

تحليل القدرات التنافسية للصادرات الفلاحية الجزائرية في الأسواق العربية -تقدير دالة الطلب على صادرات التمور الجزائرية نحو سوقي المغرب والامارات (2020-2000)

عبدوس عبد العزيز*
جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان (الجزائر)

Analysis of the competitiveness of Algerian agricultural exports in Arab markets -Estimation of the demand function for Algerian date exports towards to the markets of Morocco and the UAE (2000-2020)

Abdous Abdelaziz*
Abou Bakr Belkaid University Tlemcen (Algeria)

تاريخ الاستلام: 2024/12/28؛ تاريخ المراجعة: 2024/12/29؛ تاريخ القبول: 2024/12/31

ملخص: تهدف هذه الدراسة الى الوقوف عن حال الوضع الراهن للصادرات الفلاحية في الجزائر ومدى قدرتها على الولوج الى الأسواق العربية من خلال قياس القدرات التنافسية لأهم المنتجات الفلاحية المصدرة نحو تلك الأسواق ، كما تحاول الدراسة تقدير دالة الطلب على أهم منتج زراعي يصدر الى الأسواق العربية ، وبالتحديد نحو سوقي المغرب والامارات العربية المتحدة، وقد توصلت الدراسة الى ضعف القدرات التنافسية للصادرات الجزائرية في الأسواق العربية بناء على النتائج الضعيفة لمؤشرات التنافسية المستخدمة في القطاع الفلاحي الجزائري ما يستوجب على الدولة البذل المزيد من الجهود قصد تحسين الوضع التنافسي للقطاع من خلال بناء استراتيجية تستهدف تكثيف الانتاج الفلاحي والتصدير نحو الأسواق الخارجية عامة والأسواق العربية خاصة.

الكلمات المفتاح: قدرة تنافسية؛ صادرات زراعية؛ نصيب سوقي؛ اختراق سوق؛ تنافسية سعرية، ميزة نسبية ظاهرة.

Abstract: This study aims to determine the Standing about the current situation of agricultural exports in Algeria And the extent of its ability to access arab markets by measuring the competitive capabilities of the most important agricultural products exported to those markets. The study also tries to estimate the function of demand for the most important agricultural product exported to foreign markets In particular, the markets of Morocco and the United Arab Emirates. The study found weak competitiveness of Algerian exports Based on the weak results of the competitiveness indicators used in the Algerian agricultural sector When the state must make more efforts in order to improve the competitive situation of the sector By developing a strategy aimed at intensifying agricultural production and exporting to foreign markets in general and Arab markets in particular

Keywords: Keywords: competitiveness, agricultural exports, market share, market penetration, price competitiveness, apparent comparative advantage

I- تمهيد:

تعتبر الصادرات الفلاحية من أهم جوانب التجارة الخارجية التي تسعى الدولة جاهدة الى زيادتها في ظل ظهور العديد من التكتلات والتجمعات الاقتصادية الاقليمية والدولية (Serik Sarsengalievich Ospanov and others, 2015, p308)، وتعد الأسواق العربية من أهم الأسواق الاستراتيجية للصادرات الفلاحية الجزائرية، لما تتمتع به من مزايا تنافسية من حيث الأسعار والجودة المطلوبين، وانطلاقا من المقومات والامكانيات الفلاحية التي يمتلكها قطاع الفلاحية في الجزائر من أراضي شاسعة وخصبة ويد عاملة مؤهلة وامكانيات مادية مسخرة وما الى ذلك. وبالرغم من الزيادة الملحوظة في كمية الانتاج للعديد من المحاصيل الفلاحية، الا أنه هناك تذبذب في كمية الصادرات لبعض المحاصيل نتيجة المنافسة الشديدة التي تواجهها الصادرات الجزائرية في السوق العربية التي تتمتع بميزة نسبية في تصدير تلك المنتجات الى تلك الأسواق.

هذا وتحمل صادرات التمور في الجزائر المرتبة الأولى من اجمالي الصادرات الفلاحية، حيث الطلب عليها في الأسواق الخارجية عامة والعربية خاصة من أهم العوامل الفاعلة في وضع السياسات التجارية الفلاحية، فان تحديد العوامل المؤثرة على هذا طلب التمور الجزائرية يحتاج الى التعرف على المزايا النسبية التي يتمتع المنتج وطبيعة السوق المستهدفة، الأمر الذي يستلزم دراسة محددات الطلب الخارجي على التمور الجزائرية في أهم أسواقه ونخص بالذكر سوقي المغرب والامارات.

تكمن مشكلة الدراسة في البحث عن أسباب انخفاض القدرات التنافسية للمنتجات الفلاحية في الأسواق العربية وتذبذبها وعدم استقرار ونموها في المدى البعيد من خلال قياسها باستخدام مؤشرات التنافسية الخاصة بالقطاع الفلاحي، وكذلك البحث عن محددات الطلب على صادرات التمور الجزائرية تحديدا في الأسواق العربية الرئيسية وخاصة السوق المغربي والاماراتي والذان يعتبران من أهم الأسواق التصديرية للتمور الجزائرية.

أهداف الدراسة: تهدف هذه الورقة البحثية الى تسليط الضوء على حقيقة صادرات الجزائر الفلاحية و قدرتها التنافسية على مستوى الأسواق العربية عامة و كذلك تقدير دالة الطلب على صادرات التمور الجزائرية في سوقي المغرب والامارات، اد انهما يعتبران أهم الأسواق التصديرية العربية للصادرات الجزائرية للتمور، وذلك بالاستعانة في عملية القياس ببعض مؤشرات التنافسية ودراسة إمكانية زيادة كمية الصادرات لذاك المنتج.

أهمية الدراسة: تكمن أهمية الدراسة في أنها تقيس القدرة التنافسية للصادرات الفلاحية الجزائرية وعلى رأسها منتج التمور الى بعض الأسواق العربية، حيث استخدما في القياس العديد من المؤشرات التي تعكس الوضعية التنافسية لأي منتج، وقد تساعد هذه الدراسة الدراسة في البحث و إيجاد الحلول لمشاكل التصدير التي تواجه السوق الجزائرية في تصدير منتجاتها الفلاحية الذي الذي يكثُر الطلب عليها وفي مقدمتها منتج التمور في الآونة الأخيرة.

منهجية الدراسة: تم استخدام في اعداد هذه الورقة البحثية المنهج الوصفي التحليلي والقياسي من خلال الاستعانة ببعض المؤشرات الاقتصادية التي تعنى بقياس تنافسية المنتجات الفلاحية، كما اعتمدنا في انجاز الجانب التطبيقي على الاحصائيات الواردة في تقارير منظمة الاغذية والزراعة(فاو) و المنظمة العربية للتنمية الفلاحية .

الدراسات السابقة: إن الدراسات السابقة التي تناولت موضوع القدرات التنافسية للصادرات الفلاحية مختلفة من حيث طريقة المعالجة وكذا من حيث المؤشرات المستخدمة، ومن بين الأبحاث التي تم الاطلاع عليها نذكر:

- **دراسة صندوق النقد العربي(2005)،** التقرير التحليلي الشامل لدراسات المزايا النسبية والتنافسية للسلع والمنتجات الفلاحية في الوطن العربي، 2005: يستعرض التقرير تقديم عرض تحليلي مقارنة بين الدول العربية للملامح الرئيسية للقطاعات الفلاحية في الدول العربية

من خلال دراسة المزايا النسبية والتنافسية للسلع الفلاحية باستخدام مؤشرات تنافسية القطاع الفلاحي، وقد توصلت الدراسة أن هناك عدة دول عربية لديها قدرات تنافسية في صادراتها الفلاحية قادرة على اختراق الأسواق العالمية .

- **دراسة صالحى سلمى (2021)**، تحليل الأداء التنافسي للصادرات الجزائرية باستخدام مؤشر الميزة النسبية الظاهرة للفترة من 20015 إلى 2019، مجلة Revue des Réformes Economiques et Intégration

En Economie Mondiale: تناولت الدراسة قياس الأداء التنافسي للصادرات الجزائرية باستخدام مؤشر الميزة التنافسية الظاهرة، وتوصلت الباحثة الى أن غالبية المنتجات الفلاحية لا تملك ميزة تنافسية ظاهرة في الأسواق العالمية، الا في عدد قليل منها لا تتعدى ستة منتجات.

- **دراسة Nanno Mulder وآخرون (2004)**، La compétitivité de l'agriculture et des industries agroalimentaires، Document de travail n° 2004-19: تهدف هذه الدراسة الى تقييم أثر تحرير التجارة في المنتجات الفلاحية والغذائية بين الاتحاد الأوروبي و ميركوسور ، وتقييم المنتجات التي تجري عليها المفاوضات التجارية بين الطرفين يجب أن تركز على تحليل التجارة في المنتجات الفلاحية والغذائية بين الكتلتين ويتم تقييم تنافسية كل كتلة في هذه القطاعات.

- **دراسة Serik Sarsengalievich Ospanov وآخرون (2015)** ، Competitiveness of the Agricultural Sector as a Factor in Improving Food Security in the Conditions of Globalization: تهدف الدراسة الى تحليل القطاع الفلاحي في البلاد والذي يعتبر عاملاً لضمان القدرة التنافسية للاقتصاد الوطني بشكل عام ، بما في ذلك شروط التكامل الإقليمي في الاتحاد الجمركي (CU) على أساس البيانات الإحصائية. كما يتم دراسة مشاكل وآفاق القطاع الفلاحي في كازاخستان. وقد توصلت الدراسة أن حصة كازاخستان في سوق المواد الغذائية ضئيلة ، وكذلك القدرة التنافسية المنخفضة للزراعة المحلية ، بسبب القيود والمشاكل التي تحد من تنمية القطاع الفلاحي.

- **دراسة Laure Latruffe (2010)**، Competitiveness, Productivity And Efficiency In The Agricultural And Agri-Food Sectors: تستعرض هذه الدراسة الأدبيات المتعلقة بالقدرة التنافسية والإنتاجية والكفاءة في قطاعي الزراعة والأغذية الفلاحية، كما يوضح المفاهيم والمصطلحات المستخدمة في هذه النظرية ، ويوفر تقييماً نقدياً للمناهج والمؤشرات المستخدمة في الأدبيات لقياس القدرة التنافسية والإنتاجية والكفاءة على المستوى القطاعي والمزارع. وأوضحت الدراسة أيضاً النتائج الأخيرة حول نمو الإنتاجية والتغيرات في القدرة التنافسية النسبية بين القطاعات الفرعية والدول، كما تقترح الدراسة ضرورة إيلاء المزيد من الاهتمام المدفوعة لقطاع الأغذية الفلاحية ، والعوامل غير السعرية للقدرة التنافسية ، وتأثير تدخل الحكومة في التنافسية.

II - الطريقة والأدوات:

بالنسبة للطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة اعتمدنا على :

1. مؤشرات التنافسية صادرات القطاع الفلاحي:

ان أحسن طرق قياس القدرة التنافسية للقطاع الفلاحي هي سوق التصدير من خلال مقارنة مقارنة الأسعار التنافسية والكمية والجودة ، فكلما ارتفعت حصة الصادرات الفلاحية للبلد في الأسواق العالمية دل على امتلاكها قدرات تنافسية متفوقة على منافسيها (Laure Latruffe, 2010, p09).

يكمن حصر مؤشرات تنافسية القطاع الفلاحي في الجزائر على النحو التالي:

1.1. نسبة الصادرات الفلاحية الى الناتج المحلي الفلاحي:

يفسر مؤشر نسبة الصادرات الفلاحية الى الناتج المحلي الفلاحي الى مدى توجه الدولة نحو التصدير من القطاع الفلاحي ، ومدى قدرته التنافسية من خلال اقتحام أسواق التصدير العالمية ، ومن ثم كلما زادت نسبته دل على امتلاك القطاع الفلاحي قدرة تنافسية (جمال قاسم حسن ومحمد إسماعيل، 2012، ص 06).

2.1. نسبة الصادرات الفلاحية الى الصادرات الكلية:

تقيس هذه النسبة وزن الصادرات الفلاحية من اجمالي صادرات البلد، وارتفاعها يدل على تحسن أداء وتنافسية القطاع الفلاحي على صعيد الصادرات الفلاحية.

3.1. مؤشر تغطية الصادرات الفلاحية الى الواردات الفلاحية:

يستخدم هذا المؤشر لمعرفة مدى توجه الدولة نحو تشجيع استراتيجيات التصدير بدل من الاستيراد والحكم على أداء الميزان التجاري الفلاحي، وارتفاع قيمته تدل على أداء القطاع الفلاحي التصديري . درات بالمقارنة مع أداء القطاعات الأخرى.

4.1. نسبة الصادرات الفلاحية الوطنية من اجمالي الصادرات الفلاحية العربية:

تقيس هذه النسبة الوزن النسبي للصادرات الفلاحية الجزائرية الى الصادرات العربية الفلاحية على اعتبار أن قطاع الزراعة في الدول العربية متشابه من خلال الامكانيات والمقومات الفلاحية، وارتفاع نسبته تدل على امتلاك القطاع الفلاحي في الجزائر قدرة تنافسية في الأسواق العربية.

5.1. نصيب صادرات الخضار والفواكه الى الصادرات الفلاحية الوطنية:

يعتبر صنف الخضار والفواكه من بين أهم الأصناف الفلاحية المصدرة في الدول التي تمتلك مزايا نسبية فيها، يستخدم هذا المؤشر لمعرفة الوزن النسبي لصادرات الخضار والفواكه الى اجمالي الصادرات الفلاحية .

6.1. مؤشر انتاجية العمالة الفلاحية:

تعتبر انتاجية العمالة الفلاحية عن نصيب العامل الفلاحي من الناتج الفلاحي، وهو احدى المؤشرات التي يمكن استخدامها في الحكم على أداء وتنافسية القطاع الفلاحي، وارتفاعها يدل على أن القطاع يملك قدرة تنافسية من حيث ارتفاع انتاجية العامل في القطاع التصديري (Laure Latruffe, 2010, p19).

7.1. مؤشر الكفاءة الاقتصادية الفلاحية:

يعبر هذا المؤشر عن مساهمة الناتج الفلاحي من الناتج المحلي الاجمالي الى العمالة الفلاحية من اجمالي العمالة الكلية وارتفاع هذا المؤشر يعكس ارتفاعا في أداء القطاع ومن الوضع التنافسي الجيد لقطاع الفلاحية (التقرير العربي الاقتصادي الموحد 2019، ص121).

2. مؤشرات تنافسية المنتجات الفلاحية¹:

يرتبط نمو الصادرات الفلاحية بصورة عامة بتحسين المؤشر الانتاجي للقدرة التنافسية ، وأن زيادة حصة الانتاج المحلي في تلبية الاحتياجات الاستهلاكية المحلية يدل على تراجع قدرة الواردات في المنافسة داخل الأسواق المحلية. ولمعرفة مدى توافر الصادرات الفلاحية الجزائرية على قدرات تنافسية تمكنها من اقتحام الأسواق العالمية سوف نستعين ببعض المؤشرات الاقتصادية الأكثر استخداما في قياس القدرات التنافسية للصادرات الفلاحية (المنظمة العربية للتنمية الفلاحية ، 2003، ص: 143).

1.2. مؤشر النصيب السوقي : يستخدم مؤشر النصيب السوقي من أحد أهم المؤشرات الاقتصادية لقياس التنافسية على مستوى الصادرات ويعبر اقتصاديا عن حجم الحصة السوقية من المنتجات المصدرة داخل السوق المستهدفة ، وكلما ارتفعت قيمة دل على مدى سيطرة المنتجات المصدرة على الحصة الاجمالية من المنتجات (Jehoshua Eliashberg, 2010, p17)

، ويتم حساب النصيب السوقي وفقاً للمعادلة التالية: $MS_{ij} = [X_{ij}/M_{ij}] * 100$

حيث أن: MS_{ij} : النصيب السوقي للدولة i من المنتجات j ، X_{ij} : صادرات الدولة من المنتجات j ، M_{ij} : إجمالي واردات الدولة من المنتجات j

وكلما زادت قيمة هذا المؤشر دل على زيادة النصيب السوقي للدولة المصدرة للسلعة في السوق الخارجي وزيادة قدرتها على المنافسة مقارنة بالدولة المنافسة.

2.2. مؤشر اختراق السوق : مؤشر اختراق السوق يعبر عن مدى اختراق وسيطرة المنتج المصدر في السوق المستهدفة ، وهو مقياس

على مدى قبول وورضا الزبون من المنتج المستورد (Lewis Koome Mwiti, 2011, p03) ، ويهدف مؤشر إختراق السوق إلى تحقيق أربعة أهداف رئيسية تشمل: الصيانة أو زيادة حصة الدولة في السوق من المنتجات الحالية من خلال مزيج من استراتيجيات التسعير التنافسية، والإعلان، وتعزيز المبيعات ، تأمين هيمنة أسواق النمو، وإعادة هيكلة سوق ناضجة من خلال قيادة

المنافسين. ويتم حساب معامل إختراق السوق وفقاً للمعادلة التالية: $MPR_{ij} = [G_{ij}/PR_{ij} + M_{ij} + X_{ij}] * 100$

حيث أن : MPR_{ij} : معدل إختراق صادرات الدولة لسوق معينة من المنتجات i ، X_{ij} : صادرات الدولة من المنتجات i : M_{ij} إجمالي واردات الدولة من المنتجات i ، PR_{ij} : إجمالي إنتاج الدولة المستوردة من المنتجات i ، G_{ij} : حجم واردات دولة ما من سلعة من سوق معين للسلعة i

3.2. معامل الميزة النسبية الظاهرة (R.C.A) Relative Comparative Advantage : يشير معامل الميزة

النسبية الظاهرة الى الميزة التنافسية للصادرات من المنتجات (Porter, E. Michael, 2005, p125) ، والفرص المحتملة لها في المستقبل، وذلك من خلال نسبة نصيب الدولة من الصادرات العالمية للسلعة الى نسبة نصيب الصادرات العالمية لتلك المنتجات من الصادرات الفلاحية العالمية، ويبين حساب المعامل الى وجود ميزة نسبية إذا كانت قيمة المعامل أكبر من الواحد الصحيح، أما إذا كانت قيمته أقل من الواحد فان ذلك يعنى عدم وجود ميزة نسبية لتلك المنتجات، ويتم حساب الرقم القياسي للميزة النسبية الظاهرة وفقاً للمعادلة التالية (صالحى سلمى 2005، ص 187):

¹ - اعتمدنا في حساب مؤشرات تنافسية الصادرات الطراعية في الجزائر على ما هو متاح من بيانات في الأسواق العربية الرئيسية سواء في المنظمة العالمية للزراعة والتغذية أو المنظمة العربية للتنمية الفلاحية، كما اخترنا أحدث السنوات في عملية القياس والتحليل ، واسعدنا الكثير من المنتجات الفلاحية المصدرة لها التي قيما ضعيفة جدا.

$$\frac{\text{قيمة الصادرات الكلية للبلد}}{\text{قيمة الصادرات الكلية العالمية}} = \frac{\text{قيمة صادرات منتج البلد/ اجمالي الصادرات العالمية من المنتج}}{\text{الرقم القياسي للميزة النسبية الظاهرة =}}$$

3. الدراسة القياسية وتقدير النموذج :

بالاستناد إلى المعايير الإحصائية والقياسية، في المفاضلة بين الدلات المقدرة، وبعد اجراء عدداً من المحاولات لتقدير العوامل المؤثرة على قيمة صادرات التمور الجزائرية نحو السوق المغربية والاماراتية، مع مراعاة ألا يتضمن أي محاولة تقدير لتلك العلاقة الإنحدارية متغيرين مستقلين بينهما مشكلة ازدواج خطي متعدد، استناداً إلى مصفوفة كلاين لمعاملات الارتباط، بالإضافة إلى اختبار **Durbin-Watson** للتأكد من وجود أو عدم وجود مشكلة الارتباط الذاتي بين المتغيرات المستقلة، تبين أن الصورة التي يمكن أن تكون أكثر تمثيلاً للعلاقة الرياضية بين قيمة صادرات التمور الجزائرية نحو السوق المغربية والاماراتية وقيم المتغيرات المؤثرة عليها خلال الفترة (2000-2020)، على النحو التالي :

- دالة الطلب على صادرات التمور الجزائرية نحو سوقي المغرب والامارات :

$$QX = a - b_1 QP - b_2 PALG - b_3 EXC + b_4 PWO + b_5 REV - b_6 TIMP \dots (1)$$

VX	المتغير التابع	قيمة صادرات التمور الجزائرية نحو السوق المستهدفة
QP	متغير مستقل 01	كمية انتاج التمور المحلي للدولة المستوردة
PALG	متغير مستقل 02	سعر تصدير التمور الجزائرية نحو السوق المستهدفة
EXC	متغير مستقل 03	سعر الصرف بالدولار الأمريكي
PWO	متغير مستقل 04	السعر العالمي لتصدير التمور
REV	متغير مستقل 05	نصيب الدخل الفردي في السوق المستهدفة
TIMP	متغير مستقل 06	اجمالي واردات التمور من دول أخرى

- تنص النظرية الاقتصادية أن تكون العلاقة طردية بين كمية الصادرات نحو السوق المستهدفة وكل من المتغيرات : نصيب الدخل الفردي ، السعر العالمي للتصدير، بينما تفترض النظرية الاقتصادية أن تكون العلاقة عكسية بين كمية الصادرات نحو السوق المستهدفة وكل من المتغيرات : كمية الانتاج للدول المستوردة ، سعر تصدير البلد المصدر، سعر الصرف، اجمال واردات من دول أخرى.
- تتمثل البيانات المستخدمة في تقدير نموذج كمية صادرات التمور الجزائرية نحو السوق المغربية والاماراتية بالبيانات السنوية للفترة (2000 – 2020)، حيث تم الإعتماد على قاعدة بيانات كل من : منظمة الأغذية والزراعة العالمية (FAO)، البنك العالمي للإنشاء والتعمير، البنك المركزي الجزائري ، المنظمة العربية للتنمية الفلاحية .

III- النتائج ومناقشتها:

بالنسبة لنتائج الدراسة سيتم تقسيمها الى:

1. تطور الصادرات الفلاحية في الجزائر حسب أهم الأصناف الفلاحية المصدرة:

تعرف الصادرات الفلاحية الاجمالية نمواً مرتفعاً عبر السنوات، فقد قفزت من 32 مليون دولار سنة 2000 الى 357 مليون دولار سنة 2019، أي أنها تضاعفت 11 مرة خلال فترة الدراسة بفضل الجهود الكبيرة التي توليها الدولة لقطاع الزراعة في الجزائر، لكنها تبقى كميات قليلة جداً مقارنة مع ما تنتجه سنوياً، حيث بلغت الصادرات الفلاحية من الناتج الفلاحي 2.33% سنة 2011، وفي سنة 2019 قدرت ب 1.75% ما يشرح ضعف توجه القطاع نحو التصدير و أن معظم الانتاج يتم استهلاكه محلياً، كما يعزى ضعف نمو الصادرات الفلاحية في الجزائر إلى جملة من الأسباب أهمها اتساع الهوة بين الإنتاج والاستهلاك، وازدياد الطلب على

المنتجات الغذائية في الأسواق المحلية نتيجة للزيادة السكانية المرتفعة وتحسن مستوى المعيشة لشرائح مختلفة من السكان، يضاف إلى ذلك ضعف مؤسسات التصدير الفلاحي، والمنافسة الشديدة في الأسواق العالمية من حيث المواصفات والتكاليف، وعدم توفر البنى التحتية المتطورة ووسائل النقل، وضعف الدعم والتسهيلات التي تحظى بها المنتجات المصدرة (التقرير العربي الاقتصادية الموحد، 2020، ص 65).

الجدول 01: "تطور الناتج المحلي الفلاحي و أهم الصادرات الفلاحية في الجزائر حسب الأصناف"

السنوات	الناتج المحلي الفلاحي	الصادرات الفلاحية	الحبوب		الخضر		الفواكه	
			السعر	الكمية	السعر	الكمية	السعر	الكمية
2005-2000	6244	55	1340	1024	1665	8136	14114	1305
2010-2006	11338	115,857	8215,4	3548	8607,6	1808,6	16901,2	1315,2
2015-2011	19209	350	1560,2	3406		1801	31044	1120
2016	19569	381,787	3324	2606	5206	1191	46378	950
2017	19997	431,294	467	3146	5286	1783	58327	1000
2018	20815	297,496	41	7316	5303	1775	57042	1642
2019	20344	357,748	503	2326	8669	1707	57037	1588

المصدر: قاعدة بيانات المنظمة العالمية للأغذية والفلاحة، المنظمة العربية للتنمية الفلاحية 2000-2019

1.1.1. صنف الخضر: على مستوى الأصناف الفلاحية الرئيسية المصدرة تحتل الخضر المرتبة الأولى في التصدير، وأكبر كمية مصدرة كانت في سنة 2011 ب 9650 طن لتتخفص حتى سنة 2017 ب 5303 طن، ثم تعاود الارتفاع سنة 2019 ب 8669 طن (الجدول 01). و بتقدير معادلة الاتجاه الزمني العام لتطور كمية صادرات الخضر (الجدول رقم 02) تبين وجود ارتفاع سنوي غير معنوي إحصائيا قدر بحوالي 290 طن، أي ما يعادل حوالي 76.95٪ من متوسط الكمية المصدرة البالغ 5602 طن، بينما تشير قيمة معامل التحديد (R^2) الى أن نحو 1.4٪ من التغيرات الحادثة في صادرات الخضر ترجع الى العوامل التي يعكس اثارها عامل الزمن، ما يعني أن عامل الزمن لا يؤثر بشكل كبير في تطور الكميات المصدرة.

مايفسر ضعف صادرات الخضر الجزائرية نحو الأسواق العالمية ضعف نسبة الاستثمار المخصص للتنمية الزراعية في خطط التنمية وضعف استثمار الموارد الزراعية المتاحة، وضعف الإنتاج والإنتاجية، والمنافسة الشديدة في الأسواق من حيث المواصفات والأسعار والتسهيلات التي يفتقدها المصدرون (O. Bessaoud, 2019, p54).

بالنسبة لأسعار تصدير الخضر، فقد بلغ السعر الأدنى لتصدير الطن من الخضر 1191 دولار/طن في عام 2016، وأعلى سعر قدر ب 11966 سنة 2001، وبتقدير معادلة الاتجاه الزمني العام لتطور سعر تصدير طن الخضر تبين وجود ارتفاع سنوي معنوي إحصائيا قدرت بحوالي 444 دولار/طن، أي ما يعادل حوالي 7.92٪ من متوسط سعر تصدير الخضر البالغ حوالي 3666 دولار/طن خلال فترة الدراسة، بينما تشير قيمة معامل التحديد (R^2) الى أن نحو 51٪ من التغيرات الحادثة في سعر تصدير الخضر ترجع الى العوامل التي يعكس اثارها عامل الزمن.

2.1.1. صنف الفواكه: صادرات الفواكه في الجزائر هي الأخرى تعرف ارتفاعا مارتفعا خلال فترة الدراسة (2000-2019)، إذ سجلت كميات التصدير أعلى قيمة لها سنة 2017 بأكثر من 57 ألف طن، وأدناها سنة 2001 بأكثر من 8700 طن، وبتقدير معادلة الاتجاه الزمني لصادرات الفواكه، نسجل ارتفاع سنوي معنوي ب 2480 طن بمتوسط تصدير 27159 طن سنويا، بينما تشير قيمة معامل التحديد (R^2) الى أن نحو 78٪ من التغيرات الحادثة في صادرات الفواكه ترجع الى العوامل التي يعكس اثارها عامل الزمن، ما يعني أن عامل الزمن يؤثر بشكل كبير في تطور الكميات المصدرة.

أما عن أسعار صادرات الفواكه، فإن أعلى سعر مسجل كان في سنة 2018 ب 1642 دولار/طن، وأدنى سعر في سنة 2011 ب 884 دولار/طن، وبتقدير معادلة الاتجاه الزمني العام لتطور سعر تصدير طن الفواكه تبين وجود انخفاض سنوي معنوي إحصائيا قدر بحوالي 5.5 دولار/طن، أي ما يعادل حوالي 3.93 ٪ من متوسط سعر تصدير الفواكه البالغ حوالي 1259 دولار/طن خلال فترة الدراسة، بينما تشير قيمة معامل التحديد (R^2) الى أن نحو 01٪ من التغيرات الحادثة في سعر تصدير الخضر ترجع الى العوامل التي يعكس اثارها عامل الزمن. مايعني أن عامل الزمن لا يؤثر بشكل كبير في تطور سعر صادرات الفواكه.

الجدول 02: معادلات الاتجاه الزمني العام لكمية و سعر التصدير من الأصناف الفلاحية خلال الفترة (2000-2019)

الوحدة: (الكمية :طن)، (الأسعار : دولار)

البيان	المتغير التابع y_i	النموذج	المتوسط السنوي	معدل التغير السنوي %	R^2	F-statistic
(1)	كمية صادرات الحبوب (طن)	$QCER = 5159 - 139.49t$ $^*(0.81) \quad ^*(2.50)$	3694	3582.5	0.03	0.65
(2)	سعر تصدير الحبوب (ألف دولار)	$PCER = 721.8 + 199.41Y$ $^*(3.32) \quad ^*(1.004)$	2815	140.65	0.01	0.21
(3)	كمية صادرات الخضر (طن)	$QVEG = 2554.52 + 290.27t$ $^*(2.05) \quad ^*(1.51)$	5602	76.95	0.14	8.24
(4)	سعر تصدير الخضر (ألف دولار)	$PVEG = 8330.02 - 444.16t$ $^*(4.59) \quad ^*(7.19)$	3666	7.92	0.51	21.14
(5)	كمية صادرات الفواكه (طن)	$QFR = 1118.12 + 2480.17t$ $^*(8.28) \quad ^*(0.31)$	27159	12.96	0.78	68.64
(6)	سعر تصدير الفواكه (ألف دولار)	$PFR = 1317.63 - 5.52t$ $^*(0.54) \quad ^*(10.91)$	1259	3.93	0.01	0.30

. QCER. PCER. PVEG. QFR : القيمة المقدرة للمتغير التابع المشار إليه في السنة t: عنصر الزمن بالسنوات، $t = 1, 2, 3, \dots, 20$. القيم بين الأقواس تعبر عن قيم (f) المحسوبة. * معنوي عند (0.01).

3.1. صنف الحبوب: تحتل الحبوب المرتبة الثالثة في صادرات الجزائر الفلاحية، فلم تتجاوز كمية الصادرات منها 01 طن سنتي 2000 و 2001، كما أن أعلى كمية مسجلة بلغت 13957 طن سنة 2005، لتتراجع في سنة 2001 ب 05 طن فقط، ثم تعاود الارتفاع مجددا ابتداء من سنة 2011، وبتقدير معادلة الاتجاه الزمني لصادرات الحبوب، نسجل ارتفاع سنوي غير معنوي ب 139.5 طن بمتوسط تصدير 3694 طن سنويا، بينما تشير قيمة معامل التحديد (R^2) الى أن نحو 03٪ من التغيرات الحادثة في صادرات الحبوب ترجع الى العوامل التي يعكس اثارها عامل الزمن، مايعني أن عامل الزمن يؤثر بشكل كبير في تطور الكميات المصدرة. أما عن أسعار صادرات الحبوب، فإن أعلى سعر مسجل كان في سنة 2019 ب 1588 دولار/طن، وأدنى سعر في سنة 2005 ب 906 دولار/طن، وبتقدير معادلة الاتجاه الزمني العام لتطور سعر تصدير طن الفواكه تبين وجود ارتفاع سنوي معنوي إحصائيا قدر بحوالي 200 دولار/طن، و متوسط سعر تصدير الحبوب البالغ حوالي 2815 دولار/طن خلال فترة الدراسة، بينما تشير قيمة معامل التحديد (R^2) الى أن نحو 01٪ من التغيرات الحادثة في سعر تصدير الخضر ترجع الى العوامل التي يعكس اثارها عامل الزمن. مايعني أن عامل الزمن لا يؤثر بشكل كبير في تطور سعر صادرات الحبوب.

2. الهيكل المنتجاتي للصادرات الفلاحية في الجزائر:

تتسم الصادرات الفلاحية في الجزائر عموما بالتركيز سواء على مستوى المنتجات أو على مستوى توزيعها الجغرافي (المنظمة العربية للتنمية الفلاحية، التقرير التحليلي الشامل لدراسة المزايا النسبية والتنافسية للسلع والمنتجات الفلاحية في الوطن العربي، 2005، ص 54)، وبلغ اجمالي الصادرات الفلاحية الجزائرية حوالي 257 مليون دولار سنة 2019.

هذا وتعتبر صادرات الفواكه المكون الأكبر من الصادرات الفلاحية الجزائرية، ونخص بالذكر التمور التي قدرت قيمتها حوالي 47 مليون دولار خلال الفترة 2000-2019، أي ما يمثل 78% من اجمالي الصادرات الفلاحية، وتعتبر سنة 2018 هي الأعلى بحوالي 92 مليون دولار، أما بقية الفواكه الأخرى فلم تتجاوز قيمتها مجتمعة 0.6 مليون دولار، وتأتي في المرتبة الثانية صنف الخضر الطازجة والجففة المتنوعة بمتوسط قيمة 4.12 مليون دولار بمعدل 6.86% من اجمالي الصادرات، وفي المرتبة الثالثة نسجل صادرات البصل والكرث الأخضر بقيمة 1.06 مليون دولار خلال متوسط الفترة، أما بقية الخضر الأخرى فلم تتجاوز قيمتها 0.6 مليون دولار (الجدول رقم 03).

الجدول 03: الهيكل المنتجاتي للصادرات الفلاحية في الجزائر

البيان	الحبوب	الخضر								الفواكه	
		دقيق القمح	الكمأ والفطر	زيتون محفوظ	بصل، كراث، أخضر	البطاطا	الطماطم	الفلفل الحار والفلفل الأخضر	خضر طازجة ومجففة متنوعة	التمور	عصير فواكه متنوعة
2005-2000	791	360	40	71	477	7	21	49	915171	9181	913
2010-2006	3100	4874	14,8	2862	0.02	10,2	28,6	4616,4	18413	178	103
2025-2011	530	6390	3,4	2243	0.18	2,4	6,8	3040	31024	689	335
2016	854	1895	4	1172	0.98	79	12	2463	37502	1504	776
2017	102	4261	91	600	0.35	146	29	3495	52337	808	335
2018	17	608	112	10	0.428	45	18	5223	92138	151	20
2019	45	366	67	502	0.42	58	21	10036	87906	131	22

المصدر: قاعدة بيانات المنظمة العالمية للأغذية والفلاحية، المنظمة العربية للتنمية الفلاحية 2000-2019

عموما يمكن القول أن الصادرات الفلاحية في الجزائر بكل أصنافها تتأثر بشكل كبير بتذبذب كميات الانتاج التي تتحكم بها العوامل الطبيعية وعدم قدرتها على الاستفادة من الميزات النسبية والمواصفات القياسية للصادرات، وضعف كفاءة مؤسسات التصدير و قلة التسهيلات المتوفرة للمصدرين (المنظمة العربية للتنمية الفلاحية، التقرير التحليلي الشامل لدراسة المزايا النسبية والتنافسية للسلع والمنتجات الفلاحية في الوطن العربي، 2005، ص 54):

3. تحليل مؤشرات التنافسية على مستوى القطاع الفلاحي:

يوضح الجدول رقم 04 أن نسبة الصادرات الفلاحية الى الناتج المحلي الفلاحي تعرف انخفاضا كبيرا خلال فترة الدراسة 2000 - 2019، فقد تم تسجيل أحسن نسبة مقدرة ب 2.33% سنة 2011، و 2.15% سنة 2017، أما بقية السنوات فقد تراحت النسبة بين 0.7% و 1.9%، وتعد هذه النسب من أضعف المؤشرات على مستوى الدول العربية ما يعكس غياب استراتيجية واضحة لتوجه القطاع الفلاحي نحو التصدير. ورغم كل الجهودات الجبارة التي تبذلها الدولة في سبيل تطوير القطاع الفلاحي من خلال العديد من برامج التنمية، فما زالت الزراعة لا تساهم بشكل يجعلها ترتقي الى أن تكون قطاعا يقود قاطرة التنمية الاقتصادية في البلد.

الجدول 04: مؤشرات التنافسية على مستوى القطاع الفلاحي في الجزائر 2000-2019

البيان	نسبة الصادرات الفلاحية الى الناتج المحلي الفلاحي	نسبة الصادرات الفلاحية الى الصادرات الكلية	مؤشر تغطية الصادرات الفلاحية الى الواردات الفلاحية	نسبة الصادرات الفلاحية الوطنية من اجمالي الصادرات الفلاحية العربية	نصيب صادرات الخضار والفواكه الى الصادرات الفلاحية الوطنية
2005-2000	0,85%	20,0%	1,65%	0,63%	39,93%
2010-2006	1,03%	0,02%	1,95%	0,77%	31,57%
2015-2011	1,83%	0,06%	3,30%	1,08%	13,60%
2016	1,95%	0,12%	4,28%	1,05%	13,44%
2017	2,15%	0,12%	4,62%	1,01%	15,79%
2018	31,4%	0,07%	3,20%	0,65%	434,9%
2019	1,75%	100,%	4,13%	0,83%	29,81%

المصدر: قاعدة بيانات المنظمة العالمية للأغذية والفلاحية، المنظمة العربية للتنمية الفلاحية 2000-2019

يبين الجدول رقم 04 أن هذه النسبة منخفضة كثيرا ولم تتجاوز 01 % خلال فترة الدراسة، وهذا يعكس الانخفاض الشديد لنسبة المكون الفلاحي من الصادرات الكلية واعتمادها بشكل كبير على قطاعات أخرى غير زراعية (المحروقات)، مما يكرس فكرة اهمال القطاع الفلاحي بالرغم من الامكانيات الفلاحية الكبيرة التي يمتلكها قطاع الزراعة في الجزائر (المنظمة العربية للتنمية الفلاحية، التقرير التحليلي الشامل لدراسة المزايا النسبية والتنافسية للسلع والمنتجات الفلاحية في الوطن العربي، المنظمة العربية للتنمية الفلاحية، 2005، ص121).

من خلال الجدول رقم 04 نكتشف ضعف الصادرات الفلاحية مقابل الواردات الفلاحية، حيث بلغت نسبة التغطية أقصاها في الجزائر حوالي 4.62 % سنة 2017، 4.28 % سنة 2016، 4.13 % سنة 2019، وتفسر هذه النتائج استمرارية اعتماد الدولة على تلبية احتياجاتها الفلاحية والغذائية من الخارج، حيث فاتورة الواردات الفلاحية هي الأكبر من اجمالي الواردات، وتبذل الدولة في السنوات الأخيرة مجهودات كبيرة لتقليص هذه الفاتورة من خلال تطبيق استراتيجية احلال الواردات. يوضح الجدول رقم 04 أن نصيب الصادرات الفلاحية الوطنية الى الصادرات العربية ضعيف جدا لم يتجاوز خلال فترة الدراسة 1.46 % سنة 2011، 1.20 % سنة 2012، وفي اخر سنة سجل نسبة 0.83 %، ما يعكس ضعف الصادرات الفلاحية الجزائرية أمام الصادرات العربية، وبالتالي يمكن القول أنها بعيدة عن امتلاكها لقدرات تنافسية حقيقية.

الجدول 05: انتاجية العمالة الفلاحية والكفاءة الاقتصادية الفلاحية في الجزائر خلال 2000-2019

السنوات	انتاجية العمالة الفلاحية	الكفاءة الاقتصادية الفلاحية
2005-2000	197	0,40
2010-2006	324	0,30
2015-2010	4073	0,39
2016	242	0,52
2017	440	90,4
2018	445	500,
2019	465	0,47

المصدر: قاعدة بيانات المنظمة العالمية للأغذية والفلاحية، المنظمة العربية للتنمية الفلاحية 2000-2019

من خلال الجدول رقم 05 يتضح أن انتاجه العامل الفلاحي في الجزائر خلال الفترة 2000-2019 تتجه نحو الارتفاع ، فقد ارتفعت من 149.2 دولار سنة 2000 الى 465.56 دولار سنة 2019 اذا استثنينا سنة 2012 الذي بلغت انتاجه العامل الفلاحي 18334 دولار. وتعود هذه الزيادة الى انتاجه الوحدة من الأرض ، كما يمكن القول أن انتاجية العامل الفلاحي في الجزائر تحسن بتحسين الظروف المناخية وزيادة المساحات المزروعة. وإذا تم مقارنتها بمتوسط الانتاجية العربية فهي مقبولة.

الجدول 06 : مؤشر النصيب السوقي لأهم المنتجات الفلاحية الجزائرية نحو الأسواق العربية الرئيسية

زيت فول الصويا		الفطروالكما		بطاطا		خضراطةازجة ومجففة		الزيادي	
32.32	2008	78.26	2009	2.39	2003	77.80	2007	48.29	2005
27.35	2016	20	2010	0.23	2004	19.76	2014	27.78	2013
97.62	2017	48.50	2011	0.27	2016	52.49	2019	6.69	2017
الفطروالكما		40.76	2006	0.01	2015	2.01	2011	بصل وكراث اخضر	
7.14	2004	5.36	2015	0.04	2017	0.79	2012	4.38	2003
0.70	2015	0.17	2018	0.14	2018	2.16	2015	30.69	2015
0.20	2018	6.45	2006	0.01	2015	4.42	2016	94.17	2019
		26.36	2012	1.03	2016	3.59	2017		
		5.45	2019	0.77	2017				
التمور									
9.09	2006	9.09	2006	3.02	2016	8.92	2000	1.21	2012
7.12	2015	7.12	2015	4.81	2017	15.27	2015	1.80	2015
21.14	2018	21.14	2018	4.95	2018	1.37	2018	1.25	2016
0.43	2016	10.44	2014	0.06	2006				
0.21	2017	3.29	2015	0.80	2015				
0.26	2018	1.12	2016	0.72	2019				

المصدر: قاعدة بيانات المنظمة العالمية للأغذية والفلاحة، المنظمة العربية للتنمية الفلاحية 2000-2019

يوضح الجدول رقم 06 نتائج النصيب السوقي لأهم صادرات المنتجات الفلاحية في الأسواق العربية الرئيسية، فقد تم تسجيل أعلى نسب من النصيب السوقي في الأسواق المجاورة (ليبيا ، تونس، المغرب، موريتانيا)، ففي ليبيا بلغ النصيب السوقي من زيت فول الصويا 97.62% سنة 2017، و 48.29% من منتج الزيادي سنة 2005، و 10.44% من التمور، أما أعلى نصيب سوقي في تونس قدر ب 94.17% من منتج البصل والكراث الأخضر، و 15.27% من التمور، كما بلغ النصيب السوق في المغرب نسبة 52.49% من منتج الخضر والمجففة المتنوعة سنة 2019 و 21.14% من التمور سنة 2018.

بالنسبة لدول المشرق العربي، فقد ظهر مؤشر النصيب السوقي متوسط باستثناء منتج الفطر والكما الذي بلغ 78.26% في الأردن سنة 2009، وبقية المنتجات الفلاحية الأخرى فقد تراوح النصيب السوقي فيهما بين 0.1% و 5% في بقية الأسواق العربية الأخرى. وما يمكن استنتاجه من هذه النتائج أن الحصة الأكبر من المنتجات الفلاحية تصدر الى الأسواق العربية المشاركة ما يعني أنها تتسم بالتمركز المنتجاتي. ويتحتم عليها الاهتمام أكثر بترقية صادراتها وخاصة وأنها تملك الميزة النسبية المتفوقة في الأسعار.

الجدول 07: مؤشر اختراق السوق لأهم المنتجات الفلاحية الجزائرية نحو الأسواق العربية الرئيسية

التمور				الفطر والكمأ			زيت عباد الشمس			زيت فول الصويا			مرجنير صغير		
الأردن	2011	0.54	البحر	2012	1.48	البحر	2011	3.45	البحر	2007	16.45	البحر	2003	29.51	
	2015	0.61		2013	8.18		2012	4.95		2009	3.70		2016	1.27	
	2016	0.39		2017	0.62		2013	2.27		2016	91.25		2017	3.84	
لبنان	2016	0.31	البحر	2012	18.89	خضر طازجة ومجففة			الامارات	2012	32.14	البحر	2005	48.29	
	2017	0.13		2013	33.07	2008	1.79	2016		10.43	2013		27.78		
	2018	0.5		2017	8.62	2017	8.09	2017		16.70	2017		6.69		
الامارات	2012	9.43	الامارات	2007	35.50	البحر	2018	9.43	البحر	خضر طازجة ومجففة			بصل وكراث اخضر		
	2016	0.84		2010	26.35		الزبادي			الزبادي					
	2017	0.60		2018	4.25		2004	0.11		2006	42.17	2014	0.86		
البحر	2016	1.37	البحر	2003	33.33	البحر	2012	0.7	البحر	2011	40.40	البحر	2018	0.60	
	2017	2.41		2011	44.23		2018	0.07		2016	3.20		2019	0.56	
	2019	4.16		2015	22.03		بطاطا			الزبادي					
البحر			البحر	2003	11.51	البحر	2003	0.16	البحر	الزبادي			بصل وكراث اخضر		
				2012	21.13		2004	0.02		الزبادي			بصل وكراث اخضر		
				2015	33.70		2016	0.02		الزبادي			بصل وكراث اخضر		

المصدر: قاعدة بيانات المنظمة العالمية للأغذية والفلاحة، المنظمة العربية للتنمية الفلاحية 2000-2019

تبين من دراسة مؤشر اختراق السوق لأهم المنتجات الفلاحية الجزائرية الأسواق العربية الرئيسية أن معامل اختراق السوق مرتفع في السوق الليبية و بالأخص زيت فول الصويا 91.25% سنة 2016، ومنتج الزبادي ب 40.40% سنة 2011، تليه السوق الموريتانية بنحو 48.29% في منتج سنة 2005، كما أن مؤشر الاختراق مرتفع في السوق الاماراتية لكل من منتج زيت فول الصويا ب 32.14% سنة 2012، ومنتج الفطر والكمأ ب 35.50% سنة 2007، تليها السوق الكويتية بمنتج الفطر والكمأ ب 33.07% سنة 2013، وتبين هذه النتائج أن منتجات (زيت فول الصويا، الفطر والكمأ، المارقين الصغير، الزبادي) تملك قدرات تنافسية في العديد من الأسواق العربية، أما بقية المنتجات الفلاحية من فواكه وخضر فلم تستطع الجزائر اختراق الكثير من الأسواق العربية نتيجة المنافسة الشديدة مع كثير من الصادرات العربية.

الجدول 08 : مؤشر التنافسية السعرية للصادرات الفلاحية الجزائرية في الأسواق العربية الرئيسية في الفترة (2000-2019):

الخضر														
الفطر والكمأ					البطاطا					خضراوات متنوعة				
2.41	2015	2.41	2015	2.41	0.90	2003	0.90	2003	0.90	0.30	2016	0.30	2016	0.27
1.09	2005	1.09	2005	1.09	0.29	2004	0.29	2004	0.29	0.25	2017	0.25	2017	0.20
2.06	2019	2.06	2019	2.06	0.94	2016	0.94	2016	0.94	0.24	2013	0.24	2013	0.15
0.50	2004	0.50	2004	0.50	1.30	2011	1.30	2011	1.30	0.27	2014	0.27	2014	0.49
1.05	2006	1.05	2006	1.05	0.93	2018	0.93	2018	0.93	1.06	2016	1.06	2016	0.49
0.66	2017	0.66	2017	0.66	0.88	2019	0.88	2019	0.88	0.22	2003	0.22	2003	1.30
0.89	2005	0.89	2005	0.89	1.06	2016	1.06	2016	1.06	0.42	2016	0.42	2016	0.87
1.90	2015	1.90	2015	1.90	1.26	2017	1.26	2017	1.26	0.23	2019	0.23	2019	0.94
0.99	2017	0.99	2017	0.99	0.42	2017	0.42	2017	0.42	0.49	2008	0.49	2008	0.21
0.69	2003	0.69	2003	0.69	1.44	2019	1.44	2019	1.44	0.49	2011	0.49	2011	0.32
0.30	2004	0.30	2004	0.30	32.0	2016	32.0	2016	32.0	0.19	2014	0.19	2014	0.11
1.57	2015	1.57	2015	1.57	0.49	2016	0.49	2016	0.49	0.03	2007	0.03	2007	0.03
الفاكهة														
منتجات غذائية متنوعة														
زيت فول الصويا					التمور					التمور				
1.00	2017	1.00	2017	1.00	1.29	2009	1.29	2009	1.29	4.22	2005	4.22	2005	0.49
0.10	2018	0.10	2018	0.10	4.41	2018	4.41	2018	4.41	2.52	2015	2.52	2015	0.49
0.12	2019	0.12	2019	0.12	2.77	2019	2.77	2019	2.77	2.54	2019	2.54	2019	0.50
2.05	2007	2.05	2007	2.05	1.66	2015	1.66	2015	1.66	2.26	2016	2.26	2016	1.52
1.15	2005	1.15	2005	1.15	1.10	2017	1.10	2017	1.10	2.47	2017	2.47	2017	1.54
1.35	2008	1.35	2008	1.35	1.83	2018	1.83	2018	1.83	1.69	2018	1.69	2018	2.13
التمور														
0.78	2000	0.78	2000	0.78	1.71	2015	1.71	2015	1.71	1.5	2019	1.5	2019	1.5
1.58	2017	1.58	2017	1.58	1.36	2016	1.36	2016	1.36	1.5	2019	1.5	2019	1.5
1.00	2018	1.00	2018	1.00	0.57	2015	0.57	2015	0.57	1.5	2019	1.5	2019	1.5

المصدر: قاعدة بيانات المنظمة العالمية للأغذية والفلاحة، المنظمة العربية للتنمية الفلاحية 2000-2019

يتضح من مؤشر التنافسية السعرية الجزائرية بالنسبة للدول المنافسة في تصدير المنتجات الفلاحية، أن الجزائر تتمتع بميزة نسبية سعرية في تصدير الكثير من المنتجات الفلاحية في السوق العربية المبينة باللون الأخضر، وعلى رأس هذه المنتجات الفلاحية منتج زيت فول الصويا الذي يحقق أفضلية في كثير من الدول العربية (الامارات، تونس، موريتانيا والسعودية)، إذا تراوح مؤشر التنافسية السعرية فيها ما بين 0.01 و 0.87، أي أن أسعارها منخفضة مقارنة مع أسعار المنافسين الآخرين، ثم تليها الخضر الطازجة المتنوعة التي تراوح مؤشر تنافسيتهما السعرية بين 0.03 و 0.94 في كل من الامارات، سوريا، تونس، المغرب، مصر ولبنان. في حين نجد أن أسعار التمور مرتفعة في كل من الأردن، الكويت، عمان، المغرب، إذ ارتفع مؤشر التنافسية السعرية عن الواحد وتراوح بين 1.10 و 2.77، وهذا مرده الجودة والنوعية الجيدة (دقة نور الأحسن عالميا)

على العموم يمكن القول أن الجزائر لديها قدرة تنافسية في تصدير العديد من المنتجات الفلاحية الى الأسواق العربية.

ملاحظة: بما أننا نقيس تنافسية المنتجات الفلاحية الجزائرية في الأسواق العربية، فقد اعتبرنا أن السوق المستهدفة هي السوق العربية بدلا من السوق العالمية.

الجدول 09 : مؤشر الميزة النسبية الظاهرة لأهم أصناف الصادرات الفلاحية الجزائرية في الفترة (2000-2019)

السنوات	الحبوب	الفواكه	الحبوب	السكر	الزيت	الالبان	البقول
2005-2000	0,51	0,35	0,14	0,0007	2,36	0,68	0,10
2010-2006	0,88	0,92	0,35	0,72	1,73	0,27	0,002
2015-2011	0,42	1,18	0,08	24,80	1,61	0,10	0,005
2016	0,21	0,96	0,09	16,29	3,14	0,01	00
2017	0,30	0,78	0,01	14,07	4,95	0,01	0,0015
2018	0,46	0,36	0,005	11,80	5,14	0,047	0,02
2019	0,42	0,51	0,02	22,51	4,68	0,23	0,082

المصدر: قاعدة بيانات المنظمة العالمية للأغذية والفلاحة، المنظمة العربية للتنمية الفلاحية 2000-2019

حسب النتائج الزرادة في الجدول رقم 09، تبين أن الجزائر تتمتع بميزة نسبية جيدة في محاصيل السكر والزيت²، إذ نسجل 22.51 نقطة في صنف السكر سنة 2019، و 4.95 نقطة في صنف الزيتون سنة 2017، مما يؤكد على توافر الميزة النسبية الظاهرة، ولذين الصنفين وذلك لارتفاع قيمة المؤشر عن الواحد الصحيح في كل سنوات الدراسة، بينما تنخفض قيمته في السوق العربية في بقية الأصناف باستثناء الفواكه الذي حقق ميزة نسبية قدرت ب 1.18 خلال متوسط الفترة 2011-2015، و وأدنى قيمة مؤشر مسجلة لصنف البقول ب 0.00 سنة 2016.

4.دراسة القدرة التنافسية لصادرات التمور الجزائرية نحو السوق المغربية والاماراتية وأهم العوامل المحددة لها:

1.4. القدرات التنافسية لصادرات التمور نحو السوق المغربية والاماراتية:

تستورد كل من المغرب والامارات التمور الذي يتسم بجودته العالية وارتفاع أسعاره من عدة دول، حيث تعتبر طريقة التغليف والتعبئة والشكل الخارجي للتمور من الأمور المهمة التي تقوم عليها عملية تسويق التمور في الأسواق المغربية والاماراتية على وجه الخصوص. وللاشارة يعتمد تصدير التمور إلى الأسواق العالمية والسوق المغربية والاماراتية تحديدا على الأهمية الغذائية والصحية للتمور، إذ أنه يحتوي على العديد من المكونات الغذائية الصحية ويستخدم أيضا علاجا للعديد من الأمراض من جهة، ومن جهة أخرى الاهتمام بالمظهر الخارجي لمنتجات التمور من حيث الشكل (طريقة التغليف والتعبئة)، والنظافة، وهذه تعد من دعائم تعزيز القدرة التنافسية لمنتجات التمور.

² للاشارة فان منتجات السكر وبعض الزيوت تعتبران من أهم المحاصيل الفلاحية المصدرة نحو الأسواق الخارجية، لكن لعدم وجود مصفوفة التجارة الجزائرية البينية العربية، فقد تعذر قياس مؤشرات النصيب السوق، اختراق السوق والتنافسية السعري لهذه المنتجات.

الجدول 10 : تطور صادرات التمور الجزائرية نحو السوق المغربية والاماراتية (2000-2020):

البيان	المغرب		الامارات	
	الكمية	السعر	الكمية	السعر
2005-2000	271	2205	37	2490
2010-2006	398	2383	612	1191
2015-2011	767	2204	1948	840
2016	1022	1968	2459	798
2017	2676	1612	1770	685
2018	4821	1826	1245	671
2019	8695	1832	1187	664
2020	11787	2200	116	891

المصدر: قاعدة بيانات FAOSTAT لمنظمة الاغذية و الزراعة العالمية . وتقدير التجارة الخارجية للتمور ONFAA 2020

يتضح من خلال الجدول 10 أن هناك نوعا من التذبذب في الكميات المصدرة من التمور إلى السوق المغربية والاماراتية خلال كل الفترة الزمنية المدروسة، حيث سجل أعلى كمية من التمور المصدرة الى المغرب في سنة 2020 قدرت ب 11787 طن بزيادة سنوية عن سنة 2019 ب 35.5% لكنها في ارتفاع مستمر خلال السنوات الأخيرة، كما أن أسعار التصدير في ارتفاع منذ سنة 2019، إذ سجلت 2200 دولار/طن، بينما في الامارات، فكميات التصدير تعرف تراجعاً كبيراً ما يعني فقدان سوق مهمة، فبعدما بلغت الكمية المصدرة سنة 2016 ب 2459 طن كأعلى كمية مصدرة لتتراجع الى 116 طن سنة 2020 بفقدان (95.27%) كنسبة تغير بين السنتين، ويرجع هذا أساساً إلى غياب استراتيجية تسويقية فعالة واضحة المعالم سواء من الدولة أو الخواص تكون من أهدافها ترقية صادرات التمور من خلال تذليل العقبات والعوائق التي ما تزال تعترض تطوير قطاع تصدير التمور في الجزائر. تشير البيانات المتوفرة عن أسعار التمور الجزائرية في السوق المغربية والاماراتية أنها في ارتفاع مستمر خلال سنة 2000، حيث بلغت ذروتها خلال متوسط الفترة 2005-2000 بسعر 2205 دولار/طن في المغرب و 2490 في الامارات، لكنها في السنوات الأخيرة تعرف انخفاضاً مستمراً في الامارات قدرب 891 دولار/طن في سنة 2020. ويعزى تحديد أسعار التمور في السوق المغربية والاماراتية كبقية الأسواق العالمية إلى الإستراتيجية المحددة التي تتبناها الدول المنتجة والمصدرة للتمور (الجزائر و تونس) التي تتمثل في إنتاج أصناف ذات جودة عالية وتصديرها للحصول على أسعار مرتفعة في السوق المغربية والاماراتية.

2.4. تقدير دالة الطلب على صادرات التمور الجزائرية في السوق المغربية والمغربية والاماراتية:

حسب الأدبيات الاقتصادية الخاصة بالتبادلات والتجارة الخارجية، أن الطلب على صادرات أي منتج زراعي يتحدد بعدة متغيرات على مستوى الأسواق المستهدفة منها: أسعار البلد المصدر، كميات الانتاج في البلد المستورد، اجمالي واردات البلد من ذلك المنتج المحلي للبلد المستورد، تعداد السكان، نصيب الفرد من الدخل، سعر الصرف، أسعار المنافسين، اجمالي واردات المنتج من دول أخرى... الخ. حيث تتغير وفق نوع المنتج وظرف البلد المستورد (محمود محمد سرحان احمد سليمان، 2016، ص: 18).

5. الدراسة القياسية:

1.5. دراسة إستقرارية سلاسل النموذج: أثبت إختبار إستقرارية السلاسل الزمنية من خلال إختبار (ديكي - فولر) الموسع، عن طريق برنامج (Eviwes V9) خلو النموذج من جذر الوحدة، بعد اجراء إختبار الاستقرارية عند المستوى والفرق الأول، تبين أن جميع السلاسل الزمنية لمتغيرات النموذج المغربي والاماراتي مستقرة عند نفس المستوى (الفرق الأول)، وبذلك نرفض فرضية العدم ونقبل بالفرض البديل.

2.5. تقدير النموذج: بعد تقدير معادلة الانحدار المتعدد وفق طريقة (OLS) لتحديد أهم محددات قيمة صادرات التمور الجزائرية نحو السوق المغربية والاماراتية ، و بالاستناد إلى المعايير الإحصائية والقياسية، في المفاضلة بين الدالات المقدرة للفترة 2000-2020 استخدام برنامج معادلة الانحدار:

أ- تقدير دالة الطلب على صادرات التمور الجزائرية نحو السوق المغربية:

$$Y = -16952.54 - 0.04QP + 0.24PALG + 87.8EXC + 4.27PWO + 20.17REV + 0.01TIMP.....(01)$$

$n=21$ $R^2=0.89$ $D.w=1.9$ $F.S=29.24$ $P.S=0.00001$

Dependent Variable: Y

Method: Least Squares

Date: 12/26/21 Time: 11:03

Sample: 2000 2020

Included observations: 21

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-16952.54	6088.234	-2.784476	0.0146
QP	-0.045787	0.013772	-3.324570	0.0050
PALG	0.243318	0.756811	0.321505	0.7526
EXC	87.82945	8.753569	10.03356	0.0000
PWO	4.270329	1.422234	3.002551	0.0095
REV	20.17986	12.20406	1.653536	0.1205
TIMP	0.014756	0.015219	0.969556	0.3487
R-squared	0.926115	Mean dependent var	1736.143	
Adjusted R-squared	0.894450	S.D. dependent var	3064.013	
S.E. of regression	995.4515	Akaike info criterion	16.90547	
Sum squared resid	13872933	Schwarz criterion	17.25365	
Log likelihood	-170.5075	Hannan-Quinn criter.	16.98103	
F-statistic	29.24722	Durbin-Watson stat	1.960056	

ب- تقدير دالة الطلب على صادرات التمور الجزائرية نحو السوق الاماراتية:

$$Y = 2975.68 - 0.002 QP - 0.27 PALG - 11.16 EXC + 0.72 PWO - 0.00019 TIM.....(02)$$

$n=21$ $R^2=0.66$ $D.w=1.60$ $F.S=8.80$ $P.S=0.00048$

Dependent Variable: Y

Method: Least Squares

Date: 12/26/21 Time: 13:48

Sample: 2000 2020

Included observations: 21

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2975.684	1077.707	2.761126	0.0146
QP	-0.002352	0.000835	-2.817225	0.0130
PALG	-0.272865	0.156521	-1.743315	0.1017
EXC	-11.16713	4.241280	-2.632963	0.0188
PWO	0.723182	0.663979	1.089165	0.2933
TIMP	-0.000196	0.001471	-0.132933	0.8960
R-squared	0.745959	Mean dependent var	943.0476	
Adjusted R-squared	0.661279	S.D. dependent var	924.7611	
S.E. of regression	538.2084	Akaike info criterion	15.64933	
Sum squared resid	4345024.	Schwarz criterion	15.94776	
Log likelihood	-158.3179	Hannan-Quinn criter.	15.71409	
F-statistic	8.809138	Durbin-Watson stat	1.601968	

3.5. التفسير الإحصائي: من الناحية الإحصائية فإنه يترتب علينا إجراء بعض الاختبارات التي تعبر عن جودة النموذج من حيث

قدرته التفسيرية وأهمها:

- جودة النموذج : تشير نتائج التحليل إلى أن المعادلة رقم (01) و (02) معنوية إحصائياً .

- معامل التحديد (R^2): يشير إلى أن حوالي 89% و 66% من التغيرات في صادرات التمور الجزائرية نحو السوق المغربية والاماراتية على التوالي ترجع إلى التغير في المتغيرات المستقلة مجتمعة في المعادلة، بفرض ثبات باقي العوامل الأخرى التي لم يتضمنها النموذج.
- إختبارعدم وجود ارتباط ذاتي : في تقدير النموذج المغربي دلت القيمة المحسوبة لإختبار دارين واتسون ($D.W=1.96$) على أن قيمة $D.W$ تقع في منطق شك (اللايقين)، حيث تقع قيمته بين: ($d_l=0.731$) > ($D.W=1.96$) > ($d_u=2.21$)، وبعد إجراء Correlation LM Test تبين ان F-statistic الخاصة ب Obs^*R -squared المحسوبة أصغر من الجدولية والتي لها توزيع مربع كاي، ومنه رفض وجود ارتباط ذاتي.
- في تقدير النموذج الاماراتي دلت القيمة المحسوبة لإختبار دارين واتسون ($D.W=1.60$) على أن قيمة $D.W$ تقع في منطق شك (اللايقين)، حيث تقع قيمته بين: ($d_l=0.829$) > ($D.W=1.60$) > ($d_u=1.961$)، وبعد إجراء Correlation LM Test تبين ان F-statistic الخاصة ب Obs^*R -squared المحسوبة أصغر من الجدولية والتي لها توزيع مربع كاي، ومنه رفض وجود ارتباط ذاتي.
- إحصائية فيشر: إحصائية احتمال فيشر المحسوبة للمتغيرات والتي تساوي 0.00001 أقل من 0.05 النموذج المغربي و 0.000458 في النموذج الاماراتي مما يعني أن معالم النموذجين مقبولة من الناحية الإحصائية ، أي أن النموذجين معنوي .
- اختبار التوزيع الطبيعي للبواقي (JARQUE- BERA): بما أنّ الاحتمال المقابل للإحصائية JB أكبر من 0.05 (0.05 > $pr(JB)$) في النموذج المغربي، و في النموذج الاماراتي $0.05 > 70.3$ ($pr(JB)$) وعليه نقبل فرضية العدم التي تشير إلى أن البواقي تتبع التوزيع الطبيعي ي كلا النموذجين.

4.5. التحليل الاقتصادي :

- ارتفاع كمية صادرات التمور الجزائرية نحو السوق المغربية والاماراتية مقداره نحو 1% يؤدي إلى انخفاض كمية انتاج التمور في المغرب مقداره نحو 4 % و 2% في المغرب والامارات تواليا، وهذه العلاقة تتفق مع النظرية الاقتصادية ،حيث أن زيادة كمية الانتاج المحلي من التمور في الأسواق المستهدفة يؤدي انخفاض الطلب على صادرات التمور الجزائرية ، لكنها في الامارات تبدو ضئيلة جدا في حدود 02% على اعتبار أن الامارات من أكبر منتجي ومصدري التمور في العالم، والطلب على التمور الجزائرية يتعلق بجودته العالية.
- إن ارتفاع كمية صادرات التمور الجزائرية بنحو 1% يؤدي إلى انخفاض أسعار صادرات التمور الجزائرية نحو السوق المغربية بمقدار 24% وانخفاضها في السوق الاماراتية بنحو 27%، وهذه العلاقة تتوافق فقط مع النظرية الاقتصادية في السوق الاماراتية ، وما يشرح هذه العلاقة أنه بالرغم من تصدير الجزائر للتمور بأسعار مرتفعة نحو السوق المغربية يزداد الطلب على التمور الجزائرية بحكم عامل الجودة والنوعية الجيدة، حيث المغرب يستورد النوعية الجيدة من التمور (دقلة نور) وان ارتفع سعرها في السوق العالمية لكنه يبقى سعر تنافسي، أما في الامارات فيلعب سعر التصدير الجزائري دورا في زيادة كميات التصدير منافسا بذلك سعر التصدير التونسي .
- إن ارتفاع أسعار التمور في الأسواق العالمية بمقدار 01% في المغرب و 0.019% يرجع الى ارتفاع كمية صادرات التمور الجزائرية نحو السوقين مقداره نحو 1%، وهذه الأخيرة تتفق مع النظرية الاقتصادية، حيث أن أسعار التصدير العالمية مرتفعة مقارنة بسعر التصدير الجزائري، وبالتالي تؤثر على واردات المغرب من التمور الجزائرية، باستثناء الامارات الذي لا يؤثر السعر العالمي بشكل كبير في كمية الصادرات الموجهة اليها.

- إن ارتفاع كمية صادرات التمور الجزائرية نحو السوق المغربية والاماراتية مقداره نحو 1٪ مرجعها ارتفاع أسعار الصرف مقداره نحو 878٪ و 111.6٪، وهذه العلاقة تتوافق مع النظرية الاقتصادية، وما يشرح هذه العلاقة أن أسعار الصرف تمثل تأثيرا حقيقيا على الطلب على صادرات التمور الجزائرية في الامارات ، وكذا السعر التصديري و جودة المنتج.
- إن ارتفاع نصيب الدخل الفردي المغربي مقداره نحو 1٪ يؤدي إلى ارتفاع كمية صادرات التمور الجزائرية نحو السوق المغربية مقداره نحو 20.17٪. وهذه النتيجة تتفق مع النظرية الاقتصادية ومفادها أن ارتفاع القدرة الشرائية في أي بلد يساعد على طلب المنتجات المستوردة.
- إن ارتفاع كمية واردات التمور المغربية من أسواق أخرى مقداره نحو 1٪ أدى إلى ارتفاع صادرات التمور الجزائرية نحو بمقدار 220.7٪ ، وهذه العلاقة لا تتوافق مع النظرية الاقتصادية، وما يشرح ذلك أن كمية الصادرات قليلة نحو السوق المغربية مقارنة بما تستورده من دول أخرى من جهة، ومن جهة ثانية أن المغرب يستورد التمور الجزائرية ذات الجودة العالية (دقة نور) وباقي الكميات من دول أخرى متوسطة الجودة، أما مع الامارات فهي مقبولة نظريا حيث تنخفض إلى 0.019٪ وان كانت نسبتها ضئيلة جدا.

IV- الخلاصة:

- من خلال هذه الدراسة حاولنا دراسة تقييم تنافسية لأهم الصادرات الفلاحية الجزائرية من الخضر والفواكه في أهم الأسواق العربية ، حيث تبين أن أهم هذه الأسواق هي أسواق المغرب العربي بالإضافة إلى الأردن و الامارات ، وتبين أن هناك ميزة تنافسية للجزائر في تصدير التمور والسكر وبعض الخضر الطازجة و المجففة المتنوعة ، و توفر إمكانية لزيادة تلك الصادرات، وان صادرات الفطر وزيت فول الصويا تتمتع بنصيب سوقي معتبر في أسواق ليبيا والأردن والكويت ، وكذلك التمور تتمتع بنصيب سوقي جيد في أسواق المغرب وقطر والامارات.
- كما سلطت الدراسة الضوء على القدرات التنافسية للتمور الجزائرية في أهم الأسواق العربية ، حيث تبين أن أهم أسواق تصدير التمور هي المغرب والامارات وقطر في الدرجة الاولى من خلال مؤشر النصيب السوقي المرتفع، وتبين أن هناك تنافسية سعرية للجزائر في تصدير وامكانية لزيادة صادرات التمور.
- أظهرت النتائج أن انخفاض قيمة معدل اختراق السوق لكثير من المنتجات الفلاحية خلال فترة الدراسة بأهم أسواقها الاستيرادية العربية، الأمر الذي يعكس المنافسة الشديدة التي تواجهها الصادرات الفلاحية الجزائرية، وبالرغم من أن أسعار تصدير الكثير من المنتجات الفلاحية الجزائرية نحو السوق العربية منخفضة نسبيا مقارنة بمنافسيها ، إلا أن هذه الميزة لم يكن لها تأثير كبير في اكتساب حصة معتبرة من السوق العربية.
- توصلت الدراسة إلى أن أهم محددات الطلب على صادرات التمور الجزائرية نحو سوقي المغرب و الامارات على حد سواء هي كمية الانتاج المحلي للدول المستوردة وسعر التصدير الجزائري والسعر العالمي للتمور.
- وبناء عليه توصي الدراسة بما يلي:
- ✓ ضرورة الاهتمام بأهم الأسواق العربية يرتفع فيها قيمة مؤشري نصيب و اختراق السوق، و البحث عن الأسواق التي يكثر فيها الطلب على المنتجات الفلاحية الجزائرية.
 - ✓ التعرف على إمكانات التصدير الوطنية من خلال معرفة أفضل بالانتاج الوطني (O. Bessaoud, 2019, p54).
 - ✓ الترويج للصادرات الفلاحية الجزائرية من خلال تقديم العون من السلطات إلى شركات التصدير للاشتراك في المعارض الخارجية وتدريبهم على وسائل التسويق الالكترونية الحديثة.

الإحالات والمراجع :

• باللغة العربية:

- التقرير العربي الاقتصادي الموحد (2020)، صندوق النقد العربي، قطاع الزراعة، الكويت.
- جمال قاسم حسن ومحمد إسماعيل (2012)، تنافسية الصادرات المنتجيات في الدول العربية، صندوق النقد العربي، الكويت.
- صالح سليمي (2005)، تحليل الأداء التنافسي للصادرات الجزائرية باستخدام مؤشر الميزة النسبية الظاهرة للفترة من 2005 الى 2019.
- المنظمة العربية للتنمية الفلاحية (2005)، التقرير التحليلي الشامل لدراسة المزايا النسبية والتنافسية للسلع والمنتجات الفلاحية في الوطن العربي، المنظمة العربية للتنمية الفلاحية، الخرطوم.
- يوسف أبو فارة (2010)، إدارة الأسعار في الأسواق التقليدية والإلكترونية وأسواق المياه، الطبعة الأولى، دار اثراء للنشر والتوزيع، عمان.

• باللغة الأجنبية:

- Laure Latruffe (2010), Competitiveness, Productivity and Efficiency in the Agricultural and Agri-Food Sectors, OECD Food, Agriculture and Fisheries Papers No. 30.
- O. Bessaoud (2020), Rapport de synthèse sur l'agriculture en Algérie, HAL open science .
- Serik Sarsengalievich Ospanov and others (2015), Competitiveness of the Agricultural Sector as a Factor in Improving Food Security in the Conditions of Globalization, Review of European Studies; Vol. 7, No. 7.
- Jehoshua eliashberg (2010), market-share analysis : evaluating competitive marketing effectiveness, international series in quantitative marketing , niversity of pennsylvania philadelphia, pennsylvania, USA
 - Lewis koome mwiti (2011), market penetration strategies used by essar telecom kenya (yu), school of business, university of Nairobi.
 - Robert ean and al (1991) , Measures of prices and price competitiveness in international trade in manufactured goods university of chicago press.
- Porter, e. Michael (2005). Institute for strategy and competitiveness, harvard buschool. Cartagena.colombia.