

صعوبات التصدير خارج قطاع المحروقات في الجزائر

- دراسة حالة المنتجين المصدرين بولاية المسيلة -

.Difficulties in Exporting Outside the Hydrocarbon Sector in Algeria A Case Study of Exporting Producers in M'Sila Province

*سعدون رفيق

Saadoune Rafik

جامعة محمد بوضياف المسيلة - الجزائر

rafik.saadoune@univ-msila.dz

تاريخ النشر: 31/10/2025

تاريخ القبول: 17/10/2025

تاريخ الاستلام: 10/08/2025

الملخص :

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز واقع التصدير بولاية المسيلة وأهم المعوقات التي تقف أمام تطوره، لدى عينة مكونة من ثلاثة منتجين مصدرين ، حيث تم استخدام أداة المقابلة التي تم إجراؤها معهم، ومن ثم تحليل النتائج باستخدام برنامج تحليل البيانات الكيفية Nvivo

وتوصلت الدراسة إلى وجود اتفاق شبه كلي بين الخبراء على التأثير السلبي الكبير للصعوبات الداخلية على عمليات التصدير مقارنة بالصعوبات الخارجية، كما تم الاشارة إلى أن أهم حل مستعجل للتخفيف من هذه الصعوبات هو إنجاز ميناء ضخم بالجزائر والحصول بسرعة على الأموال المستحقة من عمليات التصدير.

الكلمات المفتاحية: تصدير، صعوبات داخلية، صعوبات خارجية

تصنيف جال: F14,R42, C83

Abstract :

This study aimed to highlight the reality of exports in the M'Sila province and the most important obstacles to its development among a sample of three producers exporters, The interviews were conducted with them, and the results were then analyzed using the qualitative data analysis program Nvivo.

The study found near-total agreement among experts on the significant negative impact of internal difficulties on export operations compared to external difficulties, It was also noted that the most urgent solution to mitigate these difficulties is to build a large port in Algeria and quickly obtain the funds due from export operations.

Key words: Export, Internal Difficulties, External Difficulties.

JEL classification codes: F14,R42, C83

* المؤلف المرسل

1. مقدمة:

أدركت الجزائر منذ أزمة النفط الثانية سنة 1986 خطورة الاعتماد على مصدر وحيد للإيرادات المالية المتمثل في النفط ، لذلك قامت بتشجيع المؤسسات المحلية بمختلف أنواعها على التصدير خارج قطاع المحروقات، إلا أن هذا النشاط ما فتئ يواجه عدة صعوبات وعراقيل. ولمعرفة وحصر هذه العراقيل والصعوبات أجرينا دراسة مسحية على عينة من الشركات المصدرة الناشطة في عدة قطاعات صناعية بلغت ثلاثة مؤسسات من ولاية المسيلة، تم فيها استطلاع آراء مدرييها للتسويق حول العوائق التي تواجه مؤسساتهم عبر كاملاً مراحل عملية التسويق الخارجي، وتصوراتهم للحلول الممكنة، وذلك بناء على دليل مقابلة مهيكل أعد مسبقاً لمعالجة إشكالية الدراسة.

1.1. إشكالية الدراسة: مما سبق يمكن طرح إشكالية الدراسة في السؤال التالي:

ما هو الواقع التصدير خارج قطاع المحروقات بالمسيلة من منظور عينة الدراسة؟

وتفتقر معالجة هذه الإشكالية طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ✓ ما الصعوبات الداخلية التي يعاني منها نشاط التصدير خارج قطاع المحروقات بالمسيلة؟
- ✓ ما الصعوبات الخارجية التي يعاني منها نشاط التصدیر خارج قطاع المحروقات بالمسيلة؟
- ✓ ما هي أهم الحلول لتجاوز صعوبات التصدیر خارج قطاع المحروقات من منظور عينة الدراسة.

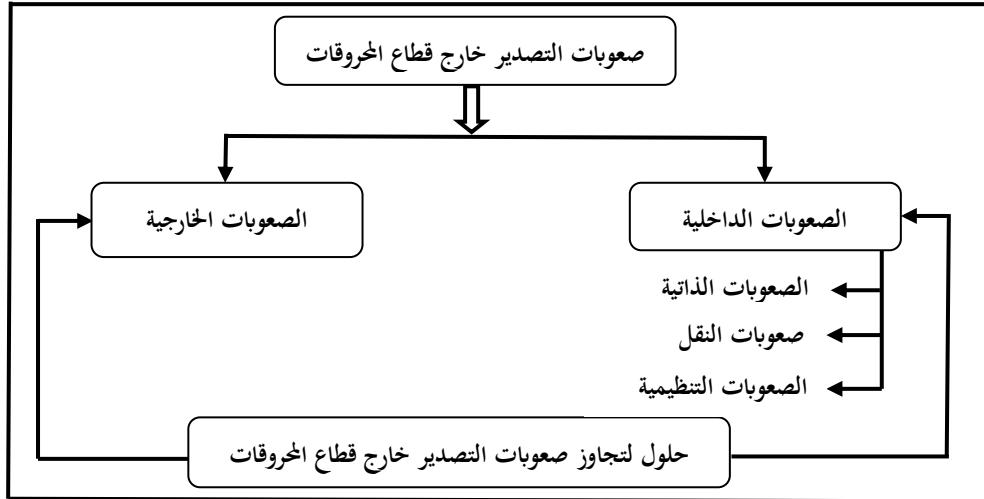
1.2. الفرضيات: بناء على النموذج الهيكلی للدراسة، وللإجابة على الأسئلة الفرعية

المطروحة، ومن ثم الإجابة على إشكالية الدراسة، تم صياغة الفرضيات التالية:

- ✓ **الفرضية الأولى:** يعاني نشاط التصدیر خارج قطاع المحروقات من صعوبات داخلية من منظور عينة الدراسة.
- ✓ **الفرضية الثانية:** يعاني نشاط التصدیر خارج قطاع المحروقات من صعوبات خارجية من منظور عينة الدراسة.
- ✓ **الفرضية الثالثة:** توجد حلول لتجاوز صعوبات التصدیر خارج قطاع المحروقات من منظور عينة الدراسة.

3. نموذج الدراسة: بناءً على ما لدينا من متغيرات فإننا يمكن أن نقترح النموذج الميكانيكي التالي:

الشكل 1: صعوبات التصدير خارج قطاع المحروقات



المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على الدراسات السابقة

4. أهداف الدراسة: هناك العديد من الأهداف يراد تحقيقها من خلال هذه الدراسة يمكن إيجازها في:

- الاحتكاك بالمؤسسات الناشطة في مجال التصدير للتعرف على امكاناتها وآفاقها المستقبلية.
- التعرف على الدور الذي تؤديه ترقية الصادرات في توسيع مداخل المزائر من العملة الصعبة.
- رفع الغطاء على المشاكل التي يعني منها التصدير في الجزائر، وأهم الحلول الممكن تطبيقها.

5. منهج الدراسة: في هذه الدراسة تم استخدام:

- المنهج الوصفي: حيث تم جمع البيانات الثانوية الالزمه لأغراض الدراسة النظرية، من المصادر المكتبة، أما البيانات الأولية فتم جمعها من خلال أسلوب المقابلة مع عينة الدراسة. بعدها قمنا باستخدام برجمية Vivo N الخاصة بتحليل البيانات الكيفية، لأجل تحليل نتائج المقابلة المجرأة مع مدراء الشركات المنتجة المصدرة.

2. الإطار النظري للدراسة: يشتمل على التعريف النظري لمتغيرات الدراسة

1.2. التصدير: ستنظر إلى بعض تعريفات التصدير، وأهم منهجه.

1.1.2 تعريف التصدير: هناك العديد من التعريفات لهذا المصطلح أهمها:

أ. التعريف الأول: يعرف التصدير على أنه كل عملية تحويل سلعة أو خدمة من عون مقيم إلى عون غير مقيم يعني من مواطن حقيقي إلى شخص أجنبي(غالب ياسين، 1999، الصفحات 48-49).

ب. التعريف الثاني: يعتبر التصدير من أسرع وأجدى طرق دخول الأسواق الأجنبية(Trąpczyński, Mertens, Peters, & Barłożewski, 2021, p. 59)

ت. التعريف الثالث: يعتبر التصدير الآلية الأكثر شيوعاً التي تعامل بها الشركات مع الأسواق الدولية(Morgan, Katsikeas,, & Vorhies, 2012, p. 271)

ث. التعريف الرابع: يمثل التصدير خياراً استراتيجياً قابلاً للتطبيق للشركات للتدويل، وظلّ أكثر أساليب دخول الأسواق الأجنبية استخداماً، إذ يوفر للشركة مستويات عالية من المرونة وطريقة فعالة من حيث التكلفة لاختراق أسواق أجنبية جديدة بسرعة & Chaney, 2021, p. 6)

2.1.2. مناهج التصدير: ترتبط مناهج التصدير المختلفة بمستوى مشاركة الشركة المصدرة في عملية التصدير، حيث يمكن استخدام أربعة مناهج عامة: (U.S. Department of Commerce, 2016, pp. 60-61)

- تلبية طلبات المشترين المحليين بشكل سلبي، والذين يقومون بدورهم بتصدير المنتج.
- البحث عن مشترين محليين يمثلون مستخدمين محليين أو عملاء أجانب.
- التصدير بشكل غير مباشر من خلال وسطاء.
- التصدير المباشر.

2.1.3. أسس نجاح التصدير: لقد حدد وانغ وأولسن Wang and Olsen مصادر معرفة التصدير لهما تأثير حاسم على أداء الشركات في التصدير، هما معرفة الأسواق الخارجية وإجراءات التصدير، حيث تُعد معرفة إجراءات التصدير أمراً بالغ الأهمية لنجاح الشركة في أي عملية تصدير، مثل الشحن، واحتياجات العملاء ومعلوماتهم، ورضاهما، والمنافسين الداخليين والخارجيين، والمعرفة باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT)، والقضايا ذات الصلة مثل قواعد ولوائح تسويق التصدير (Negeri & Ji, 2023, p. 3)

2.2 مراجعة الأدب: تشير الأدبيات الحديثة إلى أن عوائق التصدير تمثل قضية رئيسية، خصوصاً في الاقتصادات النامية، وتؤثر بصورة مباشرة على قدرة الشركات على دخول الأسواق الخارجية واستدامة أنشطتها التصديرية، وقد تناولت دراسات متعددة من سياقات متنوعة،

كإفريقيا (مالاوي، تنزانيا)، السعودية، أستراليا وجورجيا، أنواع هذه العوائق وأثرها، مع تبيان بعض الخصائص المشتركة والاختلافات السياقية (Milanzi, 2011) (Mpinganjira, 2011) (Alrashidi, 2012) (2019)

٢.٢.١. التصنيف النظري لعوائق التصدير

اتفق معظم الباحثين على تقسيم عوائق التصدير إلى فئتين رئيسيتين: (Alrashidi, 2019) (2019)

- عوائق داخلية: ترتبط بقدرات الشركة ومواردها، مثل نقص المعرفة، ضعف الكفاءات البشرية والخبرات، محدودية الموارد المالية، أو قصور في الجودة والقدرة الإنتاجية.

- عوائق خارجية: تشمل العوامل المحيطة بالشركة محلياً ودولياً، مثل ضعف البنية التحتية، تعقيد اللوائح التنظيمية، شراسة المنافسة الدولية، وصعوبة الوصول إلى المعلومات السوقية الدقيقة.

أ. المعوقات الداخلية: تشير العديد من الدراسات إلى أن أبرز المعوقات الداخلية التي تواجه الشركات الصغيرة والمتوسطة غير المصدرة أو الراغبة في التصدير هي (Alrashidi, 2012) (Mpinganjira, 2011) (Milanzi, 2012) (2019):

- ضعف المعرفة بالأسواق الخارجية: نقص المعلومات حول الفرص التصديرية، وقلة الاطلاع على متطلبات الأسواق (المعايير، الطلب، التوجهات).

- نقص الكفاءات البشرية والخبرات: غياب موظفين أو إدارة لديهم خبرة في العمليات التصديرية وإجراءاتها.

- محدودية الموارد المالية: نقص رأس المال اللازم لتغطية تكاليف التصدير الأولية، مثل دراسات السوق، وتحديث المنتج، والنقل.

- ضعف القدرة الإنتاجية أو جودة المنتج: صعوبة تلبية متطلبات الجودة العالمية أو أحجام الطلبيات الكبيرة، خاصة بالقطاعات المعتمدة على الحجم.

ب. المعوقات الخارجية: تشمل هذه المعوقات: (Milanzi, 2012) (2012) (Mpinganjira, 2011) (Klasen, et al., 2024) (Noureen & Mahmood, 2022) (Alrashidi, 2019) (2019)

- تعقيدات تنظيمية وتشريعية: كثرة المستندات المطلوبة، واللوائح الجمركية المحلية والأجنبية، والمعايير غير المتناسبة، وعدم الاعتراف المتبادل بشهادات الجودة.

- قيود السوق والطلب: سيطرة المنافسة الشرسة من شركات أجنبية/ محلية، حواجز دخول السوق كالرخص والرسوم الجمركية ، وتغير السياسات النقدية أو الضريبية.

- رداءة أو ارتفاع تكلفة البنية التحتية: صعوبة النقل، ارتفاع تكاليف الشحن، ضعف خدمات الاتصالات أو المواصلات.
- تأخر المدفوعات ومخاطر غير تجارية: مثل مخاطر الائتمان، التقلبات السياسية أو الأمنية في الأسواق المستهدفة.

2.2. فروقات بحسب السياق الجغرافي والدولي:

- في مالاوي وتنزانيا: تظهر الدراسات أن المعوقات الأكثر أهمية لدى غير المصدرين تتعلق بالنقص المعرفي وضعف الكفاءات، ثم مشاكل التمويل والإنتاجية، يلي ذلك ضعف البنية التحتية وغياب الخدمات الداعمة من المؤسسات الحكومية. (Alrashidi, 2019) (Klasen, et al., 2024)
- في السعودية وأستراليا: تيز العناصر نفسها مع اختلاف جزئي:
 - ففي السعودية، تزداد أهمية ضعف الدعم الحكومي، وتعقيد الوثائق، وتذبذب أسعار المواد الخام، أما في أستراليا، تيز تحديات التكاليف الإنتاجية واللوجستية، وصعوبة المنافسة على الأسعار مع المنتجات الآسيوية الأقل كلفة (Milanzi, 2012).
- دراسة جورجيا: تُظهر أن التحدي الأكبر يتمثل في نقص المعرفة التجارية والابتكار، ويلي ذلك محدودية الوصول إلى الأسواق وضعف تواصل الشركات الجورجية مع التوزيع العالمي، إضافة لنقص أو ارتفاع تكلفة تمويل التجارة. (Mpinganjira, 2011)

3. الطريقة والأدوات: تتطلب كل دراسة منهجمة علمية وأدوات بحثية تساعد الباحث على الوصول إلى أهداف الدراسة.

1.3. منهجمة الدراسة:

يتضمن المجتمع البحث في الشركات المصدرة بولاية المسيلة، وهي مجمع لافارج هولسيم Lafarge Holcim، ومصنع تواب لصناعة الصنائع الجبسية ومصنع نابو لدباغة وصناعة الجلود، وقد تم اختيار عينة قصديرية، تتشكل من مدير التصدير بمجمع لافارج، والمسؤولين التجاريين بمصنع تواب ونابو.

3.2. الأدوات المستخدمة في الدراسة: تماشياً مع نوعية الدراسة الاستطلاعية، التي تهدف إلى الحصول على أكبر قدر من البيانات والمعلومات، تم الاستعانة بوثائق الشركات، وكذلك أسلوب الملاحظة، ثم اعتماد المقابلة كأداة رئيسية للبحث.

- **المقابلة:** يعتبر أحد أهم الأدوات التي تختص بجمع البيانات الأولية، وهذا تم الاعتماد عليها من أجل تحديد أهم معوقات التصدير خارج قطاع المحروقات لدى هذه الشركات، وحسب Pinto Et Grawitz فإن المقابلة ترتكز على:
- درجة الحرية التي تمنح للمقابل.
- درجة عمق ودقة المعلومات المطلوبة.
- ولأجل تحقيق أهداف الدراسة قمنا بإجراء نوعين من المقابلة هما:
- أ- المقابلة الحرة:** وتم إجراؤها مع مدراء التسويق بالشركات السالفة الذكر، كل على حدى، ولقد ساعدنا هذا النوع من المقابلات في التعريف بأنفسنا وموضوعنا، ومن ثم ربط علاقات ودية معهم ومناقشتهم بعض المسائل العامة والخاصة بالتصدير وبعض الصعوبات والتحديات التي تواجه المصادر، ومن إيجابيات هذا النوع من المقابلات هو التمهيد لإعداد دليل المقابلة نصف الموجهة وضبط محاوره وأسئلته.
- ب- المقابلة نصف الموجهة:** وفيها قمنا بتحديد حزمة من الأسئلة لأجل طرحها على المستجوبين مع إمكانية طرح أسئلة أخرى قد تخطر على بال الباحث من خلال النقاش دون الخروج طبعاً عن النص، حيث يتميز هذا النوع من المقابلات بإعطاء الحرية التامة للمستجوب للإجابة على الأسئلة.
- **دليل المقابلة:** يتضمن هذا الدليل المعلومات الواجب جمعها، طريقة البدء في المقابلة وكيفية الانتهاء منها، التوجيهات بكيفية التعامل مع المشاكل غير المتوقعة أثناء المقابلة و/أو الإجابات غير العادية" (قدي، 2009، صفحة 100)
- وتعتبر البيانات المسترجعة أو المستخلصة من المقابلات عبارة عن كلام منسوب للمستجوب وهي بيانات كيفية لا يمكن تحليلها كميا لافتقارها لسلم كمي معين نحكم إليه مثل سلم ليكارت في الاستبيانات.
- وحيدينا وبفضل التكنولوجيات المتقدمة في الإعلام الآلي والبرمجيات تم تصميم عدة برامج تعمل على تحليل البيانات الكيفية مثل برنامج MaxQDA - Nvivo - معتمدة على مؤشرات كمية تخص إحصائيات التحليل النصي، وسنعتمد في دراستنا هذه على برنامج Nvivo لأنه هو الأشهر للدراسات التسويقية.
- **مناخ المقابلة نصف الموجهة:** الجدول التالي يلخص أهم ما ميزها:

المجدول 1: مناخ المقابلة نصف الموجهة

الأهداف الأساسية	تاريخ ومدة المقابلة وطبيعة التسجيل	المدير
أخذ نظرة دقيقة عن: - التصدير بصفة عامة - الصعوبات الداخلية - الصعوبات الخارجية	تمت المقابلة عن بعد بتقنية Google Meet يوم 12 أفريل 2022 على الساعة 12:00 مساءً. مدة المقابلة 1:05 ساعة. تسجيل صوتي للأجوبة عبر تقنية Google Meet. بعد أخذ الإذن من المستجوب.	مدير التصدير بجمع لافارج
نفس الأهداف	تمت المقابلة حضوريا في مكتبه بالمنطقة الصناعية المسيلة يوم 19 مارس 2022 على الساعة 10:00 مساءً. مدة المقابلة 1:20 ساعة. تسجيل صوتي للأجوبة عبر تقنية Scanner Camera. بعد أخذ الإذن من المستجوب.	المسؤول التجاري بمصنع نابو لدباغة وصناعة الجلود
نفس الأهداف	تمت المقابلة حضوريا في مكتبه بالمصنع بمنطقة بوسادة يوم 22 مارس 2022 على الساعة 10:42 صباحاً. مدة المقابلة 49:50 دقيقة. تسجيل صوتي للأجوبة عبر تقنية Scanner Camera. بعد أخذ الإذن من المستجوب.	المسؤول التجاري بمصنع تواب لصناعة الصفائح الجربية

4. المخرجات ومناقشتها: بما أننا استخدمنا برنامج Nvivo فإن هناك ثلاثة مقاربات أساسية سوف نلجم إليها في تحليلنا الكيفي لنصوص المقابلات وهي: المقاربة المعجمية، المقاربة اللغوية والمقاربة الموضوعية.

4.1. نتائج المقاربة المعجمية L'approche Lexicale: والمهدف من إجراء هذه المقاربة هو وصف "ما" تتحدث عنه، من خلال الإحصاء الترديي لأكثر الكلمات المكررة وكذا التقارب بينها (Bernard & Florence, 2007, p. 2)، والجملول أسفله يوضح الإحصاء الترديي لأكثر عشر كلمات مرددة بخمسة أحرف فأكثر في إجابات الخبراء، وكذا التشابه بين أكثر الكلمات المستخدمة في هذه المقابلات.

المجدول 2: المصطلحات الأكثر تكرارا

Mot	Longueur	Nombre	Pourcentage pondéré (%)
التصدير	7	60	0,66
النقل	5	46	0,51
الدول	5	44	0,49
الجزائر	7	40	0,44

عمليه	5	39	0,43
لدينا	5	33	0,36
مشاكل	5	24	0,26
كبيره	5	21	0,23
مستوى	5	21	0,23
الاجنبية	8	20	0,22

المصدر: برمجية تحليل البيانات الكيفية Nvivo v.15

من خلال الجدول أعلاه تم استخراج تكرار المصطلحات لعشرة كلمات مرددة والتي يساوي عدد أحرفها خمسة فما فوق، وهذا من خلال مقابلة مدراء التسويق بالشركات محل الدراسة، حيث يظهر أن مصطلح التصدير تكرر 60 مرة مما يدل على التركيز الكبير للمبحوثين حول موضع الدراسة ورغبتهم في طرح أرائهم وتبيان وجهة نظرهم حول الموضوع بدقة، ثم يأتي مصطلحات النقل، الدول والجزائر بتكرارات تفوق 40 مرة وهي مصطلحات تعطي أبعاد الدراسة، من خلال معالجة صعوبات التصدير الخارجية وهي المتعلقة بالدول المصدر لها وصعوبات التصدير الداخلية وهي المتعلقة بالجزائر.

أما الجدول أدناه فسنوضح فيه الإحصاء التردد لأكثر المصطلحات المكررة حسب مدير التسويق كل شركة على حدى.

الجدول 3: المصطلحات الأكثر تكرارا حسب كل مدير تسويق

المدير التسويقي جمع لافارج	المدير التجاري تواب للجنس	المؤسسة التجارية نابو للجلود	المصطلحات التجارى	الكلارات التجارى	المصطلحات
التصدير	النقل	الجلود	الجزائر	21	27
النقل	التصدير	عملية	الجلود	18	26
مشاكل	الاجنبية	الدول	التجارى	13	25
حاليا	الدول	التصدير	النقل	11	24
الموانئ	مستوى	الجلود	التجارى	10	12
لدينا	البحري	النقل	الجلود	10	12
الأسواق	الجنس	لدينا	الصعبة	9	11
الخارجية	لدينا	الشحن	الشحن	8	9
الشاحنات	مؤسسه	الوقت	الوقت	8	9
الجزائر	نتمنى			7	

المصدر: برمجية تحليل البيانات الكيفية Nvivo v15

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن هناك تكرار متعدد لعدة مصطلحات، مما يبين أهميتها، وخاصة ارتباطها بالمتغيرات الرئيسية للدراسة وفرضياتها، مما يوحي بدقة أسئلة المقابلة وتركيزها على ما يخدم مكونات الدراسة.

حيث نلاحظ أن مدير التسويق بمجمع لافارج والمسؤول التجاري بمصنع تواب تكرراً عندهما مصلحي التصدير والنقل بتكرارات 13 إلى 21 مرة حيث يعتبر التصدير هو المصطلح الرئيسي للدراسة والنقل هو المصطلح الرئيسي للمحورين الثاني والثالث (الصعوبات الداخلية والخارجية)

في حين نجد أن المسؤول التجاري لمؤسسة نابو، تكرر عنده مصطلح الجزائر بشكل كبير (27 مرة) مما يعطي دلالة على ما تعانيه المؤسسة من الصعوبات الداخلية المرتبطة بمصطلح الجزائر، كذلك شعوره بصعوبة تجميع الجلود بصورة جيدة وضعف الامكانيات المتاحة لذلك، والذي تتج عنه ثروة جلدية ضائعة تقارب الثلاثة أرباع من الحجم الكلي للجلود المتوفرة، وهو ما ترجمه تكرار مصطلح (عملية) حوالي (26 مرة)

4.2. نتائج المقاربة اللغوية L'approche Linguistique: أساسها حساب معاملات التشابه النصي بين مديري البنوكين، وهدفها وصف كيف يتحدث كل مدير، "حيث تسمح لنا بإدراك مستويين من الخطاب: ليس فقط التصنيف والترتيب النحوي من خلال (من قال؟ - ماذا قال؟) ولكن أيضاً مطابقة الدلالات بطريقة علمية (كيف؟ - مع أي أثر؟)" (Bernard & Florence, 2007, p. 4)

الجدول 4: معاملات التشابه النصي بين المصادر (المدراء)

المصدر A	المصدر B	معامل الارتباط بيرسون Pearson
مؤسسة نابو لدياغه الجلود	مجمع Lafarge للإمنت	0,806636
مؤسسة نابو لدياغه الجلود	مؤسسة تواب لصناعة الجبس	0,769434
مؤسسة تواب لصناعة الجبس	مجمع Lafarge للإمنت	0,755429

المصدر: برجمية تحليل البيانات الكيفية Nvivo v15

يظهر من الجدول أعلاه أن هناك تشابه كبير بين بيانات مقابلات الخبراء كمصادر لجمع البيانات الكيفية حول صعوبات التصدير خارج قطاع المحروقات بالمسيلة، وهذا بمعامل تشابه نصي يتراوح بين 0.75 و 0.80، وهو ما يعني أنأغلبية إجابات الخبراء كانت متشابهة وتنتمي وتنتفق حول وجود صعوبات للتصدير ونوعها، مع بعض الاختلافات البسيطة تبعاً لنوع النشاط وحجم المؤسسة.

أما معاملات التشابه النصي بين عقد متغيرات الدراسة فنلخصها بالجدول التالي:

الجدول 5: معاملات التشابه النصي بين العقد Pearson

	Code A	Code B	Coefficient de corrélation de Pearson
المحور الأول الصعوبات الداخلية	Nabou نابو	Lafarge لافارج	0,788
	Nabou نابو	Touab تواب	0,708331
	Lafarge لافارج	Touab تواب	0,69731
المحور الثاني الصعوبات الخارجية	Lafarge لافارج	Touab تواب	0,448877
	Nabou نابو	Touab تواب	0,429052
	Nabou نابو	Lafarge لافارج	0,337328
المحور الثالث حلول صعوبات التصدير	Nabou نابو	Lafarge لافارج	0,602467
	Nabou نابو	Touab تواب	0,578263
	Lafarge لافارج	Touab تواب	0,529319

المصدر: برمجية تحليل البيانات الكيفية Nvivo v15

يظهر من خلال الجدول أعلاه أن أكبر تشابه نصي يوجد في المحور الأول والذي يعبر عنه الصعوبات الداخلية حيث تراوح بين 0.69 و 0.78 وهو ما يعني اتفاق جميع الخبراء حول هذا النوع من الصعوبات التي يجدونها في البيئة الداخلية وخصوصا غياب ميناء كبير لشحن السلع المصدرة، أين يضطر جميع المصادر إلى شحن سلعهم إلى موانئ وسيطية (مرسيليا، روما... إلخ) لتشحن بعدها للمرة الثانية من تلك الموانئ إلى موانئ البلدان المصدر لها فعليا (الصين، الهند، ماليزيا، تركيا... إلخ)، وهذا ما يترك آثارا سلبية كبيرة عليهم، كتحمل مصاريف الانتظار وتلف السلع ومكان حتى إلغاء الطلبيات لعدم احترام الوقت.

3.4. نتائج المقاربة الموضوعية L'approche Thématique: تعتمد على استخراج نسب تغطية عقدة معينة من قبل المصادر المختلفة، وتساوي نسبة التغطية في عقدة معينة، عدد كلمات مصدر واحد حول عقدة معينة على عدد الكلمات الإجمالية لنفس المصدر X وكانت النتائج ممثلة في الجدول التالي:

الجدول 6: نسبة تغطية العقد

نابو للجلود Nabou	تواب للجنس Touab	لافارجلالاسمنت Lafarge	نسبة تغطية العقد

61.16	62.23	76.01	% نسبة التغطية لعقدة الصعوبات الداخلية
8.62	17.63	9.01	% نسبة التغطية لعقدة الصعوبات الخارجية
29.41	19.74	14.41	% نسبة التغطية لعقدة حلول صعوبات التصدير

المصدر: برمجية تحليل البيانات الكيفية Nvivo v15

- يلاحظ من الجدول أن أكبر نسبة تغطية عند المبحثين كانت لعقدة الصعوبات الداخلية، حيث تراوحت النسبة بين 61.16 % إلى 76.01 % مقارنة بـ (8.62 إلى 17.63) و (14.41 إلى 29.41) بالنسبة لعقدتي الصعوبات الخارجية وحلول صعوبات التصدير على الترتيب، وهو ما يتواافق مع نتائج المقاربة اللغوية حيث عبر المبحثين عن المشاكل التي تعرّضهم داخلياً، مقارنة بما يلاقونه من صعوبات خارجية، أما أضعف نسبة للتغطية الصعوبات الخارجية فكانت من طرف مجمع لافرج، وهذا طبعاً بسبب قوة هذا المجمع وانتشار فروعه في عدة أماكن حول العالم، مما يذلل له كل التحديات الخارجية.

4.4. إختبار الفرضيات: سنقوم باختبار فرضيات الدراسة من خلال:

- التحليل السابق لأوجه التشابه والاختلاف بين أقوال الخبراء في دليل المقابلة، من خلال ذكر العبارات الدالة على أبعاد الدراسة (صعوبات التصدير خارج قطاع المحوّقات)
- معدل نسب العلاقة بين العقد الفرعية.
- نسبة التغطية لكل عقدة.

والجدول التالي يلخص درجة تحقق الفرضيات.

الجدول 7: إختبار فرضيات الدراسة

درجة التتحقق	المؤشرات الدالة على الأثر من محتوى المقابلة	الفرضيات
جيد	<ul style="list-style-type: none"> - تكرار المصطلحات. - معامل الارتباط بين الخبراء بشكل عام يتراوح بين (0.80 – 0.75) - معامل التشابه النصي بين الخبراء الخاصة بالمحور الأول (0.78 – 0.69) - معدل نسبة التغطية لعقدة الصعوبات الداخلية للتصدير: (61.16 – 76.01) 	الفرضية الأولى: يعني نشاط التصدير خارج قطاع المحوّقات من صعوبات داخلية من منظور عينة الدراسة.
مرفوض	<ul style="list-style-type: none"> - تكرار المصطلحات. - معامل الارتباط بين الخبراء بشكل عام يتراوح بين (0.80 – 0.75) - معامل التشابه النصي بين الخبراء الخاصة بالمحور الثاني (0.44 – 0.33) - معدل نسبة التغطية لعقدة الصعوبات الخارجية للتصدير: (8.62 – 17.63) 	الفرضية الثانية: يعني نشاط التصدير خارج قطاع المحوّقات من صعوبات خارجية من منظور عينة الدراسة.

مقبول	<ul style="list-style-type: none"> - تكرار المصطلحات. - معامل الارتباط بين الخبراء بشكل عام يتراوح بين (0.75 – 0.80). - معامل التشابه النصي بين الخبراء الخاصة بالمحور الثالث (0.52 – 0.60). - معدل نسبة التغطية لعقدة حلول صعوبات التصدير: (14.41 – 29.41). 	الفرضية الثالثة: توجد حلول لتجاوز صعوبات التصدير خارج قطاع المحروقات من منظور عينة الدراسة.
--------------	--	---

المصدر: من إعداد الباحث

من خلال الجدول أعلاه، ومن خلال كل المؤشرات المستخدمة في اختبار الفرضيات نجد أن:
أ. الفرضية الأولى: نصت الفرضية الأولى على أنه: "يعاني نشاط التصدير خارج قطاع المحروقات من صعوبات داخلية من منظور عينة الدراسة"، وقد أظهرت النتائج تحقق صحة الفرضية الأولى بدرجة جيدة استناداً إلى تصريحات الخبراء، الذين أكدوا بالإجماع وجود تحديات كبيرة على الصعيد الداخلي تعوق بشكل واضح نشاط التصدير خارج قطاع المحروقات، حيث نجد من أبرز هذه التحديات: ضعف كفاءة الموانئ الجزائرية في استيعاب السفن الكبيرة، وتعقيد الإجراءات الإدارية، وغياب التنسيق الفعلي بين مختلف الإدارات والمصالح المعنية بالتجارة الخارجية، كما تبرز أيضاً مشكلة المركبة في إصدار بعض الوثائق، بالإضافة إلى قضية تأخر استلام المستحقات المالية والتي كذلك تدفع بالعملة الوطنية وما يترب عليها من تحمل المصدررين لتكاليف فروق الصرف.

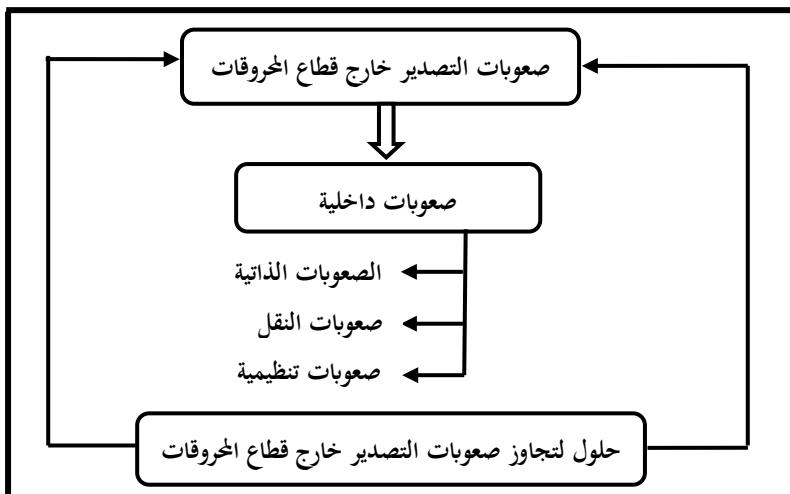
ب. الفرضية الثانية: نصت الفرضية الثانية على أنه: "يواجه نشاط التصدير خارج قطاع المحروقات صعوبات خارجية من وجهة نظر عينة الدراسة"، وقد أظهرت النتائج عدم صحة هذه الفرضية، إذ تبيّن أن المصدررين يستفيدين من التسهيلات المتوفرة في الدول المستوردة، والتي تتجلّى في وضوح الإجراءات وشفافيتها، وعدم وجود عراقيل حقيقة تحول دون ممارسة نشاطهم التصديري، ويُستثنى من ذلك بعض متطلبات شهادات المطابقة والجودة التي تفرضها تلك الدول، والتي تُعد تدابير مشروعية لحماية منتجاتها واقتصادها الوطني، وبالتالي على عكس الاتفاق الكبير في وجهات النظر نحو الصعوبات الداخلية، نجد أن وجهات النظر تختلف حول المحور الثاني والمتصل بالصعوبات الخارجية وهو ما يمكننا القول برفض الفرضية الثانية.

ت. الفرضية الثالثة: نصت الفرضية الثالثة على أنه: "توجد حلول لتجاوز صعوبات التصدير خارج قطاع المحروقات من منظور عينة الدراسة"، وقد أكدت النتائج صحة هذه الفرضية بناءً على مجموعة الاقتراحات التي طرحها المصدررون لمعالجة العقبات التي تعرّض نشاطهم. وتبرز في مقدمة هذه المقترنات ضرورة التعجيل في إنجاز الميناء الكبير بتبيازة، إلى جانب تعزيز التنسيق

بين جميع الجهات المعنية بعمليات التصدير. كما شددوا على أهمية إلغاء المركبة في إصدار الوثائق وتفعيل تطبيق القوانين المتعلقة بالتعويضات المالية لدى الوكالة الوطنية لدعم وترقية الصادرات (Aljex)، بهدف توفير بيئة أكثر مرونة وفعالية للنشاط التصديري.

وعليه كتيبة هذه الاختبارات يمكن توضيح نموذج التجاري للدراسة في الشكل الموالي:

الشكل 2: النموذج التجاري للدراسة



المصدر: من إعداد الباحث

5. الخاتمة: إن بحثنا هذا يدخل في إطار دراسة صعوبات التصدير خارج قطاع المخروقات بالجزائر، وأخذنا المنتجين المصدرين بولاية المسيلة كدراسة حالة، وهي دراسة كيفية تم فيها استخدام برنامج تحليل البيانات الكيفية Nvivo وهو ما ساعدنا في تحليل نتائج المقابلات، حيث وصلنا إلى جملة من النتائج وبعض التوصيات نلخصها فيما يلي:

5.1. النتائج:

- أظهرت نتائج البحث جملة من العقبات الجوهرية التي تعرّض تصدير المنتجات غير النفطية في الجزائر، بحسب تقييم مديرى الشركات المصدرة، وتتبّع هذه المعيوقات من حيث طابعها ومصدرها؛ فبعضها مرتّب ببيئة الأعمال الجزائرية، بينما يرتبط البعض الآخر بخصائص المؤسسات نفسها.

- كما ممكّن التحليل من تصنيف معوقات التصدير إلى ثلاثة عوامل رئيسية: أولها المعوقات الذاتية، وثانيها ضعف القدرات اللوجستية والنقل، وثالثها العوائق التنظيمية، وتبعاً لطبيعة

- هذه العارقيل، يتضح أن معظمها خارج عن نطاق سيطرة مديرى الشركات، ما يجعل التعامل معها أكثر تعقيداً.
- تمتلك الجزائر طاقات شابة هائلية في مجال الانتاج والتصدير، خصوصا مع توفر المادة الأولية (التربيه الخاصة بصناعة الاسمنت والجبس، المواشي بمختلف أنواعها).
 - أكبر مشكل تعانى منه المؤسسات والشركات الجزائر في التصدير هو غياب ميناء ضخم لتصدير السلع مباشرة نحو وجهتها دون المرور على موانيء وسيطية Intermediaire
 - تبقى المشاكل الادارية الداخلية من أهم العوائق التي تقف أمام تطور التصدير خارج قطاع المحروقات بالجزائر وخصوصا تلك المتعلقة بالدعم المادي والتيسير في تحصيل الأموال من البنوك بعد عمليات التصدير.
 - ضعف طرق الترويج للمنتجات الجزائرية، للدخول إلى الأسواق العالمية، خصوصا مع توفرها على جودة تنافسية.
 - ضعف الآليات المطبقة لحماية الثروات الطبيعية الجزائرية سواء الحيوانية أو الباطنية، وعدم الاهتمام بتطوير آليات الاستغلال الأمثل لها.
 - كما كشفت المقارنة بين نتائج هذه الدراسة والدراسات السابقة عن جوانب تشابه تتجلى في هيمنة المعوقات الخارجية، رغم تفاوت حدتها من دولة لأخرى، وتمثل أهم هذه العوامل الخارجية في شدة المنافسة في الأسواق الخارجية، نقص المعلومات، صعوبات دخول قنوات التوزيع الدولية، ارتفاع تكاليف النقل للأسواق العالمية، تقلبات أسعار الصرف، والحواجز الحكومية المرتبطة بسياسات التصدير، أما أبرز أوجه الاختلاف، فيكمن في التحديات الداخلية التي تواجهها الشركات الجزائرية، حيث ما زالت تعانى من مواضع قصور تحد من قدرتها على تحسين أدائها الاقتصادي وتعزيز تنافسيتها الدولية.

2.5 الاقتراحات:

- من الأهمية إعطاء أولوية متقدمة لتعزيز انخراط الشركات في مجال التسويق الدولي، بهدف الاستفادة من مزايا الأسواق الخارجية الكبرى وتحقيق فورات الحجم.
- كما ينبغي أن يولي صناع القرار الاقتصادي اهتماماً خاصاً بدعم الشركات المصدرة من خلال التخفيف من آثار العقبات الخارجية، وذلك عبر صياغة سياسة وطنية تقلل من التعقيدات الإدارية وتسهيء في تفعيل دور الهيئات المختصة بالتصدير.

- بالإضافة إلى ذلك، يوصى بإطلاق برامج متكاملة لتقديم الدعم التنظيمي، وتوفير المساندة المالية، وتقديم الاستشارات والخبرات الفنية الازمة للمؤسسات المصدرة.
- ويكتمل هذا التوجه بإصدار منظومة متطرورة من القوانين والتشريعات تتماشى مع أفضل الممارسات التصديرية المتتبعة في الاقتصادات المتقدمة، بما يعزز القدرة التنافسية للشركات الوطنية في الأسواق العالمية.
- ضرورة إسراع الدولة الجزائرية في تهيئه وافتتاح ميناء الحمدانية، والذي يعتبر أول ميناء جزائري ضخم وفق المعايير العالمية.
- ضرورة العمل على إيجاد آليات سريعة لمعالجة ملفات التصدير وتسديد الأموال المستحقة للمصدرين.
- الاجتهد كثيرا في منح تسهيلات ضريبية وخصوصاً للمنتاجين المصدرين لما لذلك من آثار إيجابية على تشجيع الانتاج والتصدير وامتصاص البطالة.
- ضرورة عقد اتفاقيات تعاون مع كل الدول التي تصدر لها الجزائر لتذليل الصعوبات، وإيجاد آفاق جديدة للاستثمار.

5. قائمة المراجع.

- سعد غالب ياسين (1999)، الإدارة الدولية مدخل استراتيجي. عمان: اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- عبد المجيد قدی. (2009)، أسس البحث العلمي في العلوم الاقتصادية والإدارية الرسائل والأطروحات - الجزائر: دار الأبحاث للترجمة والنشر والتوزيع.
- أماراتك Amarabac، For American Arabic Academy للأكاديمية الأمريكية العربية للعلوم والتكنولوجيا، المجلد 7 ، العدد 20 ، 2016.
- رضوان عبد الحميد سياسات تنمية الصادرات، وزارة التجارة الخارجية لإمارات العربية المتحدة، العدد الأول من سلسلة التجارب دولية ناجحة في مجال التصدير، إدارة التحليل والمعلومات التجارية 2009.
- علي التوفيق الصادق، تطور دور الدولة في التنمية: قبل وثناء وبعد الأزمة المالية العالمية، المؤتمر العلمي العاشر للاقتصاديات العربية وتطورات ما بعد الأزمة الاقتصادية العالمية، يوم

19 و 20 ديسمبر 2009 ، الجمعية العربية للبحوث الإقتصادية، العدد 47، جانفي

. 2010، بيروت – لبنان، ص 21-22.

- فريد النجار، تسویق الصادرات العربية، دار قباء، القاهرة، 2002.

المراجع باللغة الأجنبية

- Bernard, F., & Florence, R. (2007). Quatre approches pour l'analyse de données textuelles: lexicale, linguistique, cognitive, thématique. l'Association Internationale de Management Stratégique AIMS (p. 2). Montréal, Canada.: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00821448>.
- Morgan, N., Katsikeas,, C., & Vorhies, D. (2012). Export marketing strategy implementation, export marketing capabilities, and export venture performance. Journal of the Academy of Marketing Science, 271.
- Negeri, A., & Ji, Q. (2023). Export knowledge, export commitment and coffee export performance in Ethiopia. PubMed Central Elsevier Ltd, 3.
- Trąpczyński, P., Mertens, H., Peters, D., & Barłożewski, K. (2021). Export Performance Research: Where Should We Go Next? International Entrepreneurship Review.
- U.S. Department of Commerce. (2016). A basic guide to exporting. U.S. Government Publishing Office.
- Zouari, A., & Chaney, D. (2021). Institutional orientation: Definition, measure, and impact on export. Recherche et Applications en Marketing (English Edition), 6.
- <http://www.Tradeegypt.com/infoBank/uploads/Export/20.2020-02-14%20strategy.pdf>

المراجع المرورمنة:

- Sa‘d Ghālib Yāsīn (1999), al-Idārah hal-Dawlīyah madkhaliṣtirātūjī. ‘Ammān: al-Yāzūrī al-‘Ilmīyah lil-Nashr wa-al-Tawzī‘.
- ‘Abdal-Majīd Qaddī. (2009), Ususal-Bahthal-‘Ilmī fī al-‘Ulūm al-iqtisādīyah wa-al-idāriyah al-rasā‘il wa-al-uṭrūḥāt-al-Jazā’ir : Dār al-Abhāth lil-Tarjamah wa-al-Nashr wa-al-Tawzī‘.
- amārābāk Amarabac, For American Arabic Academy al-Akādīmīyah Amrīkiyah al-‘Arabīyah lil-‘Ulūm wa-al-Tiknūlūjiyah, al-mujallad 7, al-‘adad 20, 2016.
- Raḍwān ‘Abd al-Ḥamīd Siyāsāt Tanmiyat al-ṣādirāt, Wizārat al-

Tijārah al- khārijīyahli-Imārātal-‘Arabīyahal-Muttahidah,al-‘adadal-AwwalminSilsilatal- tajārib dawlīyah nājīḥah fī majāl al-taṣdīr, Idārat al-Taḥlīl wa-al-Ma‘lūmāt al- Tijārīyah 2009.

- ‘Alī al-Tawfīq al-Şādiq, Taṭawwur Dawr al-dawlah fī al-tanmiyah : qabla wa- athnā’awa-ba‘daal-azmahal-mālīyahal-‘Ālamīyah,al-Mu’tamaral-‘Ilmīal-‘āshir llāqtṣādyāt al-‘Arabīyah wa-taṭawwurāt māb‘d al-azmah al-iqtisādīyah al- ‘Ālamīyah, yawm 19w20 Dīsimbir 2009, al-Jam‘īyah al-‘Arabīyah lil-Buhūth al- iqtisādīyah, al-‘adad 47, Jānfī 2010, Bayrūt – Lubnān, § 21-22.

-Farīdal-Najjār,Taswīq al-şādirāt al-‘Arabīyah,DārQibā’, al-Qāhirah, 2002.