	163	515	18
إيطاليا	63	115	150	240	93	118	164	149	96	134	5
بريطانيا	19	16	8	6	3	17	27	30	70	85	3
مالطا	3	1	0	3	11	1	0	1	47	–	–
تونس	32	50	60	70	41	60	75	38	42	71	3
المغرب	77	101	108	56	24	30	20	52	41	38	1
العراق	0	0	0	–	0	4	15	78	39	31	1
تركيا	69	114	70	140	70	35	37	13	39	40	1

المصدر: تم تجميع معطيات الجدول عن الاحصائيات المنشورة لموقع: www.algex.com

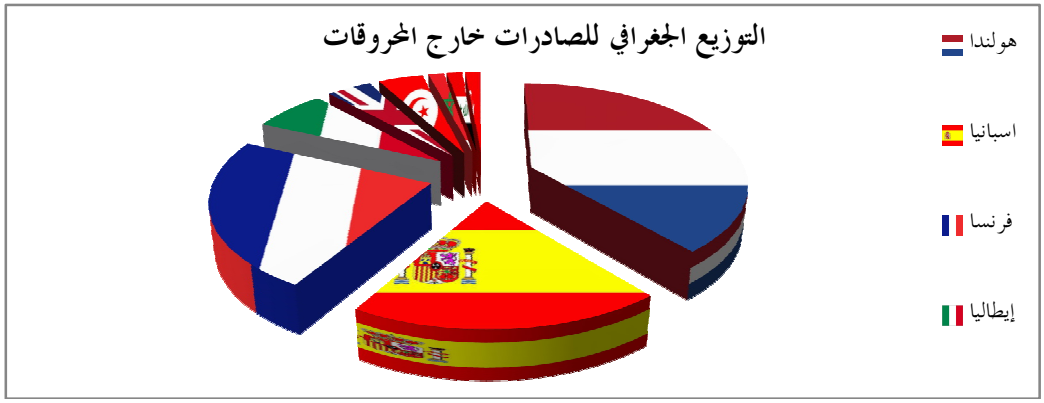
II. خارج المحروقات حسب الدول أو حسب السلع المصدرة:

II –3–1:حسب الدول من حيث قيمة الصادرات خارج المحروقات

الجدول (02): التوزيع الجغرافي للصادرات خارج المحروقات حسب الدول المستوردة الكبرى بين 2005 و 2014 ، الوحدة: مليون دولار أمريكي نلاحظ من خلال الجدول أن هولندا تعد أكبر زبون للصادرات خارج المحروقات من حيث القيمة للسنوات 2013–2014 بعد تراجع الزبائن التقليديين إسبانيا و فرنسا إلى المرتبة الثانية والثالثة على التوالي، بعد ما كانت فرنسا أهم شريك للصادرات خارج المحروقات للسنوات 2005–2009، و إسبانيا للسنوات 2010–2012. لكن بقيت نفس الدول تحتل الصدارة في الزبائن والمتمثلة في هولندا ، فرنسا و إسبانيا في حين تراجعت الحصص السوقية للصادرات خارج المحروقات في كل من المغرب و العراق سنة 2014. بينما خسرت السوق المالطي سنة 2014.

و لتوضيح أكثر لنسب توزيع الصادرات خارج المحروقات على الدول لسنة 2014 نمثلها في الشكل التالي:

الشكل (02): التوزيع الجغرافي للصادرات خارج المحروقات



المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الجدول السابق (02)

نلاحظ أن هولندا تعد أكبر زبون للصادرات الجزائرية خارج المحروقات بنسبة 30% (844 مليون دولار) من إجمالي الصادرات خارج المحروقات، تليها فرنسا و إسبانيا بنسب متقاربة و هي على التوالي : 18% (515 مليون دولار) و 15% (435 مليون دولار). أما باقي النسب تتوزع على كل من إيطاليا 5% (134 مليون دولار) ثم بريطانيا وتونس ب 3% لكل منهما، أما باقي الدول فلا تتعدى 1% من إجمالي الصادرات خارج المحروقات.

II. **–3–2:حسب القطاعات المصدرة خارج المحروقات:** ولمعرفة التوزيع الجغرافي للصادرات خارج المحروقات حسب وجهة السلع المصدرة من حيث قيمة المنتجات المصدرة خارج المحروقات، نستعرض الجدول التالي:

الجدول(03): توزيع الصادرات خارج المحروقات (2009–2013) لأهم 3 دول مستوردة

المصدر:نقلا عن مركز إحصائيات التجارة الدولية على الموقع : www.intracen.org **26/02/2016/ 19 :24**

(Sectoral Diversification in Destination for Algeria's Exports)

نلاحظ من الجدول أن نسبة نمو الأغذية المصنعة هي أكبر نسبة بين 2009-2013 حيث تصل إلى 51%، والتي تتمثل حسب ذات الموقع في منتجات السكر بأنواعه (مكرر، صلب، متنوع). لكن توزيع صادرات القطاع اختلف في 2013 عما كان عليه في 2009 و هذا دليل إما على اكتساب أسواق جديدة أو خسارة الأسواق السابقة، لكن و لأن صادرات القطاع نمت بشكل إيجابي فالاحتمال الأول هو الأقرب للصحة. تلتها المنتجات الورقية و الجلدية بنسب متقاربة و تمثلت أهم منتجات القطاعين على التوالي في أدوات صحية من الورق، المناشف و مناديل الرضع، وجلود الأغنام بنوعيها

القطاع	نمو قيمة الصادرات % (2009-2013)	قائمة الدول الأكثر استيراد (3 الأولى) 2009	2013
الأغذية المصنعة	51,0%	النيجر، غينيا، إسبانيا	إيطاليا، العراق، سوريا
المنتجات الورقية	21,9 %	السعودية،تونس، الصين	تونس،الكونغو، السعودية
المنتجات الجلدية	21,4%	إيطاليا، الهند، فرنسا	إيطاليا، البرتغال، الهند
مواد كيميائية	13,6%	إسبانيا، فرنسا، تونس	إسبانيا، فرنسا، المغرب
أغذية طازجة	6,8%	فرنسا، إسبانيا، الكويت	فرنسا، إسبانيا، الكويت
معدات النقل	0,7-%	مصر، الإمارات، فرنسا	بريطانيا، فرنسا، روسيا
مستهلكات إلكترونية	4,7-%	فرنسا، الأردن، هولندا	هولندا،ألمانيا، ج. إفريقيا
صناعات أساسية	10,8-%	إيطاليا، المغرب، تونس	إيطاليا، تونس، مصر
صناعات متنوعة	11,6-%	تونس، فرنسا، ليبيا	تونس، الوم أ، فرنسا
آلات غير إلكترونية	12,7-%	فرنسا، مالي، تونس	الوم أ، فرنسا، بريطانيا
مركبات إلكترونية	26,3-%	ليبا، فرنسا، المغرب	الوم أ، فرنسا، تونس
ألبسة	29,5-%	فرنسا، المغرب، الإمارات	إسبانيا، فرنسا، ليبا
منسوجات	37,6-%	فرنسا، ليبيا، المغرب	فرنسا، ألمانيا، بريطانيا

الخام و المدبوغ.كما لم تشهد تغييرا كبيرا في التوزيع الجغرافي لها. تليها المواد الكيميائية والتي تتمثل في النشادر اللامائية، ثم الأغذية الطازجة والتي حافظت على نفس الأسواق و تمثلت في التمور. أما باقي القطاعات فتناقصت معدلات نموها بين

السنوات 2009 و2013 رغم حفاظها على زبائنها. حسب الجدول السابق يمكن تحديد ترتيب الزبائن حسب أكثر الدول المستورة لصادرات الجزائر خارج المحروقات لسنة 2013 كما يلي:

1- فرنسا: تستورد منتجات ثمانية قطاعات من أصل 13 قطاع مصدر.
2- تونس:تستورد منتجات 4 قطاعات.
3- إيطاليا، إسبانيا، بريطانيا، والولايات المتحدة: تستورد منتجات 3 قطاعات.
4- ألمانيا: تستورد منتجات قطاعين.

III تطبيق مؤشر الميزة النسبية الظاهرة على الصادرات خارج المحروقات

III.1 –مؤشر الميزة النسبية الظاهرة*RCA : يعتبر مؤشر الميزة النسبية للصادرات السلعية "1965 بلاسا Balassa " من المؤشرات الأساسية في قياس أهمية السلع المصدرة من طرف دولة ما للأسواق الدولية و تكون السلعة i ذات ميزة نسبية إذا كانت قيمة المؤشر أكبر من 1.

$$RCA_k(i,w) = \frac{X_k(i) / TX(i)}{X_k(w) / TX(w)}$$

حيث تعني Xij و Xwj الصادرات العالمية و صادرات الدولة من السلعة j.

كما أن Xi و Xw هي الصادرات الكلية للدولة و العالم.

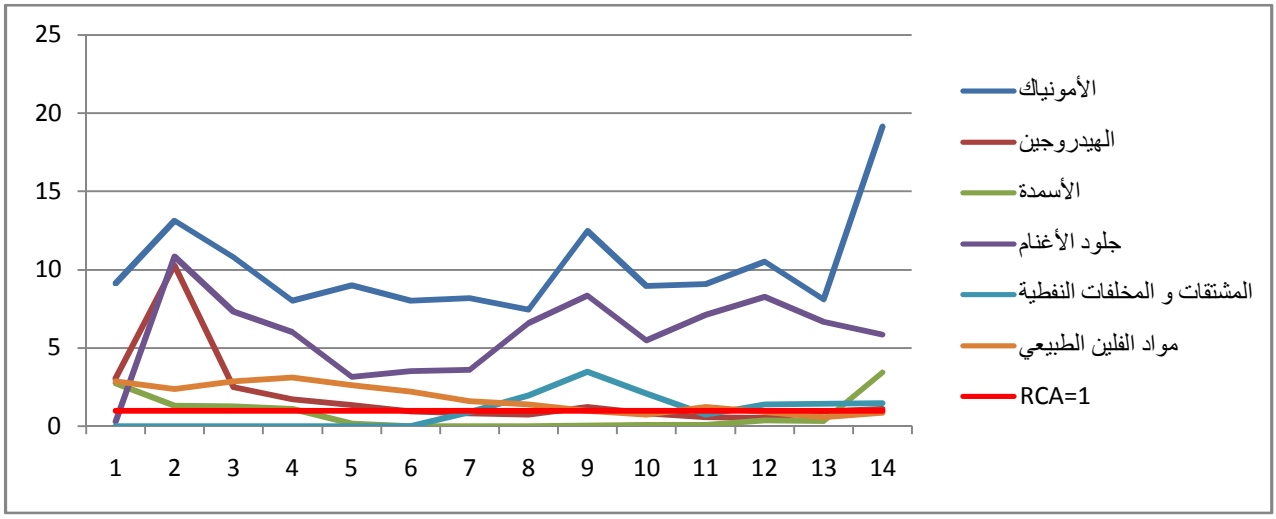
و يستخدم المؤشر في قياس السلع بصفة فردية، عندما تكون RCA أكبر من 1 فإن البلد يملك ميزة نسبية ظاهرة في المنتج المدروس.(A.Balassa & Noland, 1988, p. 27)

تم تطبيق مؤشر الميزة النسبية الظاهرة على الصادرات خارج المحروقات التي ميزانها التجاري موجب وحسب التصنيف السلعي HS4 ثم جمعناها إلى فئات سلعية حسب تصنيف الجمارك الجزائرية وللمزيد من المعلومات ارجع للملحق 01، تم جمع النتائج المحصل عليها لمؤشر الميزة النسبية الظاهرة في الأشكال الموالية لكل فئة سلعية

III 2: تطبيق مؤشر الميزة النسبية الظاهرة على المنتجات نصف المصنعة

* **RCA : R**evealed **C**omparative **A**dvantage

الشكل (03): الميزة النسبية الظاهرة لبعض المنتجات نصف المصنعة المصدرة.

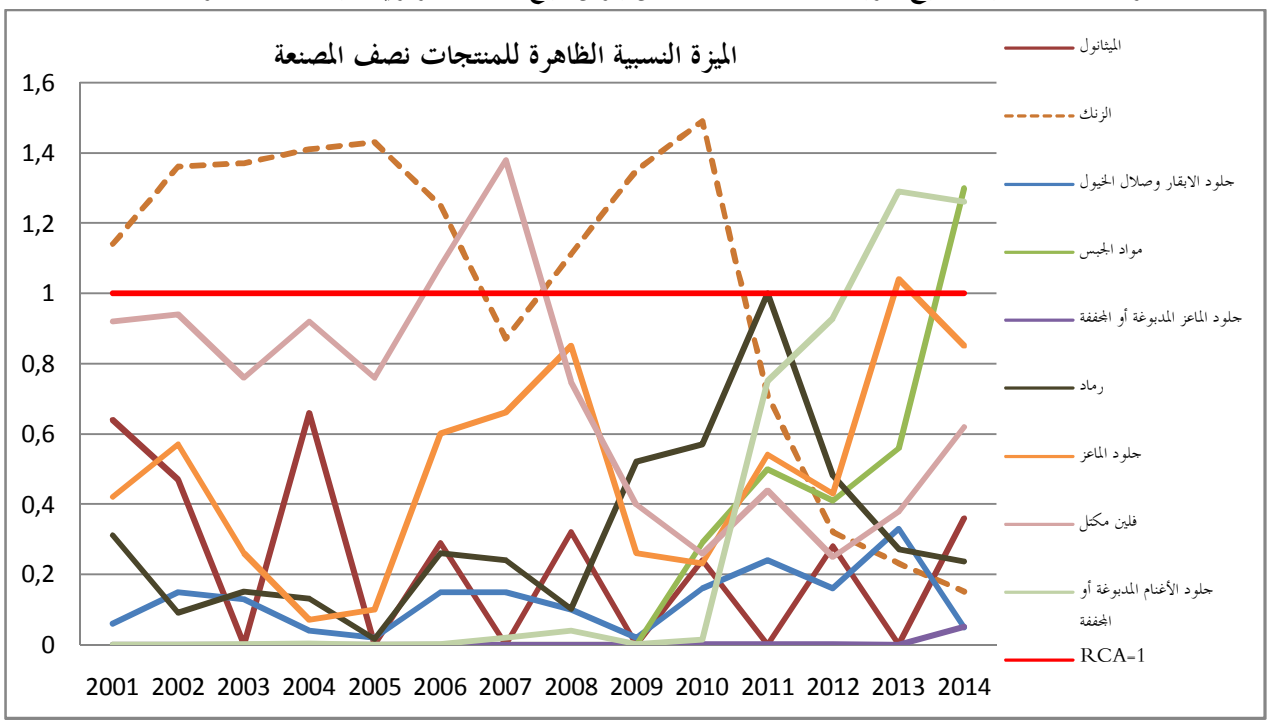


المصدر: من إعداد الباحثة بعد حساب مؤشر الميزة النسبية الظاهرة للمنتجات المصدرة.

نلاحظ من الشكل السابق أنه في سنة 2002 ارتفعت المزايا النسبية لأغلب المنتجات نصف المصنعة، حيث بلغت بعض المزايا قيما قصوى كالأمونياك 13,15، جلود الأغنام 10,85، الهيدروجين 10,26،بينما انخفضت الميزة النسبية الظاهرة لكل من الفلين 2,38 و الأسمدة 1,33 لنفس السنة، أيضا شهدت سنة 2009 ارتفاع المزايا النسبية الظاهرة لكل من الأمونياك 12,50، جلود الأغنام 8,37 و المشتقات النفطية 3,48 ،كما شهدت المزايا النسبية الظاهرة ارتفاعا آخر سنة 2012 لكل من الأمونياك و جلود الأغنام وارتفاع طفيف للميزة النسبية الظاهرة للمشتقات النفطية. بالنسبة للمنتجات نصف المصنعة فإن المنتجات امتلكت ميزة نسبية ظاهرة طوال فترة الدراسة تتمثل في الأمونياك وجلود الأغنام، بينما فقد الهيدروجين و مواد الفلين الطبيعي و الأسمدة الميزة النسبية الظاهرة.

استمرت الميزة النسبية الظاهرة للزنك حتى 2007، و ارتفعت لقيمة 1,49 سنة 2010. بينما اكتسبت جلود الأغنام المدبوغة أو المجففة ميزة نسبية ظاهرة سنة 2013. استجدت مزايا لكل من: المشتقات النفطية، و جلود الأغنام المدبوغة أو المجففة. كما كانت الميزة النسبية الظاهرة للزنك متذبذبة. و امتلكت كل من المنتجات: الهيدروجين، جلود الماعز، كتل الفلين، الرماد ميزة نسبية ظاهرة محتملة. أما باقي المنتجات فكانت الميزة النسبية الظاهرة لها ضعيفة جداً. وهو ما يظهره الشكل 04 الموالي.

الشكل (04): الميزة النسبية الظاهرة للمنتجات المصدرة نصف المصنعة

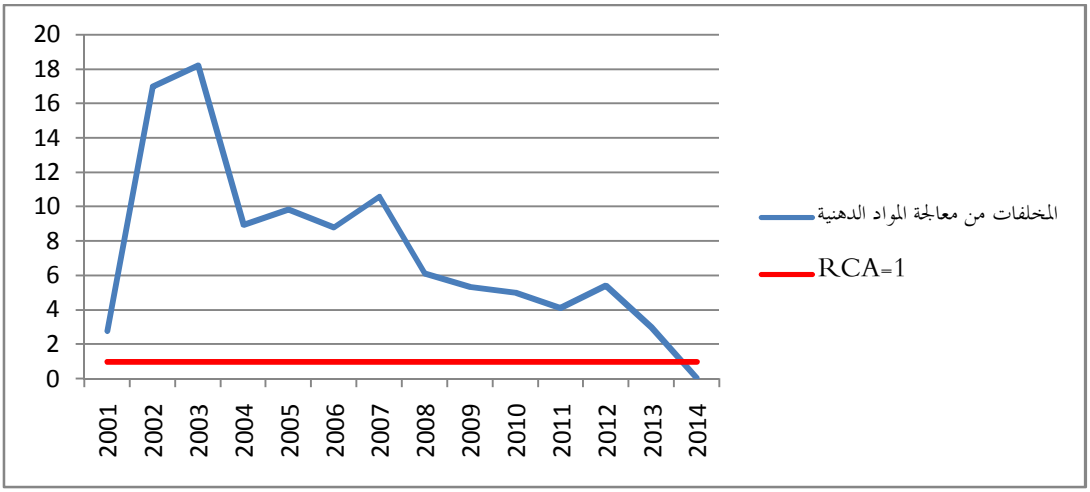


المصدر: من إعداد الباحثة بعد حساب مؤشر الميزة النسبية الظاهرة للمنتجات المصدرة.

III 3–تطبيق مؤشر الميزة النسبية الظاهرة على المنتجات الغذائية: يوضحه الشكلين المواليين:

لمزيد من التوضيح و لكون الميزة النسبية الظاهرة للمخلفات من معالجة المواد الدهنية ذات قيم كبيرة مقارنة ببقية المنتجات، ارتأينا فصل التمثيل البياني له عن البقية.

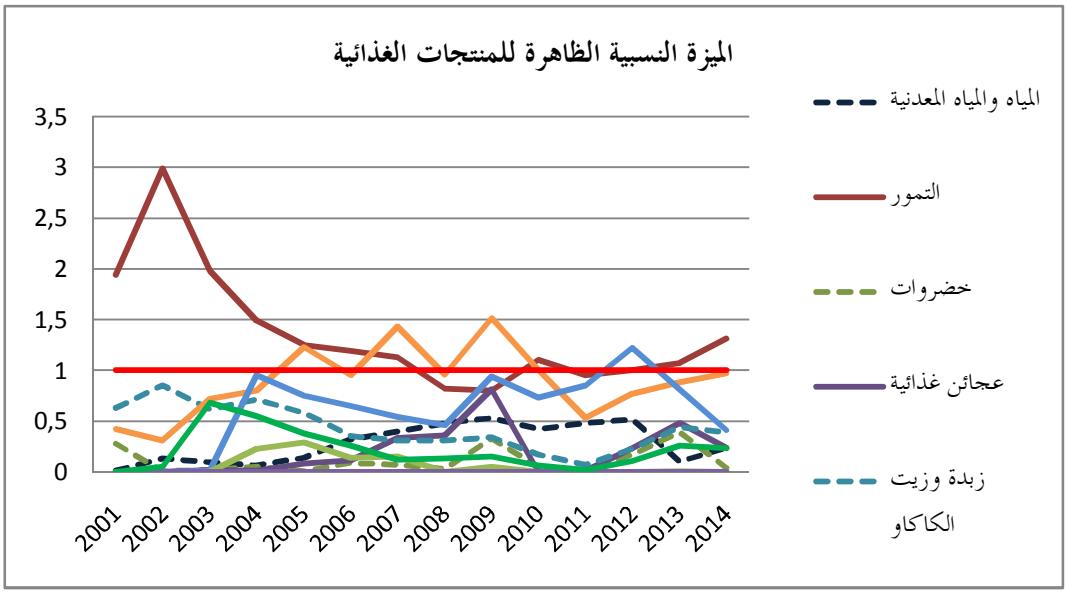
الشكل(05) مؤشر الميزة النسبية الظاهرة للمخلفات من معالجة المواد الدهنية



المصدر: من إعداد الباحثة بعد حساب مؤشر الميزة النسبية الظاهرة.

من خلال النتائج المحصل عليها للميزة النسبية الظاهرة للمنتجات الغذائية يتضح أن المخلفات من معالجة المواد الدهنية اكتسبت ميزة نسبية ظاهرة قوية بلغت حدها الأقصى 16,99 سنة 2002 ثم تناقصت تدريجيا لتصل إلى أدنى قيمها 2,96 سنة 2013، لكنها انعدمت سنة 2014.

الشكل(06): الميزة النسبية الظاهرة للمنتجات الغذائية المصدرة



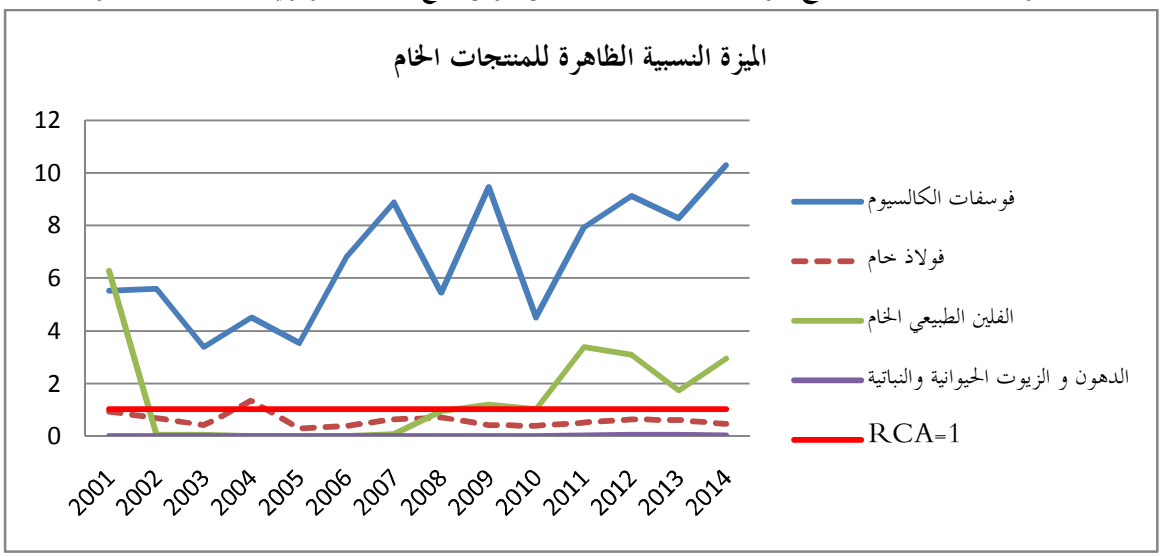
المصدر: من إعداد الباحثة بعد حساب مؤشر الميزة النسبية الظاهرة.

أما باقي المنتجات الغذائية: فإن التمور بلغت الميزة النسبية الظاهرة أعلى قيمها 2,99 سنة 2002 ، ثم انخفضت حيث تراوحت بين 0,80 و 1,98 لباقي السنوات. بينما اكتسب الخروب والشمندر السكري ميزة نسبية ظاهرة مؤقتة في السنوات 2005، 2007 و 2009 .كما اكتسب دبس السكر ميزة نسبية ظاهرة سنة 2012.

إذن، يمكن القول أنه بالنسبة للمنتجات الغذائية المصدرة فإن المخلفات من معالجة المواد الدهنية تملك ميزة نسبية ظاهرة مستدامة بينما التمور تملك ميزة نسبية ظاهرة متذبذبة مثل الخروب و دبس السكر، في حين أن المنتجات: زبدة و زيت الكاكاو ومشتقات الحليب و المياه والمياه المعدنية تملك مزايا محتملة.

III –4 تطبيق مؤشر الميزة النسبية الظاهرة على المنتجات الخام: يوضحه الشكل الموالي

الشكل (07): الميزة النسبية الظاهرة للمنتجات الخام المصدرة



المصدر : من إعداد الباحثة بعد حساب مؤشر الميزة النسبية الظاهرة.

من خلال النتائج المحصل عليها للميزة النسبية الظاهرة للمنتجات الخام الممثلة في الشكل السابق، نلاحظ أن فوسفات الكالسيوم يمتلك ميزة نسبية ظاهرة قوية و مستدامة شهدت ارتفاعات متتالية بالقيم 8,78، 9,49،9,12،10.19 للسنوات 2007،2009، 2012 و 2014. وفي العموم تراوحت بين 3,37 كأدنى قيمة و 10.29 كأعلى قيمة لها. انعدمت الميزة النسبية الظاهرة للفلين الخام طيلة السنوات 2002 إلى غاية 2007.

بالنسبة للمنتجات الخام يمتلك فوسفات الكالسيوم ميزة مستدامة بينما الفلين الطبيعي الخام ميزة متذبذبة، أما الفولاذ الخام لديه ميزة محتملة.

V. تطبيق مؤشرات التركز على الصادرات خارج المحروقات

V –1–مؤشر التركز: مؤشر تركز الصادرات أو مؤشر هيرشمان (1958) الذي يمكن التعبير عليه بالصيغة المبسطة التالية: (Walid Abdmoulah, 2013, p. 15)

$$Hj = \sqrt{[\Sigma(Xi/Xt)^2]}$$

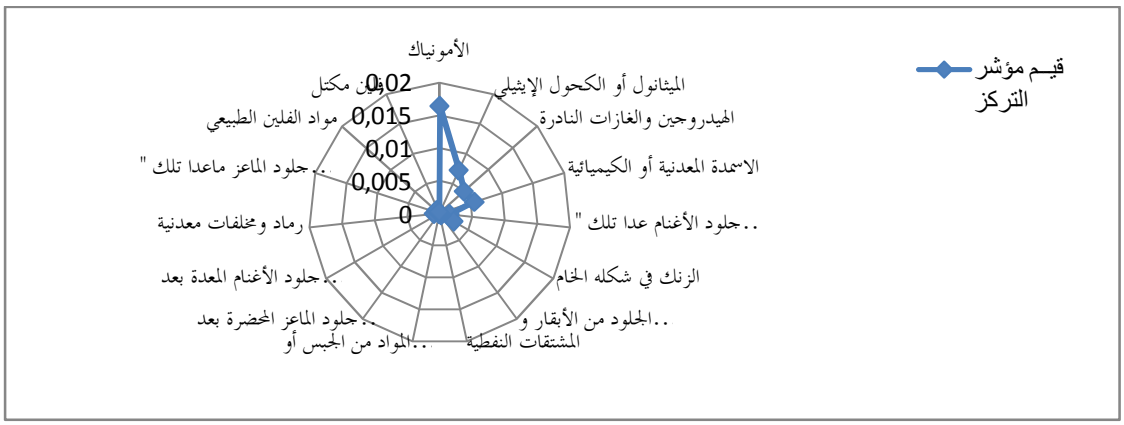
Xi: صادرات البلد j من السلعة i. Xt: الصادرات الكلية للبلد j.

يدل هذا المؤشر على درجة تركيز المنتجات، بمعنى هيمنة عدد صغير من المنتجات على صادرات البلد. ويحسب هذا المؤشر باعتبار الجذر التربيعي لمجموع الحصص التربيعية لصادرات البلد. وتتراوح قيمة المؤشر بين الصفر و الواحد، وكلما انخفضت قيمة المؤشر قلّ تركيز الصادرات. وتشير القيمة 1 إلى أن البلد يقوم بتصدير سلعة واحدة فحسب، أي أن تركيز الصادرات مفرط. وكلما زاد تركيز الصادرات تفاقمت هشاشة البلد إزاء صدمات الطلب و تقلبات الأسعار واشتد تقلب إيرادات التصدير.H=1 : تركز كبير، H=0: تنوع كبير.

حيث سنقوم بدراسة تركز المنتجات المصدرة وتمثيلها في الأشكال الموالي، وذلك وفقا لنفس التقسيم السابق للمنتجات.

V –2 تطبيق مؤشر التركز على المنتجات نصف المصنعة: النتائج المحصل عليها بعد حساب مؤشر التركيز للمنتجات نصف المصنعة يوضحها الشكل الموالي.

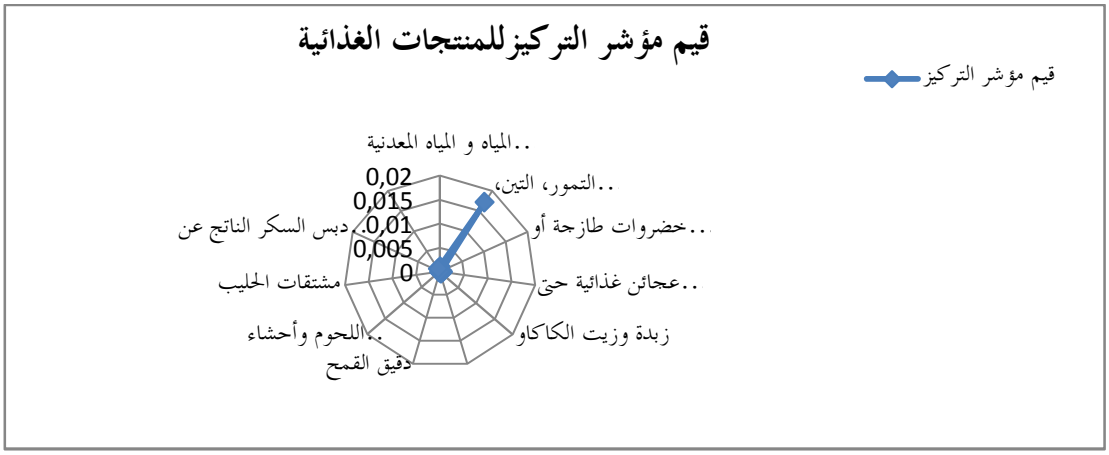
الشكل(08):مؤشر التركز للمنتجات نصف المصنعة:



المصدر: من إعداد الباحثة بعد حساب المؤشر.

من النتائج المحصل عليها في الشكل أعلاه نلاحظ أن مؤشر التركز يقترب من الصفر في جميع المنتجات بما فيها الأمونياك بـــ 0,0014 ، أي أن صادرات المنتجات النصف مصنعة لا تتركز على أي منتج، وهو ما يعد أمرا ايجابيا.

V. –3– تطبيق مؤشر التركز على المنتجات الغذائية: النتائج المحصل عليها لمؤشر التركز للمنتجات الغذائية يوضحها الشكل. **الشكل(09):مؤشر التركز للمنتجات الغذائية:**

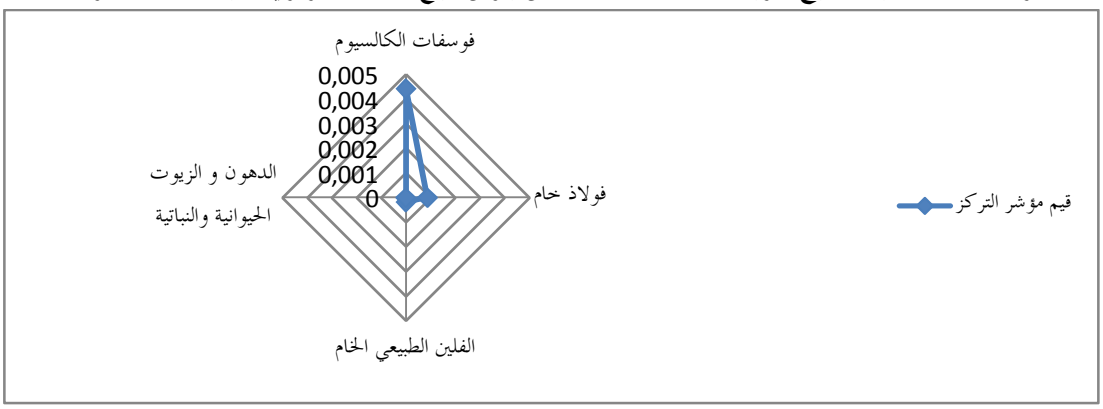


المصدر : من إعداد الباحثة بعد حساب المؤشر.

تتركز صادرات المنتجات الغذائية على التمور التي تمثل أكبر قيمة للصادرات خارج المحروقات، أي أنه حتى هذا النوع من المنتجات يعاني نوعا من التركز.

V. –4– تطبيق مؤشر التركز على المنتجات الخام: بعد حساب مؤشر التركز للمنتجات الخام تم تجميع النتائج المحصل عليها في الشكل الموالي.

الشكل(10): مؤشر التركز للمنتجات الخام



المصدر: من إعداد الباحثة بعد حساب المؤشر.

من الشكل السابق يظهر عدم تركز المنتجات الخام المصدرة لأن أكبر قيمة تقترب من الصفر.

من خلال النتائج المحصل عليها لمؤشر التركّز نلاحظ عدم تركّز المنتجات المصدرة خارج المحروقات في منظومة الصادرات، أي أنها متنوعة. وذلك راجع لأن التركز الأكبر يعود لقطاع المحروقات، حيث يمثل 3,537 وهي أكبر نسبة، مما يدل على تركز الصادرات الجزائرية على المحروقات، كما تملك حصة سوقية 2% ، وترتيب عالمي 17 و تتركّز بقيمة 0,09 في البلدان المستوردة مما يدل على تنوع أسواق المحروقات.

VI. تطبيق مؤشر التنويع على الصادرات خارج المحروقات:

VI. 1 مؤشر تنويـــع الصادرات: يقيس درجة الاعتماد على سلع قليلة للتصدير بحيث يحدد مؤشر تنويع الصادرات على أنه:

$$DXj = (\sum |hij - hi|)/2$$

حيث h تشير إلى نصيب السلعة في صادرات البلد j ، أما i فتشير إلى السلعة.

ويُجمل هذا المؤشر القيمة المطلقة للفرق بين hij نصيب السلعة في صادرات البلد j وhi نصيب تلك السلعة في الصادرات العالمية. فكلما انخفض المؤشر قل تركيز صادرات البلد . (Walid Abdmoulah, 2013, p. 12)

يتم تطبيق مؤشر التنوع على كل مجموعة سلعية على حدى

VI. 2-بالنسبة للمنتجات نصف المصنعة

الجدول الموالي يبين النتائج المحصل عليها لمؤشر التنويع للمنتجات نصف المصنعة.

الجدول (04):مؤشر التنويع للمنتجات نصف المصنعة

التصنيف السلعي	المنـــتـــــج نصف المصنع	قيم مؤشر التنويـــع
2814	الأمونياك	0,02143029
2905	الميثانول أو الكحول الإيثيلي	0,00740172
2804	الهيدروجين والغازات النادرة	0,00350045

3102	الاسمدة المعدنية أو الكيميائية	0,006788455
4105	"جلود الأغنام عدا تلك المتعلقة برقم 4109/4108"	0 ,0024448
7901	الزنك الخام	0,001568687
4104	جلود الأبقار صلال الخيول	0,003665011
2904	المشتقات النفطية	0,000459479
6809	المواد من الجبس أو مركبات أساسها الجبس	0,000652012
4113	جلود الماعز المحضرة بعد الدباغة أو بعد التجفيف	0,000903
4112	جلود الأغنام المحضرة بعد الدباغة أو التجفيف	0,000386974
2620	رماد ومخلفات معدنية	0,000696038
4106	"جلود الماعز ماعدا تلك المتعلقة برقم 4106/4108"	0,000215844
4503	مواد الفلين الطبيعي	0,000520785
4504	فلين كتل مع أو بدون مادة لاصقة	0,000129167

المصدر: من حساب الباحثة.

نلاحظ من خلال القيم المحصل عليها لمؤشر التنويع أن صادرات السلع نصف المصنعة متنوعة لأن القيم المحصل عليها اقتربت كثيرا من الصفر. هناك احتمال أن يكون الاقتصاد منوع.

VI. –3: بالنسبة للمنتجات الغذائية

النتائج المحصل عليها لمؤشر التنويع للمنتجات الغذائية موضحة في الجدول.

الجدول (05): مؤشر التنويع للمنتجات الغذائية

التصنيف السلعي	المنـــــــتـــــــــــــج الغذائي	قيم مؤشر التنويع
2202	المياه و المياه المعدنية والغازية.	0,00384
0804	التمور، التين، الأناناس، الجوافة، المنغا	0,00087014
0709	خضروات طازجة أو مجمدة أخرى	0,00403823
1902	عجائن غذائية بما فيها المطبوخة أو المحشية	0,00235
1804	زبدة وزيت الكاكاو	0,000855069

1212	الخروب، الطحالب و الشمندر السكري و قصب السكر	0,000174982
1101	دقيق القمح	0,001612453
0201	اللحوم وأحشاء وأطراف صالحة للأكل من الدواجن	0,008865101
0403	مشتقات الحليب	0,001326957
1703	دبس السكر الناتج عن استخراج أو تكرير السكر	0,000166203
1522	المخلفات من معالجة المواد الدهنية الشموع الحيوانية والنباتية	0,000338592

المصدر: من حساب الباحثة

اتضح لنا من خلال النتائج المحصل عليها لمؤشر التنويع تتنوع المنتجات الغذائية.

VI –4: بالنسبة للمنتجات الخام

النتائج المحصل عليها لمؤشر التنويع للمنتجات الخام موضحة في الجدول

الجدول (06): مؤشر التنويع للمنتجات الخام

التصنيف السلعي	المنتج الخام	قيم مؤشر التنويع
2510	فوسفات الكالسيوم	0,0060921
7201	فولاذ خام	0,001032761
4501	الفلين الطبيعي الخام	0,000151161
1518	الدهون و الزيوت الحيوانية والنباتية	0,000508608

المصدر: من حساب الباحثة.

مؤشر التوزيع منخفض جدا مما يفسر تنوع صادرات المنتجات الخام .

وعموما فإن مؤشر التنويع كان يقارب الصفر على مستوى جميع المجموعات السلعية مما يفسر تنوع صادرات المجموعات السلعية، عدا مجموعة المنتجات الغذائية التي تتركز صادراتها على التمور. وهذا ما قد يسبب أزمات في حال انخفاض أسعارها أو الطلب عليها لكن صادرات التمور ليست بالقيمة الكبيرة التي قد تؤثر على الاقتصاد عموما، فقد تؤثر على المجموعة السلعية فحسب وليس الاقتصاد.

VII تحليل نتائج التخصص وآفاق تنويع الأسواق

VII.–1– مؤشر تخصص الصـــــادرات: يقيس مؤشر تخصص الصادرات، أوESI ، نصيب السلعة j في مجموع الصادراتx للبلد i بالمقارنة مع نصيب السلعة فيما تتلقاه السوق k من واردات M ،وتشير t إلى الزمن،

ويشابه هذا المؤشر إلى حد ما مؤشر الميزة النسبية الظاهرة، إذ يقيس الإمكانيات التجارية بين البلد ومجموعة البلدان. ويحسب المؤشر كما يلي:

$$ESI = \frac{Xij/Xit}{Mkj/Mkt}$$

حيث بسط الكسر هو نصيب السلعة j من صادرات البلد i ،في حين أن مقام الكسر هو نصيب السلعة من الواردات في سوق معينة k (بلد أو مجموعة بلدان). (جمال قاسم، 2012، صفحة 31)

VII –2 تحليل نتائج مؤشر التخصص: يبين الجدول الموالي مؤشر التخصص الجغرافي وتخصص المنتج لعدة منتجات جزائرية مصدرة.

الجدول:(07): مؤشر التخصص الجغرافي و تخصص المنتج

القطـــــــاع	التخصص الجغرافي		تخصص المنتج		تنوع المنتج		تنوع الأسواق	
	%القيمة	الترتيب	%القيمة	الترتيب	%	الترتيب	%	الترتيب
الأغذية الطازجة	–1.91	158	0.59	74	3	150	6	102
الأغذية المصنعة	–1.66	40	–1.67	130	1	162	13	34
المنتجات الخشبية	1.76	48	–1.50	112	6	83	7	65
المواد الكيميائية	1,18–	148	2.06	30	4	123	6	91
الجلود	2.92–	113	–0.28	70	3	95	3	96
الصناعات الأساسية	2.80–	146	1.81–	112	9	78	8	57
الآلات غير الالكترونية	0.87–	125	1.93	41	3	142	4	113
مركبات إلكترونية	2.44–	121	6.99	14	5	89	5	80
صناعات متنوعة أخرى	0.79–	100	0.40	78	10	94	5	96

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات قاعدة البيانات Tradecom على الموقع:

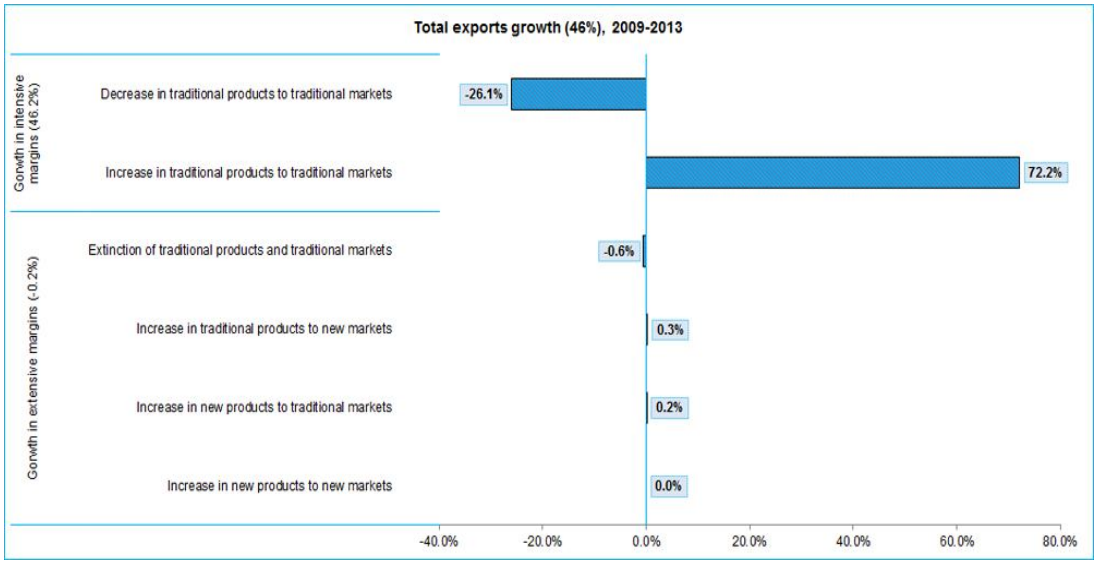
http://legacy.intracen.org/appli1/TradeCom/TPIC.aspx?YR=2013&RP=012 /27/02/2016/22 :40

لقد سبق التطرق لمؤشر التخصص الذي يبين مدى تركز صادرات البلد في سوق معينة أو مجموعة من الأسواق والذي يمثل التخصص الجغرافي. و تفسير هذا المؤشر مماثل لتفسير مؤشر الميزة النسبية الظاهرة. فالقيمة التي تزيد عن الواحد تمثل تخصصا في هذا السوق، أما القيمة التي تقل عن الواحد فإنها تشير إلى مثبطات نسبية إذ لا يستورد البلد أو مجموعة البلدان (الأسواق) كميات ضخمة من مجموعة السلع المعينة.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أنه ليس بالضرورة تخصص المنتج يقابله تخصص جغرافي والعكس أي أن البلد قد يتخصص في إنتاج منتج معين لكنه لا يتخصص في السوق، مثلا كأن يكون له منافسين أقوياء، كما يمكن له اكتساب سوق معينة و التخصص فيها جغرافيا رغم أنه لا يتخصص في المنتج بحد ذاته. مثلا نجد أن الجزائر تتخصص في إنتاج المركبات الإلكترونية، المواد الكيميائية، آلات غير الكترونية، الأغذية الطازجة والصناعات المتنوعة لكنها لا تتخصص في أسواق هذه المنتجات. أما المنتجات الخشبية فهي تتخصص فيها جغرافيا لكنها لا تتخصص في المنتج، إذ يمكن القول أن هناك فرصة في حال التخصص في المنتجات الخشبية فهي تملك حصة سوقية. بينما يظهر مؤشر التنوع أن تنوع المنتجات المصدرة داخل القطاع الواحد لا تتعدى 10% كأكبر نسبة في الصناعات المتنوعة الأخرى والتي تحتل المرتبة 94 عالميا من حيث تنوع منتجات القطاع أما بالنسبة لتنوع أسواقها فهي بنسبة 5% و مرتبة 96 عالميا، ثم الصناعات الأساسية التي تتنوع منتجاتها ب 9%و مرتبة 78 عالميا و أسواقها بنسبة 8% و مرتبة 57 عالميا. أما بالنسبة لأحسن تنوع سوقي فهو يخص الأغذية المصنعة بنسبة 13% و مرتبة 34 عالميا تليها الصناعات الأساسية بنسبة 8% وترتيب عالمي 57 ، ثم المنتجات الخشبية بمرتبة 65 عالميا، أي أن كل من هذه القطاعات يتقدم عالميا من حيث تنوع الأسواق.

VII –3 أسواق الصادرات الجزائرية وأفاق تنويعها: يمثل الشكل الموالي نمو إجمالي صادرات المنتجات سواء تقليدية أو جديدة حسب نوعية الاسواق (تقليدية أو جديدة) في الفترة الممتدة ما بين 2009-2013:

الشكل (11): نمو إجمالي الصادرات حسب نوعية الاسواق (تقليدية أو جديدة) 2009–2013

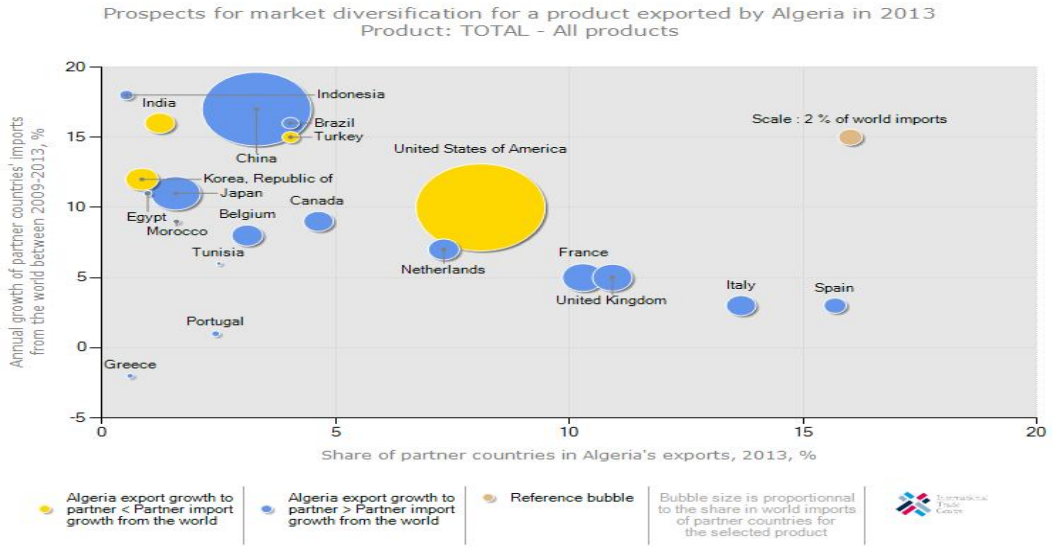


المصدر: من موقع قاعدة البيانات http://www.intracen.org/country/algeria/General-Trade-Performance

نلاحظ من الشكل أعلاه أن نمو الصادرات التقليدية باتجاه الأسواق التقليدية شهد أكبر نسبة 72,2% من حيث نمو الصادرات والتي تتمثل في الغالب في صادرات المحروقات، بينما نمو الصادرات التقليدية نحو أسواق جديدة لا يمثل سوى 0,3% ، و نمو صادرات منتجات جديدة نحو الأسواق التقليدية يمثل 0,2 %، أما نسبة نمو صادرات منتجات جديدة نحو أسواق جديدة فهي معدومة. لكن بالمقابل فإن الصادرات التقليدية نحو الأسواق التقليدية خسرت حصصا سوقية قدرت بنسبة 26,1% ، و خسرت أسواقا تقليدية بحيث تراجع منها المنتج المصدر التقليدي بنسبة 0,6%، وعليه فإن نمو الصادرات ينحصر على نمو الصادرات

التقليدية باتجاه الأسواق التقليدية. كما تظهر الفرص التصديرية في **الملحق الثاني** المنشور من طرف مركز احصائيات التجارة العالمية.

الشكل(12): آفاق تنويع الأسواق للمنتجات المصدرة من طرف الجزائر سنة 2013.



المصدر:نقلا عن موقع قاعدة البيانات http://www.intracen.org/country/algeria/General-Trade-Performance

يبين الشكل أعلاه نمو الحصص السوقية للصادرات الجزائرية في الأسواق الدولية، و يظهر أن صادرات الجزائر نحو الصين نمت أكبر من نمو إجمالي وارداته العالمية أي من باقي دول العالم، تليها من حيث نمو القيمة كل من اليابان، المملكة المتحدة، فرنسا، هولندا ثم إيطاليا ، إسبانيا، كندا، تونس ثم باقي دول العالم، أما الولايات المتحدة، الهند، كوريا، تركيا فنمو وارداتها من باقي دول العالم أكبر من نمو وارداتها من المنتجات الجزائرية.

الخلاصة

لقد تم التطرق في هذه الدراسة الى تحليل إشكالية تنويع الاقتصاد الجزائري بتسليط الضوء على المزايا النسبية التي تمتلكها الجزائر و فيما يمكنها التخصص لتنويع اقتصادها، وذلك بتحليل الهيكل السلعي والجغرافي للصادرات خارج المحروقات، ومن ثم تطبيق بعض المؤشرات المتمثلة في الميزة النسبية الظاهرة، التركز والتنويع ، وكذا تحليل بعض النتائج المتعلقة بأسواق الجزائر وأفاق تنويعها والتي نشرت من طرف المركز العالمي لإحصائيات التجارة العالمية و التي يمكن تلخيصها كما يلي:

- تمتلك الجزائر مزايا نسبية ظاهرة في المنتجات الغذائية المتمثلة في التمور والخروب والمنتجات الخام المتمثلة في فوسفات الكالسيوم والفلين الطبيعي الخام وأيضا بالنسبة للمنتجات نصف المصنعة.
- يمكن للجزائر التخصص في الانتاج الفلاحي و الأغذية المصنعة و أيضا الصناعات المتنوعة الأخرى و الصناعات الأساسية كونها تمتلك مزايا نسبية محتملة فيها.

- كما توصلنا إلى:
- تمثل هولندا، اسبانيا، فرنسا ثم إيطاليا و بريطانيا و تونس أهم الأسواق المستوردة للمنتجات الجزائرية خارج المحروقات.
- بعد تطبيق مؤشر الميزة النسبية الظاهرة على الصادرات خارج المحروقات تبين أن بعض المنتجات امتلكت مزايا نسبية ظاهرة طوال فترة الدراسة والبعض الآخر كانت ميزته النسبية الظاهرة متذبذبة، ومن المنتجات ما استجدت له ميزة نسبية ظاهرة.
- أظهر مؤشر التركز أن القطاعات في حد ذاتها لا تتركز على أي منتج عدا المنتجات الغذائية التي تتركز على التمور (لكن في العموم فإن الصادرات تتركز على المحروقات).
- تتخصص الجزائر في إنتاج المركبات الالكترونية، المواد الكيميائية، آلات غير الكترونية، الأغذية الطازجة والصناعات المتنوعة الأخرى، لكنها لا تتخصص في أسواق هذه المنتجات. بينما تتخصص جغرافيا في المنتجات الخشبية.

المراجع

1–باللغة العربية

1-. ***تقرير التطورات الاقتصادية والاجتماعية بدولة الامارات العربية المتحدة 2005-2010***. الامارات العربية المتحدة: قطاع شؤون السياسات الاقتصادية ادارة التخطيط ودعم القرار. (2012)

2-**حسان خِضر**. (2005). ***مؤشرات أداء التجارة الخارجية***. الكويت: المعهد العربي للتخطيط.

3-**حسن محمد اسماعيل جمال قاسم**. (2012). ***تنافسية الصادرات السلعية في الدول العربية***. صندوق النقد العربي.

4-**داوود يوسف محمود الجعفري**. (2011). ***إعادة بناء قطاع سلع التبادل التجاري الفلسطيني نحو الانتعاش الاقتصادي و تكوين الدولة***. نيويورك و جنيف: الأمم المتحدة.

5-**سيدي محمد شكوري**. (2011-2012). **وفرة الموارد الطبيعية و النمو الاقتصادي دراسة حالة الاقتصاد الجزائري**. *أطروحة دكتوراه* . كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية، تلمسان: جامعة أبي بكر بلقايد.

6-**عباس مكي حمزة عاطف لافي مرزوك**. (2014). **التنويع الاقتصادي: مفهومه و أبعاده في بلدان الخليج و ممكنات تحقيقه قي العراق**. *مجلة الغرى للعلوم الاقتصادية و الادارية- جامعة الكوفة* ، صفحة 57.

7-**علي محمد أحمد حالوب كاظم معلة**. (2015). **الاقتصاد العراقي بين الهيمنة الريعية وإمكانية التنويع الإقتصادي المستقبلية**. *مجلة المنصور* (24)، صفحة 46.

8-**محمد أمين لزعر**. (9-13 مارس, 2014). ***سياسات التنويع الاقتصادي: تجارب دولية وعربية***. تاريخ الاسترداد 12 08, 2016، من المعهد العربي للتخطيط: http://www.arab-api.org/ar/training/course.aspx?key=221&year=2014&iframe=true&width=100%&height=100%

9- **محمد عدنان وديع**. (ديسمبر, 2003). **القدرة التنافسية و قياسها**. *المعهد العربي للتخطيط -الكويت-* .

10-**هبة عبد المنعم**. (يناير, 2012). **أداء الاقتصادات العربية خلال العقدين الماضيين: ملامح وسياسات الاستقرار**. *صندوق النقد العربي* ، صفحة 18.

2– باللغة الأجنبية

11-ANDI 2015: http://www.andi.dz/index.php/fr/statistique/bilan-du-commerce-exterieur

12-Bela A.Balassa .Marcus Noland .(1988) .*Japan In The World Economoy* .Washington: Instutute For International Economis.

13-Belkacem Labas Walid Abdmoulah 2) .july, 2013 .(Assessment of Arab Export Competitiveness in International Markets Using Trade Indicators .*Journal Of Development and Economic Policies* صفحة ، .15

14-Lee Joon Tae1) .er trimestre, 2007 .(*Déterminants des stratégies de diversification des groupes industriels couréens* ،2016 ,08 18 تاريخ الاسترداد .revue d'économie industrielle: www.revues.org

15-*Rapport économique sur L'Afrique* . Addis-Abeba.éthiopie : Commission économique pour l'Afrique(2006) .

16-Sectoral Diversification in Destination for Algeria's Exports 30. 08 2016 ،International Trade Center: www.intracen.org