



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة يحي فارس بالمدينة

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

بطاقة معلومات حول تظاهرة علمية



- **عنوان التظاهرة العلمية:** الفرص المتاحة للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية للارتقاء بصادراتها نحو الأسواق الأجنبية – التحديات والأفاق.

- **نوع التظاهرة العلمية:** ملتقى علمي وطني.

الجهة المنظمة للتظاهرة: مخبر التنمية المحلية المستدامة وفرقة مشروع البحث الجامعي PRFU بالتعاون مع كلية العلوم

الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، ومخبر الاقتصاد الكلي والمالية الدولية، ومخبر الاقتصاد التطبيقي في التنمية.

- رمز المشروع: F01L01UN26120230005

- الرابط الإلكتروني: exporatation.mede2025@gmail.com

لجنة إعداد التظاهرة

رئيس التظاهرة: د. طلحة محمد

الرئيس الشرفي: أ.د. جعفر بوعروري - مدير الجامعة.

رئيس اللجنة العلمية: أ.د. براج محمد.

رئيس اللجنة التنظيمية: أ.د. عبد الوهاب رميدي.

تاريخ ومكان انعقادها: يوم السبت 11 أفريل 2026، بقاعة مناقشة الدكتوراه بكلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير بجامعة بالمدينة القطب الحضري.

أهداف التظاهرة:

- في ظل الإستراتيجية الوطنية التي وضعتها الدولة الجزائرية للارتقاء بصادراتها خارج المحروقات نحاول من خلال هذا الملتقي إعطاء صورة شاملة حول واقع الصادرات في الجزائر .
- تشخيص إشكالية النقل الدولي للمنتجات الجزائرية ،وكذا تحليل هيكل تكلفة توزيع المنتج الجزائري ،من الجزائر نحو الأسواق الخارجية .
- تقديم تحليل شامل لبيئة التصدير ،من جل رصد الفرص التي تتيحها الأسواق الخارجية وتتوافق مع إمكانيات وموارد المؤسسة الاقتصادية الجزائرية .
- الوقوف على مساهمة التكنولوجيا الرقمية وما تحمله من ممارسات تسويقية في مجال التصدير.
- الوقوف على الأدوار التجارية التي تلعبها الدبلوماسية الجزائرية في إطار الاتفاقيات التجارية .و المرافقة ضمن أهداف الارتقاء بالصادرات
- عرض تجارب دول نامية ومؤسسات اقتصادية ناجحة في مجال الارتقاء بالصادرات .

محاور (أو موضوعات) التظاهرة:

المحور الأول : المقاربات النظرية والعلمية للدخول إلى الأسواق الخارجية.

المحور الثاني: واقع الصادرات خارج قطاع المحروقات.

المحور الثالث: تقييم دور الآليات المستحدث من طرف السلطات العمومية للارتقاء بالصادرات .

المحور الرابع: الإطار القانوني والجمركي لعملية التصدير.

المحور الخامس: تحليل الفرص المتاحة لدخول المؤسسات الاقتصادية الجزائرية للأسواق الخارجية ،وكذا الارتقاء بصادراتها.

المحور السادس: إشكالية النقل ،الإمداد والتوريد على المستوى الدولي وأثرها على عملية التصدير.

المحور السابع: دور التسويق الرقمي في اختراق الأسواق الخارجية.

المحور الثامن: دور الدبلوماسية الاقتصادية في مرافقة المؤسسات الاقتصادية داخل الأسواق الخارجية .

المحور التاسع: تجارب بعض من الدول النامية أو أحد مؤسساتها الاقتصادية في مجال الارتقاء بصادراتها.

عدد المداخلات المقبولة: 40 مداخلة

توصيات (أو اقتراحات) التظاهرة:

بعد النقاش المستفيض توصلوا إلى جملة من التوصيات يمكن إجمالها في النقاط التالية:

بالنسبة للسلطات العمومية الساهرة على تنفيذ الإستراتيجية الوطنية للارتقاء بالصادرات:

1. تعزيز التمثيل الدبلوماسي التجاري في الدول ذات الأسواق الواعدة، ويكون من خلال التنسيق بين جمعية المصدرين وبين وزارة الخارجية، وتفعيل دور هذه الأخيرة من خلال إنشاء خلايا داخل السفارات والقنصليات مهمتها اليقظة التجارية، أي جمع البيانات وتحليلها وتوفير المعلومات للمؤسسات الراغبة في التصدير.

2. على مستوى وزارة التجارة الخارجية والارتقاء بالصادرات، ضرورة تطوير منظومة معلوماتية تعمل بأدوات ذكاء الأعمال تقوم بتحليل الأسواق الخارجية لرصد الفرص التسويقية.

3. الاستثمار أكثر في تشييد موانئ قريبة من مراكز الإنتاج، وتوسيع الموانئ الحالية للتقليل من الاكتظاظ، كما يمكن تعميم أنظمة العمل 24\24 ساعة.

4. الاهتمام بتطوير شعبة الفلاحة البيولوجية وتشجيع الخواص في الاستثمار في إنتاج الأسمدة العضوية، فمنتجات الفلاحة البيولوجية تشهد نمو سريع في الأسواق الأوروبية وأسواق شمال أمريكا، كما أن أسعارها مرتفعة مقارنة بالمزايا النسبية التي تملكها الجزائر في هذا المجال والتي نلخصها في: وفرة الأراضي الفلاحية، قلة مناطق التلوث الصناعي، انخفاض تكلفة الطاقة واليد العاملة، وفرة الأسمدة العضوية في بعض المناطق.

5. مرافقة المؤسسات التي تصدر داخل الأسواق الخارجية، خصوصا أثناء عمليات التحويل المالي الدولي، فالكثير منها تتفادى عملية التصدير بسبب تعقيد العمليات المصرفية التي تخضع لقوانين صارمة، زد عن ذلك المخاطر القانونية المحيطة بها إذا تعثر القيام بإجراء معين من طرف المصدر أو الزبون .

6. يمكن للتصدير أن يكون سبب مباشر في ارتفاع الأسعار داخل السوق المحلي ما يؤثر تأثيرا بليغا على القدرة الشرائية، فمراقبة ومتابعة السوق المحلي باستمرار أمر في غاية الأهمية من أجل رصد تأثيرات عمليات التصدير على الأسعار داخل السوق المحلي، ويمكن حتى بناء نماذج تنبؤية للتدخل قبل حدوث التأثير. فيمكن إنشاء خلية اليقظة على مستوى وزارة التجارة الخارجية وترقية الصادرات توكل لها هذه المهمة.

أما بالنسبة للمؤسسات الراغبة في تعزيز قدراتها التصديرية:

1. أي عملية تصدير مهما كانت نتيجتها هي فرصة للتعلم، ضرورة البدء في عمليات التصدير من اجل التعرف على تعقيدات العملية.
2. تعتمد عمليات التصدير أكثر على معرفة متخصصة بالمجال، ضرورة توظيف متخصصين في التجارة الدولية ذوي مهارات في ادارة التعقيدات المرتبطة بعمليات التصدير، وقدرتهم أيضا في التعامل مع المخاطر بجميع أشكالها.
3. التوجه أكثر نحو الأسواق المشابهة للأسواق الجزائرية من ناحية العادات الاستهلاكية، الاحتياجات، القدرة الشرائية للمستهلك النهائي، مثل الأسواق الإفريقية، أسواق شمال إفريقيا، أسواق منطقة الشرق الأوسط العربية، أسواق أمريكا الجنوبية.
4. عمليات التصدير تمر عبر شبكة من الفاعلين داخل الجزائر وخارجها، بإدارة المؤسسات مطالبة ببناء علاقات إستراتيجية بين أطراف هذه الشبكات.
5. تسريع عملية الدخول للسوق الموريتانية باعتبارها مركز عبور نحو أسواق غرب إفريقيا. وفي نفس الوقت بناء تحالفات إستراتيجية مع متعاملين موريتانيين لتسهيل التوسع داخل الأسواق المستهدفة.
6. الاعتماد أكثر على التسويق الرقمي للترويج للمنتجات المنتجة محليا و التي لها خصوصية الوطن الجزائر، مثل: الاجبان التقليدية في بعض المناطق التي تتميز تاريخ ثقافي ثري، الزرابي

التقليدية، التمور، وخاصة دقلة نور، الألبسة التقليدية وغيرها.

7. التركيز على الأسواق الخارجية التي بها الجاليات الجزائرية حيث تعتبر سوق مهم، باستهلاك المنتجات الجزائرية سوف تعزز من هويته وحنينه للبلد.

1. استخدام أدوات التسويق الرقمي، وكذا تطبيقات ذكاء الأعمال لدراسة الأسواق الخارجية باعتبار أن البيانات متوفرة ومتاحة في الفضاء الرقمي.

أبرز الشخصيات الحاضرة في التظاهرة:

مداخلة الدكتور جعفري جمال (جامعة المدية)، بعنوان:

« واقع القطاع الفلاحي الجزائري، بين رهان تحقيق الأمن الغذائي وتحسين الميزان التجاري دراسة قياسية خلال الفترة 2000-2024 »، والتي تناول فيها أهمية القطاع الفلاحي ودوره في دعم الميزان التجاري.

مداخلة الدكتورة لويذة أمزيان (من جامعة تيزي وزو)، بعنوان:

« Positionnement des fromages algériens à l'export : opportunités et menaces »

حيث ركزت على الفرض المتاحة في الاسواق الخارجية لمنتجات الاجبان التقليدية محلية الصنع في منطقة القبائل، مع محاكاة لعرض التجربة السويسرية.

مداخلة الدكتور Baar Abdelhamid جامعة بجاية بعنوان

« Analyse des coûts logistiques et de transport international et leur impact sur la compétitivité des exportations algériennes ».

وقد أشارت هذه المداخلة الى أن قطاع التصدير في الجزائر يعاني من ارتفاع معتبر في تكاليف اللوجستيك والنقل الدولي، وهو ما يشكل أحد أهم العوائق أمام تنافسية الصادرات خارج المحروقات. ويعود ذلك إلى عدة عوامل، من أبرزها: ارتفاع تكاليف الشحن الدولي خاصة بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. ضعف شبكات الربط اللوجستي الداخلي بين مناطق الإنتاج والموانئ، نقص مؤسسات متخصصة في تقديم خدمات الدعم اللوجستي المتخصص في التصدير. (supplychain management).

-مداخلة الدكتور فرجاني وليد جامعة المدية بعنوان:

دراسة تحليلية تقييمية لعقدة أحادية التصدير في الجزائر خلال الفترة 1990-2024

لتثير إشكالية ارتباط التصدير بسوق النفط والغاز.

-مداخلة الدكتور أشرف ناجح من جامعة المدية بعنوان

دور العلامة التجارية للدولة Branding Nation في تعزيز تنافسية الصادرات خارج المحروقات: دراسة مقارنة بين التجربة الجزائرية والماليزية.

أي إضافة مفيدة: /

مقترحات تخصّ تنظيم التظاهرات العلمية:

- تعزيز الجانب الترويجي للتظاهرات العلمية داخل وخارج الجامعة.
- إنشاء لجان دائمة لتنظيم التظاهرات العلمية.
- إنشاء مكاتب دائمة للإعلام على مستوى الجامعة والكليات، وتكليفها بإنشاء قاعدة بيانات خاصة بوسائل الإعلام والتنسيق المسبق معها، لضمان التغطية الإعلامية لمختلف التظاهرات العلمية.

رئيس الملتقي