

دور الدبلوماسية التجارية في تعزيز جاذبية الاقتصاد الجزائري في إطار منطقة

التجارة الحرة القارية الإفريقية

The role of commercial diplomacy in enhancing the attractiveness
of the Algerian economy within the framework of the African
Continental Free Trade Area

تاريخ القبول: 2022/12/14

تاريخ الإرسال: 2022/06/20

الجزائريين على المستوى الإقليمي والدولي، خاصة في ظل دخول منطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية حيز التطبيق. خلصت الدراسة إلى أن تفعيل أنشطة الدبلوماسية التجارية خيار لا بد منه لتعزيز التواجد التجاري في الخارج خاصة في الأسواق الإفريقية، حيث تساهم أدوات الدبلوماسية التجارية في تعزيز التجارة البينية، وولوج المنتجات الجزائرية للأسواق الإفريقية، وذلك بتوسيع شبكة المكلفين بالشؤون الاقتصادية والتجارية، وإقامة وكالات لترويج الصادرات.

الكلمات المفتاحية: ترويج الصادرات؛

الدبلوماسية التجارية؛ الاقتصاد الجزائري؛

وكالات ترويج الصادرات؛ AFCFTA

Abstract:

This research paper aims to highlight the role that commercial diplomacy can play in creating competitiveness for the Algerian economy by adopting the activities and tools of commercial diplomacy

Larab DJAMEL	لعراب جمال *
مخبر تنوع ورقمنة الاقتصاد الجزائري	
University of Guelma	جامعة قالة
Larab.djamel@univ-guelma.dz	
BENCHEIKH Toufik	بن الشيخ توفيق
University of Guelma	جامعة قالة
Bencheikh.toufik@univ-guelma.dz	

ملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى إبراز الدور الذي تلعبه الدبلوماسية التجارية في خلق تنافسية للاقتصاد الجزائري باعتماد أنشطة وأدوات الدبلوماسية التجارية التي تهدف إلى الترويج للصادرات والاستثمار الأجنبي، وحماية مصالح المتعاملين الاقتصاديين

* المؤلف المراسل.

aimed at promoting exports and foreign investment, and protecting the interests of Algerian economic dealers at the regional and international levels; especially in light of the entry into the free trade zone. It concluded that activating

the activities of commercial diplomacy is a necessary option to enhance commercial presence abroad; especially in African markets, as the tools of commercial diplomacy contribute to enhancing intra-regional trade and the access of Algerian products to African

markets, by expanding the network of those charged with economic and commercial affairs and establishing Export promotion agencies.

Keywords: commercial diplomacy; Export promotion; Algerian economy; Export promotion agencies ;AFCFTA

مقدمة:

تسعى الجزائر في السنوات الأخيرة إلى بناء اقتصاد متنوع، بغية تفادي تراجع مسارات التنمية الناجم عن الاعتماد المفرط على إيرادات النفط، وذلك بتوسيع الإنتاج في القطاعات ذات الأولوية كالزراعة، الصناعات الغذائية، الصناعات الصيدلانية، الصناعات الكهرومنزلية، ومواد البناء.

في ظل التنافس العالمي على الأسواق الإفريقية، تبنت الجزائر إستراتيجية وطنية لترقية الصادرات للسنوات 2019-2023 كتحضير للدخول والتموقع الاقتصادي في منطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية، حيث نجد أن حجم التجارة البينية للجزائر مع الدول الإفريقية ضئيلة جدا مقارنة بدول الجوار كالمغرب، ومصر بالرغم من الموقع الجغرافي للجزائر باعتبارها بوابة إفريقيا ونافذة المتوسط، إضافة إلى مقومات أخرى، قد تم الشروع في تفعيل الدبلوماسية الاقتصادية والتجارية لتعزيز مكانة الاقتصاد الجزائري في الأسواق الإفريقية من خلال القيام بعدة إصلاحات، للوقوف على الدور الذي يمكن أن تلعبه الدبلوماسية التجارية في تعزيز جاذبية الاقتصاد الجزائري وأهم تحديات ومتطلبات نجاحها، نطرح الإشكالية التالية: "ما هي تحديات ومتطلبات نجاح الدبلوماسية التجارية الجزائرية في تعزيز جاذبية الاقتصاد الوطني في إطار دخول منطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية حيز التطبيق؟"

وللإجابة على الاشكالية الرئيسية نطرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ماذا يقصد بالدبلوماسية التجارية وعلاقتها بالدبلوماسية الاقتصادية؟
- ماهي أهم أنشطة الدبلوماسية التجارية؟



- ماهو دور الدبلوماسية التجارية في إزالة العراقيل للاستفادة من انضمام الجزائر لمنطقة التجارة الحرة القارية الافريقية؟
- فيما تكمن أهم الإصلاحات الواجب اعتمادها لنجاح الدبلوماسية التجارية في تعزيز جاذبية الاقتصاد الجزائري؟.

تكمن أهمية البحث في أن موضوع الدبلوماسية التجارية موضوع حديث بالنسبة للباحثين في الجزائر والوطن العربي، حيث يتم التركيز على الدبلوماسية الاقتصادية دون التفريق بين المفهومين، نجد أن أولى الأبحاث باللغة العربية التي نشرت في هذا المجال في الجزائر؛ دراسة الأستاذ مولوج كمال بعنوان دور الدبلوماسية التجارية في الترويج للصادرات الصناعية في حقبة ما بعد كوفيد 19. حيث توصل إلى أن أدوات الدبلوماسية التجارية يمكن أن تلعب دورا هاما في مساعدة المصدرين على الترويج للصادرات الصناعية في مرحلة ما بعد كوفيد، إضافة إلى اعتبار موارد الشركة الصناعية شرط ضروري لجودة أنشطة الدبلوماسية التجارية.

تهدف هذه الورقة البحثية إلى :

- تحديد المفاهيم المتعلقة بالدبلوماسية التجارية وأهميتها؛
- إبراز أهمية استخدام الدبلوماسية التجارية في تدعيم وإزالة عوائق التكامل الإفريقي في إطار AFCFTA

- متطلبات تفعيل الدبلوماسية التجارية لتعزيز جاذبية الاقتصاد الجزائري في إطار AFCFTA؛

للإجابة على الإشكالية المطروحة تم اعتماد المنهج الوصفي في عرض الأدبيات المتعلقة بالدبلوماسية التجارية ومنطقة التجارة الحرة القارية، المنهج التحليلي لإظهار أولويات الإصلاح التي ينبغي على الدولة الجزائرية إنجازها لتعظيم الاستفادة من مخرجات الدبلوماسية التجارية.

المحور الأول: الإطار المفاهيمي للدبلوماسية التجارية

في كثير من الأحيان يستخدم مصطلح الدبلوماسية الاقتصادية، والدبلوماسية التجارية للتعبير على نفس المفهوم، لكن هناك فروق واضحة بينهما خاصة فيما تعلق بأنشطة كل منهما لذلك سنتناول بالتفصيل هذه الاختلافات الجوهرية.

أولاً: تعريف الدبلوماسية التجارية

تهتم الدبلوماسية الاقتصادية بقضايا السياسة الاقتصادية العامة والاتفاقيات التجارية، بينما الدبلوماسية التجارية أكثر تحديداً غالباً ما يستخدم المصطلح لتغطية نوعين مختلفين من الأنشطة: صنع السياسات ودعم الأعمال. في حين يتفق الكثيرون على أن جوهر الدبلوماسية التجارية يركز على دعم الأعمال التجارية، وهذا يشمل الترويج للداخل، والاستثمار الخارجي وكذلك التجارة. تشمل الجوانب المهمة لعمل الدبلوماسي التجاري توفير المعلومات حول فرص التصدير والاستثمار والتنظيم والمساعدة في العمل كمضيف للبعثات التجارية من البلد الأم.

تعتبر التعريفات الأكثر "تقليدية" الدبلوماسية التجارية نشاطاً حكومياً بحثاً، لكن التعريفات الأحدث تقر بدور الأعمال وممثليها في الدبلوماسية التجارية. يعتبر التفاعل والتعاون بين الحكومة وقطاع الأعمال في دعم الأعمال التجارية في الوطن والمصالح الاقتصادية في الخارج جزءاً من التعريفات الحديثة التي تُعرف الدبلوماسية التجارية بأنها "عمل شبكة من الفاعلين في القطاعين العام والخاص الذين يديرون العلاقات التجارية باستخدام القنوات والعمليات الدبلوماسية" وتوصف بأنها شبكة من الأعمال الحكومية والدولية، تجمع الدبلوماسية التجارية بين مصالح كل من الحكومة وقطاع الأعمال من خلال تسليط الضوء على الأسواق الجديدة، وفرص الاستثمار. بالإضافة إلى ذلك، فإنه يركز على دعم الأعمال التجارية والترويج لها بدلاً من القضايا الاقتصادية، وعلى هذا النحو، فإنه يستلزم أكثر من ترويج التجارة والتصدير.⁽¹⁾

يمكن أن نستخدم تعريفاً أوسع للدبلوماسية التجارية، والذي يشير إلى أن الدبلوماسية التجارية تُمارس على مستوى المعاملات الصغيرة (مساعدة الأعمال التجارية في توسيع وتعزيز الاستثمار من خلال توفير معلومات السوق، وتسهيل

الاتصالات التجارية، والتنظيم. الندوات والبعثات التجارية والمعارض التجارية وجهود كسب التأييد والدعوة) والمستوى الكلي (دعم ترويج الأعمال التجارية من خلال وضع القواعد واللوائح الخاصة بالتدفقات التجارية والاستثمارية، التفاوض بشأن اتفاقيات التجارة الإقليمية، والنشاط ذات الصلة بمنظمة التجارة العالمية وما إلى ذلك). تركز الدبلوماسية التجارية على المكاسب التجارية، ويُنظر إليها على أنها دبلوماسية اقتصادية عندما تكون القضايا السياسية والجيوسياسية والأمنية موضع تركيزها، أو يتم استخدامها كوسيلة ضغط لتحقيق مكاسب اقتصادية. ومع ذلك، فإن هذا المفهوم للدبلوماسية الاقتصادية أوسع ويشمل الدبلوماسية المالية والإنمائية.⁽²⁾

تعد الدبلوماسية التجارية جزءاً من الدبلوماسية الاقتصادية مع التركيز على أربعة أنشطة رئيسية، وهي التجارة، الترويج وعقد الاتفاقيات التجارية، ومناقشة قضايا التجارة متعددة الأطراف، وتشجيع الاستثمار الأجنبي المباشر. بالنسبة للعديد من البلدان، فإن النشاطين الثاني والثالث هما سلطة الحكومة المركزية بينما يمكن تنفيذ النشاطين الأول والرابع من قبل جميع مستويات الحكومة وجميع وكالات ترويج الصادرات والاستثمار ذات الصلة. بالنظر إلى هذا التعريف، يمكن القول إن أنشطة الدبلوماسية التجارية يمكن أن تقوم بها أي جهة فاعلة تابعة للدولة، سواء من قبل الحكومة المركزية أو الحكومات المحلية.⁽³⁾

الدبلوماسية الاقتصادية في النظام الحديث للعلاقات الاقتصادية الدولية تعني تفاعل الاقتصاد والسياسة في الساحة الدولية، والترابط بين المصالح الاقتصادية الوطنية للدولة والأمن الاقتصادي والسياسة الاقتصادية الخارجية.

للدبلوماسية الاقتصادية عدة مفاهيم "الدبلوماسية التي تعتنى بالاقتصاد"، "الدبلوماسية التي تخدم الاقتصاد"، "الدبلوماسية التي تضع الاقتصاد في خدمته" "الدبلوماسية الاقتصادية الجديدة"⁽⁴⁾

في حين تتضمن الدبلوماسية التجارية الاستشارات، جمع المعلومات، كسب التأييد، المناصرة، التفاوض وحل النزاعات، وهي تنطوي على التفاعل بين مجتمع الأعمال، والجهات الفاعلة العامة في تعزيز الأنشطة التجارية عبر المناطق والبلدان.



تشير Menipaz (2011) إلى أن الأعمال التجارية الدولية، تُعرّف على أنها جميع الأنشطة التجارية، بما في ذلك إنشاء، نقل الموارد، السلع، الخدمات، المعرفة، المهارات والمعلومات التي تتجاوز الحدود الوطنية.⁽⁵⁾

انطلاقاً من التعاريف السابقة، فإن الدبلوماسية التجارية جزء من الدبلوماسية الاقتصادية، تعبر عن أنشطة أعضاء الجهاز الدبلوماسي في مجال الأعمال الدولية بما في ذلك الترويج للتجارة والاستثمار، وتمارس بشكل كبير على المستوى الجزئي بالتفاعل والاحتكاك المباشر مع الأطراف ذات المصلحة، سواء متعاملين اقتصاديين أو مستهلكين لمعرفة احتياجاتهم وحماية مصالحهم في حال التنازع، وتوجيههم بما يخدم المصلحة الوطنية.

ثانياً: أهمية الدبلوماسية التجارية

أدى التطور السريع لنظام وتكنولوجيا الاتصالات إلى خفض تكلفة النقل وإحداث تحسن كبير في التجارة الدولية، ومع ذلك، لا تزال معوقات التجارة عبر الحدود قائمة. إلى جانب العوائق التجارية الرسمية مثل التعريفات والحصص المفروضة، توجد أيضاً حواجز تجارية غير رسمية مثل الترتيبات الثقافية والمؤسسية التي تتحدى المصدرين، ويعود سبب مشاركة الحكومات في نشاط ترويج الصادرات ليتوافق مع نظرية المعلومات غير المتكافئة، وإخفاقات السوق. قد تحدث العوامل الخارجية من سوق التصدير بأشكال عديدة، على سبيل المثال، ما تتعلق بتفضيلات السوق ومتطلبات الجودة. أما من الجانب الداخلي، من المحتمل أن تكون الشركات الخاصة غير راغبة في تقديم معلومات إلى منافس آخر حتى داخل الدولة. يتعين عليهم استثمار ميزانية ضخمة في البحث، تطوير الاتصالات، إنشاء سلاسل التوزيع، الحملات الترويجية، وغيرها من الأنشطة المكلفة في الخارج، وبالتالي يترددون في أن يستفيد منافسهم من استثماراتهم. بالإضافة إلى ذلك، تتعثر الشركات في إنفاق تكلفة عالية على أبحاث السوق الأجنبية إذا لم تكن متأكدة من أن إيراداتها ستتجاوز الميزانية التي يتم إنفاقها. بسبب هذه الظروف يستحسن تواجد أدوات الدبلوماسية التجارية (CDC) في بلد أجنبي كجهاز للقطاع العام.

توفير المعلومات والميزانية والموارد البشرية للمصدرين مجاًناً. يمكن أن تستفيد العديد من الشركات الخاصة من البلد الأم من خلال الاستفادة من هذا النوع من التسهيلات. ومن ثم، فإن العوامل الخارجية الإيجابية من أدوات الدبلوماسية التجارية تتمثل في توسيع الصادرات عبر الشركات. علاوة على ذلك، تتطلب كل منتجات التصدير معلومات خاصة عن السوق لأن كل بلد فريد من حيث السوق والذوق. إضافة إلى ذلك، تعد الشبكات أساسية لعملية التجارة عبر الحدود إذ يمكن للمشتريين والبائعين المطابقين جعل المنتجات متميزة. قد يحدث هذا بسبب المعلومات الكافية المتعلقة بالسوق، سلوك المستهلك والتداول.

يمكن للحكومة من خلال أداة CDC تقديم شبكة مفيدة من القناة غير التجارية التي تم إنشاؤها لفترة طويلة في بلد أجنبي. يمكن لأدوات CDC أن تقلل من تكلفة التجارة وتخلق وصولاً جديداً.

وقد أكد Rose (2007) وNarray (2008) أن حجم السوق هو أيضاً عامل مساهم رئيسي في إقامة العلاقات الدبلوماسية التجارية بين البلدين. خاصة عندما يكون بلد ما وجهة تصدير مهمة لقطاع تصدير معين، ومن ثم فمن الإستراتيجي للغاية الحفاظ على العلاقة من خلال CDC. علاوة على ذلك، فإن المصدقية والصورة في السوق الخارجية أمران أساسيان أيضاً للحفاظ على علاقة تجارية طويلة الأجل. تصادق الحكومة على أداة CDC من أجل منح مجتمع الأعمال إمكانية الوصول إلى معلومات وشبكة موثوقة.

تعمل أدوات CDC أيضاً كوكالات جديرة بالثقة، وهذه الإستراتيجية كبيرة خاصة في أنشطة مطابقة الأعمال وحل المشكلات وكذلك التعامل مع النزاع. من منظور أكبر، تهدف الحكومات إلى زيادة الصادرات من أجل تعزيز النمو الاقتصادي. وجدت الحكومات أن الانخراط في الأنشطة التجارية أمر مهم لأن ممثليها يعتبر شريكاً تجارياً طبيعياً في الدول المضيفة. إضافة إلى ذلك، تحتاج الشركات الدولية من الداخل إلى التعاون مع الحكومة من أجل تسهيل عملياتها في الخارج مما يساهم في تخفيف أو تقليل عدم اليقين في المجال الأجنبي.

ووفقا لـ Justinek وSedej (2012) أن الشركات الصغيرة والمتوسطة تعتمد على الأرباح على وجود CDC بالنسبة لمصدري الشركات الصغيرة والمتوسطة، هناك حاجة ماسة إلى أقل تكلفة باهظة للانخراط في السوق الأجنبية. حيث أن الاستثمار في المعلومات، وتحديد سلوك المستهلك، والحصول على شريك تجاري موثوق به، والتعامل مع متطلبات اللوائح الأجنبية، ألقى بعبء كبير على تمويل الشركة.

على الرغم من استخدام تكنولوجيا المعلومات على نطاق واسع للحصول على معلومات السوق ذات الصلة، فإن الحصول على شريك تجاري موثوق به ليس بهذه السهولة. ومن ثم، فإن وجود CDC يمكن أن يقلل من تكلفة دخولها إلى السوق الجديدة. يتماشى هذا مع دراسة ليدرمان وآخرون (2010)، يمكن لوكالات ترويج الصادرات (EPA) تقليل التكاليف الضخمة من خلال تقديم معلومات موثوقة، وكذلك مساعدة الشركات على تكييف سلعها مع السوق.

يقر Melitz (2003) بأن المزيج بين الإنتاجية والتكلفة الضخمة هو أحد المحددات لقرارات التصدير. لذلك، إذا تمكنت الدبلوماسية التجارية (CDC) من خفض التكلفة، فستكون الشركات متحمسة للانخراط في سوق التصدير، مما يؤدي إلى انضمام المزيد والمزيد من الشركات المصدرة إلى التجارة عبر الحدود، وزيادة التجارة الوطنية بشكل إجمالي. ومع ذلك، كان العديد من العلماء يشككون في فعالية الدبلوماسية التجارية، خاصة عندما يتعلق الأمر بمساعدات ودعم الصادرات⁽⁶⁾ وبالتالي فإن الدبلوماسية التجارية لها دور كبير في تخفيض تكاليف البحث عن الأسواق الخارجية وضمان إيجاد شركاء تجاريين موثوقين ودائمين.

ثالثا: الترتيبات التنظيمية للدبلوماسية التجارية حسب البلد الأم

تختلف الترتيبات التنظيمية والمؤسسية للدبلوماسية التجارية من دولة إلى أخرى، ولكل منها تفاصيلها الخاصة، ويمكن غالباً استخدام التجربة الناجحة والمناسبة كنموذج يتبعه الآخرون، نذكر منها:

1- الترتيب 1: تعزيز التجارة جزء من السياسة التجارية؛ حيث أن وزارة الخارجية ليست منخرطة بشكل مباشر في الدبلوماسية التجارية، والنشاط هو مسؤولية وزارة أخرى. تحتفظ الصين بـ "الخدمة التجارية" التي تتعاون مع السفارة. "الخدمة التجارية"

في أمريكا تتعامل حصرياً فيما يتعلق بقضايا دعم الأعمال التجارية وهي جزء من وزارة التجارة ولكن نشاطها يخضع أيضاً لسلطة السفير ومن خلال وزارة الخارجية.

2- الترتيب 2 و3: الجمع بين الشؤون الخارجية والتجارة؛ تشمل الدول الاسكندنافية، أستراليا، كندا ونيوزيلندا، حيث تفصل بين السياسة التجارية ونشاط ترويج التجارة. لكن كل هذه الدول تجمع الشؤون الخارجية والتجارة في وزارة واحدة وتحافظ على تمثيل منفصل متميز عن خدمتهم الدبلوماسية، على الرغم من أن رؤساء البعثات الدبلوماسية مسؤولون عن كلا النشاطين.

3- الترتيب 4: تخضع آلية التنسيق للتجارة والاستثمار في المملكة المتحدة لكل من وزارة الخارجية ووزارة التجارة والصناعة. الدبلوماسية التجارية كهيكل مركزي في المملكة المتحدة وتضم دبلوماسيون محترفون، ولكن الأنشطة التجارية تستحوذ على معظم الموارد الدبلوماسية للمملكة المتحدة، ويتم تعيين ثلاثة أرباع الموظفين محلياً في السوق المستهدفة.

4- الترتيب 5: إن ترويج التجارة في وزارة الشؤون الخارجية هو "السيد الوحيد" وليس هناك مزيج بين وزارة الشؤون الخارجية والتجارة. قد يكون ثقل المؤسسات كبيراً وبالتالي قد يكون من الصعب تنفيذ الإصلاحات. أيضاً، من المحتمل جداً التنافس بين أسلوب MFA و MT. هذه هي الحالة النموذجية للبلدان النامية الكبيرة أو المتوسطة الحجم.

5- الترتيب 6: هياكل ترويج التجارة المستقلة يتم تفويض CDC للبلدين بشكل أساسي إلى وكالات عامة أو شبه خاصة مدعومة، في حين لا يكون لديهم تبعية هرمية للسفارة ويعملون بشكل مستقل. باعتبار أن السفارة تعالج فقط الشؤون السياسية والبعد السياسي للتجارة. على سبيل المثال، تفوض ألمانيا أنشطة الترويج التجاري الرئيسية لشبكة غرفة التجارة ثنائية القومية. أما اليابان وكوريا الجنوبية فتعتمد على هياكل قوية جداً ومستقلة نسبياً تمارس CDC بحكم الواقع. وهذا هو الحال أيضاً مع شركة ICE الإيطالية. وفي الحالة البرتغالية، يتم ترشيح الدبلوماسية التجارية من قبل وزارة الخارجية وقد يكون أو لا يكون موظفاً مدنياً ولديه تفويض

مزدوج كعضو في السفارة ومدير فرع في منظمة ترويج التجارة (TPO) في السوق المستهدفة. (7)

رابعاً: مصفوفة منطقة النشاط للدبلوماسية التجارية

ظهرت مصفوفة النشاط ومنطقة الأنشطة للدبلوماسية التجارية من خلال البحث التجريبي ومراجعة الأدبيات، حيث تشمل المجالات التي تغطيها خدمات CDC تعزيز التجارة في السلع والخدمات (بما في ذلك السياحة)، حماية حقوق الملكية الفكرية (مثل العلامات التجارية، براءات اختراع حقوق النسخ، وتسمية المنشأ)، الترويج لصورة صنع في البلد الأم وصورة شركات الدولة، تشجيع الاستثمارات الأجنبية المباشرة إلى الداخل والخارج. تشمل أنشطة الدبلوماسية التجارية على 6 فئات أساسية تتمثل في الاستخبارات، التواصل، الإحالة، المناصرة، التنسيق، والخدمات اللوجستية، كما هو موضح في الجدول التالي: (Naray, 2008)

الجدول (1): مصفوفة منطقة النشاط للدبلوماسية التجارية

الترويج للاستثمار الأجنبي المباشر	الترويج ل صنع في.. وصورة الشركة	التعاون في العلوم والتكنولوجيا	حماية حقوق الملكية الفكرية	الترويج للتجارة في السلع والخدمات	المنطقة النشاط
تحديد المستثمرين المحتملين	دراسات الصورة	مراقبة الإنجازات البحثية	الإشراف على انتهاكات حقوق الملكية الفكرية	جمع بيانات تسويق الصادرات	الذكاء
إحاطات للمستثمرين المحتملين	المساهمة في أحداث الترويج ل صنع في..	إعداد مقالات صحفية عن الإنجازات العلمية	العروض خلال حملات التوعية	مؤتمرات الترويج السياحي	الاتصالات
الاقتراب من الرؤساء التنفيذيين بمقترحات	الترويج للعقود الكبيرة أين يكون للصورة الوطنية أهمية	تسهيل الاتصالات بين المختبرات	البحث عن محامين موثوقين في مجال الملكية	تقديم المصدرين المحتملين	الإحالة

الاستثمار			الفكرية		
حماية المستثمرين للبلد الأم في البلد المضيف	الدفاع عن الشركات الوطنية على وجه التحديد من قبل سلطات البلد المضيف	الترويج لصالح المشاريع العلمية المشتركة	الضغط لتعزيز حماية حقوق الملكية الفكرية للبلد الأم	دعم الشركات في إجراءات تسوية المنازعات	المناصرة
تنظيم مشاركة الوزير في ملتقى المستثمرين الخواص	التسيق لحملات صنع في..	تقديم الأطراف لبدء مشاريع البحث والتطوير المشتركة	تسيق الإجراءات القانونية	تنظيم الاجتماعات الممكنة والمحتملة	التعاون
يستخدم أعضاء بعثة ترويج الاستثمار المرافق المكتبية في السفارة	يقوم طاقم وحدة الدبلوماسية التجارية بترجمة مواد الحملات.	السفير او الدبلوماسية التجارية يستضيف مؤتمرا حول تعزيز التعاون العلمي	تقوم السفارة بطباعة وتوزيع المواد التدريبية الخاصة بحملات التوعية	تقدم سكرتارية السفارة خدمات لمؤتمر ترويج التجارة	الخدمات اللوجيستية

المصدر: (Naray, 2008)

المحور الثاني: الجزائر ومنطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية

تعتبر الجزائر من الدول المشددة على ضرورة استكمال مراحل الإنشاء والتطبيق، نظرا لأهمية التكامل الإفريقي والاندماج القاري. حيث عملت على تحقيق الأمن في المنطقة الذي يعد أساس التنمية الاقتصادية، أما على صعيد البنية التحتية ومن أجل ربط بلدان القارة، تسعى إلى استكمال الطريق العابر للصحراء، ومشروع الربط بالغاز بين نيجيريا، النيجر والجزائر.

أولاً: كرونولوجيا إنشاء منطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية

لقدت خطت القارة الإفريقية خطوات حاسمة في مجال المفاوضات الرامية إلى إنشاء منطقة التجارة الحرة القارية The African Continental Free Trade Area (AFCFTA)، وذلك ضمن فعاليات قمة الاتحاد الإفريقي، وفي إطار المراحل التالية:

1- مرحلة وضع التصور: اعتمدت الدورة العادية الثامنة عشرة لمؤتمر رؤساء وحكومات الاتحاد الإفريقي التي عقدت في أديس أبابا بإثيوبيا في يناير 2012 مقررًا بإنشاء منطقة تجارة حرة قارية بحلول تاريخ إرشادي وهو عام 2018، كما اعتمدت القمة خطة عمل لتعزيز التجارة البينية للقارة الإفريقية، التي حددت سبع أولويات تتمثل في السياسة التجارية، تسهيل التجارة، الطاقة الإنتاجية، البنية التحتية ذات الصلة بالتجارة، وتكامل الأسواق، كما اعتمدت خريطة الطريق لتوضيح خطوات الوصول إلى منطقة التجارة الحرة والاتحاد الجمركي.

2- المرحلة التحضيرية: أتت المرحلة التحضيرية من خلال تنظيم اجتماعات تشاورية إقليمية حول منطقة التجارة الحرة القارية لجميع المجموعات الاقتصادية الإقليمية الثمانية المعترف بها من قبل الاتحاد الإفريقي، وذلك في الفترة ما بين مايو ونوفمبر 2014. تم من خلالها التكليف بإجراء الدراسات وإعداد الوثائق الفنية حول مفاوضات منطقة التجارة الحرة القارية، فضلاً عن إشراك القطاع الخاص في المفاوضات، ومحاولة إنشاء مجلس الأعمال الإفريقي ومرصد التجارة.

3- مرحلة إطلاق المفاوضات: عقدت اجتماعات الدورة العادية الـ 25 لقمة الاتحاد الإفريقي خلال الفترة 7-15 جوان 2015 بجنوب إفريقيا، وبعد ثمانية اجتماعات وصل فريق المفاوضات إلى ثلاث نتائج مهمة، شملت صياغة الاتفاقية الإطارية بشأن المنطقة الحرة، والبروتوكول المتعلق بالبضائع، والبروتوكول الخاص المتعلق بالتجارة والخدمات، وتمت الموافقة رسمياً على الوثائق الثلاث، واعتمدها من قبل وزراء التجارة الأفارقة في نيامي عاصمة النيجر في ديسمبر 2017.

4- مرحلة الإعلان: بعد ست سنوات من المفاوضات التي بدأت في عام 2012، وقعت 44 دولة إفريقية الاتفاقية المنشئة لمنطقة التجارة الحرة الإفريقية، وذلك في الاجتماع

الخامس لوزراء التجارة للإتحاد الإفريقي، الذي عقد في كينغالي برواندا في 8-9 مارس 2018، حيث اعتمدت الاتفاقية القانونية التي تشكل منطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية، وعرضت للتوقيع في القمة الاستثنائية العاشرة في 21 مارس 2018، حيث صدر إعلان ختامي يؤكد رغبة الدول أعضاء الإتحاد في تعميق التكامل بين الدول الإفريقية، وصيغت الاتفاقية التي أسست لإطلاق منطقة التجارة الحرة القارية.

5- مرحلة إطلاق المنطقة للتشغيل: في 7 جويلية 2019، أطلقت المرحلة التشغيلية لمنطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية، وأسست الأدوات التنفيذية الخمسة التي تحكم منطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية، وهي: قواعد المنشأ، منتدى التفاوض عبر الانترنت، مراقبة وإزالة الحواجز غير الجمركية، نظام المدفوعات الرقمية، كما افتتحت مفوضية الإتحاد الإفريقي أمانة منطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية في أكرا بغانا.

في أغسطس 2020 عقب الأزمة العالمية التي أحدثتها جائحة كورونا، أجل بدء التجارة من 1 جويلية 2020 إلى 1 جانفي 2021، إلا أنه لا يزال هناك عدد من الجوانب الرئيسية قيد الانتهاء، وتشمل جداول الامتيازات الجمركية، قواعد المنشأ للسلع، وجداول الالتزامات المحددة على الخدمات. وبموجب إجراءات تحرير التعريفات الجمركية، وافقت الدول الأعضاء على تحرير 90% من بنود الرسوم الجمركية في غضون 5 سنوات بالنسبة للدول الإفريقية ونحو 10 سنوات بالنسبة للدول الإفريقية الأقل نمواً، و 7% أخرى من بنود التعريفات الجمركية على المنتجات الحساسة.⁽⁸⁾

ثانياً: أهمية منطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية

تكمن أهمية منطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية في كونها ستكون أكبر منطقة تجارة حرة على مستوى العالم منذ تشكيل منظمة التجارة العالمية، وذلك بالنظر إلى عدد سكان إفريقيا الحالي البالغ 1.2 مليار نسمة والذي يتوقع أن ينمو إلى 2.5 مليار بحلول عام 2050. تكمن المزايا المتوقعة من إنشاء هذه المنطقة فيما يلي:

- زيادة التجارة بين الدول الإفريقية، والتي تتراوح حالياً بين 15-18%

- تحفيز الإنتاج من خلال تطوير سلاسل القيمة الإقليمية لضمان تحفيز التصنيع والمعالجة الزراعية والأنشطة الأخرى في جميع أنحاء القارة، لتزويد السوق الإقليمية والعالمية على حد سواء.

- تعزيز قدرات الشركات الإفريقية للوصول إلى الأسواق العالمية.

- تعزيز الدبلوماسية الاقتصادية والتجارية الإفريقية⁽⁹⁾.

ثالثاً: أهداف منطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية:

تتقسم إلى أهداف إنشاء منطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية إلى أهداف عامة وأخرى محددة تكمن فيما يلي:

1- الأهداف العامة: تتمثل فيما يلي:

- خلق سوق موحدة للسلع والخدمات ميسرة بتقل الأشخاص من أجل تعميق التكامل الاقتصادي للقارة الإفريقية، ووفقاً للرؤية الإفريقية المتمثلة في "إفريقيا متكاملة ومزدهرة ومسالمة" كما وردت في أجندة 2063؛

- خلق سوق محررة للسلع والخدمات من خلال جولات متتالية من المفاوضات تساهم في حركة رأس المال للأشخاص الطبيعيين.

- تسهيل الاستثمارات المبنية على المبادرات والتطورات في الدول الأطراف والمجموعات الاقتصادية الإقليمية؛

- إرساء الأسس لإقامة اتحاد جمركي قاري وسوق مشتركة قارية موحدة في مرحلة لاحقة؛

- تشجيع وتحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية المستدامة والشاملة والمساواة بين الجنسين والتحول الهيكلي للدول الأطراف؛

- تحسين القدرة التنافسية لاقتصاديات الدول الأطراف داخل القارة والسوق العالمية؛

- تشجيع التنمية الصناعية من خلال التنوع، تنمية سلاسل القيمة الإقليمية، التنمية الزراعية والأمن الغذائي؛

- حل تحديات تعدد وتداخل العضوية داخل المجموعات الاقتصادية الإقليمية وتسريع عمليات التكامل الإقليمي والقاري.

- 2- الأهداف المحددة: لأغراض تنفيذ وتحقيق الأهداف المنصوص عليها في المادة 3 من الاتفاق، تتمثل الأهداف المحددة فيما يلي:
- الإلغاء التدريجي للحواجز الجمركية التي تعترض التجارة في السلع؛
 - التحرير التدريجي للتجارة في الخدمات؛
 - التعاون بشأن الاستثمار وحقوق الملكية الفكرية وسياسة المنافسة؛
 - التعاون في جميع المجالات المتصلة بالتجارة؛
 - التعاون في المسائل الجمركية وفي تنفيذ تدابير تسيير التجارة؛
 - إنشاء آلية لتسوية المنازعات فيما يتعلق بالحقوق والواجبات؛
 - إنشاء إطار مؤسسي لتنفيذ وإدارة منطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية وضمن استمراريته (10)

رابعاً: العوائق الرئيسية أمام أداء منطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية

- تسعى اتفاقية إنشاء منطقة التجارة الحرة الإفريقية من خلال بنودها إلى تحقيق جملة من الأهداف للوصول إلى المكاسب المرجوة، غير أن تحقيق هذه الأهداف تعوقه الكثير من الأمور أهمها:
- صعوبة ممارسة الأعمال التجارية في إفريقيا: تواجه الشركات في إفريقيا عقبات متعددة تعرقل ديناميكيته. وقدرتها التنافسية وتحد من ربحيتها وكذا نموها. وقد يصل الأمر أحياناً إلى تهديد استمراريته، حيث أن معظم القيود تؤثر على عمل الشركات وعلى بقائها.
 - ضعف جاذبية الاستثمار الأجنبي المباشر: وتعقد الإطار القانوني الدولي الذي يحكم تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر في إفريقيا، الذي يتألف من إطارين معاهدات الاستثمار واتفاقيات الاستثمار الإقليمية، الأمر الذي يضع بلدان إفريقيا في دائرة النزاعات مع المستثمرين.
 - قصور البنية التحتية: لطالما كانت الطرق والموانئ والسكك الحديدية والممرات مهمة للتكامل الإفريقي الذي يعاني من تأخر بنيته التحتية الصلبة واللوجيستية، ويرجع فقدان شركات الطيران الإفريقية حصتها في السوق إلى عدم التنفيذ الكامل

لقرار ياموسوكرو الأفريقي. الذي جاء إثر اتفاق وزراء النقل الأفارقة عام 1999 على تحرير سوق النقل الجوي الإفريقي لتنفيذ المشاريع الأفريقية المستقبلية، مثل الجوازات الإفريقية الموحدة، وحركة الأشخاص الحرة، وتعزيز دور قطاع الطيران في تنمية البلدان غير الساحلية، مما أدى إلى تفتيت سوق الطيران الإفريقي والمجال الجوي، ولكي يكون الطيران هو الدافع للتكامل السياسي والاقتصادي والاجتماعي لأفريقيا، على النحو المحدد في قرار ياموسوكرو، ينبغي للدول الإفريقية أن تظهر التزامها بالتنفيذ الكامل لهذا القرار.

- الإجراءات التعريفية المعقدة: وفقا لمعاهدة أبوجا كان ينبغي أن تكون جميع التكتلات الاقتصادية في منطقة التجارة الحرة قد أسست قاعدة مشتركة للتعريف الجمركية بحلول عام 2017، إلا أن التكتلات الاقتصادية بالمنطقة لم تلتزم بالاتفاقية وتباين مقدار التعريف الجمركية من تكتل لآخر (11)

لإزالة هذه العوائق والتخفيف منها يمكن للدبلوماسية التجارية لمختلف دول القارة، من خلال التعاون والتنسيق بين التمثيليات الدبلوماسية لأجل توسيع حجم التجارة البينية لدول إفريقيا وزيادة تنافسيتها على المستوى الإقليمي والعالمي.

خامسا: انضمام الجزائر إلى منطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية

إيماننا بأهمية التكامل الاقتصادي الإفريقي، قررت الجزائر بتاريخ 21 مارس 2018، بكيفالي رواندا، التوقيع على اتفاقية منطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية، إضافة إلى البروتوكولات الثلاث المتعلقة بتجارة السلع، وتجارة الخدمات وفض النزاعات.

في هذا الإطار شرعت الجزائر بشكل رسمي في إجراءات التصديق على الاتفاقية القارية وذلك بتاريخ 28 فيفري 2020. وأصدرت في نفس السياق بتاريخ 29 ديسمبر 2020 قانونا متعلقا بالتصديق على الاتفاقية المنشئة لهذه المنطقة الحرة (12)

تعد الجزائر الدولة الأكبر مساحة في إفريقيا، وتمتلك موقعا استراتيجيا هاما على خارطة الاقتصادية والجيوسياسية، كونها تعتبر بوابة إفريقيا والمنفذ الرئيسي للضفة الأخرى من المتوسط، وتتطلع الجزائر للعب دور أكبر ينسجم مع إمكانياتها على المستوى الإفريقي، حيث ستسمح مصادقة الجزائر على الاتفاقية بالمشاركة بشكل

حيث في المفاوضات كدولة طرف في المسائل المتعلقة بتشغيل منطقة التبادل الحر، لاسيما المسائل التي تضل عالقة، وتلك المتعلقة بالقواعد الأصلية وبولوج سوق الخدمات. وتسمح أيضا للجزائر بالحصول على مقعد في مجلس الوزراء لمنطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية، وهي الهيئة المكلفة بتنفيذ مختلف نصوص المنطقة وإعداد المرحلة الثانية للمفاوضات التي ستعالج الملكية الفكرية والمنافسة والاستثمار⁽¹³⁾

المحور الثالث: متطلبات تفعيل الدبلوماسية التجارية الجزائرية لتعزيز جاذبية

الاقتصاد الوطني في إفريقيا

أبدت الجزائر مؤخرا رغبة كبيرة من قبل السلطات العليا للبلاد في تبني خيار تنشيط الآلة الدبلوماسية بما يخدم المصلحة الوطنية من أجل المساهمة في إحداث إقلاع اقتصادي وتحسين صورة البلد في الخارج، والترويج للتجارة والاستثمار.

أولا: التنوع الاقتصادي كخيار استراتيجي

تسعى الجزائر في إطار سياسة التنوع الاقتصادي إلى مراجعة تموقعها الاقتصادي، كخيار استراتيجي يندرج في إطار نظريتها الإصلاحية التي تعتمد على كل القطاعات، وقد دخلت الدبلوماسية الجزائرية منعرجا جديدا وحاسما، بتركيزها على البعد الاقتصادي كما هو معمول به في الدول الكبرى، التي تزوج بين العمل الدبلوماسي والاقتصادي، خدمة لاقتصادها من جهة وللتكيف مع التحولات التي تفرضها الأزمات العالمية، والتي لا تترك أمامها خيارا آخر غير البحث في فرص الاستثمار وهذا ما تؤكد الزيارات المكثفة لرؤساء الدول والدبلوماسيين إلى الجزائر، الذين يكونون عادة مرفقين بعدد هام من رجال الأعمال وأصحاب المؤسسات.⁽¹⁴⁾

ثانيا: جهود الدولة الجزائرية من أجل تنشيط الدبلوماسية الاقتصادية والتجارية

قامت الجزائر بعدة إجراءات من أجل إخراج أعضاء السلك الدبلوماسي من دائرة الدور التقليدي إلى دائرة الدور الاقتصادي والتجاري، من أجل تحسين صورة الاقتصاد الجزائري في الخارج والتي من أهمها:

1- مديرية ترقية ودعم المبادلات الاقتصادية: تشكل مديرية ترقية ودعم المبادلات الاقتصادية حلقة التواصل مع الدوائر الوزارية، ومختلف المؤسسات، والهيئات الوطنية المدعمة لتنمية الاقتصاد فيما يخص تنسيق أعمالها على المستوى الدولي ومرافقة المؤسسات الجزائرية في مساعيها الرامية إلى ولوج الأسواق الخارجية. ويندرج عمل المديرية في إطار الصلاحيات المخولة لها والمقاربة الجديدة المنتهجة من قبل السلطات العمومية، الهادفة إلى تنويع الاقتصاد الوطني للخروج من التبعية للمحروقات وترقية جاذبيته للاستثمارات الأجنبية. وتتمثل مهامها الرئيسية في:

- التزويد بالمعلومات والتحليل الاقتصادية اللازمة لدخول الأسواق الخارجية ودعم مجهودات المؤسسات الجزائرية في هذا المجال؛
- إعداد مذكرات ظرفية في مجال التجارة الدولية موجهة للشركات والمؤسسات والهيئات والوزارات المعنية؛
- المساهمة في تنفيذ سياسة دعم وترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات؛
- ترقية المبادلات التجارية الدولية للجزائر؛

2- مكتب الإعلام وترقية الاستثمارات والصادرات: يعد مكتب الإعلام وترقية الاستثمارات والصادرات المتواجد على مستوى مقر وزارة الشؤون الخارجية فضاء مخصصا للمتعاملين الاقتصاديين الجزائريين، بما في ذلك أبناء الجالية الوطنية بالخارج الناشطين في عمليات التصدير أو الشراكة مع المتعاملين الأجانب. وتتمثل المهام الأساسية للمكتب في:

- تنظيم دورات تكوينية وندوات وأيام دراسية وملتقيات وبعثات اقتصادية بالتعاون الوثيق مع القطاعات الوزارية والهيئات المعنية.
- استقبال المتعاملين بموعد مسبق في فضاء مريح قصد إفادتهم وتزويدهم بالنصوص القانونية للبلدان المستهدفة، الولوج إلى الأسواق الخارجية، المناقصات الدولية، اقتراحات الشراكة، البعثات الاقتصادية والمعارض بالخارج.
- المرافقة في المراحل النهائية لعمليات التصدير.

3- شبكة المكلفين بالشؤون الاقتصادية والتجارية على مستوى التمثيليات الدبلوماسية والقنصلية: حيث تم وضع شبكة المكلفين بالشؤون الاقتصادية والتجارية على مستوى التمثيليات الدبلوماسية والقنصلية بالخارج تحت تصرف المتعاملين الاقتصاديين، من أجل مرافقتهم في عملياتهم التصديرية للمنتجات الجزائرية، ومن أجل ولوج الأسواق الخارجية، من خلال وضع أرقام هواتفهم والبريد الإلكتروني للتواصل على مستوى البوابة الخاصة بالدبلوماسية الاقتصادية لوزارة الشؤون الخارجية، بإجمالي 47 مكلف في فيفري 2021 تختلف رتبهم بين وزير مفوض، ملحق الشؤون الخارجية، سكرتير وزير الشؤون الخارجية، مستشار الشؤون الخارجية، موزعين حسب المناطق كالتالي:

- منطقة إفريقيا: 15 مكلف، الدول العربية: 6
 - أوروبا: 16 مكلف من بينها 10 في فرنسا لوحدها؛
 - منطقة آسيا: 03 متواجدين في أندونيسيا، إيران، ماليزيا؛
 - منطقة أمريكا: 04 موزعين على: كندا، شيلي، فنزويلا، إكوادور. (15)
- إضافة إلى إقامة معارض ومؤتمرات للتعريف بالمنتجات الوطنية، من خلال الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية والشركة الوطنية للمعارض، وأيضا الصندوق الوطني لتأمين التجارة الخارجية. والزيارات الميدانية لمناطق النشاط للتعريف بمختلف المنتجات بما في ذلك الزراعية بحضور سفراء وممثلي دول أجنبية بالجزائر.

ثالثا: تحديات ومتطلبات تفعيل الدبلوماسية التجارية في الجزائر

يمكن تقسيم التحديات التي تواجه الدبلوماسية التجارية الجزائرية والمتطلبات التي يجب على أصحاب القرار في الجزائر التركيز عليها إلى :

1- **متطلبات عامة:** وهي متطلبات تعنى بمناخ الأعمال، تعمل على تيسير الأعمال التجارية بين الجزائر وباقي دول العالم، بالخصوص الدول الإفريقية، ممثلة أساسا فيما يلي:

- ضرورة تعاون الجزائر مع دول الجوار لتأمين المعابر الحدودية بين الجزائر، ليبيا، موريطانيا ودول الساحل.



- توفير بنية تحتية ونظام لوجستي متطور، يساهم إلى حد كبير في توفير إمدادات التصنيع، نقل المنتجات وضمان وصولها إلى المستهلك العالمي في الوقت المحدد وبأسعار تنافسية. فنجد أن الجزائر تواجه تحدي استكمال ميناء الحمداية، استكمال الطريق العابر للصحراء، إنشاء المناطق الحرة التجارية على الحدود المالية، الموريتانية والليبية، إقامة فروع للبنوك الجزائرية في الخارج لضمان العمليات التصديرية خاصة في الدول الإفريقية.

- توسيع دائرة الإنتاج الزراعي، الصناعي بإنشاء قاعدة صناعية وشركات فلاحية يوجه إنتاجها للتصدير، بشرط أن تكون هذه المنتجات مطابقة لمعايير السلامة ومقاييس الجودة المعمول بها لضمان استمرارية العملية التصديرية.

2- متطلبات خاصة: هي متطلبات خاصة بالجهاز الدبلوماسي وآلية عمل مؤسسات الدبلوماسية التجارية، المتمثلة في:

- ضرورة توسيع شبكة المكلفين بالشؤون الاقتصادية والتجارية أكثر كفاءة وفعالية ونشرها في مختلف دول العالم خاصة الدول الإفريقية منها؛

- تكوين أعضاء السلك الدبلوماسي في مجال إدارة الأعمال والشؤون الاقتصادية خاصة في مجال التسويق للقيام بدراسات سوقية ميدانية، تمكن من تشخيص الطلب في الدول المضيفة وتقديم فرص تصديرية للمتعاملين الجزائريين؛

- تخصيص ميزانية كافية لعمل الجهاز الدبلوماسي بكل أريحية، مع الأخذ بعين الاعتبار المقارنة بين التكلفة والإيرادات المتوقعة مستقبلا للاقتصاد الجزائري، أي تكلفة البحث والتسويق في حالة ما إذا قامت بها كل مؤسسة بمفردها؛

- إنشاء مكاتب التمثيل التجاري على مستوى السفارات والقنصليات في الخارج ووكالات ترويج التجارة والاستثمار للترويج للصادرات الجزائرية والاستثمار الوافد والوارد والقيام بأنشطة أخرى مثل؛ حماية مصالح المتعاملين الاقتصاديين الجزائريين، كحماية الملكية الفكرية، والتدخل في حل النزاعات التجارية؛

- وضع إطار مؤسسي وتشريعي واضح لعمل الدبلوماسية التجارية، يحدد صلاحيات كل من وزارة الخارجية، وزارة التجارة وترقية الصادرات وكل المؤسسات الداعمة والمراقبة المتمثلة في الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية، الوكالة

الجزائرية لترقية الاستثمار وفتح فروع لكل منها في الخارج، لما لا دمجها في هيكل واحد؛

- تكثيف حضور المكلفين بالشؤون الاقتصادية والتجارية في المعارض الإقليمية والدولية لمرافقة المتعاملين الاقتصاديين والتحضير لهذه التظاهرات.

- توسيع إنشاء مجالس الأعمال المشتركة للرفع من حجم التبادل التجاري؛

خاتمة:

تعد الدبلوماسية التجارية جزءا من الدبلوماسية الاقتصادية، والتي تعنى بنشاطات الترويج للصادرات، الاستثمار الأجنبي، الاتصال وتقديم المعلومات، مناصرة وحماية مصالح المتعاملين الاقتصاديين في منازعاتهم التجارية، مرافقة الشركات الوطنية والمصدرين لولوج الأسواق الخارجية، والترويج لصورة البلد الأم في الخارج.

تلعب الدبلوماسية التجارية دورا مهما في إزالة العوائق الجمركية، وغير الجمركية التي تحد من حجم المبادلات البينية بين الدول الإفريقية، ما يساهم في دعم التكامل الإقليمي في القارة الإفريقية، وتمكين دول القارة من تحقيق مزايا التكامل والاندماج في الاقتصاد العالمي.

تواجه الدبلوماسية التجارية في الجزائر تحديات عديدة، بالرغم من الإصلاحات التي قامت بها مؤخرا إلا أنها تعد غير كافية للرفع من أداء الجهاز الدبلوماسي، وما يرافقه من متطلبات الإصلاح التي نقدمها كمقترحات لتفعيل والرفع من أداء الدبلوماسية التجارية الجزائرية:

- توفير مناخ الاستثمار المناسب لعمل الشركات الأجنبية من بيئة قانونية، وبنية تحتية ولوجيستية؛

- ضرورة توفير منتجات قابلة للتصدير منافسة للمنتجات العالمية ومطابقة لمعايير السلامة؛

- ضمان استمرارية الإنتاج من أجل التصدير للحفاظ على الحصة السوقية في البلد المستهدف؛

- رقمنة القطاعات ووضع البطاقة الوطنية للمنتجات الوطنية؛



- تكوين الدبلوماسيين في مجال الاقتصاد، والتجارة الدولية، والأعمال الدولية؛
- توسيع شبكة الدبلوماسيين المكلفين بالشؤون الاقتصادية والتجارية؛
- مرافقة المتعاملين الاقتصاديين والمصدرين في عملياتهم التصديرية وتوعيتهم وتكوينهم في مجال الاستيراد والتصدير؛
- التنسيق بين مختلف الأجهزة في الدولة ومختلف الوزارات وفق استراتيجيات وطنية واضحة؛
- تشجيع الجالية الجزائرية للترويج للمنتجات الوطنية وإسهامها في نقل التكنولوجيا؛
- إقامة وكالات ترويج التجارة على مستوى الدول الإفريقية لتعزيز التواجد الدائم، والاحتكاك المباشر بالمستهلك الأجنبي، ومعرفة احتياجاته، والقيام بدراسات سوقية لصالح المتعاملين الجزائريين، وهذا تحت إشراف المكلفين بالشؤون الاقتصادية والتجارية على مستوى السفارات والقنصليات المتواجدة بالبلد المضيف.

الهوامش والمراجع:

- (1)- Ruël, H., Gesink, T., & Bondarouk, T: (Electronic commercial diplomacy: A research model and an empirical analysis of embassy websites, International Journal of Diplomacy and Economy, 2015, (299-329) <https://doi.org/10.1504/IJDIPE.2015.073933>
- (2)- National, K., & Hetman: transformation of ukraine ' s commercial diplomacy : reshaping the MODEL, 2017. 3(4), (280-288).
- (3)- Inayah, A: Commercial Diplomacy to Increase Exports of Lampung Cocoa Commodities in the European Union Market, 2022, (65-73)
- (4)- The belarusian State Economic University: commercial diplomacy and international trade negotiation, 2019.
- (5)- Maru, E, N: Commercial diplomacy in international business at Kenya high commission in Kampala, Uganda, 2013,(1-35)
- (6)- Maharani, P: Commercial Diplomacy on Export Performance. Internasional Institute of Social Studies. 2015
- (7)- Naray, O: Commercial Diplomacy : A Conceptual Overview, 7th World Conference of Trade and Promotion Organizations, 2008, (1-16)
- (8)- جيهان عبد السالم عباس: منطقة التجارة الحرة القارية ومستقبل التكامل الإقليمي في إفريقيا، متابعات إفريقية، مركز الفيصل للبحوث والدراسات الإسلامية، العدد 13، 2021، (33-34).
- (9)- محمد زكريا فضل: منطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية: الفرص والتحديات، مجلة قراءات إفريقية، العدد 46، 2020، (66).

(10) - الاتفاق المؤسس لمنطقة التجارة الحرة الافريقية

<https://au.int/sites/default/files/treaties/36437-treat>

(11) - دلال عرامة، ذهبية لطرش: دور منطقة التجارة الحرة القارية الافريقية في تعزيز اندماجها في سلاسل القيمة العالمية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، المجلد 21، العدد 1، 2021، (224).

(12) - وزارة الشؤون الخارجية والجمالية الجزائرية بالخارج.

<http://www.mae.gov.dz/Zone-de-libre-echange-AR.aspx> Consulté le 03 06, 2022

(13) - أحمد حيدوسي: دراسة استشرافية لمستقبل الجزائر في منطقة التبادل الحر الإفريقية، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، المجلد 10، العدد 1، 2021، (195-196)

(14) - فيروز مزياني: الدبلوماسية الاقتصادية الجزائرية في ظل التحولات الإقليمية والدولية، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، المجلد 08، العدد 15، 2019، (203).

(15) - موقع وزارة الشؤون الخارجية والجمالية الجزائرية بالخارج

<http://www.mae.gov.dz/Diplomatie-Economique-AR.aspx>

الإختصارات:

- CDC: Commercial Diplomacy
- EPA: Export Promotion Agency
- MFA: Ministry Of Foreign Affairs
- ICE: Italian Company For Export
- MT: Ministry Of Trade
- TPO: Trade Promotion Organisation

