

## نحو تنويع الصادرات الجزائرية خارج المحروقات بتفعيل آلية التسويق الدولي للمنتوج الزراعي

د. دحو سليمان  
جامعة غرداية

ملخص:

ما يلاحظ على الاقتصاد الجزائري هو هيمنة المحروقات على الصادرات حيث وصلت نسبتها إلى 98% في السنوات الأخيرة مما ستكون له نتائج وخيمة في حال انهيار أسعار المحروقات والتي هي شديدة الحساسية للمتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تحدث في العالم إضافة إلى أن المحروقات هي من المواد الناضبة الآيلة للزوال. ويعتبر القطاع الزراعي من أهم القطاعات التي تملك الجزائر فيه إمكانيات كبيرة تحتاج إلى استغلالها وتطوير طرق ووسائل الإنتاج مما يساهم في تنمية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات ومن أهم هذه المنتجات: التمور، الزيتون، الحمضيات، البطاطس، الطماطم، الجزر، العنب، المشمش

### Summary:

What is observed on the Algerian economy is the dominance of hydrocarbons over exports which have reached 98% in recent years. This may have bad consequences in case oil prices collapse of fuel prices, taking into account that these are related to political, economic and social variables occurring in the world. Besides, hydrocarbons are vital, yet they are on the way of disappearing.

The agricultural sector is of one of the most important ones that Algeria owns, and that is required to develop its way and means of production, which contributes to the development of Algerian exports outside hydrocarbon. The most important products are: dates, olives, citrus, potatoes, tomatoes, carrots, grapes, and apricots. Dates are considered as the most important products that can contribute to the development of exports outside hydrocarbons, since Algeria is one of the most important producing countries in terms of quantity and quality

### مقدمة

الاقتصاد الجزائري كأحد الاقتصاديات أحادية التصدير تعتمد على تصدير النفط بدرجة شبه كلية إذ تصل نسبة الاعتماد على هذا المورد 98% من إجمالي الصادرات، هذا الوضع قد يؤدي إلى نتائج خطيرة في حال انهيار أسعار المحروقات والتي هي شديدة الحساسية للمتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تحدث في العالم، إضافة إلى أن المحروقات من المواد الناضبة الآيلة للزوال.

ويعتبر القطاع الزراعي من أهم القطاعات الإستراتيجية التي أولت لها الجزائر بالغ الأهمية في السنوات الأخيرة، باعتباره من القطاعات التي يمكن أن تساهم في تحقيق الأمن الغذائي خاصة في شعبة الحبوب، واللحوم والألبان والزيتون النباتية والسكر وغيرها، كذلك يمكن أن

يساهم في تنمية الصادرات خارج المحروقات من خلال التسويق الدولي للمنتجات الزراعية التي تمتاز بقوة إنتاجها ووجودتها وتحتاج إلى إستراتيجية تسويقية كما هو الشأن لبعض الخضار والفواكه كالتفاح.

كيف يمكن تنويع الصادرات الجزائرية خارج المحروقات بتفعيل إستراتيجية التسويق الدولي للمنتوج الزراعي؟

ولمعالجة هذه الإشكالية تم تقسيم هذه المداخلة لى ثلاث محاور ما يلي :

- 1-تعريف التسويق الدولي وأهميته .
- 2-واقع الأسواق الزراعية الدولية وأهم الدول المصدرة والمستوردة المنتوج الزراعي .
- 3- القطاع الزراعي في الجزائر وضرورة تنويع الصادرات الجزائرية .

### 1-تعريف التسويق الدولي وأهميته

#### 1-1 مفهوم التسويق الدولي

لقد تناول الكثير من الكتاب المتخصصين تعريف التسويق الدولي من عدة اهتمامات نذكر منها:

❖ يعرف كاهلر "Kahler" " «أن التسويق الدولي يشير إلى تسويق السلع والخدمات في أكثر من دولة واحدة عن طريق التصدير المباشر، أو عن طريق إنتاج وتسويق السلع في أكثر من دولة»<sup>1</sup>

ويتضح من التعريف السابق أنه يركز على بيان نطاق التسويق الدولي والتعرض لبعض حدود التواجد في الأسواق الخارجية، ويعاب عليه أنه جاء مقتضبا ولم يشر إلى أي من الأنشطة التسويقية في السوق الدولية.

❖ التسويق الدولي هو: " مجموعة الجهود التسويقية الموجهة لإشباع حاجات المستهلك خارج الحدود الجغرافية للمركز الرئيسي للشركة الأم أي في بيئة تسويقية غير التي تعمل الشركة المنتجة لأغراض تحقيق الأهداف التسويقية المخططة من أرباح ومبيعات... واستقرار وحل مشكلات وغيرها وتستخدم الإدارات التسويقية في ذلك مزيج تسويقي دولي واستراتيجيات للتسعير الدولي والترويج الدولي والتوزيع الدولي والسلع الدولية والخدمات الدولية."<sup>2</sup> ونأخذ على هذا التعريف أنه تعريف مبسط للتسويق الدولي وأنه يشير إلى الخدمات الدولية والمتمثلة في النقل والشحن والتفريغ والتخزين والتأمين والجمارك والاتصالات والمعلومات التجارية وتمويل التجارة الدولية وغيرها.

- تم تعريف التسويق الدولي من قبل جمعية التسويق الأمريكية على أنه «عملية دولية لتخطيط وتسعير وترويج وتوزيع السلع والخدمات لخلق التبادل الذي يحقق أهداف المؤسسة والأفراد»<sup>3</sup>

نلاحظ أن هذا التعريف أشمل من سابقه بتوضيحه لمختلف أنشطة التسويق الدولية، وبين كذلك بأن أهداف التسويق الدولي لا تقتصر على المؤسسة، بل تتعداه إلى الأفراد .

#### 1-2 أهمية التسويق الدولي للمؤسسة

تفضل معظم المؤسسات (وخاصة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة) السوق المحلي عن السوق الخارجي وقد يرجع ذلك إلى أن الأول يمتاز بالبساطة والأمان حيث الحاجة غير ملحة

<sup>1</sup> عماد صقر سلمان، الاتجاهات الحديثة للتسويق، مصر، منشأة المعارف، 2005 ص10.

<sup>2</sup> فريد النجار، إدارة منظومات التسويق العربي والدولي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 1998، ص554.

<sup>3</sup> فهد سليم الخطيب، مبادئ التسويق- ط1 الأردن - دار الفكر للطبع والنشر، 2000، الأردن، ص194.

لتعلم لغة جديدة والتعامل بعملات أجنبية مختلفة، هذا بالإضافة إلى المعوقات السياسية أو القانونية وظروف عدم التأكد التي تواجه المؤسسة في حالة ممارسة نشاطها في الأسواق الدولية. وعلى الرغم من ذلك فهناك مجموعة من الأسباب التي تدفع المؤسسة إلى ضرورة ممارسة أعمالها في الأسواق الدولية ومن أهم هذه الأسباب نذكر ما يلي:

- أن المؤسسة قد لا يكون أمامها أي فرصة لبيع منتجاتها في السوق المحلي مما يدفعها إلى البحث عن الأسواق الأجنبية أكثر قبولاً لمنتجاتها والتي تمكنها من تحقيق أرباح على الرغم من ارتفاع تكلفة البيع إلى الأسواق الأجنبية<sup>4</sup>.

- قد تلجأ المؤسسات إلى الأسواق الدولية بهدف الاستفادة من سياسات والإجراءات التي تتخذها الدولة من أجل تدعيم التسويق الخارجي بهدف توفير قدر مناسب من العملات الأجنبية وتحقيق التوازن في ميزان المدفوعات<sup>5</sup>.

-التنوع الجغرافي لغرض الحصول على مبيعات مستقرة وتقليل من المخاطر خاصة في فترات الركود الاقتصادي الذي قد يصيب منطقة دون أخرى.

- الاستفادة من الترتيبات التجارية التفضيلية: على سبيل المثال السوق الأوروبية المشتركة التي تمثل سوقاً أكبر نتيجة الترتيبات والاتفاقيات بين دول الأعضاء وكذا الترتيبات بين هذه المجموعة ودول أخرى من خارج هذه المجموعة.

- يتطلب تزايد الفجوة بين الدول الغنية وتنافس الدول الفقيرة وحتى بين دول العالم جميعاً إلى ضرورة القيام بالتسويق الدولي<sup>6</sup>.

- تهدف بعض المؤسسات إلى تحقيق مركز تنافسي قوي من خلال التسويق الدولي أو تحقيق قوة إدارية في اتخاذ القرارات مثال شركة البترول والمقاولات والكمبيوتر.

- قد يتطلب النظام الضريبي في بعض الدول توزيع الفوائد في الأسواق الدولية لتجذب دفع الضرائب عالية.

- قد يكون العائد على الاستثمار في التسويق الدولي أعلى من التسويق المحلي<sup>7</sup>.

- قد يصل المنتج إلى مرحلة التدهور في السوق المحلي (بناءً على دورة حياة المنتج) وبالتالي تكون الفرصة الوحيدة في توزيعه في السوق الأجنبية.

- زيادة الطاقة الإنتاجية للمؤسسة بشكل يمكنها من إنتاج سلع وخدمات يتم تسويقها في السوق الخارجي دون تحمل تكلفة إضافية.

- في بعض الأحيان تكون حدة المنافسة في السوق الأجنبية أقل درجة من السوق المحلية.

- أن السوق الخارجي عادة ما يكون أكثر اتساعاً من السوق المحلي<sup>8</sup>.

- 2- واقع الأسواق الزراعية الدولية وأهم الدول المصدرة والمستوردة للمنتوج الزراعي :

1-2 أهم الدول المصدرة للمنتوج الزراعي عالمياً سنة 2011

<sup>4</sup> توفيق محمد عبد المحسن، «التسويق وتدعيم القدرة التنافسية للتصدير»، مصر : دار الفكر العربي، 2003، ص

348

<sup>5</sup> نفس المرجع السابق، ص 348 .

<sup>6</sup> وصاف سعبيدي، نحو إستراتيجية تسويقية فعالة في قطاع التصدير، مداخلة بملتقى الوطني حول الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر والممارسة التسويقية، المركز الجامعي بشار، 20-21 أبريل 2004.

<sup>7</sup> فريد النجار، إدارة منظومات التسويق العربي والدولي، مصر: مؤسسة شباب الجامعة، 1998- 199 ص 557.

<sup>8</sup> توفيق محمد عبد المحسن، مرجع سبق ذكره، ص ص: 347-348.

الجدول رقم 01: أهم الدول المصدرة للمنتوج الزراعي عالميا سنة 2011

الدولة	قيمة الصادرات مليار دولار	نسبة صادرات الدولة من الصادرات العالمية -بالمئة-
دول الإتحاد الأوربي (27)	626	37.7
الولايات المتحدة الأمريكية	168	10.1
البرازيل	86	5.2
الصين	65	3.9
كندا	60	3.6
أندونيسيا	48	2.9
تايلاند	48	2.9
الأرجنتين	45	2.7
ماليزيا	39	2.3
الهند	34	2.1
أستراليا	34	2.1
فديرالية روسيا	30	1.8
إيزيلندا الجديدة	24	1.5
مكسيك	23	1.4
فيتنام	22	1.3
المجموع -15اقتصاد الأكثر تصديرًا-	1352	81.5

Source :Organisation mondiale du commerce ,Statistiques du commerce international 2012.www.wto.org/statistiques ,24/11/2012.

2-2 أهم الدول المستوردة للمنتوج الزراعي في 2011  
الجدول رقم 02: أهم الدول المستوردة للمنتوج الزراعي في 2011.

الدولة	قيمة الصادرات مليار دولار	نسبة صادرات الدولة من الصادرات العالمية -بالمئة-
دول الإتحاد الأوربي (27)	654	37.5
الصين	145	8.3
الولايات المتحدة	137	7.9
اليابان	96	5.5
كندا	36	2.1
جمهورية كوريا	35	2.0
المكسيك	29	1.7
الهند	23	1.3
العربية السعودية	22	1.3
أندونيسيا	22	1.3
ماليزيا	21	1.2
تركيا	18	1.0
مصر	15	0.9
هونغ كونغ	16	0.9
المجموع -15اقتصاد الأكثر إستيرادا-	1310	75.1

Source :Organisation mondiale du commerce ,Statistiques du commerce international 2012.www.wto.org/statistiques,24/11/2012.

يشير كل من الجدول 01 والجدول 2 إلى أن الإتحاد الأوروبي والولايات المتحدة واليابان والصين تساهم في أكثر 50 بالمئة من حجم الصادرات والواردات العالمية للمنتجات الزراعية ، كما تبين الإحصائيات عن تدني كبير لمساهمة الدول العربية والإفريقية في حجم التجارة الدولية للمنتجات الزراعية ، هذا يبين لنا مدى هشاشة الأمن الغذائي لهذه الدول فهي تحت رحمة الدول العظمى التي تتحكم في تجارة الغذاء العالمي .

### 3- القطاع الزراعي في الجزائر وضرورة تنويع الصادرات الجزائرية 1-3- تطور الإنتاج الفلاحي ودوره في تحقيق الأمن الغذائي:

لقد عرف الإنتاج الزراعي تطوراً ملحوظاً، حيث تشير الإحصائيات إلى نمو ملحوظ في الإنتاج الوطني (1990 ← 2000) إلى 7.3% (2000-2010) ويشير الجدول التالي إلى تطور الإنتاج الفلاحي حسب الفروع: الحبوب، الحليب، البطاطس، الحمضيات، التمور، الزيتون، اللحوم الحمراء، اللحوم البيضاء.

الجدول رقم (03) : يوضح تطور الإنتاج الفلاحي في أهم الفروع.  
الوحدة: مليون قنطار

متوسط الإنتاج ← 2000 2008	2011	2010	2009	السنوات الفروع
29.7	42.5	45.6	61.2	الحبوب
2	2.93	2.7	2.39	الحليب (مليار لتر)
17	38.6	33	26.8	البطاطس
5.8	11.1	7.88	8.44	الحمضيات
4.72	7.24	6.45	6.01	التمور
2.5	6.1	3.11	4.75	الزيتون
2.6	4.2	3.82	3.46	اللحوم الحمراء
1.95	3.36	2.82	2.09	اللحوم البيضاء

المصدر: وزارة الفلاحة والتنمية الريفية، تقرير حول مسار التجديد الفلاحي والريفي: عرض وفاق، ماي 2012، ص: 23.

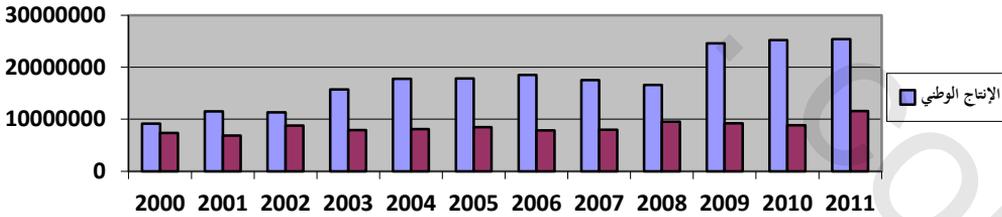
يقدر مستوى الأمن الغذائي في الجزائر عموماً بالإنتاج وفرة المواد الغذائية ويظهر الجدول رقم (4)، والمنحنى (الشكل ) رقم (01) تطور الوفرة الغذائية (بالطن).

الجدول رقم 4: تطور الوفرة الغذائية بالحجم (الطن) من 2000 إلى 2011.

السنوات	الإنتاج الوطني	الواردات	الوفرة الغذائية	نسبة التغطية من الإنتاج الوطني
2000	9 133 812	7387655	16 521 467	55
2001	11 488 390	6 869 349	18 357 739	63
2002	11 352 317	8 798 204	20 150 521	56
2003	15 760 371	7 924 447	20 150 521	67
2004	17 756 851	8 103 798	25 860 649	69
2005	17 865 149	8 503 942	26 369 091	68
2006	18 546 662	7 844 663	26 391 235	70
2007	17 505 513	7999 492	25 505 005	69
2008	16 629 515	9 541 821	26 171 336	64
2009	24 571 232	9 217 055	33 788 287	73
2010	25 202 217	8 853 123	34 055 340	74
2011	25 394 612	11 559 704	36 954 316	69

المصدر: وزارة الفلاحة والتنمية الريفية، تقرير حول مسار التجديد الفلاحي والريفي: عرض وأفاق، ماي 2012.

الشكل رقم 01: تطور الوفرة الغذائية بالحجم (الطن) من 2000 إلى 2011



المصدر: وزارة الفلاحة والتنمية الريفية، تقرير حول مسار التجديد الفلاحي والريفي: عرض وأفاق، ماي 2012.

خلال الاثنى عشر سنة الأخيرة:

تطورت الوفرة الغذائية من 16 521 467 طن (الحد الأدنى سنة 2000) إلى 36 954 316 طن (الحد الأقصى سنة 2011)، أي بنسبة 223.7%، أي بزيادة تقدر بـ 2.24 من حيث الحجم.

تطور الإنتاج الوطني من 9 133 812 طن (الحد الأدنى سنة 2000) إلى 25 394 612 طن (الحد الأقصى سنة 2011)، أي بنسبة 278%، أي بزيادة تقدر بـ 2.8 من حيث الحجم. تطور الواردات من 6 869 349 طن (الحد الأدنى سنة 2001) إلى 11 559 704 طن (الحد الأقصى سنة 2011)، أي بنسبة 168.3%، أي بزيادة تقدر بـ 1.7 من حيث الحجم. وتشير الأشكال والمنتجات السابقة إلى انتقال قيمة الإنتاج الفلاحي الكلي من 500 مليار دينار سنة 2001 إلى 160 مليار دينار سنة 2011 وبقيت الحصة المتعلقة بالواردات الخاصة بتوفير الموارد الغذائية نسبياً ثابتة حوالي 30%.

يظهر تحليل المعطيات المفصلة حول تركيبة هذه الواردات (القمح الصلب، القمح اللين، الشعير) تبين انخفاض محسوس بالنسبة للقمح الصلب والشعير وزيادة محسوسة للقمح اللين، مما يؤكد التغيرات الملحوظة في نفس الوقت في مجال الإنتاج الحيواني أكبر مستهلك للحبوب وكذا الحصة الغذائية للأسر، ويجب الإشارة إلى أن حصة الواردات الغذائية ضمن الواردات الإجمالية بقيت بدون تغيير رغم ارتفاع الإنتاج مما يفسر زيادة الاستهلاك الوطني من هذه المواد (بقيت النسبة تتراوح ما بين 16 و20% ما بين 2000 و2011). كما تشير إلى أن النمو الديمغرافي الذي يعد عاملاً يمتاشى عادة مع تزايد الحاجات الغذائية، حيث تطورت نسبة النمو الطبيعي بـ 3.5% في سنوات 70-80 (ضغط ديمغرافي قوي) لنخفض إلى 1.78 سنة 2006 ليعود تدريجياً للارتفاع منذ ذلك الحين ليبلغ 2.03% سنة 2012.

### 2-3 التسويق الخارجي للمنتوج الزراعي الجزائري.

يحتل القطاع الزراعي دوراً هاماً من ناحية قدرته على توفير الموارد النقدية واستخدامها في الاحتياجات الأساسية للتنمية الاقتصادية وذلك من خلال التسويق الخارجي للمنتوج الزراعي.

### 1-2-3 الميزان التجاري الإجمالي: 2000-2010.

#### الجدول رقم (04): يوضح الميزان التجاري الإجمالي 2000 ← 2010.

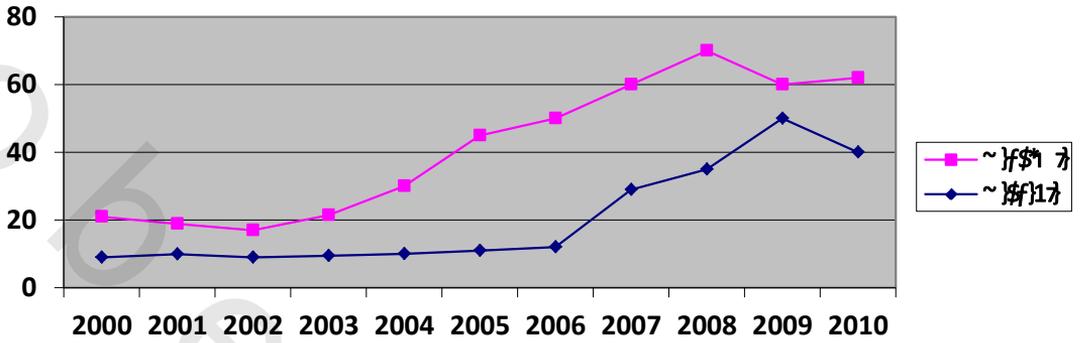
السنوات	الصادرات (مليون دولار)	الواردات (مليون دولار)	معدل التغطية
2000	21600	9500	236
2001	19132.69	9940.335	192.5
2002	18420	1196	153.9
2003	21479	13533	153.9
2004	31713	20047.5	173.6
2005	44482	21274.36	221.9
2006	50585	27441	323.8
2007	57020.00	27441	207.8
2008	71737	36386	196.5
2009	50843	44214	115
2010	53199	40212	132.2

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على: تقارير وزارة الفلاحة السنوية

Revue commerce Extérieur Agricole, Ministère de l'agriculture et de développement rural, Algérie, 2000-2010.

الشكل رقم (01): يوضح تطور الصادرات والواردات الإجمالية في الفترة ما بين: 2000 ← 2010

مليار دولار



المصدر: من إعداد الباحث انطلاقاً من معطيات الجدول السابق رقم (04)

من الجدول رقم (04) والشكل رقم (01) يتضح لنا:

أ- الصادرات: شهدت الصادرات الجزائرية نمواً ملحوظاً حيث بلغت الصادرات في سنة 2003 21.47 ملياً دولار، لتنتقل إلى 44.82 مليار

ب- دولار بمعدل نمو أكثر من 208%، ليصل مبلغ الصادرات ذروته سنة 2008، حيث بلغ 71.73 مليار دولار وهذا نتيجة لارتفاع أسعار المحروقات والتي تشكل ما يقارب من 98% من القيمة الإجمالية للصادرات، ثم انخفضت الصادرات في سنة 2009 حيث بلغت 50.84 مليار دولار ثم ارتفعت ارتفاعاً طفيفاً سنة 2010، ويعود هذا التذبذب إلى انخفاض أسعار المحروقات نتيجة الأزمة الاقتصادية العالمية في سنة 2008 أو ما تسمى بأزمة الرهن العقاري والتي أثرت على اقتصاديات كثير من الدول الأوروبية والأمريكية مما أدى إلى انخفاض الطلب العالمي على مادة النفط.

وقد أثر هذا التذبذب في الصادرات على قيمة الفوائض التجارية كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (05): يوضح قيمة الفائض التجاري 2000 ← 2010.

السنوات	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
قيمة الفائض التجاري (مليار دولار)	121	919	645	794	134	244	244	293	295	662	1298
	00	2	1	6	81	34	34	11	79	9	67

المصدر: من إعداد الباحث انطلاقاً من الجدول رقم (04)

ت- الواردات: ارتفعت الواردات الإجمالية من 11.969 مليار دولار سنة 2003 إلى أكثر من

20.047 مليار دولار سنة 2005 بمعدل نمو بلغ 59%، ورغم هذا الارتفاع في قيمة الواردات ارتفع معدل التغطية من 153.9 سنة 2002 ليصل إلى 221.9 سنة 2005، وهذا نتيجة نمو الصادرات بمعدل أكبر من معدل نمو الواردات، إلا أنه ابتداء من سنة 2007 بدأ معدل تغطية الصادرات للواردات في انخفاض (237.8% سنة 2006، 196.5% سنة 2008، 132.2% سنة 2010) وهذا نتيجة لنمو الواردات الإجمالية الناتج عن نمو الواردات من المنتجات الغذائية والمواد الصناعية على وجه الخصوص وانخفاض الصادرات الناتج عن انخفاض أسعار المحروقات.

### 2-2-3 الميزان التجاري الزراعي:

الجدول رقم 06: الميزان التجاري الزراعي: الوحدة 1000 دولار

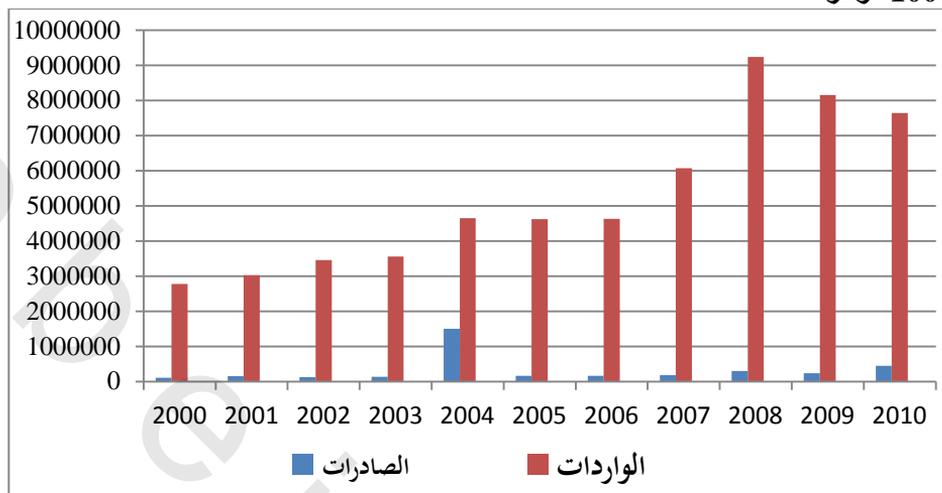
معدل التغطية	الواردات	الصادرات	السنوات
4	2778209	111214.6	2000
5	3024084	151849.00	2001
3.7	3454494	126849.00	2002
3.8	3560592	134731.2	2003
3.2	4653102	150327.6	2004
3.6	4621693	167473	2005
3.5	4630807	162922	2006
3.0	6076156	180855	2007
3.3	9242160	302451	2008
2.9	8159300	234592	2009
5.9	7640555	451619	2010

المصدر: من إعداد الباحث بناء على تقرير وزارة الفلاحة السنوي من سنة 2000-2011

Revue commerce Extérieur Agricole, Ministère de l'agriculture et de développement rural, Algérie, 2000-2011

ويمكن تمثّل تطور الصادرات والواردات الزراعية بينياً كما يلي:

الشكل رقم (02): يوضح تطور الصادرات والواردات الزراعية 2000 ← 2010. الوحدة 1000 دولار



المصدر: من إعداد الباحث بناء على تقرير وزارة الفلاحة السنوي من سنة 2000 ← 2011  
يتضح لنا من الجدول والشكل أعلاه ما يلي:

#### أ- الصادرات الزراعية:

أدى تصدير المنتج الزراعي إلى الإسهام في تحصيل إيرادات في الفترة ما بين 2000 و2010 بمعدل مقداره 200 مليون دولار سنوياً، كما سجلت الصادرات الزراعية نمو في نفس الفترة حيث انتقلت قيمتها سنة 2000: 111.2 مليون دولار إلى 302542 مليون دولار سنة 2008 ثم إلى 451.61 مليون دولار سنة 2010، ودل هذا التطور في الصادرات الزراعية يعود إلى نتائج برامج الدعم الفلاحي والذي ضخمت الدولة على إثره أموال ضخمة، مما ساهم في ارتفاع الإنتاج الزراعي وتصريف الفائض إلى الأسواق الدولية.

ورغم الزيادة في الصادرات الزراعية إلا أنها إذا ما قورنت بإجمالي الصادرات الإجمالية فإننا نلاحظ أنها تساهم بنسبة ضعيفة جداً حيث بلغت نسبتها على سنوات 2000 و2005 و2010 على التوالي: 0.51%، 0.37%، 0.84% ولعل ذلك يرجع إلى تنامي صادرات قطاعات أخرى، وخاصة قطاع المحروقات (أمام ارتفاع أسعار النفط في الأسواق العالمية).

#### ب- الواردات الزراعية:

ارتفعت فاتورة استيراد المنتج الزراعي (النباتي والحيواني) في الفترة ما بين 2000 و2010، حيث بلغت سنة 2000، 2.7 مليار دولار، ثم انتقلت في سنة 2005 إلى 4.62 مليار دولار بمعدل نمو أكثر من 58% لتبلغ ذروتها سنة 2008 بقيمة 9.2 مليار دولار وهذا قد يعود إلى زيادة الاستهلاك المحلي مع تحسن المستوى المعيشي (نتيجة وجود برامج تنموية ساهمت في الرفع من مداخيل الأفراد والعائلات، إضافة إلى زيادة الأجور)

أما بالنسبة لتغطية تكلفة استيراد المنتج الزراعي عن طريق المداخيل الناتجة عن تصدير نفس المنتج (معدل التغطية) فقد سجل مستوى ضعيف جداً، حيث بلغ 4% سنة 2000 ثم 3.6% سنة 2005 و2.9% سنة 2009 مما يعني أن الجزائر تدفع فاتورة غذائها من مداخيل المحروقات وهذا ما ستكون له تداعيات خطيرة على الأمن الغذائي في حال انهيار أسعار

المحروقات في الأسواق الدولية، كما يبقى الصبغة المعروفة على الاقتصاد الوطني وهو أنه اقتصاد ريعي تأتي جل مداخيله من استخراج المادة الخام (النفط) من باطن الأرض وتصديرها إلى الخارج، رغم جهود الدولة في ميدان تنمية الصادرات خارج قطاع المحروقات من خلال ضخ أموال ضخمة للنهوض بالقطاعات المنتجة وبالأخص القطاع الفلاحي.

### 3-2-3-نسبة الصادرات الزراعية من الصادرات الإجمالية:

رغم أهمية القطاع الزراعي والإمكانات التي تتوفر عليها الجزائر إلا أنها لا تمثل إلا نسبة ضئيلة من إجمالي الصادرات، وهذا يرجع إلى عدة أسباب أهمها:

-تنامي صادرات من المحروقات نتيجة للاستثمارات الكبيرة في هذا القطاع، وكذلك نتيجة للارتفاع أسعار المحروقات في السوق الدولي مما أدى إلى زياد إيرادات هذا القطاع، وبقاء هيمنة المحروقات شبه الكليية على الاقتصاد الوطني، وهذا ما ستكون له خطيرة في حال انهيار المحروقات.

-رغم البرامج الذي قامت بها الدولة الجزائرية من أجل النهوض بالقطاع الزراعي إلا أن هناك عدة مشاكل مازال يتخبط فيه هذا القطاع حالت دون أن يكون من القطاعات التي توفر إيرادات مهمة من العملة الصعبة من خلال تسويق المنتجات الزراعية إلى السوق الدولي.ومن أهم هذه المشاكل:

- عدم الاستغلال للأراضي الزراعية.
  - نقص الكوادر البشرية المؤهلة، وقلة اليد العاملة.
  - نقص الموارد المائية نتيجة قلة وشح مصادر المياه وعدم بناء وصيانة ما يكفي من السدود.
  - نقص الخدمات الفلاحية المساندة من طرف الدولة كالعتاد والأسمدة والإرشاد الفلاحي
- من الشكل أعلاه يتبين لنا أن الصادرات الزراعية لا تمثل إلا نسبة قليلة من الصادرات الإجمالية ( 0.85بالمئة)، وهذا لا يعكس حقيقة الإمكانيات التي تتوفر عليها الجزائر في القطاع الزراعي ، مما يوجب العمل أكثر على تذليل الصعوبات والمشاكل الذي تحول دون تطوير أنتاج وتسويق المنتج الزراعي للسوق الدولي.

### 3-2-4-نسبة الصادرات الزراعية من الصادرات خارج المحروقات

#### الجدول رقم 07:نسبة الصادرات زراعية إلى الصادرات خارج المحروقات

المصدر: إعداد الباحث اعتمادا على إحصائيات محصل عليها من المركز الوطني للمعلومات و إحصائيات

النسبة -بالمئة.	الصادرات خارج المحروقات -مليون دولار-	الصادرات الزراعية	السنوات
18.17	612	111.214	2000
23.43	648	151.849	2001
17.28	734	126.849	2002
20.01	673	134.731	2003
19.24	781	150.3276	2004
18.46	907	167.473	2005
13.76	1184	162.922	2006
13.51	1332	180.855	2007
15.61	1937	302.451	2008
22.06	1066	234.592	2009
35.61	1268	451.619	2010

الجمارك (CNIS) وتقارير وزارة الفلاحة من الجدول أعلاه نلاحظ أن الصادرات الزراعية تمثل نسبة مهمة من الصادرات خارج المحروقات، حيث بلغت أقصاها سنة 2010 بنسبة 35 بالمائة، مما يبين أن تسويق المنتج الزراعي للسوق الدولي يعتبر أهم وسيلة لتنمية الصادرات خارج المحروقات.

2-5- الميزان التجاري الزراعي (المنتج النباتي) 2008 ← 2010.  
الجدول رقم 08: الميزان التجاري الزراعي (المنتج النباتي) 2008 ← 2010. الوحدة 1000 دولار.

البيان	2008			2009			2010		
	تصدير FOB	استيراد CAF	معدل التغطية %	تصدير FOB	استيراد CAF	معدل التغطية %	تصدير FOB	استيراد CAF	معدل التغطية %
الخضر	406236	883 340 71	2.4	1 166 159	19 003 499	6.1	3 81 693	22 218 886	1.7
الفواكه	306 1 306 1	10 267 822	12.7	1 043 56	14 996 836	7.0	1 361 549	16 632 779	8.2
خضر وفواكه معبأة	484 44	506 475 3	1.2	40 081	654553	0.6	63 223	6 492 744	1.0
المجموع	687 557 1	30 886 06	5.7	2 249 834	698 545 04	5.5	1 806 465	45 344 408	4.0
حبوب	0	411 691 452	0.0	1858	168 087 333	0.0	116 755	145 131 865	0.1
طحين الحبوب	592 924	221 666 1	21.3	140875	2 259 434	6.2	274	2 618 603	0.0

0.8	9 487 016	76317	18.4	8 819 230	1 619 081	16.7	5 035 017	842 920	مشتقات الحبوب
0.1	157 237 485	193346	1.0	179 165 997	1 761 813	0.5	261 203 317	842 920	المجموع
0.0	17 877 798	1207	0.0	18 865 443	97	0.0	21 192 834	1 269 316	قهوة، شاي، توابل
34.4	50 500 453	17 391 159	1.6	41 338 203	667945	0.4	28 321 635	451	سكر وحلويات
4.5	4 897 562	218 884	10.9	3 761 861	411 329	14.1	3 092 468	105 864	الكاكاو ومشتقاته
99.8	1 768 355	1 765 636	118.5	1 452 522	1 729 145	110.8	1 792 973	1 985 990	خمور ومشروبات
25.8	75 044 168	19 376 885	43	65 418 030	2 800 515	4.6	54 399 730	2 527 643	المجموع

6.6	4 373 017	289 184	11.9	4063 681	4 563 367	10.2	3 708 996	376 579	زيوت
1.4	49 692 195	703 478	0.6	40 821 041	246561	1.7	47 856 835	803 565	زيوت نباتية ودهون
0.2	18 113 449	30561	0.6	14 607 658	5717	1.2	12 775 321	158 812	تنج
1.3	328 859	4333	3.7	166 798	6226	36.8	175 017	64 456	زيوت أساسية
0.0	841 324	231	0.2	948 312	2019	0.0	941 819	0	قطن
1.4	73 348 843	1027787	1.3	60 608 490	763 890	2.1	65 457 987	1 403 412	المجموع
0.0	415987	685	0.0	380 348	88	1.9	348 870	6649	شتائل وأزهار
0	1073969	0	0.2	900 347	2 031	0.4	778 244	2816	مواد نباتية صباغة
0.0	81 369	4	0.0	90154	4	0.1	90471	46	مواد نباتية أخرى
0.1	17 302 867	9482	0.0	14 693 358	3880	0.0	11 016 7390.0	3002	مشتقات غذائية متنوعة

0.0	32 109590	0	0.0	24 725 204	0	0.0	22 074 896	32	فضلات غذائية للحيوانات
0	686	0	0.0	1343	0	0.0	4	0	نسيج وألياف نباتية
0.02	50 984 648	10 171	0.0	40790882	6003	0.0	34 309 224	12 545	المجموع
5.6	401 959 372	22 414 655	2.0	386 529 268	7 582 055	1.6	44 256 374	6 968 224	المجموع الكلي

source :Revue commerce Extérieur Agricole, Ministère de l'agriculture et de développement rural, Algérie, 2011

3 إن المتفحص للجدول أعلاه يلاحظ أن التسويق الخارجي للمنتوج الزراعي الجزائري مازال ضعيفا على العموم بل يغطي من قيمة وارداته (معدل التغطية مازال ضعيفا) وفي ما يلي أهم المنتجات الزراعية المصدرة والمستوردة من وإلى الأسواق الدولية:

#### أ- أهم المنتجات الزراعية المصدرة:

**الخضر والفواكه:** شهدت صادرات الجزائر من الفواكه تطورا صافيا حيث انتقلت من 1.307 مليار دج سنة 2008، لتصل إلى 1.361 مليار دج سنة 2010، ويعتبر منتوج التمر من أهم المنتجات المصدرة ضمن هذا الصنف باعتبار أن الجزائر من أهم الدول المنتجة له. أما بالنسبة لصادرات الجزائر من الخضر فقد شهدت تذبذبا حيث انتقلت من 406.23 مليون دولار سنة 2008 إلى 1.16 مليار دج، ثم انخفضت إلى 381.69 مليون دولار. وتسعى الجزائر جاهدة لترقية صادراتها من الخضر والفواكه رغم أن قيمة هذه الصادرات لا تتعدى 50 مليون دولار سنويا، حيث تمكنت الجزائر في 2010 من تصدير 350 قنطار من البطاطس نحو أسواق الاتحاد الأوروبي، علما أن وزارة الفلاحة والتنمية الريفية سطرت برنامجا للوصول إلى تصدير نحو 60 ألف طن من التمر و100 ألف طن من الخضر والفواكه في غضون سنة 2014.<sup>(9)</sup>

ومازال قطاع تصدير المنتوجات الزراعية تعترضه كثير من الصعوبات أهمها:

<sup>(9)</sup> www.el-massa.com/ar/content. page consulte: 25/08/2014.

- سوء تنظيم السوق الداخلي وغياب إطار مهني للمتعاملين في مجال تصدير المنتجات الفلاحية؛

- عدم مساهمة البنوك في تمويل الصادرات الفلاحية؛

- صعوبة دخول بعض الأسواق الدولية كالأسواق الأوروبية التي تفرض شروطاً صارمة على المنتجات الزراعية الجزائرية والتي تفتقد الكثير من المعايير التي يجب أن تتوفر في المنتج للتصدير؛

- ضعف والافتقار لوسائل التبريد والحفظ والنقل التي تحافظ على سلامة هذه المنتجات التي هي بطبيعتها سريعة التلف.

**خمور ومشروبات:** احتلت صادرات الجزائر من الخمور الصدارة في قائمة السلع الزراعية المصدرة، حيث بلغت صادرات هذا المنتج 1.985 مليار دج سنة 2008، ثم تراجعت قيمتها في سنة 2009 و2010 إلى 1.452 مليار دج و 1.765 مليار دج على التوالي. وتمثل صادرات الخمور حوالي 25% من الإنتاج الزراعي الوطني وإلى جانب فرنسا التي تتلقى غالبية الصادرات تستورد بريطانيا وسويسرا وجنوب إفريقيا وألمانيا وبلجيكا والولايات المتحدة الأمريكية وكذا جزء منها.

كما تلقى زراعة العنب المخصص للأكل تشجيعاً بفضل التدابير المتخذة لتحفيز المستثمرين المحتملين للمشاركة في إنتاج عصير العنب، ويشهد سوق عصير العنب زيادة ملحوظة حيث ينافس بشدة المشروبات الغازية التي تسيطر على سوق المشروبات<sup>(10)</sup>.

**-الزيتون:** انتقلت صادرات الجزائر من الزيتون من 376 مليون دج سنة 2008 إلى 485.3 مليون دج سنة 2009 لتتخض إلى 289 مليون دج، وتمتلك الجزائر قدرات هامة في إنتاج الزيتون الذي يعتبر مصدراً أساسياً للزيت، وهذا بفضل برنامج التوجيه الفلاحي والذي كان من أهدافه توسيع مساحة الأراضي الزراعية للزيتون من 16400 هكتار سنة 2001 إلى 242000 هكتار سنة 2004، ورغم جودة المنتج وكمية الإنتاج والموقع الجغرافي إلا أن التصدير من هذا المنتج لا يزال ضعيفاً مقارنة ببعض الدول المجاورة كتونس والمغرب على سبيل المثال، مما يستوجب دعم وتأهيل المؤسسات العاملة في ميدان الصناعات الغذائية باعتبار أن زيت الزيتون يدخل في كثير من هذه الصناعات.

## **ب - أهم المنتجات الزراعية المستوردة:**

**الحبوب:** تعد الجزائر مستورداً صافياً للحبوب، حيث جاء في صدارة المنتجات الزراعية المستوردة، وقد بلغت فاتورة الاستيراد في سنة 2008 أقصاها بقيمة 254.16 مليار دج (3.41 مليار دولار) وهو ما تمثل أكثر من 56% من إجمالي الواردات الزراعية، ويمكن تفسير ذلك إلى زيادة الاستهلاك الوطني (باعتبار أن مادة الحبوب مادة استهلاكية أساسية للمستهلك الجزائري بحكم العادات الغذائية) بمعدلات أكبر من كميات الإنتاج الوطني والذي لم يغطي سوى 40% من الاحتياجات الوطنية من الحبوب، كما يمكن إرجاع سبب ارتفاع قيمة الواردات من الحبوب إلى ارتفاع أسعارها على مستوى الأسواق الدولية نتيجة عدة عوامل أهمها: استخدام الحبوب لإنتاج الوقود الحيوي بعد ارتفاع أسعار النفط، والتقلبات المناخية التي شهدتها كثير من الدول المنتجة في السنوات الأخيرة كالجفاف على سبيل المثال.

**السكر:** بلغت واردات الجزائر من هذه المادة في سنة 2008: 28.32 مليار دج لتصل إلى أكثر

(10) www.magharebia.com/ar/articles/awi/articles/2006/02/05. page consulte:

25/08/2014.

من 50.5 مليار دج سنة 2010، هذا يعود لزيادة الاستهلاك الوطني لهذه المادة التي تعتبر من المواد الاستهلاكية الواسعة، بالإضافة إلى أنها تعتبر من المواد الأولية التي تدخل ضمن الصناعات الغذائية كالمشروبات الغازية على سبيل المثال، كذلك ضعف الإنتاج الوطني من هذه المادة.

**الخضّر:** انتقلت واردات الجزائر من الخضّر من 17.04 مليار دج سنة 2008 إلى أكثر من 22.21 مليار دج سنة 2010، ورغم الإمكانات الإنتاجية التي تزخر بها الجزائر في كثير من الخضروات، ويرجع نمو صادرات الخضّر إلى لجوء الحكومة في كثير من الأحيان إلى الأسواق الدولية عند ارتفاع أسعار الخضّر (وخاصة الأساسية) في الأسواق المحلية، كما حدث عند ارتفاع سعر البطاطس (الذي فاق 100 دج سنة 2007)، ويبقى الخلل في منتج الخضّر في كثير من الأحيان ليس في كمية الإنتاج (إذ شهدت بعض المواسم انخفاض حاد في أسعار الخضّر في الأسواق المحلية مما جعل المنتج - الفلاح - يتكبد خسائر كبيرة)، إنما الخلل هو غياب سياسة تسويقية فعالة مدعومة من طرف الحكومة تهدف إلى تنظيم أسواق الخضّر والفواكه وتصريف الفائض الذي تعرفه السوق المحلية في بعض المواسم إلى الأسواق الدولية، وتوفير مخازن مكيّفة للفلاحين من أجل تخزين منتجاتهم في حال الانخفاض الحاد في الأسعار نتيجة زيادة العرض على الطلب وتصريفها في حال استقرار السوق، مما يساهم في استقرار الأسعار وحماية كل من الفلاح والمستهلك من التقلبات في الأسعار، وتخفيض فاتورة الاستيراد من هذا المنتج.

### 3-2-6- أهم الدول المصدرة والمستوردة للمنتوج الزراعي من وإلى الجزائر: الجدول رقم ( 09): يوضح الميزان التجاري للدول الأساسية المستوردة والمصدرة للمنتوج الزراعي من وإلى الجزائر.

الوحدة 1000 دج

الدول	2008			2009			2010		
	تصدير FOB	استيراد CAF	معدل التغطية (%)	تصدير FOB	استيراد CAF	معدل التغطية (%)	تصدير FOB	استيراد CAF	معدل التغطية (%)
فرنسا	2434255	124892199	1.9	1420430	123679900	1.1	1977782	125715768	1.6
الأرجنتين	4890	73648803	0.01	0	52935847	0.00	78483	84444912	0.09
كندا	88486	47628440	0.2	53709	23164166	0.1	127660	17469484	0.7
البرازيل	1653352	40017969	4.1	1476006	52045981	2.8	1935930	6038958	3.2
و.م.إ.	132657	32441537	0.4	145511	14149903	1.0	22000	17182707	0.1
إسبانيا	1865654	19897500	9.4	1369340	18376749	7.5	1616738	10782759	14.9
ألمانيا	51252	1958001	0.3	100598	15825990	0.6	184287	14577541	1.3
بلجيكا	263017	16405496	1.6	85586	15951047	0.5	235418	18507000	5.7
الأراضي المنخفضة	1633690	10926155	15.0	396877	1291966	3.2	697163	12126898	7.8
تركيا	186863	8894927	2.1	208511	8950666	2.3	504296	6500353	17.8
إيطاليا	1422198	6607799	21.5	1050108	8626493	12.2	1257682	8292400	15.2
سويسرا	16572	2129162	0.8	5447	2200230	0.2	15913	1538197	1.0
فيدرالية روسيا	44079	1870779	2.4	12590	1761435	0.5	35697	777085	4.6

42.0	3580851	1504728	8.0	4084809	326957	55.3	1600503	885262	تونس
99.7	1254802	1251168	1.7	1267790	21874	0.0	938363	00	الأردن
2.1	2103115	44563	6.7	1713705	114423	29.3	589153	172520	المغرب
12.1	182815885	22111211	5.0	168198565	8359239	4.6	188685704	8679904	دول أخرى
5.9	568578744	33600690	2.9	526832949	15147201	3.3	596751481	19534649	المجموع

Source: Revue commerce Extérieur Agricole 2010, Ministère de l'agriculture et de développement rural, Algérie, 2010, p:10

يتضح لنا من الجدول أعلاه:

أنه في سنة 2010 أهم الدول المصدرة (على سبيل المثال) كان الاتحاد الأوروبي أهم مصدر للمنتوج الزراعي للجزائر، حيث بلغت قيمتها 268.4 مليار دج، ما يمثل نسبة 47.18% من إجمال الواردات الزراعية الجزائرية وتأتي فرنسا في مقدمة دول الاتحاد بنسبة 46% ثم بلجيكا بنسبة 6.71% وإسبانيا 5.22%، والأرضي المنخفضة 4.85%.

أما في الدول فكانت شبه مساهمتها في الواردات الزراعية الجزائرية كما يلي:

- الأرجنتين 14.75%.
- البرازيل 10.68%.
- أمريكا الشمالية (كندا والولايات المتحدة الأمريكية): 5.98%.
- تركيا 1.05%.

### ج- أهم الدول المستوردة:

في سنة 2010 كان الاتحاد الأوروبي أهم مستورد للمنتوج الزراعي الجزائري، حيث بلغت قيمتها 7.96 مليار دج، ومن أهم الدول استيراد للمنتوج الزراعي الجزائري في الاتحاد الأوروبي هي: فرنسا: 1.97 مليار دج، إسبانيا: 1.61 مليار دج، كما تعتبر دول المغرب العربي من أهم الدول المستوردة للمنتوج الزراعي الجزائري، حيث بلغت قيمة الصادرات الزراعية لهاته الدول: تونس 885.02 مليون دج، موريتانيا 136.620 مليون دج، مما يعني أن تحرير التجارة في إطار تفعيل الاتحاد المغاربي سيكون له أثر إيجابي على اقتصاديات هذه الدول، حيث ينتج عن ذلك خلق سوق استهلاكية للسلع المغاربية يصل إلى 90 مليون مستهلك.

### الخاتمة

يعتبر القطاع الزراعي في الجزائر من القطاعات الإستراتيجية في الاقتصاد الوطني الذي يسهم في تنمية صادرات خارج المحروقات رغم المشاكل والعوائق التي مازال يتخبط فيها ورغم الزيادة في الصادرات الزراعية في السنوات 2008-2009-2010 إلا أنها إذا قورنت بإجمالي الصادرات فإننا نلاحظ أنها تساهم بنسبة ضعيفة جدا تتخفف من سنة إلى أخرى 0.39 سنة 2008، 0.46 سنة 2009، 0.85% سنة 2010 ولعل ذلك يرجع أساسا إلى تنامي قطاعات أخرى وبالأخص قطاع المحروقات (أمام ارتفاع أسعار النفط في الأسواق العالمية) ولعل هناك مشاكل عديدة تحد من إمكانية رفع مساهمة القطاع الزراعية في تنمية الصادرات من أهمها:

- عدم الاستغلال للأراضي الزراعية.
- نقص اليد العاملة في القطاع الزراعي وتفضيل العمل في قطاعات أخرى، كقطاع الخدمات أو القطاع الصناعي بسبب ضعف الأجور وعدم وجود تأمين اجتماعي للعاملين في القطاع الفلاحي.

- نقص الموارد المائية نتيجة قلة وشح مصادر المياه وعدم بناء وصيانة ما يكفي من السدود.
- نقص الخدمات الفلاحية المساندة من طرف الدولة كالعتاد والأسمدة والإرشاد الفلاحي.
- \*هناك قصور في تطبيق إستراتيجية التسويق الدولي لدى المؤسسات الجزائرية المصدرة للتمور ويتضح ذلك من:
- عدم وجود بحوث التسويق الدولي التي تهتم بجمع المعلومات حول الأسواق المستهدفة ونوعية المنافسين، قوانين ومقاييس الواجب احترامها في السوق المستهدف، طبيعة عادات وأذواق المستهلك، حجم الطلب، معلومات حول قنوات التوزيع....
- ضعف سياسة الترويج والإشهار نتيجة ضعف أو عدم وجود إعلان عن طريق الوسائل الاتصال الحديثة كمواقع الانترنت، وهذا قد يعود إلى الإمكانيات المؤسسية الغير الكافية لتغطية مصاريف الإشهار خاصة في القنوات العالمية، أو تكاليف النقل المتعلقة بالمشاركة في المعارض الدولية، وكذا عدم انخراط بعض الإدارات الحكومية في الترويج لهذا المنتج كالسفارات والقنصليات والملاحق الدبلوماسية في الخارج، والخطوط الجوية والوكالات السياحية والفنادق وغيرها.
- ورغم هذه المشاكل يملك القطاع الزراعي الجزائري إمكانيات تحتاج إلى إستراتيجية لتذليل هذه الصعوبات مما يتيح إمكانية زيادة الإنتاج الزراعي وتعزيز الأمن، حيث تشير الإحصائيات أنه باستطاعة القطاع الفلاحي الحصول على فائض هام في التصدير في عدة منتجات زراعية الأمر الذي يساهم في تنمية الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات والمساهمة في التخفيض من حدة اختلال التوازن التجاري للمنتجات الزراعية من أهم هذه المنتجات: التمور، البطاطس، الطماطم، الجزر، الحمضيات، التين، العنب، المشمش.

### قائمة المراجع :

- 1- عماد صقر سلمان، الاتجاهات الحديثة للتسويق، مصر، منشأة المعارف، 2005 ص10.
- 2- فريد النجار، إدارة منظومات التسويق العربي والدولي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 1998، ص554.
- 3- فهد سليم الخطيب، مبادئ التسويق- ط1 الأردن - دار الفكر للطبع والنشر، 2000، الأردن، ص194.
- 4- توفيق محمد عبد المحسن، «التسويق وتدعيم القدرة التنافسية للتصدير»، مصر: دار الفكر العربي، 2003، ص348
- 5- وصاب سعيدي، نحو إستراتيجية تسويقية فعالة في قطاع التصدير، مداخلة بملتقى الوطني حول الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر والممارسة التسويقية، المركز الجامعي بشار، 20-21 أبريل 2004.
- 6- فريد النجار، إدارة منظومات التسويق العربي والدولي، مصر: مؤسسة شباب الجامعة، 1998-199 ص557
- 7- Organisation mondiale du commerce, Statistiques du commerce international, 24/11/2012, [www.wto.org/statistiques](http://www.wto.org/statistiques)
- 8- وزارة الفلاحة والتنمية الريفية، تقرير حول مسار التجديد الفلاحي والريفي: عرض وأفاق، ماي 2012
- 9- Revue commerce Extérieur Agricole, Ministère de l'agriculture et de développement rural, Algérie, 2000-2010.