مدى مساهمة تصدير المنتجات الفلاحية في تحقيق التنمية الاقتصادية بالجزائر خلال الفترة 2004-2015

The contribution of the export of products agricultural to the economic development in Algeria during the period 2004-2015

د.بن عبد العزيز سفيان[1]
جامعة بشار – الجزائر
benabdelazizsoufyane@gmail.com

د. بن عبد العزيز سمير
جامعة بشار – الجزائر
samirbenabdelaziz@yahoo.fr

تاريخ الاستلام: 2019/04/07 تاريخ النشر: 2020/03/03

Abstract:

This study aimed to highlight the role of export strategies in economic development, focusing on export strategies and products of agricultural and economic development, as well as to focus on the dates as a strategic alternative for black gold, Following the descriptive and analytical approach to the adoption of the reports issued by the Arab Organization for Agricultural Development, the ministry of agriculture and rural development, This study confirmed the existence of a direct relationship between the production of dates and the positive contribution of the added value of the agricultural sector in GDP.

Key words: Export strategy, agricultural products, economic development, date production.

مقدمة.

إن العمل على تنمية الصادرات خارج المحروقات من شأنه أن يساهم في تطوير بعض القطاعات التي تدعم الاقتصاد على غرار القطاع الفلاحي الذي يعتبر العصب الحساس في اقتصاديات بلدان العالم، فالدولة التي تهتم بالقطاع الفلاحي تضمن العيش الكريم لشعبيها من خلال تحقيق أقصى ما يمكن من الإنتاج الفلاحي، فهي دولة تنطلق من الاهتمام بمتطلبات الشعب وضرورة تحقيق مستوى معين من الأمن الغذائي ويمكن القول أنه مهما كانت خلفيات الإستراتيجية المتبعة فمن المفروض أن يحظى القطاع الفلاحي بأهمية معتبرة ،كما تمثل زراعة النخيل في الجزائر المنتج للتمور إحدى الدعائم الأساسية للنشاط الفلاحي في المناطق الجنوبية وذلك لمالها من تأثيرات وانعكاسات غذائية واجتماعية واقتصادية وبيئية في مناطق تواجدها ،وقد حافظ النخيل على التوازن البيئي وعلى استمرار الدخل للمزارع في الصحراء إذ يمده بكثير من احتياجاته الغذائية وغير الغذائية ، وبالتالي تساهم في دعم مسيرة تنمية الاقتصاد.

إشكالية الدراسة: ما مدى مساهمة إستراتيجية تصدير المنتجات الفلاحية في تحقيق التنمية الاقتصادية بالجزائر خاصة من خلال منتجات التمور؟

ولغرض الإجابة على الإشكالية الجوهرية أعلاه اقتضى تفكيكها إلى الأسئلة الفرعية التالية:

- ما المقصود بإستراتيجية التصدير وفيما تتمثل أنواعها والظروف المحيطة بها؟
- فيما تتمثل أبرز خصائص المنتجات الزراعية؟
- كيف يمكن أن تساهم صادرات المنتجات الزراعية ممثلة في التمور في تحقيق تنمية اقتصادية بالجزائر؟

1 – المؤلف المرسل: بن عبد العزيز سفيان، benabdelazizsoufyane@gmail.com

فرضيات الدراسة: تنطلق هذه الدراسة من فرضيتين أساسيتين هما:

– تمتلك الجزائر قدرات هامة في المنتوج الفلاحي تمكنها من تنمية الاقتصاد خارج قطاع المحروقات.

– لا تزال فعالية إستراتيجية تنمية الصادرات الفلاحية ضعيفة، بالرغم من الجهود المبذولة.

أهداف وأهمية الدراسة: تكمن أهداف هذه الدراسة فيما يلي:

– التعريف بالمفاهيم الأساسية لكل من إستراتيجية التصدير والمنتوج الفلاحي والتنمية الاقتصادية لإزالة الغموض لكيلهما.

– معرفة التمور المستغلة في الإنتاج والتصدير ومدى نجاح المؤسسات في مجال التمور.

وأما بخصوص أهميتها فهي تستمدها من كونها تود الإشارة إلى أحد أهم البدائل التنموية التي وجب الاستناد عليها في الجزائر ممثلة في القطاع الفلاحي لغرض ترقية التجارة الخارجية خارج المحروقات من جهة وتحقيق تنمية اقتصادية قوامها الإنتاج الحقيقي من جهة أخرى.

الدراسات السابقة: لقد تم الإشارة إلى موضوع هذه الدراسة في بعض من الدراسات السابقة منها:

– دراسة بوزيد سايح (2006–2007): وهي مذكرة ماجستير بعنوان **"تأهيل القطاع الزراعي الجزائري في ظل المتغيرات الاقتصادية العالمية"**، وقد هدفت الدراسة إلى أن عملية الاستعداد لمرحلة ما بعد البترول والغاز بإسهام القطاع الفلاحي في ترقية وتنمية الصادرات خارج المحروقات والبحث عن بدائل إستراتجية للطاقات غير المتجددة يعد مطلبا ضروريا تستدعيه التنمية الاقتصادية المستدامة مبرزة الدور الذي يلعبه الاقتصاد الزراعي في التنمية الاقتصادية.

– دراسة الطيب داودي ومنصري نجاح (2014): وهي مداخلة بعنوان **"القطاع الفلاحي كخيار استراتيجي للتنمية الاقتصادية في الجزائر" وأشارت هذه الدراسة الى** أن القطاع الفلاحي يعد مصدرا رئيسيا لرأس المال اللازم لدفع عجلة التنمية الاقتصادية ولها دور كبير في تدعيم القطاع الصناعي وكما يساهم القطاع الفلاحي في إنعاش قطاع التجارة الخارجية عن طريق زيادة الصادرات من المنتجات الفلاحية، وهذا ما يؤدي إلى جلب العملة الصعبة وقد استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي للإجابة على أهم تساؤلات الإشكالية.

– دراسة سليمان دحو (2015): وهي أطروحة دكتوراه بعنوان **"التسويق الدولي للمنتوج الزراعي كأداة لتنمية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات"** من خلال دراسة ميدانية لواقع تسويق التمور في عينة من المؤسسات المصدرة للتمور بالجنوب الشرقي، وقد أشارت الدراسة إلى حقيقة مفادها أن اعتماد الجزائر على النفط جعل منها اقتصاد أكثر عرضة للمخاطر الأمر الذي استدعى البحث عن مصادر بديلة للتنمية على غرار الاهتمام بالمنتوج الزراعي مما يقل من الأهمية الإستراتيجية للنفط كمصدر أساسي للتنمية.

منهج الدراسة: تم استخدام المنهج الوصفي عند استعراض الأدبيات النظرية لإستراتيجية التصدير والمنتجات الفلاحية، كما تم الاعتماد على المنهج التحليلي وذلك بإسقاط الجانب النظري في قالب تطبيقي باستخدام جملة من البيانات والجداول الإحصائية.

هيكلة الدراسة: سيتم تغطية هذه الدراسة من خلال المحاور الثلاثة الآتية:

المحور الأول: عموميات ومفاهيم حول إستراتيجية التصدير

المحور الثاني: أهمية القطاع الفلاحي وخصائص المنتجات الزراعية

المحور الثالث: دراسة تحليلية لمدى مساهمة تصدير التمور في التنمية الاقتصادية.

1.المحور الأول: عموميات ومفاهيم حول إستراتيجية التصدير

1.1. مفهوم إستراتيجية التصدير:

تعرف بأنها تنفيذ لمجوعة من الإجراءات والوسائل المختلفة على مستوى الدولة بهدف التأثير على كمية وقيمة الصادرات،كما يؤدي إلى الرفع من القدرة التنافسية للمنتوجات المحلية في الأسواق العالمية.(بلحارث ليندة، 2014)

2.1. أنواع إستراتيجية التصدير:

1.2.1. إستراتيجية النمو المعتمدة على المنتوج:

تسعى المؤسسة في هذه الحالة لتحقيق هدف اختراق عدد كبير من الأسواق بمنتوج واحد ويتم ذلك من خلال:(ابرام خالد، 2002)

– القيام بتحديد منتوج أساسي للمؤسسة.

– القيام بتسويق المنتوج في السوق المحلية وتعميمه وطنيا ثم دوليا.

– تكييف المنتوج حسب متطلبات الأسواق الخارجية،حيث تقوم المؤسسة المصدرة بدراسة ومعرفة أذواق كل سوق خارجي تريد الدخول إليه.

2.2.1.إستراتيجية النمو المعتمدة على الأسواق:

يجب على المؤسسة في هذه الإستراتيجية القيام بمراقبة سوق معينة من المنتوج المعروض فيها والذي يكون من نفس النوع الخاص بالمؤسسة، وكذلك تعمل على مراقبة سعره وكمياته.

3.2.1.إستراتيجية النمو المعتمدة على الأسواق: يجب على المؤسسة في هذه الإستراتيجية القيام بمراقبة سوق معينة من المنتوج المعروض فيها والذي يكون من نفس النوع الخاص بالمؤسسة، وكذلك تعمل على مراقبة سعره وكمياته.

3.1. الظروف المحيطة بالتصدير: تتمثل أهم الظروف المحيطة والتي من شأنها أن تؤثر في التصدير في ما يلي : (علي بشير محمد، 1996)

1.3.1.الظروف الاقتصادية:تتمثل فيما يلي:

1.1.3.1.الظروف الاقتصادية الداخلية: حيث ترتبط إما بحالة النمو أو الركود الاقتصادي للدولة، حيث أنه في حالة النمو تدعم حركة التصدير أما في حالة الركود الاقتصادي تضعف حركة التصدير وعليه يجب على المصدر أن يقوم بتحليل هذه الحالات، ويجب عليه كذلك تحليل التضخم والوضعية المالية للدولة المتعامل معها من حيث حجم مخزوناتها وديونها الخارجية بالعملة الصعبة.

2.1.3.1.الظروف الاقتصادية الدولية: حيث ينظر لها من خلال وضعية العملات الأجنبية على المستوى الدولي لأن سوق العملة الصعبة متقلبة مما يؤثر على حجم المعاملات الخارجية.

2.3.1.الظروف الداخلية لمؤسسات القائمة بالتصدير:

حيث يجب على المؤسسة هنا تحديد حجم ونوعية التصدير وذلك من خلال:

1.2.3.1 من حيث المنتوج او الخدمة المقدمة: ويتعلق ذلك بـ:

-ثمن المنتوج.

-نوعية المنتوج والخدمات والمرتبطة به مثل خدمات ما بعد البيع.

1.2.3.1 من حيث الأجهزة المكلفة بالتصدير: وهي:

- المصالح المكلفة بالتصدير الموجود داخل المؤسسة.
- تسير الموارد البشرية المكلفة بالتصدير مثل توظيف العمال وغيرها.

1.2.3.3 من حيث القنوات المعتمدة في التوزيع: وهي:

- المنهجية المعتمدة لغزو الأسواق الخارجية مثل قنوات التصدير وغيرها.
- تنظيم التوزيع.

1.2.3.4 من حيث سياسة الاتصال: وتتعلق بما يلي:

- مدى استعمال المؤسسة المصدرة من وسائل الاتصال مثل معارض دولية ،الانترنت وغيرها.

1.3.3.الظروف السياسية:

حيث أن التصدير كغيره من المعاملات الدولية يتأثر بالأوضاع السياسية القائمة في بلد الاستيراد والتصدير.

1.3.4. الجوانب القانونية:

إن اختلاف الأنظمة الاقتصادية والسياسة بين دول العالم أدى إلى اختلاف الأنظمة القانونية وبذلك يجب على رجال الأعمال المعرفة التامة بتلك القوانين، وبذلك ظهرت المنظمات الدولية كالمنظمة العالمية للتجارة ومؤتمر الأمم المتحدة للاقتصاد والتجارة وغرفة التجارة الدولية لتسهيل هذه المعاملات المتعلقة بمختلف أنواع المعاملات التجارية.

1.3.5. الجوانب الثقافية:

حيث تتعلق بالعادات والتقاليد واللغة والدين للبلد الذي نتعامل معه وللاستفادة منه يجب تحديد التصدير المناصب له.

1.3.6. جانب النمو السكاني :

حيث أنه إذا كانت ظاهرة النمو السريع للسكان والذي يفوق معدلات النمو الاقتصادية يؤثر سلبا على نمو الصادرات،حيث أنه كلما زاد الاستهلاك المحلي للسلع والخدمات أدى ذلك إلى التأثير على معدل نمو الصادرات بالانخفاض والعكس صحيح.

2.المحور الثاني: أهمية القطاع الفلاحي وخصائص المنتجات الزراعية

تعتبر المنتجات الفلاحية أحد المنتجات المهمة في الإقتصاد الوطني والعالمي لسبب رئيسي متعلق بالأمن الغذائي من جهة ودعم الميزان التجاري من خلال تصدير تلك المنتجات من جهة أخرى.

2.1. مفهوم المنتجات الزراعية:

يفترض التعرف وبدقة على ما تعنيه المنتجات الزراعية وما تتضمنه من منتجات مختلفة، إذ لا ينحصر المفهوم بالفواكه والخضروات ،بل يتعدى ذلك ليشمل المنتجات الجافة كالحنطة والشعير والأرز العدس وكذلك منتجات زراعية صناعية كقصب السكر أو البنجر السكري والمواد الأولية للإنتاج الزيوت باختلاف أشكالها كالزيتون وبذور القطن وزهر الشمس كذلك ما يستخلص في صناعة الخل مثلا،وحتى منتج البطاطس مثلا فإنه يدخل ضمن المنتوجات الزراعية ولا يمكن اعتباره من صنف الفواكه أو الخضروات وإنما يعد محاصيل زراعية وهناك منتجات أخرى عديدة لهذا المنتوج(سليمان دحو، 2016).

2.2.خصائص المنتجات الزراعية

تتميز المنتوجات الزراعية بخصائص عديدة أهمها: (عاكف الزعبي، 2006)

1.2.2. سلع غذائية: معظم المنتجات الزراعية سلع غذائية، فهي ذات أهمية خاصة تفرض على الحكومة الاقتراب من سوقيها لمراقبة وتبني سياسات خاصة لضمان حريته و تنافسيته وتحقيق بعض الأهداف الاجتماعية خاصة لفئتي المنتجين والمستهلكين.

2.2.2. معظمها مواد أولية: معظم السلع الزراعية قابلة للتحويل والتصنيع ،فبعضها لا يستهلك طازجا،وبعضها الآخر غالبا ما يحتاج للتجهيز والتصنيع من أجل الحفظ أو التحويل لشكل آخر مرغوب،وهذا يطيل المسلك التسويقية ويزيد عدد الوسطاء ويرتب هوامش سعرية إضافية.

3.2.2. سريعة التلف: أغلب السلع الزراعية ومنها المحاصيل البستانية سريعة التلف مما يستدعي ضرورية بيعها بسرعة، وتحتاج للسبب نفسه إلى الحفظ ضمن شروط خاصة أو إلى التصنيع وفي دلك زيادة للتكاليف.

4.2.2. كبيرة الحجم قياسا إلى قيمتها: وتأخذ السلع الزراعية بسبب هده الخاصية مساحة كبيرة في وسائل النقل ومستودعات التخزين مما يضيف تكاليف كبيرة نسبيا.

5.2.2. تمايز كبير في النوعية: باعتبارها منتوجات حية وتتأثر بالظروف البيئية والمناخية يظهر المنتوج الزراعي لنفس النوع والموسم والمنطقة اختلافات في النوعية تجعل من المطلوب تصنيف المنتوج في عدة درجات لكل درجة مواصفاتها المحددة.

3.2.السياسة الزراعية والعوامل الواجب توفيرها لتنمية المنتوج الفلاحي:

لما كانت السياسة الاقتصادية العامة هي مجموعة من الإجراءات التي تقوم بها الدولة لتحسين مستوى المعيشة ورفع الرفاهية الاقتصادية العامة للدولة،فإن السياسة الاقتصادية الزراعية هي أحد فروع السياسة الاقتصادية العامة للدولة ،يتم رسمها وإعدادها وتطبيقها في القطاع الزراعي ،ويتم التنسيق والتكامل بينهما وبين غيرها من السياسات الاقتصادية الفرعية الأخرى لتحقيق أهدافها المسطرة.

1.3.2. السياسة الزراعية:

1.1.3.2.ماهية السياسة الزراعية:

للسياسة الزراعية أساليب متعددة منها ما يدخل ضمن السياسات الاقتصادية بشكل عام ومنها ما يختص بالتنمية والنمو الزراعي، والأسعار والدخول الزراعية، والاستقرار ،التنويع الأجر وتوظيف العمالة.

تعددت وتنوعت مفاهيم السياسة الزراعية ومن أهمها: (سايح بوزيد، 2007)

– بأنها الإجراءات العملية التي تقوم بها الدولة والتي تتضمن مجموعة منتجة من الوسائل الإصلاحية الزراعية المناسبة والتي يمكن بموجبها توفير أكبر قسط من الرفاهية للمشتغلين بالزراعة عن طريق زيادة إنتاجهم وتحسين نوعيته وضمان استقراره.

– مجموعة من الخطط والبرامج والإجراءات التي تستهدف لتحقيق أكبر قدر من الرفاهية الاقتصادية للمجتمع الزراعي والمجتمع عامة عن طريق تعظيم الإنتاج وعدالة التوزيع.

– السياسات الزراعية يمكن اختصارها في مجموعة من الإجراءات والتشريعات والقوانين التي تتخذها الدولة للنهوض بالقطاع الزراعي،كما أنها عبارة عن أسلوب إدارة الدولة للقطاع الزراعي من أجل أن يحقق أهدافه الخطط لها.(فوزية غربي، 2010)

باختصار فإن أهمية السياسات الزراعية تمكن في مسئوليتها عن تحقيق هدفين عامين أساسين هما (عاكف الزعبي، 2006):

1.تحقيق الكفاءة الإنتاجية القصوى بمعنى تحقيق أعلى دخل زراعي وطني ممكن من الموارد المستخدمة، أو تحقيق نفس مستوى الدخل من استخدام أقل الموارد وينطوي هذا الهدف على ترشيد استخدام الموارد أعلى ما يمكن.

2.تحقيق أنسب توزيع ممكن للدخل والثروة داخل القطاع الزراعي من جهة وبين القطاع الزراعي وغيره من القطاعات الاقتصادية من جهة أخرى.

2.3.2. العوامل الواجب توفيرها لتنمية المنتوج الفلاحي:

إن تطور القطاع الزراعي وتمكنه من الاضطلاع بالمهام المنوطة به يتطلب توفر مجموعة من العوامل التي نلخصها في العناصر التالية : (باشيا حمد، 2003)

– يعتبر القطاع الزراعي من بين القطاعات الهامة في تحقيق التنمية الاقتصادية إذ يمكن له أن يصبح موردا لرؤوس الأموال الضرورية لتحقيق النمو الاقتصادي من خلال العمل على تحقيق الاكتفاء الذاتي. لكن تحقيق هذا الهدف يتطلب خلق فعالية إنتاجية في القطاع الزراعي من خلال تكوين الفلاحين و الإطارات والاختصاصيين وتشجيع الشباب على العمل في القطاع الفلاحي واستخدام الوسائل الحديثة في القطاع الزراعي.

– ضرورة خلق وتوسيع البنوك الريفية وتعاونيات القرض من شأنها أن تحقق ميزتين:

أ. الميزة الأولى: توفير المعلومات الضرورية للبنوك وتعاونيات القرض عن ظروف وإمكانيات الفلاحيين والتي تعتبر كضمان للقروض إلى جانب مساهمتها في جلب مدخرات الفلاحين.

ب. الميزة الثانية : توفير للقطاع الفلاحي مصادر للحصول على القروض وبشكل مبسط وعقلاني وبعيد عن كل الإجراءات البيروقراطية والإدارية.

– ضرورة خلق وتوسيع الأسواق الريفية لتمكين الفلاحين من تسويق فائض إنتاجهم مع ضرورة الاهتمام بتحسين وتخفيض تكاليف النقل والتسويق والتخزين وإلغاء الاحتكار،وهذه العوامل جميعها من شأنها أن ترفع الإنتاجية الفلاحية.

– العمل على تحرير أسعار المنتجات الفلاحية وذلك لأن مرحلة التخطيط المركزي وما عرفته من تحديد دون المستوى لأسعار المنتجات الفلاحية قد أثر سلبا على هذه الأخيرة باعتبارها أن أسعار المنتجات الفلاحية لها تأثيرات من عدة نواحي.

– العمل على تحفيز الادخار من أجل خلق التراكم الرأسمالي إلى جانب تحديث أسلوب الفلاحة الصحراوية والعمل على رفع نسبة الأراضي المسقية منها، وذلك من خلال بناء السدود وخلق احتياطي مائي وتحرير أسعار المنتجات الفلاحية ليتمكن الفلاحون من تحقيق دخل يمكنهم من إعادة توظيفه بدلا من استهلاكه والعمل على ربط الإنتاج بالواقع الاجتماعي وربط مراكز التكوين بالواقع الفلاحي والعمل على زيادة الاستثمارات المالية في الزراعة الموجهة لأغراض توفير مستلزمات الإنتاج المادي والخدمي للزراعة.

– ترقية الصادرات خارج المحروقات ويأتي هذا من خلال تطوير القطاع الزراعي وتنويعه ليتمكن من تأمين الحاجات الداخلية وتصدير الفائض وهذا يستلزم أن يلعب قطاع الخدمات دوره في التنسيق بين القطاعات.

3. المحور الثالث: دراسة تحليلية لمدى مساهمة تصدير التمور في التنمية الاقتصادية.

1.3.واقع الإنتاج الفلاحي في الجزائر

يعد الإنتاج الفلاحي في الجزائر من أهم المنتجات محل اهتمام الدولة خاصة بداية الألفية الثالثة، وتظهر أهميته في الاقتصاد الوطني كونه القطاع الرئيسي المنتج للسلع الغذائية الأساسية بهدف إشباع الحاجيات المتزايدة للسكان وفق التزايد غير المحدود لعددهم، وفي الجزائر وعلى الرغم من تنوع القطاعات الاقتصادية وتعددها فإن القطاع الفلاحي يبقى الأهم من بينها.

1.1.3. مساهمة الإنتاج الفلاحي في الناتج الوطني الإجمالي

يحتل الإنتاج الفلاحي أهمية كبيرة في الجزائر من حيث مساهمته في تكوين الدخل الوطني باعتبار الدخل الوطني من أهم المؤشرات التنمية الاقتصادية لأي بلد والجدول التالي يبن تطور مساهمة الإنتاج الزراعي في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر.

الجدول رقم (01) :مساهمة الناتج الزراعي الاجمالي في الناتج المحلي الاجمالي للفترة من 2004-2015

القيمة : مليون دولار أمريكي

السنوات	2004	2005	2006	2007	2008	2009
الناتج المحلي الإجماليA	85003	102835	116461	13443	171756	138126
الناتج الزراعي الإجماليB	8032	7902	8804	10105	11195	12820
نسبة B من A	%9.45	%7.68	%7.56	%75.17	%6.52	%9.28
السنوات	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**
الناتج المحلي الإجمالي A	161947	198769	207822	209416.56	213343	166894
الناتج الزراعي الإجمالي B	13644	16110	18334	20573.39	21966.60	19718
نسبةB من A	%8.42	%8.10	%8.82	%9.82	%10.29	%11.81

المصدر: من إعداد الباحثين :المنظمة العربية للتنمية الزراعية ،أعداد مختلفة للكتاب السنوي للإحصائيات الزراعية العربية المجلد24- 36 للسنوات 2005-2016.

حسب هذا الجدول، نلاحظ أن الناتج الزراعي الاجمالي في تطور ملحوظ من سنة إلى أخرى فبعدما كان يبلغ 8032 مليون دولار سنة 2004 أصبح يبلغ 21966.60 مليون دولار سنة 2014 ثم تنخفض في سنة 2015 بمبلغ 19718مليون دولار،وهذا راجع لجملة الإصلاحات التي شهدها هذا القطاع ،إلا أن مساهمة الناتج الزراعي في الناتج المحلي الإجمالي تختلف من سنة إلى أخرى حسب تطور الناتج الزراعي الإجمالي من جهة وتطور الناتج المحلي الإجمالي من جهة أخرى، حيث تتأرجح هذه النسبة بين الزيادة والنقصان، إلا أن هذه النسبة مازالت ضعيفة مقارنة مع مساهمة القطاعات الأخرى خاصة قطاع المحروقات.

2.1.3. مساهمة نصيب الفرد من الناتج الإجمالي الزراعي:

إن ارتفاع نصيب الفرد من الناتج الزراعي مرتبط وثيقا بارتفاع قيمة إجمالي الناتج المحلي الزراعي وكذا تغيرات إجمالي السكان ويمكن ملاحظة تطور نصيب الفرد من الناتج الزراعي من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (02): متوسط نصيب الفرد من الناتج المحلي الزراعي

السنوات	2004	2005	2006	2007	2008	2009
نصيب الفرد من A	2631	3102	3477.99	3891.51	4936.52	3935.21
نصيب الفرد منB	249	238	261.31	290.37	321.70	365.24
السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015
نصيب الفرد منA	4541.25	5459.55	5542.65	5468.20	5401.09	4176.21
نصيب الفرد منB	382.60	442.43	488.97	537.21	556.12	493.41

المصدر:المنظمة العربية للتنمية الزراعية ،أعداد مختلفة للكتاب السنوي للاحصائيات الزراعية العربية المجلد 24- 36للسنوات2005-2016

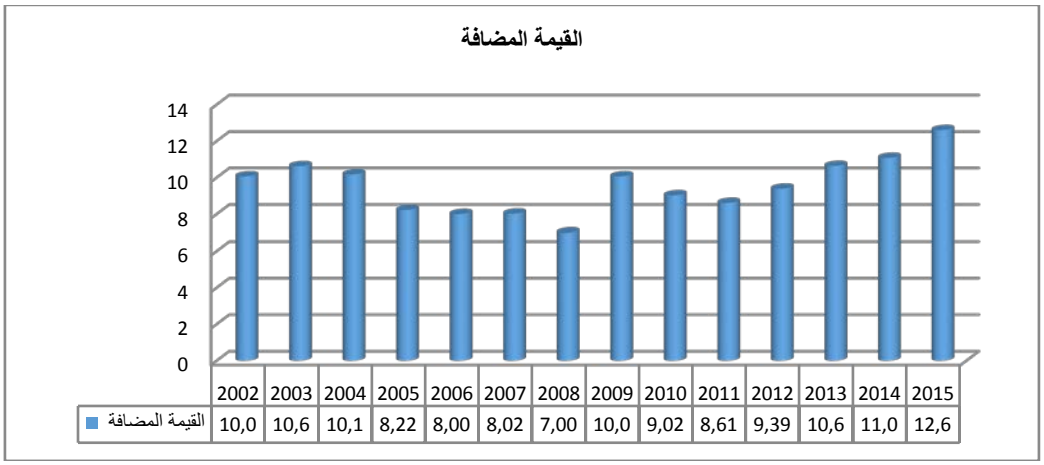
بحيث: A الناتج المحلي الإجمالي، B الناتج الاجمالي الزراعي.

من خلال الجدول نلاحظ تطور نصيب الفرد من الناتج الإجمالي الزراعي من سنة إلى أخرى، حيث سجل سنة 2004 حوالي 249 دولار أمريكي، في حين بلغ سنة 2014 حوالي556.16 دولار أمريكي، ويعود ذلك لإرتفاع الناتج الإجمالي الزراعي في السنوات الأخيرة بسبب الإصلاحات، ثم إنخفاض في سنة 2015 بحوالي 493.41 مليون دولار أمريكي. كما نلاحظ من خلال هذا الجدول تطور نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي حيث سجل سنة 2004حوالي 2631 دولار أمريكي في حين بلغ سنة 2014 حوالي 5401.09 دولار أمريكي، ويعود ذلك لارتفاع سعر البترول في الأسواق الدولية من جهة وارتفاع حجم الصادرات من المحروقات من جهة أخرى.

إلا أن تصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي أو من الناتج الزراعي تبقى ضعيفة مقارنة مع الدول الأخرى، خاصة أن الجزائر بلد يعتمد على ريع المحروقات ، وهذا المنتوج هو من الموارد الطبيعية الزائلة ومعظم المنتجات التي تستوردها هي منتجات موجهة للاستهلاك أو منتجات غذائية ،لهذا يجب البحث عن الحلول اللازمة للنهوض بالقطاع الفلاحي حتى يتماشى مع الزيادة المستمرة في عدد السكان وحتى يتم القضاء على التبعية الغذائية للخارج.

3.1.3.تطور القيمة المضافة في قطاع الزراعة (% من إجمالي الناتج المحلي):

الشكل رقم (01): نسبة القيمة المضافة في قطاع الزراعة (GDP%)بالجزائر في الفترة 2004-2015



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على إحصائيات: المنظمة العربية للتنمية الزراعية، المجلد رقم 36، 33، 31، الخرطوم، 2016.

يلاحظ من الشكل رقم (01) تذبذب مساهمة القيمة المضافة لقطاع زراعة في الناتج المحلي الإجمالي رغم أن هناك فائضا في الإنتاج في محاصيل عديدة يمكنها أن تشكل بديلا حقيقيا عن المداخيل الضائعة بسبب تراجع سعر المحروقات، لكن الإشكال يرتبط بتعرض الكثير من المنتجات إلى التلف بسبب غياب مصانع التحويل، وإلى مشكلة التوزيع والتسويق التي تعاني منها الفلاحة.

2.3. مساهمة إنتاج التمور في دعم التنمية الإقتصادية في الجزائر

تمثل زراعة النخيل إحدى الدعائم الأساسية للنشاط الفلاحي، وذلك لما لها من تأثيرات غذائية واجتماعية واقتصادية وبيئية في مناطق تواجدها. حيث تقدر ثروة النخيل في الجزائر بحوالي 11 مليون نخلة وتنتج أكثر من 260 ألف طن من التمور سنويا في المتوسط، وان نسبة كبيرة من هذا الإنتاج يعتبر من الأصناف ذات الجودة العالية مما يجعل الجزائر من أهم الدول المنتجة للتمور في العالم وأول دولة في إنتاج تمور من صنف دقلة نور الذي هو حتى الآن من أحسن الأصناف التجارية في العالم التي تلقى رواجا في السوق الإقليمية والدولية، وتمثل هذه الثروة نشاطا اقتصاديا هاما للدولة وتتضح أهميته من خلال الطلب المتزايد على التمور سواء في الأسواق المحلية أو الخارجية وخاصة تلك الأصناف ذات النوعية الممتازة.

1.2.3.:مستويات إنتاج التمور في الجزائر

1.1.2.3.إنتاج التمور في الجزائر

إن المناطق المشهورة بزراعة النخيل تقع غالبا في جنوب الأطلس الصحراوي وتغطي 17 ولاية (في الواقع 16 ولاية فقط ما إذا استثنينا ولاية المسيلة التي فقدت مؤهلاتها في زراعة النخيل).

وتحتل ولاية بسكرة المرتبة الأولى بنسبة 27.4% من حيث المساحة الإجمالية و 23.1% من مجموع أشجار النخيل و 41.2 % من الإنتاج الوطني للتمور متبوعة بولاية الوادي بنسبة 22 %، و22.4%، و25 %. وهاتين الولايتين تستحوذ لوحدهما على ثلثي (3/2) الإنتاج الوطني من التمور.

جدول رقم(03):الإنتاج الوطني من التمور بحسب الولايات المنتجة

الولاية	الإنتاج (بالقنطار)	عدد أشجار النخيل	المساحة (بالهكتار)	الولاية	الإنتاج (بالقنطار)	عدد أشجار النخيل	المساحة (بالهكتار)
بسكرة	4077900	4077900	42910	تبسة	20500	61800	820
الوادي	2474000	2474000	36680	الأغواط	16200	37300	320
ورقلة	1296300	1296300	21980	إليزي	15600	129100	1250
أدرار	910300	910300	28330	باتنة	14000	28700	190
غرداية	565000	565000	10850	البيض	10300	63900	640
بشار	300500	300500	14120	النعامة	10200	50600	510
تمنراست	109400	109400	7000	تندوف	8400	45200	430
خنشلة	86200	86200	770	الجلفة	6800	10100	100

المصدر: اعتمادا على إحصائيات وزارة الفلاحة والتنمية الريفية والصيد البحري لسنة 2015.

1.1.2.3.الإمكانيات والإنتاج بحسب الأصناف: يمثل الجدول الموالي إمكانيات إنتاج بعض التمور في الجزائر:

الجدول رقم (04): إمكانيات الإنتاج لبعض أنواع التمور الأساسية

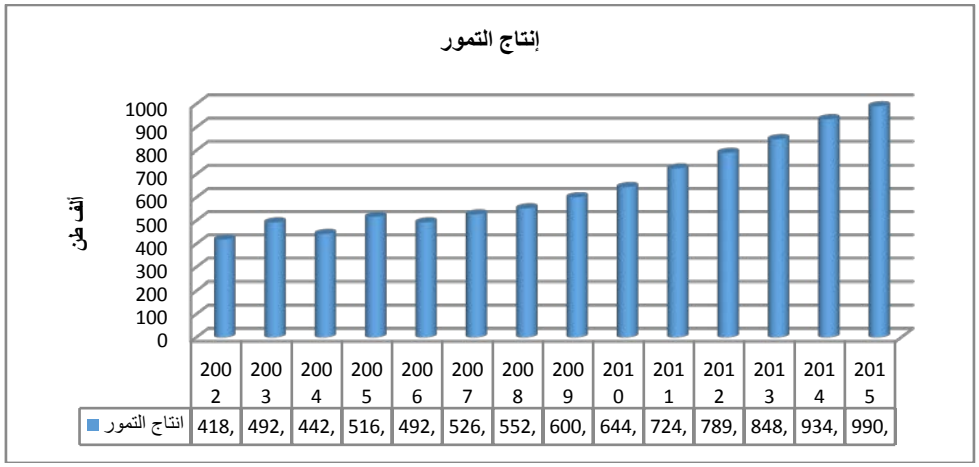
الصنف	عدد أشجار النخيل	الإنتاج بالقنطار
دقلة نور	7194100	5249500
الغرس وشبيهاته	4192000	1928500
دقلة بيضاء وشبيهاتها	7218400	2725700

المصدر: إحصائيات وزارة الفلاحة والتنمية الريفية والصيد البحري لسنة 2015.

يتمركز إنتاج هذه الأنواع من التمور الأساسية في كل من بسكرة، ورقلة، واد سوف وغرداية.

2.2.3.تطور إنتاج التمور في الجزائر:

الشكل رقم (02) يمثل تطور إنتاج التمور في الجزائر 2002-2015



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على إحصائيات:المنظمة العربية للتنمية الزراعية ،المجلد رقم 31،33،36،الخرطوم،2016.

من الشكل أعلاه يتبين لنا تطور إنتاج التمور بمعدلات متزايدة، حيث انتقل من 418.4 ألف طن سنة 2002 إلى أكثر من 990 ألف طن سنة 2015 مما يبين لنا أن الجزائر تتوفر على إمكانيات إنتاجية هامة مما يستوجب استغلالها في تنويع الصادرات خارج المحروقات.

3.3. تطور الصادرات الجزائرية من التمور:

1.3.3. صادرات التمور الجزائرية: يوضح الجدول الموالي تطور الصادرات الجزائرية من التمور خلال الفترة المدروسة.

الجدول رقم (05):تطور الصادرات الجزائرية حسب القيمة والكمية من منتوج التمور خلال فترة 2004- 2015

السنوات	2004	2005	2006	2007	2008	2009
الكمية بالطن	8.02	10.86	12.13	12.82	9.64	7.23
القيمة مليون دولار	14.34	18.49	19.22	22.48	19.53	13.57
السنوات	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**
الكمية بالطن	7.23	7.23	20.44	14.71	25.64	28.48
القيمة مليون دولار	13.57	13.57	26.21	20.43	38.31	34.55

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على المنظمة العربية للتنمية الزراعية ،أعداد مختلفة للكتاب السنوي للإحصائيات الزراعية العربية المجلد 24-36للسنوت2005/2016

نلاحظ من خلال الجدول رقم(5) أن هناك نوعا من التذبذب في الكمية المصدرة من التمور قي الفترة مابين 2004و2007 حيت بلغت 8.02طن سنة 2004 لتصل إلى 12.82 طن سنة 2007 ثم ينخفض إلى 9.64 طن ثم تصبح ثابتة سنة 2009 و2011حيث بلغت 7.23طن ثم يرتفع ليصل الى أقصاها سنة 2015 إلى 28.48طن ويرجع هذا التذبذب في التصدير إلى عدم وجود إستراتيجية تسويقية فعالة وواضحة المعالم سواء من الدولة أو الخواص تكون من أهدافها ترقية الصادرات التمور من خلال تدليل العقبات والعوائق التي ما تزال تعترض تطوير قطاع تصدير التمور في الجزائر.

2.3.3. مشاكل التصدير في الجزائر: تتمثل هذه المشاكل في ما يلي: (وصاف سعيدي، 2002)

1.2.3.3.المشاكل على المستوى الجزئي

- غياب سياسة محددة الأهداف وواضحة و معلنة ومعروفة من طرف كل الدوائر والمستويات والمصالح والأفراد.

– تطبيق عشوائي وغير منتظم لإجراءات العمل المنصوص عليها في نظام الجودة،بالإضافة إلى غياب نظام قادر على القياس المبني على الأساليب الإحصائية لتحديد الاختلاف.

– عدم الأخذ بأسلوب نظام الجودة في مجال تحديد وتصميم المنتجات.

– غياب التحفيز المادي والمعنوي داخل المؤسسة الذي قضى على كل فرص الإبداع والإبتكار كأسلوب علمي يمكن المؤسسة الجزائرية من تحضير المنتوج الذي يتلاءم مع متطلبات الوضع الحالي.

2.2.3.3.المشكل المرتبطة بالمحيط الاقتصادي:

– غياب إستراتيجية محددة المعالم للتصدير أو على الأقل تغطية الحاجيات المحلية والذي يفترض أنها جزء ضروري لتنمية وتوزيع الصادرات وتحقيق تنافسية ،تعطي الاعتبار للجانب الاقتصادي والاجتماعي والتشابك والتداخل الحاصل بين الأسواق الوطنية والأجنبية.

– غياب ثقافة التصدير لدى المتعاملين الاقتصاديين الجزائرين، وميلهم لممارسة عملية الاستيراد بسبب ارتفاع نسبة الربح والتقليل من المخاطر الناجمة عن التصدير.

– انعدام الخبرة لدى المصدرين الجزائريين والتي تحول دون تموقعهم في الأسواق الأجنبية لمدة أطول،هذه الوضعية تجلب من خلال الانعكاسات والتأثيرات السلبية من جراء تحرير التبادلات التجارية للنظام الإنتاجي الوطني.

– سوء استخدام التكنولوجيا حال دون تقديم منتجات مطابقة للمواصفات الدولية سواء من حيث التصميم،تغليف، بالإضافة إلى غياب الإبداع والابتكار التقني والتكنولوجي سبب ضعف ميزانية البحث والتطوير وأنماط الإدارة المتسلطة.

3.2.3.3.المشاكل المرتبطة بالمحيط المؤسساتي والتشريعي:

– غياب أدنى تنظيم للتواجد التجاري في الأسواق الخارجية بما يخدم الصادرات خارج المحروقات.

– وجود تنظيم وتنسيق غير كافين بين المصدرين الجزائريين سواء على المستوى الوطني أو الخارجي.

– سوء استخدام وتوجيه الموارد المالية للصندوق الخاص لترقية الصادرات خارج المحروقات.

– ارتفاع تكاليف النقل الدولي وعجز خدمات دعم التصدير المخصصة لذلك، والتي تعتبر أداة أساسية وضرورية لتطوير نشاطات التصدير لأن ارتفاع تكاليف النقل يترتب عليه ارتفاع التكاليف التسويقية وبالتالي انخفاض هامش الربح الممكن تحقيقه من عملية التصدير.

– عدم الاهتمام بوظيفة التسويق الدولي وما يمكن أن تقدمه من معلومات للمؤسسات بحيث أصبح الحصول على المعلومات عن الأسواق الخارجية من أهم المشكلات التي تواجه المصدر الجزائري نظرا لنقص خبرته بالدراسات التسويقي.

الخاتمة:

تشكل زراعة التمور في الجزائر موردا هاما إذا ما نجحت الدولة في إعادة الاعتبار له وفتح الأسواق الخارجية لتصدير الفائض المحقق بالإضافة إلى استغلال الأراضي الصحراوية لزراعة التمور والقيام بدراسات عملية وفتح المجال لكل المستثمرين في هذا القطاع محلي ين كانوا أو أجانب لاستغلال كل الفرص المتاحة وكل المساحات وذلك لتنويع مصادر التنمية الاقتصادية دون التركيز على مصدر واحد ممثلا في الطاقة الأحفورية. وقد تم في هذه الدراسة الإشارة إلى مدى أهمية الاعتناء بالقطاع الفلاحي حتى يكون مصدرا لتحقيق التنمية الاقتصادية بالجزائر وتوصلت الدراسة من خلال اختبارها للفرضيات التي انطلقت منها إلى النتائج التالية:

– إن تصدير التمور ينبغي أن يحتل مكانة إستراتيجية ،بمعنى أن الدولة يجب أن تصنفه كمنتوج إستراتيجي من الدرجة الأولى ،على اعتبار أن محصول التمور للجزائر كبير جدا.

– إن الجزائر تمتلك قدرات هامة في القطاع الفلاحي تمكنها من تنمية الاقتصاد خارج المحروقات وذلك بعدى استعراض مختلف الثروات والمقومات التي تزخر بها الجزائر من أراضي صالحة للزراعة، ثروات مائية وغيرها وهو ما يؤكد صحة الفرضية الأولى.

– كما ثبتت صحة الفضية الثانية كذلك حيث أنه وعلى الرغم من تقديم مختلف التحفيزات المناسبة وفي شتى المجالات التجارية و المالية والجمركية خاصة بالنسبة للمصدرين إلا أن نتائج إستراتيجية تنمية الصادرات غير النفطية لم تحقق النتائج المرجوة خاصة في القطاع الفلاحي.

توصيات الدراسة:

– ضرورة ترقية الصادرات خارج المحروقات بغرض زيادة الدخل والرفع من التنمية الاقتصادية من خلال صادرات التمور.

– العمل على تطوير قنوات تسويق منتوج التمور من خلال تطبيق طرق الترويج الحديثة والدعاية اللازمة عبر المشاركة في مختلف المعارض والأنشطة الاقتصادية الدولية للتعريف بمميزات هذا المنتوج واكتساح أسواق جديدة غير مألوفة.

– ضرورة توفير مؤطرين ذوي خبرة ونجاعة لمرافقة المؤسسات والمصدرين لتقديم منتوج محلي ذي نوعية عالية وحماية المنتوج الوطني من المنافسة الأجنبية ،وتسهيل مختلف العمليات الإدارية والمالية المرتبطة بذلك.

– إعادة بعث ثقافة الاهتمام بزراعة النخيل ،والنظر إليها على أنها آفاق استثماري واعد يساهم في قيام العديد من الصناعات الغذائية والطاقوية المهمة.

قائمة المراجع:

1. إبرام خالد (2002)، ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر،رسالة ماجستير، جامعة الجزائر،2001–2002: ص 16.
2. باشي أحمد (2003)، القطاع الفلاحي بين الواقع ومتطلبات الإصلاح، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد 02، ص109.
3. بلحارث ليندة (2014)،الإجراءات المتبعة من السلطات العمومية لأجل ترقية الصادرات خارج المحروقات،الملتقى الوطني حول "ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر"،جامعة اكلي امحند البويرة، يومي 11و12مارس2014: ص 2.
4. سايح بوزيد (2007)، تأهيل القطاع الزراعي الجزائري في ظل المتغيرات الاقتصادية العالمية،رسالة ماجستير، تخصص اقتصاد تنمية،جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان،2006–2007: ص32.
5. سليمان دحو (2016)، التسويق الدولي للمنتج الزراعي كأداة لتنمية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات (دراسة ميدانية لواقع تسويق التمور في عينة من المؤسسات المصدرة للتمور بالجنوب الشرقي)،أطروحة الدكتوراه،قسم علوم التسيير، تخصص علوم التسيير جامعة محمد خيضر بسكرة،2015–2016: ص 163.
6. عاكف الزعبي (2006)،مبادئ التسويق الزراعي ،الطبعة الأولى،دار الجامد للنشر والتوزيع، عمان، ص.ص43–44.
7. علي بشير محمد (1996)، القاموس الاقتصادي، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، ص.ص 70–73.
8. فوزية غربي (2010)، الزراعة العربية وتحديات الأمن الغذائي ،حالة الجزائر،الطبعة الأولى،مجلة بحوث اقتصادية العربية ،بيروت، ص146.
9. وصاف سعيدي (2002) ، تنمية الصادرات والنمو الاقتصادي في الجزائر ،مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد1 ، ص ص:12-14.
10. Engle, R F., and Granger(1987), C.W.J., Cointegration and Error Correction: Representation, Estimation and Testing, Econometrica, Vol. 55, pp, 255-276.
11. William H. Greene, Econometric Analysis(2003), 5th Edition, Prentice Hall, New Jersey, USA, p654.