



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة بلحاج بوشعيب – عين تموشنت



معهد العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية

قسم العلوم المالية و المحاسبة

تخصص: مالية مؤسسة

مذكرة نهاية الدراسة لنيل شهادة الماستر

بعنوان :

الاستثمار الأجنبي المباشر ودوره في ترقية القطاع السياحي في دول المغرب العربي

تحت إشراف الأستاذ :

مطهري كمال

من إعداد الطالب :

• العفيفي محمد

اللجنة المناقشة :

رئيسا	جامعة عين تموشنت	أستاذ محاضر - أ -	د. سي محمد كمال
مشرفا	جامعة عين تموشنت	أستاذ مساعد - ب -	د. مطهري كمال
مناقشا	جامعة عين تموشنت	أستاذ محاضر - أ -	د. وراة فؤاد

السنة الجامعية : 2021/2020

دعاء من القرآن الكريم

رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَا إِنْ نَسِينَا أَوْ أَخْطَأْنَا رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ
عَلَيْنَا إِصْرًا كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى الَّذِينَ مِنْ قَبْلِنَا رَبَّنَا وَلَا
تُحْمَلْنَا مَا لَا طَاقَةَ لَنَا بِهِ وَاعْفُ عَنَّا وَارْحَمْنَا
أَنْتَ مَوْلَانَا فَانصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ ﴿٢٨٦﴾

اللهم آمين

(البقرة / 286)

الشكر

احمد الله عز و جل الذي من علي بفضلله و أعانني علي إتمام هذا العمل ، كما اسأله الهداية و التوفيق في أبحاثي مستقبلا.

لا يسعني إلا أن أتقدم بالشكر الجزيل و الامتنان للأستاذ المحترم السيد مطهري كمال الذي تكرم بإشرافه لانجاز هذه المذكرة و كان لي خير مرشد في هذا العمل.

كما لا يسعني إلا أن اشكر اللجنة المناقشة ، كل من الأستاذ المحترم سي محمد كمال و الأستاذ المحترم وراذ فؤاد بتقييم عملي هذا بتصحيحه و إثرائه و أتوجه بالشكر إلى كل أساتذة و موظفي جامعة عين تموشنت .

و في الأخير اشكر الصديق بلايلي عبد الرحيم ، و كل من ساعدني من قريب او بعيد في هذا العمل المتواضع ، إما بالعون أو النصيحة أو حتى بالكلمة الطيبة.

الإهداء

خير ما افتتح به اهدائي هو دعاء الله عز وجل و خير الدعاء قول : "اللهم اني اسألك خير مسألة و خير الدعاء و
خير النجاح و خير العلم و خير العمل و خير التواب "
الحمد لله الذي نحمده و نستعين به و نستغفره و نشكره لتوفيقني في اتمام هذا العمل المتواضع و اهدي ثمره جهدي
هذا :

الى اغلى امرأة في الكون الى قرة العين جوهرة الفؤاد و منبع الحنان و العطاء الى التي منحتني طريقة التعلم و تجاوز

الصعاب و التي رافقتني بدعائها

اليك يا اغلى من نفسي يا امي الغالية

الى منبع الرجولة و الشهامة الى من علمني الشموخ و الصمود ،والذي العزيز

الى التي احاطتني بالحب و الرعاية و اسقتني الحنان طوال السنوات الدراسية

الى زوجتي وسام صارة

الى قرة اعيني ابنائي ريان نصر الله و عديل

الى من اقرهن و اعزهن اخواتي العزيزات فريدة ، ليلي ، منى حياة ، فاطمة

الى الكتاكيت فريال ،رانية ، محمد الامين ،نريمان ،وسيم ،ملاك

الى اعز الاصدقاء مصطفى ، ابراهيم ، هواري

الى اصدقاء الدرب الدراسي الجامعي ابراهيم ، اسماعيل ،انس

الى كل الاصدقاء عمال بريد الجزائر

الى كل الاصدقاء و الاهل و الاحباب

الى كل طلبة دفعة 2019-2020 ، 2020-2021

قسم العلوم المالية و المحاسبية

تخصص مالية مؤسسة

- الفهرس -

أ.....	المقدمة العامة.....
1.....	الفصل الأول: الإطار النظري للاستثمار الأجنبي المباشر.....
2.....	تمهيد.....
3.....	المبحث الأول: تحديد المفاهيم.....
3.....	المطلب الأول: مفهوم الاستثمار الأجنبي المباشر.....
5.....	المطلب الثاني: أشكال الاستثمار الأجنبي المباشر.....
7.....	المطلب الثالث: التصنيفات الجديدة للاستثمار الأجنبي المباشر.....
9.....	المبحث الثاني: النظريات المفسرة للاستثمار الأجنبي المباشر.....
10.....	المطلب الأول: النظريات الكلاسيكية والنيوكلاسيكية.....
13.....	المطلب الثاني: نظريات المنظمات الصناعية وعدم كمال السوق.....
16.....	المطلب الثالث: النظرية الانتقائية لجون دينينج.....
19.....	المطلب الرابع: نظرية المدرسة اليابانية.....
23.....	المبحث الثالث: آثار اجتذاب الاستثمار الأجنبي المباشر على اقتصاديات البلدان المضيفة.....
24.....	المطلب الأول: أثر الاستثمار الأجنبي المباشر على مستوى العمالة.....
26.....	المطلب الثاني: أثر الاستثمار الأجنبي المباشر على ميزان المدفوعات.....
29.....	المطلب الثالث: أثر الاستثمار الأجنبي المباشر على النمو الاقتصادي في البلدان المضيفة.....
30.....	المبحث الرابع: مفهوم وأشكال الحوافز الممنوحة للاستثمار الأجنبي المباشر.....
30.....	المطلب الأول: مفهوم الحوافز الممنوحة للاستثمار الأجنبي المباشر.....
36.....	المطلب الثاني: أشكال حوافز الاستثمارات.....
37.....	المطلب الثالث: اتجاهات السياسة العامة المرتبطة بالحوافز.....
40.....	المطلب الرابع: المبادئ العامة لوضع ومنح الحوافز الاستثمارية.....
43.....	خلاصة الفصل الأول.....
44.....	الفصل الثاني: إستراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي.....
45.....	تمهيد الفصل.....
46.....	المبحث الأول: إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر.....
46.....	المطلب الأول: التعريف بالإستراتيجية السياحية في الجزائر آفاق 2030.....

51.....	المطلب الثاني :أهداف المخطط الاستراتيجي للتنمية السياحية أفاق 2030
55.....	المطلب الثالث: الآليات الخمس لتطوير السياحة الى غاية 2030
57.....	المبحث الثاني: إستراتيجية التنمية السياحية في تونس
58.....	المطلب الأول:الأهداف العامة للتنمية السياحية
59.....	المطلب الثاني : الأهداف الكمية
61.....	المطلب الثالث: أدوات تنفيذ استراتيجية التنمية السياحية.
63.....	المبحث الثالث:إستراتيجية التنمية السياحية في المغرب
65.....	المطلب الأول:الأهداف العامة للاستراتيجية السياحية في المغرب
66.....	المطلب الثاني: الأهداف الكمية والنقدية للإستراتيجية المغربية للسياحة.
68.....	المطلب الثالث: أدوات واليات تنفيذ الإستراتيجية السياحية في المغرب.
74.....	خلاصة الفصل الثاني.
75.....	الفصل الثالث: تقييم أداء دول المغرب العربي في جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة.
75.....	تمهيد
76.....	المبحث الأول: معوقات الاستثمار في بلدان المغرب العربي
76.....	المطلب الأول: معوقات الاستثمار في الجزائر
78.....	المطلب الثاني: معوقات الاستثمار في المغرب
80.....	المطلب الثالث: معوقات الاستثمار في تونس
83.....	المبحث الثاني: السياسات المقترحة لجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة إلى دول المغرب العربي
83.....	المطلب الأول: السياسات المتعلقة بالإطار التنظيمي و التشريعي.
85.....	المطلب الثاني: تحسين بيئة الاستثمار العام.
87.....	المطلب الثالث: السياسات المتعلقة بانتهاج التدابير الاستباقية وتقنيات الترويج المستهدف للاستثمار
89.....	المطلب الرابع: السياسات المتعلقة بتقديم الحوافز الجيدة والإعفاءات الموجهة.
90.....	المبحث الثالث : حصة الاستثمارات السياحية من مجموع الاستثمار الإجمالي في دول المغرب العربي
95.....	خلاصة الفصل الثالث.
96.....	الخاتمة العامة و الاقتراحات.
97.....	قائمة المراجع

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
1.	دخول الأسواق بحسب توفر المزايا تبعاً للنموذج الانتقائي.	18
2.	مخرجات رؤوس الأموال الأجنبية الناتجة عن تحويل الأرباح من الدول النامية إلى الخارج	28
3.	أشكال الحوافز المالية الممنوحة للاستثمار الأجنبي المباشر	33
4.	أشكال الحوافز التمويلية والحوافز الأخرى الممنوحة للاستثمار الأجنبي المباشر	34
5.	التغيرات في النظم الوطنية الخاصة بالاستثمار الأجنبي المباشر للفترة 2000-2005 .	35
6.	خطة الأعمال بالأرقام لسنة 2015	53
7.	المشاريع قيد الإنجاز بالأقطاب السياحية للامتياز	54
8.	توزيع القرى السياحية للامتياز على الأقطاب السياحية للامتياز	56
9.	تقديرات السواح القادمين إلى تونس للفترة (2001-2016)	61
10.	تقديرات السياح القادمين إلى تونس للفترة (2001-2016)	62
11.	تقديرات متوسط مدة الإقامة لكل سائح حسب المناطق للفترة (2001-2016)	63
12.	تقديرات الليالي السياحية للفترة 2001-2016 وفق السيناريو A معدل النمو مرتفع	64
13.	تقديرات الليالي السياحية للفترة 2001-2016 وفق السيناريو B معدل النمو منخفض	65
14.	تقدير الاحتياجات في عدد الأسرة حسب المناطق للفترة (1999-2016)	66
15.	حجم العمالة المرافقة لتنفيذ الخطة (1999-2016)	67
16.	مراحل السياسة السياحية في المغرب من (1918 - 2011)	71
17.	الأهداف الكمية والنقدية لرؤية 2010 الفترة (2001-2010)	73
18.	الأهداف الكمية والنقدية لرؤية 2020 الفترة 2011-2020	75
19.	المحطات الزمنية لتقييم رؤية 2020	76

- 78 20. مشاريع المخطط الأزرق للسياحة الشاطئية "رؤية 2010
- 84 25. معايير دخول ومعاملة وحماية الاستثمار الأجنبي المباشر
- 91 26. مقارنة حجم الاستثمار السياحي في دول المغرب العربي سنة 2018
- 92 27. حصة القطاع السياحي من الاستثمارات الأجنبية المباشرة في دول المغرب العربي للفترة

2018 - 2003

مقدمة عامة

المقدمة :

يكتسي موضوع الاستثمار الأجنبي المباشر أهمية بالغة في اقتصاديات الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، ويعتبر عاملا مكملا للاستثمار المحلي في تحقيق النمو والتنمية، لذا تتنافس معظم البلدان على استقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر بالشكل الذي يؤدي إلى زيادة نصيبها منه، و يحقق التوافق مع الإمكانيات والأهداف الوطنية للبلدان المضيفة له . ولتحقيق هذه الغاية، شرعت هذه الدول في سن التشريعات وتنفيذ السياسات وتصميم الحوافز الجاذبة بهدف تحسين المناخ العام للاستثمار. وقد أدت هذه العوامل إلى تركيز تدفقات الاستثمارات الأجنبية بداية من التسعينيات من القرن الماضي-في الدول التي حققت نتائج إيجابية وقطعت أشواطاً معتبرة في تطبيقها لمتطلبات التحول في مناخ الاستثمار العالمي، ويعتبر جذب الاستثمار الأجنبي المباشر من القضايا ذات الأهمية لدول المغرب العربي نظرا للمنافع التي يولدها مقارنة بالأنواع الأخرى من تدفقات رؤوس الأموال الخارجية، حيث لا تقتصر أهميته على أنه مجرد آلية لجذب التدفقات المالية الأجنبية، وإنما يؤمل في أن يؤدي إلى الإسهام في قاعدة الأصول غير المنظورة كتنقل التكنولوجيا الحديثة وأنظمة الإدارة المتقدمة وتدريب القدرات البشرية وزيادة القدرة التنافسية للدول المضيفة .

وفي هذا السياق، قامت الدول المغاربية الثلاث الجزائر، تونس والمغرب بإصلاحات اقتصادية ترمي إلى توفير المناخ الاستثماري الملائم ووضع آليات متنوعة من بينها نظام الحوافز الذي يهدف إلى تحسين البيئة الاستثمارية بوجه عام وزيادة إمكانيات هذه البلدان للحصول على القدر اللازم من الاستثمار الأجنبي المباشر خاصة في المجال السياحي . وتشير إحصاءات المنظمة العالمية للسياحة إلى أن السياحة تساهم بما يقارب من 10 % من الناتج المحلي الإجمالي العالمي، وتمثل نسبة 7 % من الصادرات العالمية ونسبة 30 % من صادرات الخدمات ، من نسبة وبلغت الاستثمار السياحي 4,3 % من مجموع الاستثمار العالمي . وتوفر السياحة حالياً أكثر من 276 مليون منصب شغل مباشر وغير مباشر، أي ما يعادل 4.9 % من مجموع العمالة العالمية . كما يتوقع أن يصل عدد السياح بنهاية عام 2030 إلى أكثر من 8,1 مليار سائح ، بمعدل نمو متوقع يصل إلى 3,3 % سنويا خلال الفترة الممتدة من 2020 إلى 2030 .

مما سبق، تبين الأهمية الاقتصادية للسياحة على مستوى الاقتصاد الدولي، والآثار المباشرة وغير المباشرة التي يولدها هذا القطاع على مختلف المتغيرات الاقتصادية العالمية والمحلية ، ولاسيما الناتج المحلي الإجمالي وتوفير مناصب الشغل وتقليل حدة الفقر ، وبالتالي تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية للبلدان بشكل مستدام ، وذلك بغض النظر عن اختلاف مستويات النمو الاقتصادي لهذه البلدان(النامية والمتقدمة على حد سواء).

ويتم تقييم الأهمية الاقتصادية للسياحة من خلال قياس مساهمتها النسبية في الناتج المحلي الإجمالي و أثرها السلبي أو الايجابي على ميزان المدفوعات وحجم فرص العمل المولدة داخل الاقتصاد الوطني الناتجة عن النشاط السياحي بوجه عام. ونظرا للأهمية الاقتصادية للسياحة التي أكدتها الكثير من الدراسات والهيئات الدولية ذات الصلة، فقد قامت بلدان المغرب العربي -موضوع المقارنة- بإعداد وتنفيذ استراتيجيات وطنية لتنمية القطاع السياحي، تهدف -في المقام الأول- إلى تفعيل أداء



القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني ، ومحاولة الرفع من نسبة مساهمة هذا القطاع في التنمية الاقتصادية والاجتماعية ، مقارنة بباقي القطاعات الاقتصادية الأخرى.

أولاً: إشكالية الدراسة .

تعاني بلدان المغرب العربي من مشكل توفير القدر اللازم من رأس المال لتمويل احتياجات التنمية الاقتصادية والاجتماعية، ونظراً لأن رأس المال المحلي لا يكفي لوحده لتغطية ذلك العجز فإنها لجأت إلى الاستثمار الأجنبي المباشر، ولتحقيق هذه الغاية قامت بوضع منظومة من الحوافز الممنوحة للاستثمار التي تهدف إلى زيادة جاذبية المناخ الاستثماري في مجال السياحة في المنطقة، وفي هذا الإطار يطرح موضوع البحث التساؤل الرئيسي الآتي :

إلى أي مدى يساهم الاستثمار الأجنبي المباشر في تنمية القطاع السياحي في دول المغرب العربي؟

وتندرج تحت هذه الإشكالية جملة من التساؤلات الفرعية الآتية :

1- ما هي طبيعة الحوافز الممنوحة للاستثمار الأجنبي المباشر في الدول المغاربية ؟ وما هو تأثيرها على حجم التدفقات الواردة إلى هذه المنطقة ؟

2- ما مدى مساهمة الاستثمارات الأجنبية المباشرة في القطاع السياحي؟

3 - هل تلقت بلدان المغرب العربي حجماً من الاستثمارات الأجنبية المباشرة يتوافق مع قدراتها وإمكاناتها؟

4 - ما هي الاستراتيجيات السياحية التي تبنتها دول المغرب العربي لتنمية قطاعها السياحي؟

5 - ما هو واقع الاستثمارات السياحية الوطنية و الأجنبية في بلدان المغرب العربي؟

ثانياً: فرضيات الدراسة.

انطلاقاً من الإشكالية الرئيسية المطروحة آنفاً، تبني الباحث الفرضيات التالية :

1- مناخ الاستثمار في دول المغرب العربي يحتاج إلى محفزات لجذب الاستثمارات الأجنبية في شتى المجالات .

2 - الاستثمار الأجنبي له دور فعال في تطوير و ترقية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي

3- إستراتيجية التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي لم تحقق الأهداف المخططة لها بعد .

ثالثاً: أهمية البحث ومبررات اختيار الموضوع.

تسعى بلدان المغرب العربي -الجزائر تونس والمغرب - إلى جلب الاستثمار الأجنبي المباشر في مجال السياحة باعتباره من الوسائل المهمة لتمويل احتياجات التنمية من ناحية، وأداة من أدوات نقل التكنولوجيا وتوطينها بما في ذلك أساليب نظم الإدارة الحديثة من ناحية أخرى، لذا تكمن أهمية البحث فيما يلي:

1 -تزايد الاهتمام بموضوع تحفيز الإستثمار الأجنبي المباشر قصد تنويع مصادر الثروة والدخل في دول المغرب العربي .

2 -إبراز الدور الذي تلعبه الاستثمارات الأجنبية في تنمية قطاع السياحة في بلدان المغرب العربي

3 - مساهمة قطاع السياحة في تشكيل الناتج المحلي الإجمالي وزيادة فرص العمل وتوفير النقد الأجنبي



4- تلعب الاستثمارات الأجنبية المباشرة دورا مهما في إنجاح عمليات الخصخصة، وتنشيط السوق المالي، وتوفير البيعة الملائمة لإنجاح سياسات الإصلاح الاقتصادي في عديد البلدان النامية.

أما مبررات اختيار الباحث لهذا الموضوع فتكمن فيما يلي :

1- رغبة الباحث في معالجة هذا الموضوع بسبب الاهتمام المتزايد خاصة في الآونة الأخيرة من قبل السلطات العامة بالاستثمار السياحي نظرا للدور الذي يلعبه القطاع في التنمية الاقتصادية

2- أهمية قطاع السياحة في التنوع الاقتصادي والاتجاه نحو التقليل من الاعتماد الكلي على قطاع المحروقات في تحقيق القيمة المضافة داخل الاقتصاد الوطني

3- محاولة تسليط الضوء على قدرات دول المغرب العربي في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر في مجال السياحة و الاستفادة من تجارب الدول موضوع المقارنة -تونس والمغرب - والنتائج التي حققتها كل دولة نتيجة اهتمامهما بالقطاع السياحي.

رابعا: أهداف البحث .

يهدف البحث إلى :

- 1- دراسة الإطار النظري للموضوع من خلال عرض النظريات التي حاولت تفسير ظاهرة الاستثمار الأجنبي المباشر .
- 2- مقارنة الحوافز الممنوحة للاستثمار الأجنبي المباشر وإبراز مدى مساهمتها في جذب الاستثمارات نحو بلدان المغرب العربي
- 3- عرض حصيلة تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر الوارد إلى منطقة المغرب العربي .
- 4- توضيح مفهوم الاستثمارات السياحية (الوطنية والأجنبية) وتوزعها على قطاع السياحة في بلدان المغرب العربي.
- 5- تقديم مجموعة من الاقتراحات التي تساعد على تحسين مناخ الاستثمار وزيادة تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر .

خامسا: منهج البحث وأدواته .

في محاولة للإجابة على الإشكالية المطروحة في البحث، واختبار مدى صحة الفرضيات، فقد اعتمد الباحث على الجمع بين المنهج الوصفي التحليلي لتشخيص وتحليل وتفسير ظاهرة الاستثمار الأجنبي المباشر والمنهج الإحصائي المقارن قصد القيام بمقارنة وضع دول المغرب العربي فيما بينها ، أما الأدوات المستخدمة في البحث، فقد اعتمدت هذه الدراسة على العديد من الكتب والمراجع العربية والأجنبية الخاصة بالموضوع، بالإضافة إلى المراجع الالكترونية المتوفرة من هيئات الاستثمار في بلدان المغرب العربي، وكذا التقارير الصادرة عن المنظمات الدولية ذات الصلة.

سادسا: هيكل الدراسة .

يتضمن هيكل الدراسة أربعة فصول جاءت في إطار التقسيم المقترح، الذي يتوخى الوصول إلى أهداف البحث والإجابة على التساؤلات المطروحة في الإشكالية .

تضمن الفصل الأول الإطار النظري للاستثمار الأجنبي المباشر وجاء في أربعة مباحث تناول المبحث الأول مفهوم الاستثمار الأجنبي المباشر، أشكاله المختلفة وأنماطه الجديدة، أما المبحث الثاني، فتناول النظريات المفسرة للاستثمار الأجنبي



المباشر، واشتمل المبحث الثالث تحليل آثار الاستثمار الأجنبي المباشر على بعض المتغيرات الاقتصادية في الدول المضيفة، وخصص المبحث الرابع لتعريف الحوافز موضوع الدراسة وأشكالها المختلفة والآراء المتباينة بشأنها والمبادئ العامة المرتبطة بها. أما الفصل الثاني من البحث، فقد تطرقنا فيه إلى عرض تفصيلي لاستراتيجيات التنمية السياحية التي تبنتها دول المغرب العربي من أجل ترقية قطاعها السياحي وجعله واحدا من أهم القطاعات المولدة للنمو الاقتصادي ومحركا للتنمية الاقتصادية والاجتماعية في هذه البلدان. وكذلك الإستراتيجية السياحية في الجزائر أفاق 2030، إضافة إلى أهداف المخطط الوطني للتهيئة السياحية و أخيرا الآليات الخمسة لتطوير السياحة.

أما الفصل الثالث و الأخير أبرزنا فيه أوجه القصور التي يعاني منها مناخ الاستثمار في دول المغرب العربي و المعوقات التي تحول دون تدفق الاستثمارات الأجنبية المباشرة إلى هذه المنطقة ؟ ما الذي يجب على متخذي القرار في هذه البلدان القيام به لتدارك الوضع وتحسين بيئة الاستثمار، و ما هي السياسات المقترحة في هذا المجال و ما هو موقع الاستثمارات السياحية من مجموع الاستثمار الإجمالي في دول المغرب العربي.

سابعا: صعوبات البحث .

واجهت الباحث مجموعة من الصعوبات تتمثل أساسا فيما يلي :

- 1- قلة الإحصائيات المتعلقة بالتوزيع القطاعي للاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر بالإضافة إلى عدم دقتها و تضاربها في بعض الأحيان.
- 2 - صعوبة عملية المقارنة في بعض الأحيان، ذلك أن بعض الإحصائيات لا تتوفر بنفس التسلسل الزمني في جميع بلدان المغرب العربي، كما توجد اختلافات في البيانات بين الهيئات المحلية التي تصدرها، والأرقام الصادرة عن المنظمات الدولية والإقليمية، مما اضطر الباحث إلى محاولة التوفيق والترجيح بين مختلف تلك البيانات .
- 3 - عدم التمكن من تطبيق نموذج كمي لقياس اثر الحوافز الممنوحة على تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر، بسبب عدم توفر البيانات حول الحجم الحقيقي للحوافز التي منحتها دول المغرب العربي للمستثمرين الأجانب .

الفصل الأول

الإطار النظري

للاستثمار الأجنبي

المباشر

تهييد

يعتبر موضوع الاستثمار الأجنبي المباشر من الموضوعات المهمة في الدراسات الاقتصادية و يعد من ضمن القضايا المطروحة للنقاش على مستوى الهيئات الدولية المتخصصة. و قد زادت أهمية الاستثمار الأجنبي المباشر كواحد من أهم مصادر التمويل الخارجي بعد تراجع الأشكال التقليدية الأخرى كالمساعدات والقروض. هذا وقد تعددت النظريات التي تحاول تفسير ظاهرة الاستثمارات الأجنبية المباشرة ، والأسباب الكامنة وراء قيامها والعوامل المؤثرة في قرار الشركات للاستثمار خارج أوطانها الأم .
وتعتبر الآثار المحتملة من الاستثمارات الأجنبية المباشرة من الأهمية بمكان ، ذلك أن الدول تتنافس فيما بينها من اجل استخدام هذه الاستثمارات فتقوم بمنح الحوافز المختلفة ، وتقديم شتى أنواع التسهيلات والمزايا المختلفة وتوفير المناخ المناسب للتأثير على قرار الشركات الأجنبية لاتخاذ قرار اختيار الاستثمار في هذه البلدان .

ويحاول الفصل الأول الإجابة على التساؤلات الفرعية التالية :

- ما هو مفهوم الاستثمار الأجنبي المباشر، ما هي أشكاله و أنماطه الجديدة ؟

- ما هي أهم النظريات المفسرة للاستثمار الأجنبي المباشر؟

ما هي أهمية وآثار اجتذاب الاستثمار الأجنبي المباشر على البلدان المضيفة ؟

ما هو مفهوم الحوافز المقدمة للاستثمار الأجنبي المباشر؟ وما هي أشكالها المختلفة؟، وما هي المبادئ العامة التي يجب مراعاتها

عند صياغة هذه الحوافز حتى يكون لها اثر ايجابي على قرارات المستثمرين الأجانب ؟

وللإجابة على هذه التساؤلات فقد تم تقسيم الفصل إلى المباحث التالية :

المبحث الأول : تحديد المفاهيم المتعلقة بالاستثمار الأجنبي المباشر.

المبحث الثاني: النظريات المفسرة للاستثمار الأجنبي المباشر.

المبحث الثالث: آثار اجتذاب الاستثمار الأجنبي المباشر على البلدان المضيفة. المبحث الرابع: مفهوم وأشكال الحوافز الممنوحة

للاستثمار الأجنبي المباشر .

المبحث الأول: تحديد المفاهيم.

المطلب الأول : مفهوم الاستثمار الأجنبي المباشر.

الاستثمار لغة: الاستثمار في اللغة من ثمر، والثمر هو الزيادة والنماء، فيستثمر معناه ينمي أو يزيد، والنماء عادة يكون في صورته النهائية النقدية أو المالية أو التجارية أو في شكل عقارات أو منقولات¹

الأجنبي: وفقا لمفهوم قوانين الجنسية، هو من لا يتمتع بجنسية البلد الذي يقيم فيه، أي أنه شخص سواء كان طبيعي أو معنوي ويقيم أو له محل إقامة بدولة لا يتمتع بجنسيتها أي دولة غير الدولة التي يحمل جنسيتها، وغالبا ما يسمى وافدا² ويشمل الاستثمار الأجنبي على عدة أنماط من التدفقات الاستثمارية، وتكمن أهمها (حسب معيار السيطرة والتحكم في الاستثمار) فيما يلي:

1- حوافظ الأوراق المالية: وتعرف أيضا بالاستثمارات الأجنبية غير المباشرة، حيث تنطوي على تملك الأفراد، أو الهيئات، أو الشركات لبعض الأوراق المالية دون ممارسة أي نوع من أنواع الرقابة أو المشاركة في تنظيم إدارة المشروع³

إن هذا النوع من الاستثمار يتميز بقصر أجله، وميله إلى المضاربة، كما أنه عرضة للتحويل السريع من موقع لآخر نتيجة للتغيرات المالية الطارئة.

ويرى الدكتور محمد العريان، نائب مدير دائرة الشرق الأوسط بصندوق النقد الدولي أن هذا النوع من الاستثمار الباحث عن العائد في المدى القصير يمكن أن يكون عاملا لاختلال، خاصة في الدول ذات القطاعات المالية الناشئة⁴

بينما يعتبر الدكتور عبد السلام أبو قحف أن هذا النوع من الاستثمار مهم بالنسبة للمستثمر الأجنبي، لأنه يسهل مهمة الشركات متعددة الجنسيات في التقدم إلى مرحلة الاستثمار المباشر، كما . أنه يوفر فرصة التواجد أو التمثيل للموسم للشركة المعنية بالدول المضيفة⁵

غير أن الشواهد الملموسة، أثبتت أن معظم الأزمات المالية التي أصابت دول جنوب شرق آسيا (تايلاندا، إندونيسيا، سنغافورة) خلال حقبة التسعينيات من القرن الماضي، كانت بسبب المضاربات في الأسواق المالية قصيرة الأجل، والانسحاب المفاجئ للمستثمرين الأجانب منها، مما خلف آثارا تدميرية على اقتصاديات هذه البلدان، وخلق تشوهات في أسواقها المالية، لم تسلم من عواقبه حتى أسواق البلدان المتقدمة⁶

2- الاستثمار الأجنبي المباشر.

¹ المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، ندوة بعنوان الحوافز الممنوحة للاستثمار الأجنبي المباشر في الدول العربية المنعقدة في تونس في 24، 25 مارس 1997، تونس، الحمايات: 1997 - ص 177.

² نفس المرجع، ص. 177.

³ عبد السلام أبو قحف، أساسيات في الإدارة (بيروت: الدار الجامعية للطباعة والنشر، 1995، ص. 280).

⁴ المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، المرجع السابق، ص. 44.

⁵ عبد السلام أبو قحف، اقتصاديات الاستثمار الدولي (الإسكندرية: المكتب العربي الحديث، 1991، ص. 376).

⁶ Philippe D'ARVISENET, Jean- Pierre PETIT, Echange et finance internationale, les enjeux (Edition la revue Banque éditeurs, 1996),

تعريف صندوق النقد الدولي: عرف صندوق النقد الدولي الاستثمار الأجنبي المباشر بأنه قيام شركة بالاستثمار في مشروعات تقع خارج حدود الوطن الأم، وذلك بهدف ممارسة قدر من التأثير على عمليات تلك المشروعات، ويكون الاستثمار الأجنبي مباشر حين يمتلك المستثمر 10% أو أكثر من أسهم رأس مال إحدى مؤسسات الأعمال، على أن ترتبط هذه الملكية بالقدرة على التأثير في إدارة المؤسسة¹

تعريف منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OCDE): تعرف هذه المنظمة الاستثمار الأجنبي المباشر على أنه ذلك النشاط الذي يقوم به مستثمر من أجل الحصول على منفعة دائمة وتأثير يسمح له بإدارة وحدة أعمال خارج بلده الأصلي.² ويتشكل الاستثمار الأجنبي المباشر من ثلاثة مكونات رئيسية.

- حصص في رأس المال Equity capital؛

- إعادة استثمار الأرباح Reinvested earnings؛

- قروض ما بين الشركات Intra company loans.

انطلاقاً مما سبق، يمكن القول أن التعاريف السابقة تتفق حول معيارين لتعريف الاستثمار الأجنبي المباشر وهما:

- أن يمارس نشاط الاستثمار في إقليم بلد مضيف غير بلد المستثمر الأصلي (معيار التوطن)؛

- أن يتمتع المستثمر الأجنبي بحصة من رأس المال المشروع أو من ملكية تسمح له بالمشاركة في اتخاذ القرارات (معيار الملكية واتخاذ القرارات).

والجدير بالملاحظة أن هذا النوع من التدفقات المالية يتميز عن غيره من الأشكال الأخرى لتحركات رؤوس الأموال ليس فقط في شكل حصص ملكية، وإنما في شكل آلات وتكنولوجيا ومعرفة المهارات³ ويمكن أن يساهم كحزمة من رأس المال والتكنولوجيا والمعارف الإدارية والتنظيمية بالإضافة إلى القدرات التسويقية في تعويض النقص المحلي في هذه العناصر في البلدان التي ينتقل إليها.⁴

تعريف منظمة الأمم المتحدة للتجارة والتنمية: (UNCTAD) يعرف الأونكتاد الاستثمار الأجنبي المباشر على أنه ذلك الاستثمار الذي ينطوي على علاقة طويلة المدى، تعكس مصالح دائمة، ومقدرة على التحكم الإداري بين شركة في القطر الأم (القطر الذي تنتمي إليه الشركة المستثمرة) وشركة أو وحدة إنتاجية في قطر آخر (القطر المستقبل للاستثمار). وتعرف الشركة الأم (المستثمر الأجنبي) على أنها تلك الشركة التي تمتلك أصولاً في شركة (أو وحدة إنتاجية) تابعة لقطر آخر غير القطر الأم. وتأخذ الملكية شكل حصة في رأس مال الشركة التابعة للقطر المستقبل للاستثمار، حيث تعتبر حصة تساوي أو تفوق 10% من الأسهم

¹ . صندوق النقد الدولي، دليل ميزان المدفوعات، الطبعة الخامسة، الجزء 18، الفقرة 359، 1993، ص.86.

² .OCDE, Detailed Benchmark definition of FDI ,Third Edition, 1996.

³ . Root. F. R, International trade and investment, South Western Publishing co. Cincinnati. Ohw, 1994, p.95.

⁴ مهران حسني، "الاستثمار الأجنبي المباشر في مصر وإمكانيات تطويره في ضوء التطورات المحلية والإقليمية والدولية"، المجلة المصرية للتنمية والتخطيط، المجلد 8، العدد 1، 2000، ص.7.

العادية أو القوة التصويتية (في مجلس الإدارة) للشركات المحلية، أو ما يعادلها للشركات الأخرى حدا فاصلا لأغراض تعريف الاستثمار الأجنبي.¹

المطلب الثاني : أشكال الاستثمار الأجنبي المباشر.

تعدد أشكال الاستثمار الأجنبي المباشر، بسبب تباين المرجعية الفكرية للكتاب من جهة، وإلى تعدد المعايير المستخدمة في تصنيف تلك الاستثمارات، وتبعاً لذلك يمكن التمييز بين الأشكال التالية من الاستثمار الأجنبي :

1- تبعاً لنوعية أو صفة القائم بعمل الاستثمار: يمكن التمييز بين شكلين من الاستثمار:

أ- الاستثمار الأجنبي الخاص: وهو الاستثمار الذي يقوم به فرد، أو شركة أو هيئة خاصة ذات جنسية أجنبية²

ب- الاستثمار الأجنبي العام: وهو الاستثمار الذي تقوم به الحكومات الأجنبية، أو المؤسسات والهيئات التابعة لها أو المؤسسات الدولية والإقليمية.³

2- تبعاً للمدة الزمنية: يقسم الاستثمار الأجنبي إلى الشكلين التاليين:

أ- الاستثمارات قصيرة المدى: وهي الاستثمارات التي تتضمن تحركاً في رأس المال لمدة تقل عن سنة واحدة، ويمثلها الأوراق المالية والكمبيالات وفتح الاعتمادات، وهذه الاستثمارات غالباً ما تؤدي على دعم العجز في ميزان المدفوعات للبلدان المضيفة⁴

ب- الاستثمارات طويلة الأجل: وتشمل تحركات رؤوس الأموال بين البلدان المختلفة لمدة تزيد عن سنة⁵

3- تبعاً لمعيار السيطرة والتحكم في الاستثمار: هناك نوعان من الاستثمار الأجنبي هما:

أ- الاستثمار الأجنبي المباشر: ويعتبر هذا النوع من أكثر أنواع الاستثمار شيوعاً، وأهمية في البلدان المتلقية له.

ب- الاستثمار الأجنبي غير المباشر: ويطلق على هذا النوع من الاستثمار باستثمار المحفظة (Portfolio investment)

، نظراً لتعلقه بشراء الأسهم والسندات، أو الاكتتاب في أسهم وسندات مشروعات قائمة دون قصد ممارسة إشراف ما. ويقسم الاستثمار الأجنبي المباشر إلى ثلاثة أنواع⁶

1- الاستثمار المشترك: والذي يتجسد من خلال مساهمة طرفان أو أكثر (سواء كان قطاعاً عاماً أو خاصاً) في رأس المال أو

الإدارة أو الخبرة أو براءة الاختراع، أو جميعها حيث يكون أحد الأطراف شركة دولية تقوم بإدارة المشروع بالاتفاق مع بقية الأطراف.⁷

¹ الأونكتاد، تقرير الاستثمار العالمي 2001 www.unctad.org

² عبد الله المالكي، تدايبر تشجيع استثمار رؤوس الأموال العربية في المشاريع الصناعية والسياحية والعمراية الأردنية، الطبعة الأولى عمان، 1974، (ص.16)

³ . عبد السلام أبو قحف، السياسات والأشكال المختلفة للاستثمارات الأجنبية (الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، 1989، ص.16)

⁴ kioshe Kojima, Direct Foreign Investment (London: Corm Helm, 1982),p. 52. .

⁵ Lbid.p.54

⁶ السلام أبو قحف، السياسات والأشكال المختلفة للاستثمارات الأجنبية، المرجع السابق، ص.27.

⁷ ليس بالضرورة دائماً أن يساهم المستثمر الأجنبي والوطني بنفس النسبة في رأس المال، فقد تكون المشاركة من خلال تقديم الخبرة

والمعرفة أو العمل من أحد الأطراف

2- الاستثمار المملوك بالكامل للمستثمر الأجنبي: والذي ينطوي على التملك المطلق لأصول استثمارية من طرف الأجنبي في البلدان المضيفة ضمن مشروعات إنتاجية أو تسويقية، حيث يتم تنظيم العلاقات بين المقر الرئيسي والفرع حسب اختصاصات وصلاحيات الفرع، والتفويض الموكل له، ونوع النشاط، وذلك وفق اتفاقية مبرمة مع البلد المضيف.

3 - الاستثمار الأجنبي من قبل شركات متعددة الجنسيات (عبر القومية): وهي استثمارات يملك أصولها أو يساهم في رأس مالها أكثر من بلد، حيث تتمتع بقدرات تمويلية وتكنولوجية وتنظيمية .

عالية، الأمر الذي يمكنها من الاستحواذ على نحو 80% من الاستثمارات الأجنبية المباشرة على مستوى العالم.¹

المطلب الثالث : التصنيفات الجديدة للاستثمار الأجنبي المباشر.

استنادا إلى الدوافع والمحفزات، يمكن تصنيف الاستثمار الأجنبي المباشر إلى²:

- الاستثمار الباحث عن المصادر؛

- الاستثمار الباحث عن الأسواق؛

- الاستثمار الباحث عن الكفاءة؛

- الاستثمار الباحث عن أصول إستراتيجية.

1 - الاستثمار الباحث عن المصادر: يهدف هذا النوع إلى استغلال الميزة النسبية للدول ولاسيما الغنية بالموارد الأولية كالنفط والغاز والمنتجات الزراعية، فضلا عن الاستفادة من انخفاض تكلفة العمالة أو وجود عمالة ماهرة ومدربة.

2 - الاستثمار الباحث عن الأسواق: يهدف هذا النوع من الاستثمارات عادة إلى تلبية المتطلبات الاستهلاكية في أسواق الدول المتلقية للاستثمارات المحلية والمجاورة أو الإقليمية، ولاسيما تلك التي كان يتم التصدير إليها في فترات سابقة.

3 - الاستثمار الباحث عن الكفاءة: يحدث هذا النوع من الاستثمار فيما بين الدول الغنية والأسواق الإقليمية المتكاملة، كالسوق الأوروبية، أو شمال القارة الأمريكية.

4 - الباحث عن أصول إستراتيجية: يهدف هذا النوع من الاستثمار بقيام الشركات تملك أو شراكة لخدمة أهدافها الإستراتيجية.

2 - التصنيفات وفق وجهة نظر الدولة المصدرة.

1-2. الاستثمار الأفقي.

تكون فروع الشركات في هذا النوع من الاستثمار مستقلة عن الشركة الأم، وتنحصر العلاقة فقط في عنصر الملكية لوسائل الإنتاج، والتحويل التكنولوجي والتمويل. وعادة ما يحدث هذا النوع من الاستثمارات بين الدول ذات المستوى المماثل من النمو. (دول الثالوث).

وتتحدد شروط قيام هذا النوع من الاستثمارات كما يرى ماركوسان (Markusen) بتوفر أربعة عوامل رئيسية:

¹ تشير الإحصائيات الواردة من الأونكتاد إلى أن أكثر الشركات انتشارا ليست بالضرورة مملوكة من بلد

² حسان خضر، "الاستثمار الأجنبي - تعاريف وقضايا-"، مجلة جسر التنمية، العدد 3: الكويت: المعهد العربي للتخطيط، 2004، ص.6.

- القدرة على تحقيق أو الوصول إلى اقتصاديات الحجم؛
 - الاستفادة من تكاليف الإنشاء المنخفضة؛
 - أن يكون سوق الدولة المضيفة لهذا النوع من الاستثمار كبير الحجم؛
 - أن تكون تكاليف النقل والعوائق الجمركية مرتفعة، تحول دون قيام عمليات التصدير إلى الأسواق المستهدفة.
- كما يعتبر هذا النوع من الاستثمارات تعويضا عن التجارة لوجود العوائق الجمركية، وهذا النمط يمكن ملاحظته بوضوح في حالة صناعة السيارات اليابانية التي قامت بإنشاء فروع إنتاجية لها في الولايات المتحدة الأمريكية بسبب السياسة الحمائية المتخذة من جانب الولايات المتحدة الأمريكية على استيراد السيارات اليابانية وكأسلوب لتجنب الحواجز الجمركية¹.

2-2. الاستثمار العمودي.

في هذا النوع من الاستثمارات، يتخصص كل فرع من فروع الشركات الأجنبية بإنتاج جزء من العمليات الإنتاجية مثل التجميع، أو صناعة المكونات (les composants) كمنتجات نهائي، أو يتخصص الفرع في عمليات التسويق. إضافة إلى ذلك، فإن الإنتاج الذي تقوم به فروع الشركات الأجنبية في الاستثمار العمودي عادة ما يكون موجه للتصدير لخدمة أسواق البلد الأصلي (غير الأسواق المحلية).

وتهدف الشركة من خلال تبنيها لهذا النوع من الاستثمارات إلى تحسين وضعها التنافسي في قطاع النشاط الذي تعمل فيه أمام الشركات المنافسة المتواجدة في البلد الأم أو في الخارج من خلال استغلال العمالة الرخيصة. كما تتركز فروع هذه الشركات في القطاعات التقليدية ذات الكثافة في العمل (مثل صناعة النسيج، والملابس، واللعب، والأحذية). وهي أقل تمركزا في القطاعات ذات التكنولوجيا العالية (مثل صناعة أشباه الموصلات في آسيا مثلا). كما أنها توسعت لتشمل قطاع الخدمات.

ومن أمثلة هذا النوع من الاستثمارات، تلك الموجودة في مقاطعة بنغالور (Bangalore) بالهند، والتي تعد الوجهة المفضلة لكثير من الشركات العملاقة في صناعة البرمجيات حيث قامت بإنشاء مراكز بحث، ومخابر.

وحسب تقديرات المكتب الدولي "GARTNER"² فإن الهند لوحدها تستقطب ما نسبته 55 %

من مجموع المبيعات المحققة في هذا القطاع والمقدرة بـ 19 مليار دولار. وتفيد رابطة الأعمال الهندية لصناعة البرمجيات (NASSLOM) (بأن هناك من بين كل أربعة شركات من الشركات عبر الوطنية، شركة تتعاقد على تنفيذ عمليات إنتاج البرمجيات في الهند. ومن الواضح أن الهند هي المستفيدة الرئيسية من تزايد عمليات نقل مواقع الخدمات. ففي عام 2001 بلغ

مجموع إيرادات هذا البلد من خدمات تكنولوجيا المعلومات 10 ملايين دولار، ومن المتوقع أن يصل إلى 57 مليار بحلول

2008.³

¹ Markusen, J.R, FOREIGN DIRECT INVESTMENT AS A CATALYST FOR INDUSTRIAL DEVELOPMENT .Eroupean Economic Review(London 1999 ,)Vol.43 p335.

² Le Monde ,L'Inde met ces cerveaux au service de l'industrie occidentale. Mardi 9 décembre 2003

³ www.org.nasscom/newsline/ .رابطة الأعمال الهندية لصناعة البرمجيات على الموقع الشبكي :

2-3. الاستثمار الأجنبي المباشر عن طريق الشراكة (الاستثمار المختلط).

تهدف الشركات الأجنبية (عبر الوطنية) من خلال تدويل عملياتها الإنتاجية إلى تخفيض تكاليف المعاملات، والحد من المخاطر في مواجهة المنافسة الدولية العنيفة، وبالتالي تعتمد إلى توزيع بعض من وظائفها التي كانت تسير مباشرة من الشركة الأم، فلقوم بإتباع ما يعرف بالمقاولة من الباطن

(La traitance-sous) من خلال تكوين شبكة، أو بإقامة تحالف استراتيجي مع باقي الشركات العاملة في نفس النشاط للحصول على نصيبها من السوق المستهدف. ومن أمثلة ذلك ما . باتفاق يعرف (Ordered Equipment Manufacturing) OEM

المبحث الثاني: النظريات المفسرة للاستثمار الأجنبي المباشر

تعددت النظريات المفسرة للاستثمار الأجنبي المباشر، والمحددة للعوامل التي من شأنها تحديد مؤشرات وتمركز الاستثمار الأجنبي المباشر، فوفقاً لتقرير الاستثمار العالمي الصادر عن الأونكتاد عام 1998 أنه من المنفق عليه بشكل كبير أن الاستثمار الأجنبي المباشر يحدث كظاهرة إذا ما توافرت ثلاثة من المحددات بشكل متزامن.¹

-وجود ميزات الملكية القادرة على المنافسة بالشركة متعددة الجنسيات؛

-وجود ميزات للتمركز بالدولة المضيفة كأن تكون ذات سوق كبير أو أن لديها ثروات معدنية؛

-مميزات التدويل Internationalization أو القدرة على تدويل الإنتاج داخل حدود الشركة. إن المحددين الأول والثاني هما شديدي الارتباط بالشركة الدولية، أما المحدد الثالث المتعلق بعوامل التمركز، فتتحكم فيه الدولة المضيفة وله تأثير حاسم على نصيب الدولة المضيفة من الاستثمار الأجنبي المباشر .

إن توفر المحدد الأول فقط (مميزات الملكية) Ownership specific advantages يجعل الشركة الدولية تعتمد في نشاطها على التصدير أو منح الرخص أو بيع البراءات لخدمة السوق الأجنبي، أما إذا توفر المحدد الثالث (عوامل التمركز بالدولة المضيفة) للمحدد الأول، فإن الاستثمار الأجنبي المباشر سيكون هو الأسلوب المفضل لخدمة السوق الأجنبي، ولكن فقط عندما تتوفر عوامل تمركز جذابة بالدول المضيفة.²

وتحاول معظم النظريات المفسرة للاستثمارات الأجنبية الإجابة على التساؤلات التالية:

- لماذا تقوم الشركة بالاستثمار في الخارج وليس في داخل الدولة؟

- ما هي المزايا التي تستطيع الشركة من خلالها تعويض تكلفة قيامها بالاستثمار في الدولة المضيفة؟

¹ . الأونكتاد، تقرير الاستثمار العالمي، 1998 .

² . رضا عبد السلام، محددات الاستثمار الأجنبي المباشر في عصر العولمة (مصر: دار السلام للطباعة والنشر، 2002، ص.29).

- ما هي مصادر تلك الميزات، وكيف تستطيع الشركة المنافسة مع الشركات المحلية للدولة المضيفة وغيرها من الشركات متعددة الجنسيات بذات السوق؟

- ما هو السبب الذي يجعل الشركة المستثمرة تفضل الاستثمار المباشر على منح توكيلات أو تصدير منتجاتها؟

- كيف تفسر ظاهرة الاستثمار المتبادل (من الجانبين) بمعنى قيام شركات من الدولة (أ) بالاستثمار في الدولة (ب)، وشركات من الدولة (ب) بالاستثمار في الدولة (أ) في نفس الوقت؟

وللإجابة على التساؤلات السابقة، سيتم فيما يلي عرض أهم الأطروحات المفسرة للاستثمارات الأجنبية المباشرة مصنفة بحسب جذورها الفكرية إلى :

- النظريات الكلاسيكية والنيوكلاسيكية (التفسير الماركسي، نظرية معدل الفائدة)؛

- نظريات المنظمات الصناعية وعدم كمال السوق (نظرية الميزة الاحتكارية، نظرية تدويل الإنتاج، نظرية عدم كمال سوق رأس المال، نظرية دورة حياة المنتج)؛

- نظريات المنشأة (النظرية الانتقائية لجون ديننج، نظرية الميزة التنافسية)

المطلب الأول : النظريات الكلاسيكية والنيوكلاسيكية .

1-التفسير الماركسي .

يرى رواد هذا الاتجاه¹ أن الاستثمارات الأجنبية المباشرة تمثل مباراة من طرف واحد والفائز بنتيجتها الشركات متعددة الجنسيات في معظم الأحيان، بمعنى أن هذه الاستثمارات تأخذ أكثر مما تعطي² لذلك فإن الاستثمارات الأجنبية المباشرة تتجه بشكل دائم لخدمة مصالحها فقط ولقد حاول رواد هذا الاتجاه وخاصة " لينين" تقديم تفسير للاستثمار الأجنبي المباشر من خلال ميل معدل الأرباح نحو الانخفاض ولاسيما عند مرحلة الاحتكار وهي مرحلة تجدد فيها طريقة الإنتاج الرأسمالي صعوبات عديدة في تحقيق الفائض، وفي هذه الحالة يكون اللجوء إلى الخارج الوسيلة الأفضل لتعويض النقص الداخلي³.

أما الماركسيون الجدد أمثال Barran Magdoff, Svetter ، فيرون أن قيام وتوسيع الشركات متعددة الجنسيات يمكن تفسيره من خلال سعي هذه الشركات إلى المحافظة على الأسعار الاحتكارية وإقصاء المنافسين لها من الأسواق⁴.

وبذلك فهم يرون أن الاستثمارات الأجنبية لعبة صفرية النتيجة بمعنى أن مكاسب المستثمرين الأجانب تعني في الوقت نفسه خسارة البلد المضيف (الدول النامية). كما يرون أن الاستثمارات الأجنبية المباشرة تقوم بنفس الدور الذي قامت به الدول المستعمرة في القرنين 18 و19 ، وذلك من خلال إحكام السيطرة الإمبريالية، وإعادة التنمية في البلدان النامية. كذلك فإن معظم الأنشطة البحثية تتم في الدول الأم - مصدر الاستثمارات الأجنبية.

¹ من أهم رواده: باليجا، فرانك، هودينج، بيرسك .

² عبد السلام أبو قحف، اقتصاديات الاستثمار الدولي، المرجع السابق، ص. 219. . .

³ لينين، الإمبرالية أعلى مراحل الرأسمالية (موسكو: دار التقدم، 1976، ص.45)

⁴ Palma G, "Dependency, A formal theory of underdevelopment or mythology for the analysis of concrete situations of underdevelopment?", in Word Development, Vol 6, 1978, p.909.

أما في الدول النامية، فيتم فيها استغلال الثروات والمعادن، مما يؤدي إلى إفقار غالبية الدول النامية في ظل التبادل اللامتكافئ في العلاقات الاقتصادية الدولية، والذي غالبا ما يكون في صالح البلدان المتقدمة. و في هذا الاتجاه يرى الاقتصادي سمير أمين أن التوسع في الخارج من خلال الاستثمارات الأجنبية، كان لمقابلة نقص الأرباح المترتبة عن ارتفاع الأجور في دول المركز، لذلك فإن تصدير رأس المال إلى الخارج (إلى الأطراف) في صورة استثمارات أجنبية مباشرة، ليس لأنه لا يمكن أن استثماره محليا في الدول الرأسمالية، وإنما لارتفاع معدل الأرباح في الخارج¹.

وهكذا فإن الفكر الماركسي يؤكد على خطورة الاستثمار الأجنبي المباشر وعلى دوره السلبي في تحقيق التنمية، وذلك للأسباب التالية :

- تؤدي الاستثمارات الأجنبية المباشرة إلى تشوهات هيكلية في البنى الاقتصادية للدول النامية، حيث تساهم في زيادة تبعية الدول النامية للدول المتقدمة. كما أن الاستثمار الأجنبي المباشر يولد الكثير من المخاوف نتيجة للنفوذ الكبير الذي سيكون لدول هذه الشركات على البلدان المضيفة، ولأنه قد يمتد تأثير الأزمات الاقتصادية التي قد تشهدها الدول المتقدمة إلى الدول المضيفة لهذه الاستثمارات².

- يؤدي جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة إلى انخفاض الإنتاج الوطني بسبب خروج بعض الشركات الوطنية من السوق لعدم القدرة على منافسة الشركات الأجنبية لما تتمتع به هذه الأخيرة من خصائص ومزايا لا تتوفر في الشركات الموجودة في الدول النامية، كذلك قد تقوم الشركات الأجنبية بشراء الشركات الوطنية من أجل بسط سيطرتها في السوق الأمر الذي يؤدي إلى انخفاض المستوى الاقتصادي للدولة المضيفة³.

- إن الشركات الأجنبية تقوم بممارسات غير قانونية في مجال التهرب الضريبي وتحويل الأرباح للخارج، وتقديم الرشاوي للمسؤولين عن القرار في سبيل بسط نفوذها، وهذا ما يجعل الحكومات عاجزة عن فرض رقابتها على هذه الشركات⁴،

- تلعب الاستثمارات الأجنبية المباشرة دورا سلبيا في التأثير على ميزان المدفوعات في الدول المضيفة، وذلك نتيجة ضعف الروابط الأمامية والخلفية مع الاقتصاد الوطني حيث

ممكن أن تعتمد في إنتاجها على المواد الأولية والسلع الوسيطة المستوردة من الخارج الذي يؤدي إلى آثار سلبية على الصناعات الوطنية العاملة في تلك الأنشطة، وكذلك على موازين المدفوعات لتلك الدول بسبب زيادة عجزها التجاري مع العالم الخارجي؛ - تقوم الشركات الوطنية بتوطين بعض نشاطاتها ذات الخطر البيئي في البلدان النامية وهذا ما يؤدي إلى تفاقم مشكل تلوث البيئة⁵.

¹ Amine SAMIR, Accumulation on world scale, Vol 1(New York, 1974), p.140.

² عبد الله المالكي، المرجع السابق، ص. 37.

³ عبد السلام أبو قحف، اقتصاديات الاستثمار الدولي، المرجع السابق، ص. 224.

⁴ 4. Seers D, The political Economy of Nationalism (London: University Press, 1983), p.68.

⁵ . Frank A G, Critique and Anti critique Essays on dependence and Reformism (London, 1984), p.234.

وتنتقد هذه النظرية في الجوانب التالية :

- حاولت توضيح الآثار المصاحبة للاستثمارات الأجنبية المباشرة، ولم تستطع البحث في كيفية نشأة وتطور هذه الاستثمارات .
- تلقي هذه النظرية بالمسؤولية على الاستثمارات الأجنبية المباشرة في الدول المضيفة وتحمل أثر العوامل الداخلية والسياسية والاقتصادية المحلية في دول الأطراف في تقليل الأثر الإيجابي للاستثمارات الأجنبية المباشرة؛
- لم تقدم هذه النظرية بديلا فعالا للاستثمارات الأجنبية المباشرة، واكتفت بالتحذير من مخاطر هيمنة الشركات متعددة الجنسيات على المقدرات الاقتصادية للبلدان النامية؛ - إن التنافس الدولي على جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة يعتبر مؤشرا كافيا على وجود بعض المزايا التي تتركها مثل هذه الاستثمارات على البلدان المتلقية، وأنها ليست مباراة من طرف واحد، كما تزعم النظرية الماركسية، وإنما هي مباراة يحصل فيها كل طرف على أنواع معينة من الفوائد .

2- النظرية النيوكلاسيكية (معدل الفائدة): أولين 1933 ، كيمب 1964 .

تقوم هذه النظرية على أساس أن الأسواق المالية في مختلف الدول غالبا ما تكون منعزلة عن بعضها البعض، كما أن أسواق رأس المال ليست بالقدر الكافي من التطور في الكثير من الدول وخاصة النامية منها .

ومن ثم، فالنظرية النيوكلاسيكية تشرح تدفق رأس المال على أنه استجابة لاختلاف سعر الفائدة من دولة لأخرى، فرأس المال يتدفق إلى المناطق التي يحصل فيها على أعلى عائد. كان أولين أول من قدم شرحا لتحركات رأس المال الدولي، والذي أوضح أن أهم عنصر محرك لتصدير رأس المال هو بالتأكيد راجع لاختلاف سعر الفائدة. كما تم تحليل الاستثمار الأجنبي المباشر على يد ماكدوجال (1960)، (وأيا كيمب (1961، 1964).

الانتقادات الموجهة إلى النظرية النيوكلاسيكية.

- لم تميز النظرية بين الاستثمار الأجنبي المباشر والاستثمار الأجنبي غير المباشر، فأسباب وآثار كلا النوعين مختلفان. كما أن هذه النظرية عاملت الاستثمار الأجنبي من منطلق رأس المال المالي، ولم تأخذ في الاعتبار مفهوم الاستثمار الأجنبي المباشر كقائمة تتضمن فضلا عن رأس المال، التكنولوجيا، والمهارات، والإدارة؛
- لم يستطع النموذج أن يشرح قيام الاستثمار الأجنبي المباشر بين دولتين أ و ب في نفس الوقت، كما أنه لم يقدم تفسيراً لتفضيل الشركات القيام بالاستثمار الأجنبي المباشر بدلا من التصدير؛
- قامت هذه النظرية على افتراض وجود المنافسة الكاملة، وهي حالة غير محققة في كل الظروف. حيث أن الكثير من حالات الاستثمار الأجنبي المباشر تقوم على وجود حالة احتكارية للشركة الدولية.

المطلب الثاني: نظريات المنظمات الصناعية وعدم كمال السوق.

أولاً- نظرية الميزة الاحتكارية Monopolistic advantage theory

ظهر النموذج الاحتكاري على يد هايمر " Hymer" (1960، 1966، 1976). فوفقاً لهايمر، فإن الدافع الرئيسي للاستثمار الأجنبي المباشر هو رغبة الشركة في السيطرة على السوق الخارجي¹. كذلك يرى هايمر أن الشركات المتعددة الجنسيات تتجه للاستثمار بالخارج فقط إذا تمتعت بميزات لا تتمتع بها الشركات المحلية بالدول المضيفة، كنا ينبغي أن تكون هناك عوائق (عدم كمال السوق) تمنع الشركات المحلية من الحصول على المميزات التي تتمتع بها الشركات الأجنبية، تلك المميزات تمكن الشركات الأجنبية من المنافسة والحصول على عائدات أعلى من تلك التي تحصل عليها الشركات المحلية بالسوق الخارجي² وقد تم تطوير هذا المنهج على يد كافس " Caves " (1971" ، 1974، 1982)، حيث أوضح أن الاستثمار الأجنبي المباشر يحدث بالدرجة الأولى نتيجة توفر أربع خصائص وهي³:

1 -ميزة تكلفة رأس المال.

عادة ما تكون الشركات التي تقوم باستثمارات خارجية أكثر قدرة من الشركات الأخرى على دخول أسواق رأس المال سواء العالمية أو المحلية، وهي أيضاً على علاقات وثيقة مع البنوك العالمية، ولها هياكل تمويلية ذاتية قوية، ولذا فهي قادرة على توجيه مصادرها التمويلية بطريقة أفضل.

2 -ميزة تقدم البحث العلمي.

تتمتع هذه الشركات الاحتكارية بقدرة عالية على القيام بنشاطات البحث والتطوير. كما أن لها ميزة الاستخدام الأفضل للفنون الإنتاجية، ولها براءات اختراع وعلامات تجارية ومعرفة فنية، فهي تتمتع بتفوق تكنولوجي على باقي الشركات الأخرى، بالإضافة إلى قدرتها الفائقة على الحصول على أسعار منخفضة لعناصر الإنتاج.

3 -ميزة تنويع المنتجات.

تتمتع هذه الشركات بتنوع كبير في منتجاتها، يستجيب لأذواق المستهلكين وطبيعة الأسواق التي تستثمر فيها، كما أنها تتمتع بقدرة كبيرة على تحمل تكاليف الإعلان والترويج الضخمة.

4 -وفورات الحجم.

تتميز هذه الشركات بإمكانية تحقيق وفورات الحجم مع كبر المشروع، من خلال طرق تنظيمية متقدمة، وقيام تخصص على مستوى أعلى، وإمكانية الحصول على أسعار جملة كلما كبر حجم المبادلات.

¹. رضا عبد السلام، المرجع السابق، ص. 49.

² Chen and Edward K.Y, Multinational corporations technology and employment, Mac Milan, 1983

³ Caves R, Multinational enterprise and economic analysis (Cambridge: Cambridge University press, 1983).P.155

وتؤدي وفورات الحجم إلى خفض التكاليف، وتمنح الشركات الأجنبية ميزة على الشركات المحلية في البلاد المضيفة، حيث كلما زادت موانع الدخول، زادت الميزة الاحتكارية للشركات الموجودة، ومكناها ذلك من القيام باستثمارات أجنبية مباشرة على نطاق أوسع.

ويرى شابيرو "SHPIRO" أن شرط سهولة دخول الشركات إلى الأسواق الخارجية لا يكفي لوحده، بل لابد من توافر إمكانية انسحابها من السوق في حالة وجود مخاطر عالية، أو تغير ظرف البلد المضيف أو حدوث اختلاف في المصالح بين الطرفين¹ وقد وجهت إلى هذه النظرية عدة انتقادات من أهمها:

- لا يكفي امتلاك الميزة الاحتكارية لوحده قيام الشركات بالاستثمار بالخارج، إذ يجب أن تتوفر مجموعة من العوامل المكملة مثل المزايا المكانية، والقيود المفروضة على التجارة الدولية، إضافة إلى السياسة التي تعتمدها الدول المضيفة للاستثمار الأجنبي المباشر؛

- لم تقدم هذه النظرية تفسيراً لقيام عمليات الاستحواذ والتملك لشركات قائمة في البلدان المضيفة لا تتوفر على الميزة الاحتكارية.

ثانياً- دورة المنتج حياة . Product life cycles theory

وضع هذه النظرية ريموند فرنون عام 1966، وتقوم على افتراض أساسي وهو أن هناك تفاوتاً بين الدول في مجال التكنولوجيا، الأمر الذي يؤدي إلى اكتساب بعض الشركات ميزة تكنولوجية تسمح لها باحتكار سوق السلعة، وفي سياق بحثه عن مصدر الميزات الاحتكارية التي تتمتع بها الشركات في الدول المتقدمة، أكد فرنون أن تميزها يعود أساساً إلى اهتمامها بالبحث والتطوير، وتخصيصها موارد مالية معتبرة لنفقات الاستثمار المتعلقة به، ومع اشتداد المنافسة الدولية، وشيوع التكنولوجيا المستخدمة في المنتج، تميل الميزة الاحتكارية لهذه الشركات إلى الانخفاض، إذ يمكن للشركات المنافسة إنتاج نفس المنتج ولكن بتكاليف منخفضة مقارنة بالشركات الأمريكية، وهو ما يؤدي بها إلى تطوير منتج بديل، ومن ثم البحث عن استراتيجية بديلة للتوطن، تبدأ بمنح تراخيص الإنتاج أو الدخول في مشاريع شراكة لإنتاج وتسويق نفس المنتج في البلدان المضيفة.

ويميز فرنون بين ثلاثة مراحل² في دورة المنتج:

- مرحلة المنتج الجديد New Product؛

- مرحلة المنتج الناضج Maturity Stage؛

- مرحلة المنتج النمطي Standardized Product؛

¹ Shapiro .D.M, Entry exist and the theory of multinational corporation (Mit Press Cambridge Mass, 1983

² Vernon. R, "International investment and trade in the product cycle", Quartly journal of Economics, May 1966

1- مرحلة المنتج الجديد New Product.

تتميز هذه المرحلة بالإنفاق الكبير وأحيانا بالخسائر المالية التي لا يمكن معها تحقيق الربح، حيث تقوم الشركة في هذه المرحلة بحملة دعائية وإعلانية مكثفة تهدف إلى خلق حالة من الولاء للعلامة التجارية الجديدة، ويكون المنتج الجديد مرتفع السعر، ولا يتم تسويقه إلا في السوق المحلي (الولايات المتحدة الأمريكية)، مع تصدير كميات قليلة منه إلى أسواق الدول المتقدمة التي تشابه أذواق المستهلكين وقدرتهم الشرائية مع الأفراد في الدولة الأم التي نشأ فيها المنتج ولا يوجد في هذه المرحلة أي استثمار أجنبي مباشر.

2- مرحلة المنتج الناضج Maturity Stage.

في هذه المرحلة يشهد المنتج عملية نمو سريعة، ويزيد حجم الإنتاج والاستهلاك في البلد المبتكر، كما تبدأ المنافسة في الظهور، ويكون الطلب في الدولة الأم أكثر حساسية لعامل الأسعار. كما أن الدول المتقدمة الأخرى تتوقف عن استيراد هذا المنتج، بسبب تمكنها من معرفة الطرق التكنولوجية المستخدمة في إنتاج ذلك المنتج، فتقوم بإنتاجه بنفسها وتصديره للأسواق الخارجية (أسواق الدول النامية). كما تعرف صادرات الدولة المخترعة، رغم ذلك نوعا من الاستقرار نظرا لتزايد الطلب على المنتج من طرف الدول النامية ذات الدخل المتوسط. في هذه المرحلة تبدأ الشركة صاحبة الاختراع بالتفكير في الاستثمار الأجنبي المباشر، والسبب الرئيسي هو حماية سوقها الذي خلقته عند المرحلة الأولى من خلال عمليات التصدير، أو قد تكون راجعة إلى عدم القدرة على المنافسة بسبب فرض الضرائب على الواردات من طرف الدولة المستوردة، وهذا ما يؤدي إلى ارتفاع سعره في السوق المستوردة، وانخفاض الطلب عليه. كما أن لتكاليف النقل والشحن دور دافع للقيام بالاستثمار الأجنبي المباشر بدلا من القيام بالإنتاج في الدولة الأم ثم التصدير¹.

3- مرحلة المنتج النمطي Standardized Product. (مرحلة الأفلول).

المرحلة النهائية في دورة حياة المنتج، هي مرحلة المنتج النمطي أو المعياري، حيث يصل السوق المحلي إلى مرحلة التشبع. أما على مستوى الأسواق الخارجية، فإن الشركات الأجنبية تبدأ في تقليد المنتج الجديد، كما يمكن للبلد الأصلي صاحب الابتكار، استيراد كميات من المنتج نظرا لانخفاض سعره في الخارج، نتيجة وفرة العمالة غير الماهرة في البلدان المقلدة. إن الضغوط التنافسية التي تواجهها الشركات صاحبة المنتج المبتكر، تزداد أكثر فأكثر، وينمو عدد المقلدون للمنتج، ويصبح العرض أكثر من الطلب، فتنخفض الأسعار وتتجه الاستثمارات المباشرة إلى الدول الأقل نمواً، والتي تعرف وفرة كبيرة في عنصر العمل غير الماهر، وبالتالي انخفاضاً في الأسعار.

وقد لاحظ فرنون أن هذه المرحلة تتميز بقيام الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول المتخلفة².

¹. رضا عبد السلام، المرجع السابق، ص. 59.

². نفس المرجع، ص. 59.

ثالثاً- الانتقادات الموجهة لهذه النظرية.

بالرغم من أن النظرية قد قدمت تفسيراً للاستثمار الأجنبي المباشر في الفترة التالية للحرب العالمية الثانية، ونجحت في شرح نمو الاستثمارات الأجنبية المباشرة الأمريكية في دول غرب أوروبا، وكذلك في الدول النامية، إلا أن هذه النظرية قوبلت بالعديد من الانتقادات التي وجهت إليها من أهمها:

- إن الميزة التكنولوجية ليست هي الدافع إلى قيام الشركات بالاستثمار الأجنبي المباشر من خلال تحليل دورة المنتج، لأن الاستثمار لا يكون إلا في المرحلة الأخيرة، وهي المرحلة التي تفقد فيها الشركة صاحبة الاختراع (الابتكار) الميزة النسبية التكنولوجية، فتصبح التكنولوجيا المستخدمة نمطية ومنتشرة عالمياً؛
- لا يصلح تحليل دورة المنتج على الاستثمارات المباشرة في قطاع البترول والسياحة، إذ لا يتطلب هذا النوع من الاستثمارات العمل من داخل الأم، بل قد تكون بداية الشركة بالدولة المضيفة؛
- من الناحية العملية، تقوم الشركات متعددة الجنسيات بالاستثمار الأجنبي المباشر في كل من الدول المتقدمة والدول المضيفة (النامية) على حد سواء وفي نفس الوقت دون المرور بالمراحل التي عرضها فرنون في نظريته حول دورة حياة المنتج؛
- هناك بعض الصناعات ذات المستوى التكنولوجي المتقدم لا تمر بنفس المراحل لدورة حياة المنتج (صناعة تكنولوجيايات الاتصال)، إذ قد يكون ظهورها في الأسواق المتقدمة متزامناً مع ظهورها في أسواق الدول النامية، كذلك قد تظهر بعض المنتجات لخدمة السوق الخارجي منذ البداية (الهواتف المحمولة ببعض خصوصيات المجتمع الإسلامي مثل الآذان، وتحديد وجهة القبلة... الخ).

المطلب الثالث: النظرية الانتقائية لجون دينينج.

يعد جون دينينج J. Duning الاقتصادي الإنجليزي أول من وضع اللبنة الأولى لهذه النظرية، وذلك من خلال البحث الذي قدمه في ندوة ستوكهولم عن المركز الدولي للنشاط الاقتصادي، وقد حاول من خلال ذلك البحث وضع إطار علمي لتحديد وتقييم ووزن العوامل المؤثرة في القرار المبدئي بالإنتاج في الخارج¹.

وقد أطلق على هذه النظرية الانتقائية Eclectic theory، ثم أطلق عليها مصطلح

Le paradigme O.L.I.

ووفقاً لهذه النظرية، فإن قرار الشركة بالاستثمار في الخارج يتوقف على ثلاثة ميزات، أولها توفر الميزات الراجعة للشركة ذاتها، وثانيها توفر ميزات الموقع في الدول المضيفة - التي تجعل من المفيد للشركة الاستثمار في دولة أخرى - وثالثها توفر ميزات التدويل الداخلي، وذلك لتخفيض التكاليف بدلاً من استخدام المصادر الخارجية كالتراخيص والوكلاء التجاريين والموزعون... وعليه، فإن هذا النموذج يفترض توافر ثلاث مزايا رئيسية لتدفق الاستثمارات²

¹. رضا عبد السلام، المرجع السابق، ص. 63.

² Kurt PERDERSEN, The eclectic paradigm: A new deal? (Denmark :Aarhus School of Business, 2001),p.p.4-10

1- مزايا الملكية. Ownership (O) advantage

تتمثل في المزايا الاحتكارية التي تمتلكها الشركة المستثمرة مثل كبر حجم الشركة مقارنة بمثيلاتها في الدول المضيفة، امتلاك تكنولوجيا متقدمة، وعلامة تجارية وبراءة اختراع، القدرات التنظيمية والمهارات الإدارية والتسويقية، القدرة على تخصيص مبالغ مالية مرتفعة للبحث والتطوير، القدرة على الإنتاج في نطاق اقتصاديات الحجم، الدخول بسهولة إلى أسواق المواد الأولية والوسيلة.

إن توفر هذه المزايا، تؤدي بالشركة إلى العمل خارج موطنها الأصلي (الأم).

2 الموقع مزايا. Location (L) advantage

وهي المزايا المكانية التي تتمتع بها الدولة المضيفة (مزايا التوطن) وتشمل:

- انخفاض أسعار المدخلات (المواد الأولية، السلع الوسيطة، العمالة، الطاقة)؛ - انخفاض تكلفة النقل والاتصال؛
- اتساع نطاق السوق؛
- توافر البنية الأساسية؛
- التقارب الثقافي واللغوي، ومدى درجة قبول أفراد المجتمع في البلد المضيف للاستثمار الأجنبي المباشر.

3- مزايا التدويل. Internationalization (I) advantage

- وهي ميزات إحلال السوق وتعكس أيضا رغبة الشركة في الرقابة على الإنتاج، وذلك لتحقيق مجموعة من الأهداف من بينها:
- الحفاظ على التكنولوجيا، وتخفيض مخاطر سرقة حق الملكية والتغلب على مشكلة عدم قدرة السوق على نقل المعلومات الكاملة للتكنولوجيا المستخدمة؛
- حماية ورقابة نوعية المنتج والقدرة على تصريفه؛
- رقابة عروض بيع المدخلات بما فيها التكنولوجيا؛
- الاستفادة من المنح والدعم والإعانات والضرائب المنخفضة التي عادة ما تقدمها حكومات البلدان المضيفة.
- وحسب وجهة نظر Dunning.H.J ، فإن أنماط دخول الأسواق الدولية يتحدد وفقا لمدى توافر المزايا السابقة، وتتمثل تلك الأنماط في الاستثمار الأجنبي المباشر، التصدير، التعاقدات مثلما يوضحه الجدول الآتي:

جدول رقم 01 : دخول الأسواق بحسب توفر المزايا تبعا للنموذج الانتقائي.

أنماط دخول الأسواق	مزايا الملكية (O)	مزايا الموقع (L)	مزايا التدويل (I)
الاستثمار الأجنبي المباشر	متوفر	متوفر	متوفر
التصدير	متوفر	غير متوفر	متوفر
التعاقدات	متوفر	غير متوفر	غير متوفر

Source: Dunning J.H, International production and the Multinational enterprise, 1981, p.32

يلاحظ من الجدول السابق أن الشركة أمام ثلاثة خيارات لاختراق وخدمة السوق الخارجي، وذلك تبعا لتوفر المزايا المطلوبة لذلك. الخيار الأول: خدمة السوق الخارجي عن طريق الاستثمار الأجنبي المباشر، ويتحقق عند جمع المزايا الثلاث: ميزات احتكارية (O)، وتوطن (L)، وتداول (I)

الخيار الثاني: خدمة السوق الخارجي عن طريق التصدير، ويتحقق ذلك عند توفر مزايا احتكارية (O)، ومزايا التداول (I). الخيار الثالث: خدمة السوق الخارجي عن طريق التعاقدات، ويتحقق ذلك عند توفر مزايا احتكارية (O)، وعدم توفر مزايا التوطن والتداول (أو الاستخدام الداخلي للمزايا الاحتكارية). الانتقادات الموجهة لهذه النظرية.

حاولت هذه النظرية الإجابة على التساؤلات الجوهرية لشرح ظاهرة الاستثمار الأجنبي المباشر وهي:

- لماذا تداول الإنتاج؟

- أين يتم تداول الإنتاج؟

- كيف يتم الدخول للأسواق الخارجية؟

- إلا أن هناك الكثير من المسائل لم تتمكن النظرية من حلها، منها:

- افتراض النموذج أن التعاقدات يتم استخدامه في حالة توافر مزايا الملكية للشركة فقط، بينما عمليا، يمكن أن يستخدم هذا الأسلوب في حالة توافر مزايا الملكية ومزايا الموقع أيضا. فعلى سبيل المثال، اقترضت النظرية أنه كلما زاد نمو اقتصاد ما، فقدت الشركات الأجنبية تدريجيا ميزتها في التوطن في البلد المضيف نظرا لارتفاع تكلفة الإنتاج التي تزيد مع النمو الاقتصادي، وهذا لا يتفق مع استمرار ميزات التوطن في البلدان المتقدمة، حيث تعتبر أكثر المناطق توطنا للاستثمارات الأجنبية المباشرة؛ - لم تتمكن النظرية من تفسير ظاهرة التملك والاستحواذ التي تقوم بها بعض الشركات الدولية، والتي عادة ما تكون لخدمة استراتيجياتها مما يتجاوز تحليل المزايا (OLI) لا تمتلك بعض الشركات من الدول النامية الميزات الاحتكارية المتمثلة في

التكنولوجيا ورأس المال، ومع ذلك فهي شركات متعددة الجنسيات بالاعتماد على الإنتاج كثيف العمالة، وانخفاض التكاليف، والاعتماد على القدرات الشبكية في الدخول، والاستثمار في الأسواق الدولية¹

المطلب الرابع : نظرية المدرسة اليابانية .

من أبرز رواد هذه المدرسة كل من كوجيما KOJIMA، أوزا OSAWA، تسورومي TSURUMI. وقد حاولت هذه المدرسة تفسير الاستثمار الأجنبي المباشر من خلال الدروس المستفادة من التجربة اليابانية منذ عام 1945 وما تتمتع به من ميزات تسييرية وتنظيمية، تميزها عن باقي النماذج الأوروبية والأمريكية. كما طورت هذه المدرسة نموذج يجمع بين الأدوات الكلية والجزئية².

وتشمل الأدوات الكلية السياسة التجارية والصناعية للحكومات لتحديد عوامل الميزة النسبية للدولة، بينما تشمل الأدوات الجزئية القدرات والأصول المعنوية للشركة مثل التميز التكنولوجي. وتؤكد هذه المدرسة أن السوق وحده غير قادر على التعامل مع التطورات والابتكارات التكنولوجية المتزايدة، كما توصي هذه المدرسة بضرورة تدخل الدولة لخلق حالة من التكيف الفعال من خلال السياسات التجارية، ولهذا فقد أدمج كوجيما بين النظريات التجارية من جهة ونظريات الاستثمار الأجنبي المباشر من جهة ثانية، مؤكداً أن الاستثمارات الأمريكية ما هي إلا بديل للتجارة، في حين أن الاستثمارات اليابانية تشجع على خلق قاعدة تجارية، و اعتبر كوجيما أن معظم الاستثمارات الأجنبية المباشرة اليابانية تتم من قبل مؤسسات صغيرة ومتوسطة، وتتركز في البلدان الآسيوية³

كما حاول الاقتصادي TSURUMI تفسير مدى فعالية المؤسسات اليابانية مقارنة بالمؤسسات الأمريكية، وتوصل إلى أن المسيرين في النموذج الأمريكي ينفردون بعملية اتخاذ القرارات الاستراتيجية، بخلاف النموذج الياباني الذي يركز على إشراك جميع الأطر المتوسطة والعليا في صياغة القرارات الاستراتيجية وتحديد الأهداف على المدى البعيد .

كما أشار TSURUMI إلى أن النموذج الياباني يعتمد على أهمية العلاقات الدقيقة والوطيدة بين الموردين والغرف التجارية اليابانية .

وعلى العموم، فإن الهيكل الصناعي للاستثمار الأجنبي المباشر الذي تقوده اليابان يختلف عن نظيره في الدول الصناعية الكبرى من حيث ما تتمتع به اليابان من حزمة من المهارات المتخصصة والمواصفات المتعلقة بالموقع، تستجيب لبيئات متنوعة في البلدان المضيفة لاسيما البلدان المجاورة .

الانتقادات الموجهة لهذه النظرية

وجه إلى هذه النظرية العديد من الانتقادات من أهمها :

¹ Pavid Pananond, "The making of Thai Multinationals: a comparative study of the growth and internationalization process of Thailand's charoen pokphand and Sian cement groups", Journal of Asian Business, Vol 17, n°3, 2001, p.p.42-46

² رضا عبد السلام، المرجع السابق، ص.69.

³ (فارس فضيل، الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول العربية، مع دراسة مقارنة بين الجزائر مصر والسعودية، رسالة دكتوراه غير منشورة جامعة الجزائر: كلية العلوم الاقتصادية، مارس

2004، (ص.ص.79-80).

- يقتصر تحليل هذه النظرية على الاستثمارات اليابانية في عقدي الستينيات والسبعينيات من القرن الماضي، أين تركزت نشاطاتها في دول جنوب شرق آسيا، لكن الاستثمارات اليابانية توسعت في العقود الأخيرة، لتصل إلى أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية. كما أن هذه الاستثمارات لم تعد مقتصرة على المؤسسات متوسطة وصغيرة الحجم، بل تعدت إلى الشركات اليابانية العملاقة المتعددة الجنسيات التي توطنت في البيئات العالمية الملائمة لعملية الإنتاج والتسويق؛
- كما يرى جون دينينج أن نظرية كوجيما تعاني من البساطة الشديدة في إطار مرجعيتها، وقصورها في وضع فهم تام لظاهرة الاستثمار الأجنبي المباشر، وتقييم آثاره على مستوى الرفاهية¹.

المبحث الثالث: آثار اجتذاب الاستثمار الأجنبي المباشر على اقتصاديات البلدان المضيفة.

¹ رضا عبد السلام، المرجع السابق، ص.70.

تعتبر الآثار والتغيرات التي يحدثها الاستثمار الأجنبي المباشر على اقتصاديات الدول المضيفة موضوعا جدليا يثير الشكوك والتساؤلات حول مدى جديتها ونجاحها في تحقيق أهداف التنمية في البلدان المضيفة . وتشير أدبيات الاستثمار الأجنبي المباشر التي اهتمت بدراسة هذه الآثار إلى وجود ثلاثة اتجاهات رئيسية، حيث ترى وجهة النظر المؤيدة أهمية وفوائد ومزايا هذا النوع من الاستثمارات نظرا لما له من تأثير إيجابي على معدلات النمو عن طريق سد الفجوة بين الادخار والاستثمار¹ ونقل التكنولوجيا، وتأهيل اليد العاملة، وترقية حجم الصادرات . أما وجهة النظر المعارضة فتعتبر أن الاستثمارات الأجنبية مباراة من طرف واحد والفائز بنتيجتها الشركات متعددة الجنسيات في معظم الأحيان. بمعنى أن هذه الاستثمارات تأخذ أكثر مما تعطي²، وأن أعباء الاستثمار الأجنبي المباشر أكثر من مزاياه، حيث تتسبب في تعميق عجز ميزان المدفوعات وتشويه أنماط الإنتاج والاستهلاك المحليين إلى جانب تأثيره السلبي على السيادة الوطنية بتدخله في التأثير على القرارات السياسية في البلدان المضيفة³. وتوفق وجهة النظر المعتدلة بين وجهات النظر المؤيدة والمعارضة، وهذه السياسة هي التي تتبناها الكثير من الدول المصنعة حديثا (NPI)، حيث تحرص فيها هذه البلدان على اجتذاب الاستثمار الأجنبي المباشر للمساهمة في تنميتها الاقتصادية، وترغب في نفس الوقت في الحفاظ على سيطرة العناصر الوطنية على اقتصادها القومي، فاحتفظت بالقطاعات الحيوية المؤثرة في حياتها الاقتصادية .

وعلى العموم، فإن موجة العولمة وما صاحبها من انفتاح اقتصادي، جعلت من وجهة النظر المعارضة للاستثمار الأجنبي المباشر أقل أهمية. بل أن الشواهد الميدانية تثبت بأن هناك تنافس دولي حاد من أجل جذب الاستثمار الأجنبي المباشر، وذلك من خلال تقديم المزايا والحوافز السخية، وتعديل البيئات القانونية المحلية لجعلها أكثر مواتاة لهذا الاستثمار. وفي هذا الشأن، أشار تقرير منظمة الأونكتاد (UNCTAD) أن من بين 271 تغييرا في التشريعات في 102 بلدا، كان هناك 235 تغييرا مواتيا للاستثمار الأجنبي المباشر⁴ أي ما يمثل نسبة تفوق 86 % .

وعلى الرغم من الجهود المبذولة من طرف حكومات الدول النامية، وتنوع الامتيازات الممنوحة للاستثمار الأجنبي المباشر، إلا أن توزيع هذا الأخير بقي غير متوازن، حيث تتدفق نسبة 64 % إلى البلدان المتقدمة، ولا تستحوذ البلدان النامية مجتمعة إلا على نسبة 36 %⁵.

وقد أكد محمود الجمال⁶ ولكنها ومُجد العريان¹ أن للاستثمار الأجنبي المباشر آثار إيجابية، تختلف اختلافا كبيرا من بلد إلى آخر. كما أن الحصول على المنافع المحتملة من الاستثمار الأجنبي المباشر ليست تلقائية، إذ يجب على الدول النامية أن تختار نوعيات

¹ حازم البيلاوي، "الاستثمار الخارجي وفجوة التمويل المحلي"، محاضرة ألقيت في المؤتمر العلمي السادس، الجمعية العربية للبحوث الاقتصادية، بيروت، 28-29 جويلية 2002، ص.2.

² عبد السلام أبو قحف، اقتصاديات الاستثمار الدولي، المرجع السابق، ص.219.

³ زياد حجازي، مؤسسات تشجيع الاستثمار ودورها في جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة (الأردن: الجامعة الأردنية، 1996، ص.136).

⁴ UNCTAD, World Investment Report, 2005, p.26.

⁵ Ibid.P.3

⁶ أستاذ مساعد بجامعة ويسكونسين بمدينة ماديسون .

الاستثمار الأجنبي المباشر القادرة على خلق وفورات إيجابية لبقية القطاعات الاقتصادية، وتتجنب تلك التي لها آثار سلبية. فمثلاً إذا كان الهدف من الاستثمار الأجنبي المباشر هو زيادة المبيعات للمستهلكين، فمن الممكن أن يؤدي إلى آثار سلبية على الميزان التجاري، لأن ذلك يستدعي زيادة الواردات من السلع الوسيطة، لذا فإن جذب النوع الصحيح من الاستثمار الأجنبي المباشر هو القادر على تحقيق النمو القابل للاستمرار².

وسيتناول هذا المبحث بالتحليل آثار اجتذاب الاستثمار الأجنبي المباشر على اقتصاديات الدول المضيفة .

المطلب الأول: أثر الاستثمار الأجنبي المباشر على مستوى العمال

إن الدراسات التطبيقية التي تناولت البعد التوظيفي للشركات متعددة الجنسيات لا تزال محدودة. كما أن النتائج التي جاءت بها تلك الدراسات، كانت متباينة إلى درجة يصعب فيها تقييم مسألة مساهمة الاستثمار الأجنبي المباشر على مستوى العمالة في البلدان المضيفة.

وعلى العموم، فإن آثار الاستثمار الأجنبي المباشر على مستوى العمالة تتخذ الصيغة المباشرة، والصيغة غير المباشرة. كذلك فإن هذه الآثار ترتبط إلى حد ما بالأشكال التي يتخذها الاستثمار الأجنبي المباشر، حيث أن آثاره في حالة إنشاء فرع أو مؤسسة Greenfield تختلف عن تلك الآثار التي تنتج في حالة اقتناء مؤسسة Mergers and acquisition

1- الآثار المباشرة .

تظهر الآثار المباشرة للاستثمار الأجنبي المباشر على مستويات العمالة في الحالات التالية:

- أ- حالة اتجاه الاستثمار الأجنبي المباشر نحو قطاع معين لإنشاء وحدة إنتاج جديدة: فإنه يشكل جزءاً مهماً من تدفق رؤوس الأموال المستثمرة تسمح بتوفير مناصب شغل، وبالتالي يكون الاستثمار الأجنبي المباشر ذو تأثير إيجابي على مستوى العمالة، وهذا ما يظهر من خلال الاستثمارات الجديدة في بعض البلدان النامية كالصين، ، وسنغافورة وأقطاب آسيوية أخرى³
- ب- حالة اقتناء شركة موجودة: حيث يحتمل أن يتم قرار الاستغناء الجزئي أو حتى الكلي للعمال، مما يؤثر سلباً على مستوى العمالة. وفي هذه الحالة يظهر الأثر السلبي للاستثمار الأجنبي المباشر على العمالة في اقتصاد الدولة المضيفة .
- ج- طبيعة التكنولوجيا المستخدمة من طرف المستثمر الأجنبي: ففي حالة تبني تكنولوجيا ذات كثافة العمل، يؤدي ذلك إلى تشغيل اليد العاملة العاطلة مقارنة بحال لو تم استخدام تكنولوجيا ذات كثافة رأس المال، الأمر الذي يؤدي إلى تدني تشغيل اليد العاملة، وهو أثر سلبي لهذا النوع من الاستثمارات على مستوى العمالة .

¹ نائب مدير دائرة الشرق الأوسط بصندوق النقد الدولي .

² محمود الجمال، مجّد العريان، ندوة بعنوان الحوافز الممنوحة للاستثمار الأجنبي المباشر في الدول العربية المنعقدة في 24-25 مارس 1997 بالحمادات بتونس (الكويت: المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، 1997، ص.ص.47-48) .

³ عبد الرحمن صبري، "الاتجاهات الدولية المعاصرة في مجال الاستثمار"، ورقة عمل مقدمة في ندوة "تطوير البنية المالية التحتية في الوطن العربي (الأردن: عمان، سبتمبر 1997، ص.6).

وعلى الرغم من زيادة تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر في العالم بنسبة بين الفترة 1985-1992، إلا أن فرص العمل المعروضة من قبل الشركات الأجنبية لم تتعدى نسبة 12% في نفس الفترة، وهذا ما يؤكد أن الاستثمار الأجنبي المباشر يهدد عالم الشغل في الدول المضيفة .

أما من حيث أثر الاستثمار الأجنبي المباشر على رفع كفاءة العاملين، فإنه في هذا السياق تضمن الشركات المتعددة الجنسيات فرصة للعمالة المحلية لاكتساب الخبرات والمهارات المطلوبة، الأمر الذي ينعكس بصورة إيجابية على أداء الشركات المحلية بفعل ما يسمى بالتأثيرات الاحتكاكية، (Spillovers، و Doing How)

2- الآثار غير المباشرة

تظهر الآثار المباشرة للاستثمار الأجنبي المباشر على مستوى العمالة في الدول المضيفة، سواء أكانت بشكل إيجابي أو سلبي، وذلك من خلال عرض الحالات التالية¹ :

أ- حالة العمالة المولدة بشكل غير مباشر في مجمل الاقتصاد الوطني: بفعل تكريس الروابط بين المورد المحليين وفروع الشركات الأجنبية، ويظهر ذلك من خلال إبرام عقود التوريد طويلة الأجل مع الشركات المحلية، مما يدفع هذه الأخيرة، وحفاظا على التزاماتها التعاقدية بتوفير فرص جديدة للعمل .

ب- حالة الاستثمار الموجه للتصدير: **Oriented FDI Export** تساهم الشركات الأجنبية في فتح أسواق جديدة للتصدير في البلدان المضيفة، لما تمتلكه هذه الشركات من قوة في السوق العالمية، ولما تتمتع به البلدان المضيفة من مزايا نسبية، تتمثل في انخفاض تكاليف مدخلات الإنتاج بوجه عام. وقد استفادت دولاً كثيرة مثل كوريا الجنوبية وتايوان وسنغافورة وماليزيا في الاشتراك في نظم الإنتاج العالمية تقع مراكزها الرئيسية خارج حدود هذه الدول، خاصة في صناعة الإلكترونيات في العالم، وقد أدى ذلك إلى استيعاب هذه الصناعة لأعداد هائلة من العمالة الفنية مما يعكس الأثر الإيجابي لهذا النوع من الاستثمار الأجنبي المباشر على مستوى العمالة²

ج- حالة المنافسة بين الفرع الأجنبي والشركة المحلية: غالباً ما تحسم المنافسة بين الفرع الأجنبي والشركة المحلية في نفس قطاع الصناعة أو النشاط لصالح الفرع الأجنبي، نظراً لقدراته العالية في مجال الكفاءة والمهارات التنظيمية والتسييرية، وأمام عجز الشركة المحلية في مواجهة ومنافسة الفرع الأجنبي، يتحتم عليها الخروج من السوق، واتخاذ قرار العلق وهو ما يؤدي إلى تسريح العمال، وبالتالي يكون الأثر سلبياً في هذه الحالة .

وقد أكد هذه الحقيقة عبد السلام أبو قحف في عرضه لبعض التجارب الواقعية. ففي البرازيل اختفت من السوق خلال الفترة (1970-1975) (ما يزيد عن 300 شركة وطنية تعمل في مجال صناعة الأغذية (الصناعات الخفيفة) نتيجة المنافسة الشديدة بينها وبين الشركات متعددة الجنسيات³ .

¹ محمود الجمال، مجّد العريان، المرجع السابق، ص.46.

² مذكرة أمانة الأونكتاد، "فعالية التدابير المتعلقة بسياسات الاستثمار الأجنبي المباشر"، جنيف، 25-27 يونيو-حزيران، 2003، ص.10.

³ عبد السلام أبو قحف، نظريات التدويل وجدوى الاستثمارات الأجنبية، المرجع السابق، ص.208.

المطلب الثاني: أثر الاستثمار الأجنبي المباشر على ميزان المدفوعات .

يمكن تصنيف أثر الاستثمار الأجنبي المباشر على ميزان مدفوعات الدول المضيفة إلى آثار سلبية وآثار إيجابية .

1- الآثار السلبية .

يرى أصحاب وجهة النظر المعارضة أن الاستثمار الأجنبي المباشر يلعب دورا سلبيا على موازين المدفوعات، وذلك للأسباب التالية :

- إن الآثار الإيجابية على ميزان المدفوعات والمصاحبة لتدفقات الاستثمار الأجنبي على المدى القصير، لا تلبث أن تتحول إلى الاتجاه المعاكس في المدى الطويل، عندما تبدأ تلك الاستثمارات بتحويل أرباحها وجانب من أصولها إلى الخارج. وخير شاهد على ذلك ما حدث في دول جنوب شرق آسيا، ولاسيما عقب الأزمة الآسيوية في عقد التسعينيات من القرن الماضي. علاوة على ذلك، فإن نشاط الشركات المتعددة الجنسيات يؤدي إلى زيادة واردات الدولة المضيفة من السلع الوسيطة والخدمات في حالة عدم توفر كل العناصر محليا، أو عند ارتفاع تكلفة الحصول عليها من طرف الشركات الأجنبية، وهذا ما يؤدي إلى استنزاف العملة الأجنبية للدول المضيفة.¹

- إن الاستثمارات الأجنبية وبسبب ما تتمتع به من روابط أمامية وخلفية ضعيفة مع الاقتصاد المحلي، فإنها تعتمد في إنتاجها على المواد الأولية والسلع الوسيطة المستوردة من الخارج، مما يخلق آثارا سلبية على الصناعات الوطنية العاملة في تلك الأنشطة وكذلك على موازين المدفوعات لتلك البلدان من خلال زيادة عجزها التجاري مع الخارج؛

- تقوم الشركات متعددة الجنسيات بإتباع سياسة تسعيرية للصادرات والواردات، حيث تعتمد الشركة الأم إلى تسعير الصادرات من السلع والخدمات من بعض فروعها بأقل من قيمتها الحقيقية، أو أدنى من السعر المطبق عالميا، وتلجأ الشركة الأم إلى تسعير وارداتها إلى الفروع بأسعار أعلى من السعر المطبق عالميا، والدافع وراء هذه السياسة هو محاولة الشركات متعددة الجنسيات نقل العبء الضريبي من دولة ذات معدلات مرتفعة إلى أخرى ذات معدلات منخفضة، أو كوسيلة مستترة لنقل الأرباح من الدولة المضيفة إلى الدولة الأم.²

- قد لا تلتزم الشركات الأجنبية بإعادة جزء من أرباحها التي تحققها تلك المشاريع في البلدان المضيفة. وفي هذه الحالة فإن الأثر السلبي قد يمس ميزان المدفوعات. ويزداد هذا الأثر السلبي على ميزان المدفوعات كلما كانت تدفقات رؤوس الأموال الأجنبية إلى

الدول المضيفة أقل من الأرباح المحولة منها. وقد وجدت أدلة إحصائية تثبت هذا الأثر. والجدول الآتي يوضح ذلك :

¹أمنية زكي شبانة، "دور الاستثمار الأجنبي المباشر في تمويل التنمية الاقتصادية في مصر في ظل آليات السوق"، المؤتمر السنوي الثامن للاقتصاديين المصريين (القاهرة: الجمعية المصرية للاقتصاد السياسي، 1994، ص.13).

²نفس المرجع، ص.15.

جدول رقم 02: مخرجات رؤوس الأموال الأجنبية الناتجة عن تحويل الأرباح من الدول النامية إلى الخارج.

الوحدة: مليار دولار

السنوات	تدفق الاستثمارات الواردة	تحويل الأرباح منها إلى الخارج
1970	2.2	6.4
1980	5.2	24.1
(متوسط 1992-1987)	28.9	16.8
سنوي		
1993	66.6	23.3
1994	77.9	25.4

Source: Denis TERSEN, Jean LUC- BRICOUT, Investissement international, (Paris: Armand Colin, 1996), p.191.

من خلال الجدول، يتضح أن الأرباح المحولة إلى الخارج قد فاقت تدفقات رؤوس الأموال الواردة إلى الدول النامية في الفترة بين 1970 و 1980، وذلك خلافاً للفترتين (1987-1992) و (1993-1994) (أين لم تمثل هذه التحويلات سوى ثلث التدفقات الواردة إلى البلدان النامية. إذا كانت الدولة المضيفة تطبق نظام سعر الصرف الثابت، فإن صافي الزيادة في الطلب على العملات الأجنبية الناتج عن الاستثمارات الأجنبية المباشرة يؤدي إلى تقليص الفائض وزيادة عجز ميزان المدفوعات .

2- الآثار الإيجابية .

بالرغم من بعض الآثار السلبية التي يحققها الاستثمار الأجنبي المباشر على موازين مدفوعات الدول المضيفة، إلا أن هناك بعض الآثار الإيجابية التي تتحقق من وراء تدفقات الاستثمارات الأجنبية المباشرة، منها :

- قيام الاستثمار الأجنبي المباشر بإنشاء وحدات إنتاجية محلية لإحلال الواردات، فإن ذلك يغني الدولة المضيفة عن تخفيض نفقاتها بالعملة الصعبة لأجل استيراد سلع كانت سابقاً لا تستطيع إنتاجها محلياً بسبب افتقادها لمتطلبات ذلك، أو حتى في حالة قدرتها على إنتاج تلك السلع، ولكن بتكلفة مرتفعة، وهو ما يؤدي إلى اقتصاد في العملة الأجنبية، ومنه يكون له أثر إيجابي على ميزان المدفوعات وتخفيف مشكلة قلة النقد الأجنبي؛

- استهداف الاستثمار الأجنبي المباشر الموجه نحو التصدير يؤدي إلى زيادة صادرات الدولة المضيفة من السلع والخدمات إلى الخارج، وبالتالي الحصول على موارد من العملة الصعبة، وهو ما يؤثر إيجابياً على ميزان المدفوعات؛

- قيام الشركات الأجنبية ببيع عملاتها الأجنبية للحصول على العملة المحلية (الوطنية) التي تحتاجها لتمويل مدفوعاتها المحلية؛

-التزام الشركات الأجنبية بإعادة استثمار جزء من أرباحها المحققة داخل الدولة المضيفة.

- وعلى العموم، ولكي تتفادى البلدان المضيفة الآثار السلبية المحتملة على موازين مدفوعاتها، يجب أن تستهدف أنماط الاستثمار الأجنبي المباشر الذي يتلاءم وتحقيق أهدافها الاستراتيجية التنموية الشاملة، مع مراعاة استخدام معيار التكلفة/ العائد، وهذا لتوليد أكبر المنافع من اجتذاب الاستثمار الأجنبي المباشر .

المطلب الثالث : أثر الاستثمار الأجنبي المباشر على النمو الاقتصادي في البلدان المضيفة:

نظرا لأهمية النمو في تحقيق أهداف التنمية الاقتصادية في البلدان النامية، فقد أصبح من الضروري على واضعي السياسات الاقتصادية في هذه البلدان البحث عن المصادر التي تؤدي الى تحقيق ذلك الهدف. ومن بين تلك المصادر الاستثمار الأجنبي المباشر. وفي هذا السياق، يثار التساؤل التالي :

ما هو أثر الاستثمار الأجنبي المباشر على النمو؟ وهل تؤدي تدفقات تلك الاستثمار إلى زيادة معدلاته؟

للإجابة على هذا السؤال، فقد أجريت العديد من الدراسات لقياس تأثير الاستثمار الأجنبي المباشر على خلق العوائد الإنتاجية وتأثير ذلك على النمو الاقتصادي في البلدان المضيفة، ومن بين أهم تلك الدراسات نستعرض ما يلي :

دراسة De MELLO عام 1999، وتناولت العلاقة بين الاستثمار الأجنبي المباشر وتراكم رأس المال ونمو الإنتاجية، وشملت الدراسة عينة من 15 دولة متقدمة و17 دولة نامية خلال الفترة 1970-1990، وأوضحت هذه الدراسة اختلاف العلاقة بين مجموعات الدول¹

كما قام Borenztein وآخرون عام 1998 بدراسة على عينة تتكون من 69 دولة نامية لقياس أثر الاستثمار الأجنبي المباشر على النمو الاقتصادي في هذه البلدان، وخلصت الدراسة إلى وجود أثر إيجابي للاستثمار الأجنبي المباشر على النمو، ولكن ذلك يتوقف على رصيد رأس المال البشري المتوفر في البلدان المضيفة²

وتظهر إحصاءات الأونكتاد حول تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر أن النمو الاقتصادي هو المحفز لتدفق الاستثمار الأجنبي المباشر، وليس العكس. وبعبارة أخرى، فإن الدول التي تتمتع بمعدلات نمو مرتفعة هي التي تستقطب أكبر قدر من الاستثمار الأجنبي المباشر، وبذلك يصبح هذا الأخير متغيرا تابعا وليس مستقلا، وأن الدول ذات المعدلات المنخفضة من النمو لم تحقق إلا قدرا يسيرا من تلك التدفقات .

المبحث الرابع: مفهوم وأشكال الحوافز الممنوحة للاستثمار الأجنبي المباشر .

المطلب الاول : مفهوم الحوافز الممنوحة للاستثمار الأجنبي المباشر .

تتنافس الدول المتقدمة والدول النامية على حد سواء على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر، لما له من أهمية في التنمية الاقتصادية، وتحقيق النمو المستدام .

¹ De Mello. L.R, "Foreign direct investment, led to growth, Evidence from time series and panal data", Oxford Economic papers, n° 15, 1999, p.48.

² . Khalid SEKKET, Marie ANGE, "Trade and Foreign Exchange Liberalization, investment climate and FDI in the MENA countries", Working paper, n°39, September 2004, World Bank.

ويعتبر موضوع جذب الاستثمار الأجنبي المباشر من القضايا الأساسية في السياسات الاقتصادية، ولاسيما بعد موجة الانفتاح الاقتصادي والتحرر المالي والتجاري الذي طبع العقد الأخير من القرن العشرين، ومحاوله الكثير من الدول الاستفادة من حركة العولمة، والاندماج في الاقتصاد العالمي .

ونظرا لهذه الأهمية، قامت العديد من الدول النامية بوضع سياسات وتصميم حزمة من الحوافز تهدف إلى جذب المزيد من الاستثمار الأجنبي المباشر، وتوليد المنافع التي يمكن أن تجنيها في حال تحقق القدر اللازم من ذلك التدفق نحو اقتصاداتها .

1-تعريف الحوافز المقدمة للاستثمار الأجنبي المباشر .

بداية، ينبغي الإشارة إلى أنه لا يوجد تعريف موحد لمفهوم الحوافز، ويمكن أن يشمل التعريف الواسع للحوافز، أي نوع من المساعدة تمنحها الدولة للمستثمرين، أو قد يكون التعريف ضيقا ليشمل بعضا من أنواع المساعدات التي تقدمها الدولة للمستثمرين، وأيا كان الأمر، فإن عددا قليلا من اتفاقيات الاستثمار الدولية، أشارت إلى هذه الحوافز، أو إلى بعض من أنواعها. الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات "GATS" أشارت إلى المنح "Subsidies" في المادة VX كما أن اتفاقية الإعانات المالية، والتعويضات (Agreement on Subsidies and Countervailing Measures) تعتبر الاتفاقية الوحيدة متعددة الأطراف التي ورد فيها تعريف للمساعدة "Subsidies" يتفق مع تعريف الحافز، إذا تم منحها للمستثمر¹ ويعرف مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية UNCTAD، الحافز بأنه كل ميزة اقتصادية قابلة للتقدير بقيمة نقدية، تقدمها الدولة المضيفة للاستثمارات الأجنبية الوافدة إليها، أو لبعض الاستثمارات² .

وتستخدم الحوافز من قبل بعض الدول بهدف تعويض النقص الحاصل في بيئة الأعمال، ولتوجيه الاستثمارات إلى قطاعات معينة تريد الحكومات ترقيتها وتأهيلها، أو لتوجيه الاستثمارات نحو المناطق النائية، بهدف تنشيطها وترقيتها اقتصاديا . وعلى العموم، فإن وضع هذه الحوافز، هو في الأساس لخدمة التنمية، والاستفادة من المنافع المحتملة من الاستثمار الأجنبي المباشر .

ويؤكد تقرير الأمم المتحدة للتجارة والتنمية UNCTAD أن عدد البلدان الذي تضمن الحوافز للاستثمار هو في تزايد مستمر، ويعزى ذلك إلى موجة العولمة التي خلقت نوعا من التنافس الشديد بين مختلف الدول للسعي لجذب أكبر قدر من الاستثمار الأجنبي المباشر، ولذلك قامت العديد منها بإجراء تعديلات في بيئتها التنظيمية ونظمها الوطنية الخاصة بالاستثمار الأجنبي المباشر، لتكون أكثر ملائمة، وجذبا لتدفقات الاستثمار .

وتظهر الأرقام والبيانات الصادرة عن الأونكتاد أنه خلال الفترة من 1991 إلى 2002، تم إحصاء 1641 تعديلا يخص الاستثمار الأجنبي المباشر، كان من بينها نسبة 95% من مجموع التعديل أكثر ملائمة للاستثمار الأجنبي المباشر.³

¹ UNCTAD, INCENTIVES.NY and Geneva 2004, p.1.

² UNCTAD, 1996 a, p.p.3-4, UNCTAD 2003a, p.124.

³ UNCTAD, "Incentives", New York, Geneva, 2004, p.03.

وفي سنة 2002 لوحدها، كان من بين 248 تعديلا في قوانين الاستثمار الوطنية 236 تعديلا أكثر ملائمة للاستثمار الأجنبي المباشر.¹

وتصنف هذه الحوافز إلى ثلاث فئات رئيسية²:

- 1- الحوافز المالية: **Financial incentives** وتتمثل في الحوافز الضريبية بصفة أساسية، وحوافز التصدير .
- 2- الحوافز التمويلية: وتتمثل في توفير الأموال مباشرة للمشروع في شكل إعانات حكومية، أو قروض بفوائد منخفضة، أو المشاركة الحكومية في المشروع، التأمين الحكومي بمعدلات منخفضة لتغطية أنواع معينة من المخاطر مثل مخاطر تغيرات أسعار الصرف، أو المخاطر التجارية كالتأمين والمصادرة .
- 3- الحوافز الأخرى: تشمل المعاملة التفضيلية للاستثمار الأجنبي المباشر في مجالات الصرف الأجنبي مثل ضمان تحويل رأس المال والأرباح إلى الخارج .

وتهدف هذه الحوافز إلى ما يلي :

- تزويد المستثمر بالخدمات الأساسية مثل تنفيذ وإدارة المشروعات، تزويد المستثمر بمعلومات تسويقية، توفير المواد الخام، المساعدة في التدريب؛

- تزويد المستثمر بالبنية الأساسية من أراضي ومباني ومياه ومرافق عامة بأسعار تقل عن الأسعار التجارية.

وتسهم هذه الحوافز في تخفيض تكاليف إنشاء المشروعات بشكل غير مباشر، وبالتالي :

- إمكانية تحقيق معدل عائد مرتفع³

كما تشمل الحوافز الأخرى، الحوافز المتعلقة بالبنية التشريعية والتنظيمية، مثل عدم التقييد ببعض اشتراطات قوانين العمل، والبيئة والصحة، وحماية المستثمرين من البنود التعسفية، والإجراءات التي يمكن أن تلحق الأضرار بهم.

وتجد الدول النامية صعوبة في تقديم الحوافز التمويلية لافتقار مواردها إلى تقديم هذا النوع من الحوافز، في حين يكون الأمر أسهل بالنسبة للدول المتقدمة، وربما يكون ذلك واحد من أهم الأسباب التي تجعل من هذه الدول مناطق جذب للاستثمار الأجنبي المباشر.

وتقوم الدول النامية بتصميم حوافزها على أساس مالي، لأنه لا يكلفها أعباء مالية⁴

¹ Ibid, p.21.

² UNCTAD, "Incentives and FDI", New York, Geneva, 1996, p.06.

³ . أميرة حسب محمد الله محمد، محددات الاستثمار الأجنبي المباشر وغير المباشر في البيئة الاقتصادية العربية، دراسة مقارنة (تركيا، كوريا الجنوبية، مصر) (الإسكندرية: الدار الجامعية، 2004-2005، ص.40).

⁴ . لمؤسسة العربية لضمان الاستثمار، ندوة بعنوان الحوافز الممنوحة للاستثمار الأجنبي المباشر في الدول العربية، المرجع السابق، ص.195.

جدول رقم 03: أشكال الحوافز المالية الممنوحة للاستثمار الأجنبي المباشر

طبيعة الحوافز	مضمون الحوافز
<p>الحوافز المالية ذات طابع ضريبي</p> <p>Fiscal incentives</p>	<p>1: الممنوحة إلى الأرباح.</p> <ul style="list-style-type: none"> - تخفيض معدل ضريبة الأرباح أو الدخل - - الإعفاء الكلي المؤقت من الضريبة - <p>2: الممنوحة إلى رأس مال الاستثمار.</p> <ul style="list-style-type: none"> - الاستهلاك المعجل للأصول الرأسمالية - - إعفاء جزء الأرباح المعاد استثمارها - <p>3: الممنوحة للعمال.</p> <ul style="list-style-type: none"> - تخفيض اشتراكات الضمان - - الاقتطاع الإضافي من الضريبة بالتناسب مع عدد العمالة المستخدمة - <p>4: الممنوحة للمبيعات.</p> <ul style="list-style-type: none"> - تخفيض ضرائب المبيعات حسب الحجم - <p>5: الممنوحة للاستيراد.</p> <ul style="list-style-type: none"> - من إعفاء السلع الرأسمالية الرسوم الجمركية وضرائب الواردات - - إعفاء مدخلات الإنتاج المستوردة - <p>6: الممنوحة للتصدير.</p> <ul style="list-style-type: none"> - إعفاءات معاملة تفضيلية للدخل الناتج عن التصدير - - تخفيض الرسوم عن نشاطات الصرف الأجنبي - - تخفيض الرسوم عن الصناعات التصديرية - - قبول مقاصة ضريبة بين المبيعات الداخلية، وتلك الموجهة للتصدير - - قبول الدين الضريبي (التأجيل) لصافي المكون المحلي عند التصدير - <p>7: الممنوحة للمصاريف الخاصة.</p> <ul style="list-style-type: none"> - تخفيض ضريبة دخل الشركات المرتبطة بأنشطة التسويق والترويج - <p>8: الممنوحة لفوائض القيمة.</p> <ul style="list-style-type: none"> - تخفيضات في ضرائب دخول الشركات المحققة لفوائض القيمة - <p>للمخرجات الإنتاجية</p> <ul style="list-style-type: none"> - ضمان ائتمان ضرائب الدخل المتأتبة من صافي القيمة المحققة -

Source: UNCTAD, based on UNCTAD 1996 a 1996b, WTO, 1998.

جدول رقم 04: أشكال الحوافز التمويلية والحوافز الأخرى الممنوحة للاستثمار الأجنبي المباشر.

<p>طبيعة الحوافز مضمون الحوافز</p>	
<p>حوافز الاستثمار:</p> <p>تقديم الدعم الحكومي المباشر لتغطية جزء من رأس مال المستثمر، أو لتغطية التكاليف الإنتاجية والتسويقية للمشروع</p> <p>2. منح قروض وائتمانات ولتشجيع عمليات التصدير</p> <p>3. ائتمان حكومي مدعم، لتغطية مخاطر تجارية مرتفعة مثل مخاطر تذبذب أسعار الصرف، انخفاض قيمة العملة المحلية، تغطية مخاطر غير تجارية مثل التأميم، والمصادرة (وتكون عادة من خلال هيئة دولية)</p>	<p>الحوافز التمويلية Financial incentive</p>
<p>1. تنظيمية حوافز Regulatory incentives:</p> <p>- تخفيض التقيد بمعايير بيئية، ومعايير الصحة والعمل</p> <p>- إعفاء مؤقت أو دائم من الامتثال للمعايير المطبقة والمعمول بها</p> <p>- إقرار بنود لضمان تعديل التشريعات التي تضر بمصالح المستثمرين</p> <p>2. تقديم الدعم الحكومي للخدمات .</p> <p>- دعم البنى التحتية مثل الكهرباء، الماء، وسائل الاتصالات، النقل، وتوفير هذه الخدمات بأقل من سعرها التجاري (السوقي)</p> <p>- دعم الخدمات من خلال المساعدة في تزويد المستثمر بمعلومات مصادر التمويل، ودراسات السوق، والمعلومات التسويقية، توفر السلع الرأسمالية، وتقديم النصح في مجال عمليات الإنتاج، وتقنيات وقنوات التسويق</p> <p>3 امتيازات خاصة بالسوق التدريب والتأهيل الخاص باليد العاملة، وكل التسهيلات المتعلقة</p> <p>- صفقات حكومية تفضيلية</p> <p>- الحماية من منافسة الاستيراد</p> <p>- إغلاق السوق من أي منافسين جدد، وضمان حق الاحتكار (of <i>Guarantying monopoly rights</i>)</p> <p>4. الأجنبي الصرف امتيازات (Foreign exchange privileges)</p> <p>- ضمان معدلات صرف تفضيلية</p> <p>- استبعاد مخاطر الصرف عن القروض الأجنبية</p> <p>- منح القطع الأجنبي مقابل عمليات التصدير</p> <p>- منح امتيازات خاصة للعوائد ورأس المال</p>	<p>الحوافز الأخرى</p>

Source: UNCTAD, based on UNCTAD 1996 a 1996b, WTO, 1998.

من خلال الجدول أعلاه، يتضح تزايد عدد الدول التي قامت بتغييرات في نظمها الوطنية الخاصة بالاستثمار الأجنبي المباشر، حيث شهد عام 2004، قيام 102 دولة بذلك التغيير، بما يعادل 270 تعديلا تنظيميا، منها 234 تعديلا يعد أكثر ملائمة للاستثمار الأجنبي، و38 تعديلا في غير صالح الاستثمار الأجنبي المباشر أي بنسبة 86% مقابل أقل من 14% أما بالنسبة لعام 2005، فإن الملاحظ هو عدد البلدان التي قامت بتعديلات أقل ملائمة للاستثمار الأجنبي المباشر، حيث من بين 205 تعديلا من نظم الاستثمار، كان 154 تعديلا في صالح الاستثمار الأجنبي المباشر، و41 تعديلا غير ملائم للاستثمار، ويرجع ذلك إلى قيام عدد من الدول بحماية اقتصادياتها الوطنية من المنافسة الأجنبية، وحماية الصناعات الوطنية، منها قرار بوليفيا بتأميم قطاعي البترول والغاز في ماي 2006 .

أما من حيث التوزيع الجغرافي، فقد بلغت التغييرات الحاصلة في نظم الاستثمار في إفريقيا 53 تغييرا، متبوعة بدول آسيا و أوقيانيا بـ48 تعديلا، والدول المتقدمة بـ48 تعديلا، ودول جنوب شرق أوروبا بـ39 تعديلا، أما أمريكا اللاتينية ودول الكاريبي، فقد أحصت الأونكتاد 21 تعديلا بها.¹

ومن بين الإجراءات المتخذة لتحسين نظم الاستثمار وجعلها أكثر مواتاة للاستثمار الأجنبي المباشر، سياسات التحرير (57 تعديلا)، الجهود الترويجية للاستثمار الأجنبي المباشر (51 تعديلا)، الإجراءات التنفيذية (22 تعديلا)، وإجراءات قبول الاستثمار (19 تعديلا).²

وحسب البيانات المستقاة من تقرير الأونكتاد للاستثمار حول العالم لعام 2006، فإن 51 إجراء يتعلق بمنح المزيد من الحوافز الجديدة للاستثمار، وفي أنشطة السياحة والبحث والتطوير، وكانت أغلب تلك الإجراءات تمس ضرائب الشركات، حيث أجرت العديد من البلدان تخفيضات في معدلات الضرائب المفروضة على أرباح الشركات، وتلك الإجراءات لا تمس الاستثمار الأجنبي المباشر لوحده، وإنما حتى الشركات المحلية .

وقد كانت نسبة تلك التخفيضات واضحة في أوروبا، حيث قامت البلدان المنظمة حديثا إلى الاتحاد الأوروبي بمراجعة قوانينها الضريبية، بالإضافة إلى مناطق أخرى من العالم، فعلى سبيل المثال، قامت الإكوادور بإعفاء مؤقت لمدة تتراوح من 10 إلى 12 سنة على الاستثمارات الموجهة لقطاعي الزراعة والسياحة. كما قامت الهند بتبني قانون يمنح حوافز جذابة للاستثمار في مناطق اقتصادية خاصة .

ورغم ارتفاع عدد التعديلات في نظم الاستثمار الملائمة للاستثمار، يلاحظ أيضا قيام بعض الدول بإجراء تعديلات، تعد أقل ملائمة للاستثمار الأجنبي المباشر، وقد مست تلك الإجراءات قطاع استغلال الموارد الطبيعية في بوليفيا، والتشيلي التي قامت بفرض رسم بمعدل 5% من الأرباح المحققة في قطاع المناجم عند مستوى إنتاج 50000 طن من الحديد.

¹ .UNCTAD, WIR, 2006, p.p.22-25 .

² . الأونكتاد، تقرير الاستثمار العالمي 2006، الاستثمار الأجنبي الوارد من الدول النامية والاقتصاديات الانتقالية ودوره في التنمية، استعراض عام .ص.26.

أما من جانب الدول المتقدمة، فقد كان هدف التعديلات التي قامت بإجرائها على نظمها الاستثمارية، حماية وتعزيز الموقف التنافسي لمستثمريها المحليين، ومن تلك التعديلات، إعلان الحكومة الفرنسية عن قيامها بحماية 11 نوعاً من الصناعة المحلية التي اعتبرتها من القطاعات الاستراتيجية ذات المصلحة الوطنية¹

المطلب الثاني : أشكال حوافز الاستثمارات .

1- الحوافز المرتبطة بالضريبة على الشركات و تشمل ما يلي :

- إعفاء مؤقت للضريبة أو معدل مخفض للضرائب على الشركات؛

- حسومات للاستثمارات Deduction ؛

- تطبيق معدل اهتلاك متسارع؛

- مؤونات (أو أحكام خاصة) للمبالغ المعاد استثمارها، أو بمناسبة التوسع في النشاط؛

- تخفيض مكرر لبعض المصاريف لأغراض جبائية (عادة ما ترتبط بالتشغيل والتصدير، والبحث والتطوير، والتجهيزات)

2- الحوافز الأخرى ذات الطبيعة الجبائية وتشمل ما يلي :

- الإعفاء من الضريبة على الدخل المفروض على الأشخاص الطبيعيين، ولاسيما على شطر الأرباح الموزعة؛

- الإعفاء من الحقوق الجمركية عند الاستيراد وخاصة إعفاء السلع والتجهيزات والمواد الأولية، وقطع الغيار والمدخلات الوسيطة

في عمليات الإنتاج؛

- الإعفاء من الحقوق الجمركية عند التصدير؛

- الإعفاء من الرسم على المبيعات والرسم العقارية، والرسم على الدخل المهنية؛ - تخفيض نسبة المساهمة في الضمان

الاجتماعي .

3- الحوافز ذات الطبيعة المالية: يمكن حصرها في النقاط التالية :

- قبول التمويل بشروط ميسرة؛

- مساهمة الدولة في رأس المال؛

- التأمين بتعريفات تفضيلية؛

- منح ضمانات للقروض؛

- الدعم المباشر؛

- التموين بالتجهيزات الخاصة؛

- المساهمة في المصاريف الأولية المرتبطة بالتكوين، والتعهد بدفع أجور خاصة بالتشغيل؛ - معالجة تفضيلية في سعر الصرف؛

- صفقات عمومية تفضيلية؛

- الحماية من المنافسة عند الاستيراد؛

¹ The Wall Street journal on line, Common Market Think Again, 13 March 2006

-تقديم الخدمات (دراسة السوق أو الدراسات الأولية) .

4-الحوافز من طبيعة تشريعية (قانونية): من بينها :

-المعايير المطبقة في الميدان الاجتماعي، العمل، البيئة .

المطلب الثالث : اتجاهات السياسة العامة المرتبطة بالحوافز .

يعتبر موضوع الحوافز من الموضوعات التي يثار حولها الجدل، ويرجع السبب في ذلك إلى حداثة ظاهرة الاستثمار الأجنبي المباشر نسبيا من جهة، وإلى تناقض النتائج التي توصلت إليها الدراسات الميدانية من جهة أخرى .

وقد أكد هذه الحقيقة المسح الذي قامت به شعبة الشركات عبر الوطنية التابعة للأمم المتحدة، لعينة مكونة من 45 بلدا حول العالم ، حيث توصلت من خلال المسح الذي أجرته على أنظمة الحوافز إلى أن استخدام الحوافز كوسيلة لجذب الاستثمار الأجنبي المباشر لم تحسم بعد، ذلك أن هناك دولا من هذه العينة، نجحت في استعمال الحوافز وحققنت نتائج باهرة في حين أخفقت دولا أخرى في تحقيق ذلك الهدف¹

وبشأن السياسات التي تتبعها الدول في تشجيع الاستثمارات الأجنبية المباشرة، والمرتبطة بالحوافز، فإنه يمكن تصنيف تلك السياسات إلى اتجاهين رئيسيين²

-أنظمة حرة للاستثمار الأجنبي المباشر: حيث لا تنص هذه الأنظمة على أي قيود أو اشتراطات تضعها أمام دخول الاستثمار الأجنبي المباشر، فهي أنظمة مفتوحة غير تقليدية، ويتمتع في ظلها المستثمر الأجنبي بكامل الحقوق والمزايا والحماية القانونية المقررة له بموجب تلك التنظيمات .

-أنظمة انتقائية للاستثمار الأجنبي المباشر: في ظل هذه الأنظمة، تضع الدولة المضيفة للاستثمار بعض المعايير الانتقائية، التي يجب أن تتوفر في المستثمر الأجنبي قبل السماح له بالدخول، وتقوم بتقديم الحوافز كلما تحققت تلك المعايير، كما يمكن أن تدرس قرارات قبول الاستثمار الأجنبي المباشر في هذه الأنظمة حالة بحالة³

وفي حالة الدول النامية، يمكن ملاحظة هذين النوعين من الأنظمة، فالدول التي تعمل على التفتح الاقتصادي، تنظر إلى الاستثمارات الأجنبية المباشرة كوسيلة للنمو الاقتصادي، وبالتالي تقوم بوضع قوانين محفزة لهذه الاستثمارات . في حين قيدت بعض الدول اللجوء إلى الاستثمارات الأجنبية المباشرة، ولجأت إلى نمط تنموي يركز على القدرات الذاتية، وعندما أرادت التفتح على هذه الاستثمارات، عمدت إلى سن قوانين وأنظمة تحد من مجال الاستثمارات وشكلها .

¹ UNCTAD, Advisory Studies, n° 16, "Tax Incentives and FDI ", A Global Survey, new York and Geneva, 2000, p.p.14-24.

² تصنف المؤسسة العربية لضمان الاستثمار اتجاهات السياسة الاستثمارية إلى خمسة اتجاهات. (راجع المؤسسة العربية لضمان الاستثمار. الاتجاهات التشريعية لمعاملة الاستثمار ضريبيا في المقارن والتشريعات العربية. طباعة فهد المرزوق، الكويت، 1984 .

³ Nada MESSOUD, "Assessment of FDI in Egypt", Economic research Forum. Cairo. WP0336 .2003, p2.

وما يمكن ملاحظته في هذا المجال، هو تغير المواقف واتجاه العديد من البلدان النامية، والاقتصاديات الانتقالية إلى الترحيب بالاستثمارات الأجنبية المباشرة، وتخفيف القيود المفروضة⁴

عليها، بل أصبحت هذه البلدان تتنافس فيما بينها لتشجيع المستثمرين الأجانب¹

فما هي حجج المدافعين على الحوافز لتشجيع الاستثمار الأجنبي المباشر، وما هي حجج المعارضين لاستخدام الحوافز؟

1- حجج المدافعين عن استخدام الحوافز لتشجيع تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر.

يرى أنصار هذا الاتجاه، أن الحوافز المقدمة ستؤدي إلى زيادة حصة البلد من تدفقات الاستثمارات الأجنبية المباشرة، ولاسيما الاستثمارات الجديدة، وذلك في ظل تآكل حجم السياسات البديلة، كاستعمال سعر الصرف، وهي الحالة الأكثر شيوعاً في الاتحاد الأوروبي،

كما أن موجة العولمة أدت إلى تراجع دور الدولة في الحياة الاقتصادية وفي إمكانيات استعمال الوسائل التقليدية المتاحة لتوجيه الاستثمارات، فضلاً عن التنافس الدولي فيما بين أقطاب الشركات الأجنبية في اختيار أفضل الأماكن العالمية للاستثمار . ويضيف المدافعين إلى أن منح هذه الحوافز يؤدي إلى انخفاض تكلفة الاستثمار، مما يساهم في تقوية تنافسية الدولة، اتجاه باقي المنافسين المحتملين، وهو ما يسمح بتعزيز المناخ الاستثماري، وبالتالي يعزز من مقدرة الدولة على جذب الاستثمارات الأجنبية .

ومهما يكن، فإن التحليل الذي تبناه هذا الاتجاه المؤيد، هو أن النواتج التي تتحصل عليها الدولة في شكل الاستفادة من الآثار الإيجابية للاستثمار الأجنبي أكثر من التكاليف التي تتنازل عنها في شكل إعفاءات أو دعم مباشر . كما أن منح الحوافز للاستثمار لا يجب أن يفرق بين المستثمر الأجنبي والمحلي، لأن ذلك التفريق يتعارض مع مبدأ المعاملة الوطنية، والتي تحميها قواعد ولوائح المنظمة العالمية للتجارة، ولاسيما اتفاقية تدابير الاستثمار المرتبطة بالتجارة . TRIMS كما يستند هؤلاء على أن الآثار الإيجابية للاستثمار الأجنبي المباشر في خلق النمو الاقتصادي تعتبر من أهم المبررات الداعية إلى منح الحوافز .

2- حجج المعارضين لاستخدام الحوافز

بالرغم من أهمية الحوافز كإحدى المحددات المكتملة لتحسين المناخ الاستثماري، فإن هناك بعض الآراء التي تعارض استخدام مثل هذه الحوافز في تشجيع تدفقات الاستثمارات الأجنبية

1 المباشرة، ومن أهم المبررات التي يقدمها المعارضون ما يلي²

- إن الحوافز تأتي في المرتبة الثانية من حيث الأهمية في قرار المستثمرين الأجانب، وذلك بعد المحددات الرئيسية المتمثلة في حجم السوق، ومدى توفر الموارد الطبيعية، واليد

¹ غني فيرمان، "تيسير الاستثمار الأجنبي"، مجلة التمويل والتنمية، المجلد 29، العدد 01، مارس (1992) واشنطن: صندوق النقد الدولي، 1992، (ص.42).

² Magnus Blomstrom, Ari KOKO, "The Economics of Foreign Direct Investment", Stockholm School of Economics, January, 2003, p.p.17-20.

العاملة الماهرة، والظروف الاقتصادية والسياسية الأخرى التي تؤثر على مناخ الاستثمار. كما وقد بينت العديد من الدراسات التطبيقية التأثير المحدود للحوافز في قرارات المستثمرين، حيث تكون ذات أهمية فقط في حالة تشابه المحددات الرئيسية للموقع الذي يراد الاستثمار فيه، في هذه الحالة تبرز أهميتها نسبياً؛

- إن الاستثمارات الأجنبية التي تبحث عن وجود مثل هذه الحوافز في تشريعات البلدان المضيفة، غالباً ما تكون ذات تأثير ضعيف وغير فعال في الاقتصاد المحلي، وتتسم بعدم الاستقرار، حيث تنتهي مدة المشروع مع نهاية مدة سريان التسهيلات والإعفاءات المقررة،

وأحياناً قبل ذلك الميعاد، الأمر الذي لا يتحقق مع هذا النوع من الاستثمارات التأثيرات المرغوبة التي تم على أساسها وضع تلك الحوافز. وتشير مختلف الدراسات إلى هذا النوع من الاستثمار باسم Footloose وهذا النوع يفتقر إلى وجود روابط حقيقية (خلفية أو أمامية) في الاقتصاد المضيف، نظراً لحساسيته المفرطة للتغيرات في البيئة التنافسية المحلية؛

- إن التنافس الحاد بين الدول على الاستثمار الأجنبي المباشر أدى إلى ظهور ما يسمى بالمزايدات، حيث طرحت الكثير من البلدان حزمة من الحوافز والإعفاءات تفوق قدرات البلدان الفقيرة، وهو ما يرهقها في ظل عدم التكافؤ ومحدودية القدرة على الاستمرار في منح مثل هذه الحوافز؛

- يرى المعارضون أن الإعفاءات الضريبية تؤدي إلى انتقال الموارد الأولية من خزينة البلد المضيف إلى خزينة دولة المستثمر، ويحدث هذا إذا كان يخضع لضريبة مماثلة في دولته، وفي هذه الحالة لا يتحقق الهدف المرجو من الإعفاء طالما أن المستثمر يدفع الضريبة في بلده الأم؛

- إن الحوافز التفضيلية (الضرائب التفضيلية) تلحق الضرر بالدولة المضيفة، حيث تؤدي إلى إضعاف الموقف المالي للدولة المضيفة عن طريق تآكل القاعدة الضريبية التي تؤدي بدورها إلى انخفاض الاستثمار الحكومي في التعليم والصحة والبنى التحتية، وإذا أخذنا في

الاعتبار هشاشة الوضع المالي والاقتصادي الكلي للبلدان النامية، فإن المخاطر المصاحبة لمثل هذا النوع من الإعفاءات قد تكون كبيرة لدرجة لا يمكن تبرير المنافع في المدى القصير¹.

- وعلى العموم، فقد استقر الخلاف في هذا الموضوع على أن الحوافز يمكن أن يكون لها أثر إيجابي على الدول المضيفة، إذا كانت تكلفتها منحها أقل من الفائدة التي تعود على المجتمع من المشروع الاقتصادي، رغم أن هناك عوائد معنوية (الآثار الاحتكاكية) قد لا يمكن التعرف على قيمتها نظراً لعدم وجود معيار كمي لحساب قيمتها أو تقييمها مادياً. وتجدر الإشارة إلى أن اتفاقية الغات منعت أي إجراءات من شأنها ربط منح الحافز للاستثمار بمتطلبات أو شروط أو إجراءات معينة تلزم الاستثمار الأجنبي (ماعدا شرط التصدير).

أما بالنسبة للحافز التمويلي (المالي) في شكل دعم مباشر، فقد أكدت الاتفاقية بعدم التمييز فيه بين المستثمر الأجنبي والمحلي، إذ يمنح لهما على حد سواء.

¹ محمد العريان، محمود الجمال، المرجع السابق، ص. 25.

وختاماً، فإن صياغة الحوافز الجيدة التي تستهدف النوع الجيد من الاستثمار الأجنبي المباشر القابل للنمو، والذي يخدم أهداف التنمية في البلدان المضيفة، يعتبر من الاستراتيجيات التي يجب أن يتم التركيز عليها لتوليد أقصى الفوائد من تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر، ولا يتأتى ذلك بصفة آلية، أو باستخدام الحوافز بمفردها، بل يجب أن تكون سياسات الاقتصاد الكلي والبيئة التشريعية والظروف السياسية من عوامل الجذب، وليس من عوامل الطرد. كما تتجه الدول إلى ربط هذه المزايا والحوافز والإعفاءات بقطاعات معينة تتميز فيها هذه الدول بميزة نسبية مما يعود بأعظم الفائدة على البنية الاقتصادية الكلية، كما أن إتباع سياسة الحوافز الموجهة (Targeted Incentives) هو الأكثر جدوى من اعتماد سياسة مفتوحة للإعفاءات والحوافز تشمل كل القطاعات والصناعات، بما في ذلك التي لا تتميز فيها الدولة بميزة نسبية¹

المطلب الرابع : المبادئ العامة لوضع ومنح الحوافز الاستثمارية

وضعت منظمة الاونكتاد مجموعة من المبادئ العامة التي على واضعي السياسات الوطنية في مجال الاستثمار مراعاتها، وهي كما يلي:²

المبدأ الأول: التعريف

يكتسي تعريف الحافز أهمية بالغة في التنظيمات والاتفاقيات المتعلقة بالاستثمار، والإشكالية الجوهرية، هي في اختيار التعريف الواسع والذي يغطي كل أشكال الحوافز المحتملة، أو الأخذ بالتعريف الضيق، والذي يقتصر على أنواع محددة من الحوافز. ومعيار التفرقة في التعريف، هو اختيار المبدأ العام، أو المبدأ الخاص، لأن مدى التعريف يؤثر على مدى تغطية المستثمر من جهة، ودرجة جاهزية الدولة في توجيه وتنفيذ سياستها المتعلقة بالحوافز الممنوحة للاستثمار الأجنبي من جهة أخرى

المبدأ الثاني: مبدأ عدم التمييز .

تقوم بعض البلدان المضيفة، بمنح الحوافز للمستثمرين المحليين (الوطنيين) دون سواهم، الأمر الذي يعتبر استثناء لقاعدة المعاملة الوطنية (NT)، حيث تقوم الدولة بإعداد قائمة محدودة للشركات أو الصناعات الوطنية التي تستفيد من معاملة تفضيلية خاصة، وتقوم البلدان النامية بمنح بعض الإعانات الموجهة للصناعات الناشئة، وذلك لحمايتها من المنافسة الشديدة التي تتعرض لها، وقد نادى الكثير من الدول النامية في حقها الشرعي لتنمية قدرات شركاتها المحلية، وتقويتها وتأهيلها حتى تتمكن من اكتساب المنافسة الكافية، والقدرات اللازمة، في مواجهة المنافسة من الشركات العاملة في السوق المحلي، سواء كانت أجنبية أو وطنية .

ويفرض العمل بمبدأ عدم التمييز أن يعامل المستثمر الأجنبي معاملة المستثمر الوطني أو أية دولة ثالثة تتمتع بميزات الدولة الأولى بالرعاية (مبدأ المعاملة الوطنية ومبدأ الدولة الأولى بالرعاية). وهذين الالتزامين، من المؤكد أنهما، يمنعان الدولة المضيفة

¹ اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، سياسات جذب الاستثمار الأجنبي المباشر والبيئي في منطقة ولاسكوا، مع دراسات حالات الأردن والبحرين واليمن (نيويورك: الأمم المتحدة، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، 2003، ص.ص.25-26.

² UNCTAD, "Incentives", New York, Geneva, 2004, p.p.11-25.

بالتفرقة في منح الحوافز على أساس جنسية المستثمر، وعليه يتوجب على الدولة تصميم برنامج الحوافز، باستخدام معايير موضوعية، كقطاع النشاط أو الأعمال، حجم وموقع الشركة، أو حجم رأسمال المستثمر.

بالإضافة إلى ذلك، فإنه من الممكن تضييق نطاق تطبيق مبدأ عدم التمييز في منح الحوافز، من خلال العمل بما يسمى

بالقائمة السلبية Negative list أو العمل بالقائمة الإيجابية Positive list

المبدأ الثالث: مبدأ ربط الحوافز بشروط الأداء. Linking incentives to performance requirements.

لا يمكن للبلدان المضيفة أن تربط منح الحوافز بشروط الأداء، وهي الشروط التي تمنعها اتفاقية TRIMS¹، وبخلاف ما هو متفق عليه وتلتزم الدولة بالتقيد به في إطار تلك الاتفاقية، تبقى الدول المضيفة لها الحق في فرض شروط الأداء غير المرتبطة بالتجارة Non trade related performance requirements، وتتعلق تلك الشروط بمجالات البحث والتطوير، الحد الأدنى من العمالة الوطنية، أو القيام بالمشروع في مناطق خاصة (المناطق الحرة)، أو تحويل قدر من التكنولوجيا للصناعة الوطنية .

المبدأ الرابع: الشفافية .

تنص أغلب اتفاقيات الاستثمار الدولية على تطبيق مبدأ الشفافية، في القوانين والتنظيمات واللوائح والإجراءات الإدارية. ومحتوى هذا المبدأ إلزام الأطراف المتعاقدة، أو الدول المضيفة بنشر المعلومات حول القواعد المرتبطة بموضوع الحوافز، وقد نص مشروع الاتفاق المتعدد الأطراف بشأن الاستثمار إلى أحكام خاصة تتعلق بموضوع الشفافية، ولكنها غير ملزمة، على اعتبار أن هذا الاتفاق لم يتم الإجماع بشأنه، ومهما يكن من أمر، فإن نشر مثل تلك المعلومات قد يكون بشكل طوعي من جانب الدول المضيفة، وذلك لتمكين المستثمرين من القدرة على اتخاذ القرارات والتنبؤ، وتقليل المخاطر من عدم التأكد، وكذلك معرفة المستثمرين ببرامج الحوافز¹، كما يعتبر ذلك جزءاً مهماً من المناخ الداعم والشروط التي يستفيدون بموجبها من هذه الحوافز للاستثمار .

المبدأ الخامس: تصميم الحوافز التنافسية

اشتد تنافس الدول حول الاستثمارات الأجنبية المباشرة، ولاسيما بعد موجة العولمة، والتحرر الاقتصادي إلى درجة تحولت فيها الحلبة إلى ما يشبه "المزاييدات" على استقطاب أكبر قدر من الاستثمارات الأجنبية، وقد صاحب هذا التحول قيام العديد من الدول بتوفير حوافز سخية، قد ترهق كاهل الدول الفقيرة ولا تتحملها ميزانيات بعض الدول النامية، ولأنه لا ينظر إلى مثل هذه الحوافز إلى كونها من المحددات الرئيسية للمناخ الملائم للاستثمار، فإن الإفراط في منحها وتقديمها بدون دراسة، قد يؤثر سلباً على مالية الدولة، وتعتبر عندئذ عبئاً حقيقياً، وعليه فإن رسم وتصميم الحوافز الملائمة لأهداف التنمية هو الكفيل بتحقيق التوازن بين التكاليف التي يتحملها الاقتصاد المضيف، وبين العوائد المحققة، والتي يجب أن تفوق تلك التكاليف .

¹ UNCTAD, WIR, 1995, p.203.

خلاصة الفصل الأول:

قمنا في الفصل الأول بعرض المفاهيم المرتبطة بموضوع الاستثمار الأجنبي المباشر، والأنماط الجديدة المكونة له، كما تطرقنا إلى أهم النظريات المفسرة للاستثمار الأجنبي المباشر، وقد توصلنا إلى أنه لا توجد نظرية واحدة جامعة وشاملة تفسر ظاهرة الاستثمارات الأجنبية المباشرة، ويرجع السبب في ذلك إلى الاختلاف الفكري للمدارس الاقتصادية التي تناولت موضوع الاستثمار الأجنبي المباشر من جهة، وإلى تطور هذه الظاهرة من جهة أخرى. كما توصلنا إلى أن الآثار الإيجابية المحتملة للاستثمار الأجنبي المباشر على البلدان المضيفة ليست تلقائية، إذ تتوقف تلك الآثار على اختيار هذه البلدان لنوعيات الاستثمار الأجنبي المباشر القادر على خلق النمو وتحقيق أهداف التنمية الوطنية. وشرنا في الختام إلى أن منح الحوافز للاستثمار الأجنبي المباشر يجب أن يكون في سياق يراعي فيه واضعو السياسات الوطنية - في مجال الاستثمار - مجموعة من المبادئ العامة منها مبدأ عدم التمييز ومبدأ الشفافية، ومبدأ تصميم الحوافز التنافسية القادرة على تحقيق التوازن بين التكاليف التي يتحملها الاقتصاد المضيف من جهة، وبين العوائد المحققة والتي يجب أن تفوق تلك التكاليف من جهة أخرى.

الفصل الثاني

إستراتيجيات التنمية

السياحية في بلدان

المغرب العربي

تمهيد الفصل.

يتناول هذا الفصل عرضا تفصيليا لاستراتيجيات التنمية السياحية التي تبنتها دول المغرب العربي - موضوع الدراسة من اجل ترقية قطاعها السياحي وجعله واحدا من أهم القطاعات المولدة للنمو الاقتصادي ومحركا للتنمية الاقتصادية والاجتماعية في هذه البلدان.

وفي هذا السياق، أعدت الجزائر منذ عام 2008 المخطط التوجيهي للتنمية السياحية آفاق 2030 المعروف بـ "2030 SDAT" والذي يعتبر الإطار المرجعي الذي تنفذ من خلاله الإستراتيجية الوطنية لتنمية السياحة لغاية عام 2030، وقد حدد هذا المخطط خمسة أهداف كبرى يعمل على تحقيقها، منها ترقية اقتصاد بديل للمحروقات و تنمين صورة الجزائر وجعلها مقصدا سياحيا بامتياز، تنشيط التوازنات الكبرى وانعكاسها على القطاعات الأخرى، بالإضافة إلى تنمين التراث التاريخي و الثقافي مع مراعاة العلاقة الدائمة بين ترقية السياحة والبيئة.

وفي تونس، عمدت السلطات العمومية إلى تبني إستراتيجية وطنية للتنمية السياحية تمتد على مدى 15 عاما، وشرع العمل بها بداية من سنة 2001 إلى غاية نهاية 2016 وتمثل الرؤية الإستراتيجية للسياحة التونسية المعروفة بـ(3+1) (في تنويع العرض السياحي، جودة وتكوين الموارد البشرية، العلامات التجارية والتسويق، وأخيرا تحديث القطاع السياحي). أما في المغرب، فقد تم الانتهاء من تطبيق الإستراتيجية الأولى المتمثلة في رؤية 2010 و التي امتدت على مدى عشر سنوات (2001-2010) كما تم البدء في تنفيذ الإستراتيجية الثانية المسماة رؤية 2020 وهي امتداد لرؤية 2010 وتخص الفترة من سنة 2011 إلى غاية 2020 وقد وضعت مضاعفة حجم القطاع السياحي هدفا جوهريا لها خلال هذه العشرية. وبناء على ما سبق يتناول هذا الفصل المباحث التالية:

المبحث الأول: إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر.

المبحث الثاني: إستراتيجية التنمية السياحية في تونس.

المبحث الثالث: إستراتيجية التنمية السياحية في المغرب.

المبحث الأول: إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر.

يتناول هذا المبحث التعريف الخاصة بالإستراتيجية السياحية في الجزائر أفاق 2030، إضافة إلى أهداف المخطط الوطني للتهيئة السياحية و أخيرا الآليات الخمسة لتطوير السياحة.

المطلب الأول: التعريف بالإستراتيجية السياحية في الجزائر أفاق 2030

يشكل المخطط التوجيهي للتنمية السياحية مرجعا لسياسة جديدة تبنتها الدولة ويعد جزءا من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم في أفاق 2030، فهو المرآة التي تعكس لنا مبتغى الدولة فيما يخص التنمية المستدامة وذلك من أجل الرقي الاجتماعي والاقتصادي على الصعيد الوطني طيلة العشرينية القادمة.

(وقد حدد هذا المخطط خمسة أهداف كبرى لتنفيذ سياسة جديدة وهي :¹

- 1- ترقية اقتصاد بديل للمحروقات.
- 2- تثمين صورة الجزائر وجعلها مقصدا سياحيا بامتياز.
- 3- تنشيط التوازنات الكبرى وانعكاسها على القطاعات الكبرى.
- 4- تثمين التراث التاريخي، الثقافي مع مراعاة خصوصية كل التراب الوطني.
- 5- العلاقة الدائمة بين ترقية السياحة والبيئة.

أولا: اختبار المنتوجات السياحية الواجب تنميتها :

إن تطوير مختلف المنتوجات ليس خيارا وليد الصدفة، ولكنه نتاج تقييم للطلبات الداخلية والخارجية

وعلى هذا فإن تنوع العرض السياحي وتنمية نشاطات سياحية جديدة يمثلان اختيارات استراتيجية من أجل :²

- إدماج مقصد الجزائر ضمن السوق الدولية للسياحة.
- تلبية حاجيات المواطنين في مجال السياحة والاستجمام والترقية، والتي تعرف سنويا تزايدا مرتفعا بسبب تطور نسبة النمو الديمغرافي، والتحسن المستمر لمستوى المعيشة والتي تبقى غير مرضية نتيجة لضعف عرض الإيواء، مما شجع الذهاب إلى الخارج بالخصوص إلى تونس، سبانيا. و
- التطوير المنسجم والمستدام والمتوازن للنشاطات السياحية.
- تثمين التراث السياحي الوطني.

كما يستوجب العجز الكبير المسجل أمام الطلب المتزايد والمتنوع استغلالا متعدد الثروات المتوفرة بهدف تنويع وفي هذا الشأن،

فإن تلبية تنوع الطلب يستلزم تنمية مترامنة للمنتوجات السياحية التالية:

¹ الوكالة الوطنية لتطوير السياحة، على الرابط التالي : http://www.andt_dz.org أطلع عليه يوم: 2016/05/08 على الساعة 16:00

² 1. وزارة السياحة الجزائرية، تصور تطوير السياحة للعشرية 2004-2013، ص. 4.

1 - السياحة الصحراوية: إن هذا النوع من السياحة له خصوصياته وبشكل في المرحلة الحالية مؤهلا معتبرا لتنمية السياحة الدولية نظرا لتمييز هذا المنتج.

لذا فإن العملية الترويجية في الخارج ينبغي أن تتجه على المدى القصير نحو المناطق السياحية للجنوب الكبير، والتي يمكن تحويلها إلى أقطاب جذب حقيقية للأوروبيين، خاصة بالنسبة للسياحة البيئية. إن تنوع الثروات الطبيعية والتاريخية والثقافية والبيئية في الجنوب تسمح بتطوير منتجات متنوعة مثل: السياحة الاستكشافية، السياحة الثقافية والبيئية، سياحة المغامرات والتجوال وكذا السياحة الرياضية. أما بالنسبة للآثار فإن هشاشة المواقع السياحية في هذه المناطق يستدعي الحرص والتشاور الدائم بين القطاعات المعنية (الثقافة، البيئة، الجماعات المحلية) بهدف وضع جهاز لحماية وحفظ الأنظمة البيئية.

2 - السياحة الشاطئية: إن هذا النوع من السياحة لا بد أن يشكل على المدى الطويل الموجه الأول للتنمية السياحية في الجزائر نظرا لطاقته الكبيرة إضافة إلى :

- وجود طلب داخلي كبير باعتبار أن غالبية السكان متمركزة في الجهة الشمالية. - استفادة نسبة كبيرة من السكان من العطل خلال موسم الاصطياف.
- اختيار الجالية الجزائرية المقيمة بالخارج للجزائر لقضاء عطلتها بالشواطئ.
- إن أولوية وأهمية السياحة الشاطئية تظهر من خلال الطلبات الكبيرة المسجلة في مجال الاستثمار والتي يتقدم بها المتعاملون الوطنيون والأجانب.

- إن الإقامة بالشواطئ تبقى تشكل مقصدا محبذا للمواطنين الذين يتوجهون إلى الخارج، خاصة إلى البلدان المجاورة خلال موسم الاصطياف.
- أما على الصعيد الدولي، فإن المنتج يشكل عند غالبية البلدان ركيزة النشاط السياحي نظرا للتدفقات المعتبرة التي يجلبها، والآثار الاقتصادية والمالية التي يحققها، فهو يمثل أكثر من 80% من الطلب السياحي الدولي.

إضافة إلى ذلك، يظهر من خلال إحصائيات دول البحر الأبيض المتوسط أن السياحة الشاطئية تبقى إلى جانب السياحة الحضرية، المنتج الأكثر مردودية في مجال الصناعة السياحية.

كما تعد السياحة الشاطئية المنتج المفضل لمختلف الطبقات الاجتماعية، لذا لا بد من تنوعها من خلال إنجاز عدة أنماط من هياكل الاستقبال، بدءا بالمخيم، إلى الفندق المريح والفخم، مما يسمح بتنمية منتجات سياحية في متناول الجميع.

3 - سياحة الأعمال والمؤتمرات: إن هذا النوع من السياحة الذي يعرف نموا على المستوى الدولي، يشكل جزءا معتبرا من

إيرادات البلدان السياحية (فرنسا، اسبانيا، إيطاليا...)، وهذا المنتج يتعين تنميته في بلادنا نظرا لتزايد كثافة النشاطات الاقتصادية والاجتماعية من جهة والنمو المتزايد للعلاقات مع الخارج من جهة أخرى، وتبقى القدرات الحالية المحدودة والمتمركزة على مستوى العاصمة، بعيدة عن الاستجابة للطلب السياحي الحالي والمستقبلي، مما يعتبر فرصه سانحة للاستثمار الوطني والشراكة الأجنبية بجميع أشكالها.

أخيرا فإن الأمر يتعلق بمنتوج مريح، ينبغي أن يجد اهتماما خاصا بغرض جعله أكثر جذبا واهتماما من طرف المستثمرين الفعليين، وأيضا ضمان انطلاقة حقيقية له خلال السنوات المقبلة.

4- السياحة الحموية والمعالجة بمياه البحر: رغم توفر طاقة معتبرة تتشكل من أكثر من 200 منبع حموي، إلا أن طاقة

الاستقبال لهذا النوع من السياحة تبقى ضعيفة جدا.

وعليه وفي هذا المجال فإن المحطات الحموية البالغة عددها ثمانية (08)، (توجد واحدة فقط متخصصة في المعالجة بمياه البحر هي حاليا مكتنزة على مدار السنة بسبب الطلب الداخلي القوي.

ولهذا فإن تنمية الحمامات المعدنية والمعالجة بمياه البحر و الاستجمام البحري، تعد ضرورة لما لها من آثارها السوسيو اقتصادية فإنها تساهم أيضا في تحسين صحة المواطنين، وبالتالي في تخفيض نفقات الصحة العمومية.

5- السياحة الثقافية: إن الاتجاهات الحالية للسياحة حسب الدراسات الاستشرافية المنجزة من طرف المنظمة العالمية للسياحة

تؤكد على أن السياحة الثقافية ستشغل في العشرين القادمة مكانا هاما في العرض السياحي العالمي، حيث أن مؤهلات الجزائر في هذا الميدان، تؤهلها لتطوير عرض سياحي ثري ومتنوع وتنافسي ومطلوب جدا يدمج كلا من:

- التراث الأثري .

- المعالم والبنيات الثقافية والدينية .

- الأعياد المحلية والتقليدية والفنون الشعبية والألعاب التقليدية.

- أقطاب الإنتاج والتنشيط الحرفي.

وكون هذا التراث ذي مردود كبير يبرر ضرورة تقويمه قصد الحصول على حصة من الأسواق السياحية القريبة والبعيدة، حيث أن الطاقة المتوفرة أثبتت أهمية خاصة لهذا المنتج.

ومن جهة أخرى فإن المواقع الثقافية لما قبل التاريخ، كالمقابر والآثار وكذا المواقع الدينية تعطي للجزائر فرصة لتطوير سياحة رفيعة، عن طريق تنظيم دورات ذات مواضيع، والتي تدمج مسالك الشخصيات التاريخية (القديس اوغستين، الاب فوكو) (الزاوية

التيجانية، المدن الرومانية والقصور... الخ)

6- السياحة الرياضية والترفيهية والاستجمامية: هذا النوع من السياحة يشكل وسيلة لتطوير النشاطات السياحية الموجهة

بالخصوص إلى الشباب المولعين بالتبادلات والنشاطات الرياضية والاستكشاف والترفيه، وإلى السياح الذين يبحثون عن الراحة والرفاهية.

في هذا الميدان، يمكن أيضا تطوير عدد من النشاطات السياحية لصالح الشباب والفرق الرياضية والسائحين الأجانب، إن الأمر يتعلق بما يلي:

- السياحة المناخية.

- سياحة الصيد.

- سياحة الصيد البحري والغوص في أعماق البحار.

- سياحة المتعة والرحلات البحرية.

- السياحة الرياضية (الغولف، مراكز الألعاب).

إن المنشآت الواجب بناؤها بالنسبة لهذا النوع الآخر من السياحة يمكن استغلالها على الوجه الأمثل عن طريق إقامات لتحضير النخب الرياضية الوطنية والأجنبية، مما يسمح للجزائر بتنظيم تظاهرات ذات بعد دولي تساهم في خلق الفضول للحث على زيارة المنشآت الجديدة والتعريف بالوجهة السياحية للجزائر، وكمثال على المنشآت الرياضية نجد التجربة التونسية متمثلة في مدينة "عين الدراهم" التي أصبحت تستقطب معظم الفرق الجزائرية لكرة القدم التي تجري تربيصات بالخارج (تونس) منذ سنوات وا هذا. إن الخيارات المحددة أعلاه تشكل تحديات حقيقية يتطلب تنفيذها تدخلا إراديا ومدعما ومتعدد الأشكال من طرف السلطات العمومية لتحقيق الأهداف التي يطمح إليها القطاع على المدى البعيد.

ثانيا: أهداف برنامج التنمية السياحية المستدامة :

بالرغم من توفر الجزائر على قدرات سياحية غنية ومتنوعة من شأنها أن تتيح على الصعيد الكمي تقديم عرض سياحي متكامل، إلا أن هذه القدرات لم تستغل استغلالا أمثل، وفي مسعى شامل ومنسجم للتنمية الاقتصادية بصفة عامة والتنمية السياحية المستدامة بصفة خاصة، قامت السلطات الجزائرية (وزارة السياحة) بوضع تصور لتطوير القطاع الذي امتد إلى غاية 2013، وقد تضمن هذا البرنامج أهدافا كمية ونوعية من شأنها المساهمة في إنارة الطريق لتحقيق الوثبة المطلوبة، وترقية اقتصاد بديل يحل محل المحروقات، كما يساهم في التوازنات الاقتصادية والمالية الكبرى (الميزان التجاري، ميزان المدفوعات، الشغل... الخ)، ويسمح بتفعيل الإثارة المحفزة لباقي القطاعات الاقتصادية الأخرى، ويبقى تفعيل القطاع رهين قدرات التقدم في تنفيذ الخيارات الأساسية لتطويره وللأهداف النوعية والكمية المسطرة¹.

1- الأهداف النوعية:

تتمثل الأهداف النوعية التي تضمنها البرنامج الخاص بالتنمية المستدامة للسياحة في ما يلي:

- تتمين الطاقات الطبيعية والثقافية والدينية والحضارية.
- تحسين نوعية الخدمات السياحية والارتقاء بها إلى مستوى المنافسة الدولية . تحسين صورة الجزائر السياحية، وا الذي يحمله المتعاملون الدوليون - أحداث تغييرات في التصور تجاه السوق السياحية الجزائرية.
- تحسين أداءات قطاع السياحة من خلال الشراكة في التسيير.
- إعادة الاعتبار للمؤسسات الفندقية والسياحية.
- المساهمة في التنمية المحلية.
- المحافظة على البيئة والفضاءات الهشة لتوسيع السياحة البيئية.
- تلبية حاجات الطلب الوطني المتزايد باستمرار قصد تقليص عدد المتوجهين إلى الخارج.

¹وزارة السياحة الجزائرية، تصور تطوير السياحة للعضوية (2004-2013) بصرف.

- التوفيق بين ترقية السياحة والبيئة بإدماج مفهوم الديمومة في مجمل حلقة التنمية السياحية .

2- الأهداف الكمية:

لتحقيق الأهداف النوعية السابقة لابد من توفير شروط النجاح والمتمثلة في الهياكل القاعدية الأساسية، لذا كان حجم المشاريع والاستثمار في قطاع السياحة في السنوات الأخيرة الضمانة لتعزيز الانتعاش وتحقيق التواصل للقطاع، ويبقى تحقيق الرهان مرتبطا برفع العوائق والصعوبات التي يواجهها المتعاملون في ميدان السياحة¹

أ - تنمية الاستثمار السياحي :

إن الرغبة المسجلة للاستثمار في مختلف النشاطات السياحية تبين الطابع الواعد لقطاع ذي قيمة مضافة كبيرة، وما يمكن أن يلعبه من دور كمحرك للاقتصاد الوطني، وحسب البرنامج فان الاستثمار السياحي خلال العشرية عرف وتيرة توسع حسب مرحلتين مختلفتين(2004-2007 و(2008-2013) وتفسر ذلك يكمن في ضعف عوامل تنمية القطاع على مدى السنوات السابقة من جهة، وفي تنفيذ جملة من الإجراءات لإعادة تفعيله من جهة أخرى.

إن نمو القطاع في المرحلة الأولى مرهون بالمشاريع المسجلة ، والتي كان يتوقع إنهاؤها خلال المرحلة . 2004-2007

أ-1 -المرحلة 2004-2007 : في هذه المرحلة تم التخطيط لإنجاز طاقات إيواء إضافية بـ55000 سرير من طرف المتعاملين، وهي محصلة المشاريع التي هي في طور الإنجاز وتلك المتوقعة وبعتماد نسبة 5.1 مليون دج للسرير الواحد فان الاستثمارات تصل إلى مبلغ تقديري يقدر بـ 5.82 مليار دج في نهاية المرحلة.

أ-2 -المرحلة 2008-2013 : اعتبار المشاريع المبادر بها والمقرر إنجازها في هذه المرحلة هي من النوع المتوسط والرفيع فبالنسبة لـ 60000 سرير المنتظر إنجازها، يكون حجم الاستثمار المتوقع 150 مليار دج، متبنا كلفة متوسطة تقدر بـ5.2 مليون دج للسرير الواحد.

وعليه فإن حجم الاستثمار المتوقع خلال الفترة 2004-2013 يصل إلى 5.232 مليار دج مع العلم أن مبلغ العقارات (الأرض) ليس محسوبا ضمن هذا التقييم بسبب الفوارق الكبيرة التي تبقى تميز سوق العقار.

ب - رفع قدرات الاستقبال السياحي: ويتم ذلك من خلال إعادة بعث الاستثمار السياحي على مرحلتين أساسيتين هما: المرحلة الأولى :تمتد من 2004-2007 ،في هذه المرحلة يتوقع إنجاز طاقة إيواء إضافية بـ 55000 سرير، وهي محصلة المشاريع التي هي في طور الإنجاز أو تلك المتوقعة، ورغم غياب عقار سياحي مهيا وانعدام طرق تمويل متماشية مع الاستثمار و استمرار عدة عوامل معيقة فإنه تم في المرحلة السابقة للمرحلة 2004-2007 تسجيل دخول 8300 سرير حيز الاستغلال بعد إنجاز 115 فندقا.

إن إزالة مختلف العقبات سيسمح باستكمال المشاريع التي هي في طور الإنجاز وتلك المتوقعة في الفترة مابين 2004-2007 سيؤدي إلى الحصول على طاقة إضافية تقدر بـ55000 سرير، أي الدخول في حيز الاستغلال لطاقة سنوية متوسطة تقدر بـ 13750 سرير.

¹وزارة السياحة الجزائرية، تصور تطوير السياحة للعشرية (2004-2013)، ص. 17

المرحلة الثانية: تمتد من 2008-2013 ، في هذه المرحلة ولأسباب اقتصادية وتجارية فإن طاقات الإيواء ستعرف تطورا أقل أهمية من المرحلة 2004-2007 ، وبالتالي نموا سنويا متوسطا يقدر بـ 7% واعتبارا لذلك فإن الطاقة الإضافية المحتملة في نهاية المرحلة ستكون أكثر بقليل من 60000 سرير أي بمتوسط سنوي يقدر بـ 10000 سرير.

ج- إيجاد مناصب شغل :

على أساس تقديرات المنظمة العالمية للسياحة فيما يخص مناصب الشغل التي يوفرها قطاع السياحة يؤدي إنجاز سريرين إلى إحداث منصب شغل مباشر دائم في قطاع السياحة، وثلاثة مناصب أخرى غير مباشرة في النشاطات المرتبطة بالسياحة وانطلاقا من هذه الفرضية وعلى أساس القدرات الإضافية المبرججة في هذا المخطط فإن عدد المناصب الجديدة التي يتم إنشاؤها إلى غاية 2013 هو 57500 منصب شغل مباشر و172500 منصب غير مباشر ليصل مجموع المناصب الإضافية في نهاية الفترة إلى 230000 منصب شغل .

د- زيادة المداخيل من العملة الصعبة :

لقد تم تقدير الزيادة في الإيرادات على أساس الإيرادات المسجلة سنة 2003 والتي اعتمدت كمرجع أساسي لتحديد مؤشر " النفقات المتوسطة السنوية لكل سائح"، أما بالنسبة لإيرادات الجزائريين المقيمين بالخارج فلا يمكن التحكم فيها حاليا، وبالتالي لا يمكن أن تكون موضوع تقييم مدقق، إن حساب الإيرادات يأخذ في الحسبان نفقات السياح الأجانب خارج مصاريف النقل مع إعتبار أن متوسط الإنفاق لكل سائح قدر بـ 520 دولارا أمريكيا بالنسبة لسنة 2002 ، كما أن توقعات الإيرادات السنوية على مدى العشرية تم إعدادها بتطبيق الإنفاق المتوسط لكل سائح والمقدر بـ 520 دولارا معدلة سنويا بزيادة 3% مما يرفع حجم الإيرادات من 133 مليون دولار أمريكي في سنة 2002 إلى 3.1 مليار دولار في نهاية سنة 2013 ،

المطلب الثاني: أهداف المخطط الاستراتيجي للتنمية السياحية أفاق 2030 .

1 /الأهداف العامة:

- 1 : تستهدف السياسة السياحية الجديدة ضمن هذا المخطط جملة من الأهداف العامة وهي:¹
 - تحسين التوازنات الكلية: التشغيل، النمو، الميزان التجاري والمالي والاستثمار . - توسيع الآثار المترتبة عن هذه السياسة إلى قطاعات أخرى (الصناعة التقليدية، النقل، الخدمات، الصناعة، الشغل)
 - المساعدة على مجموعة المبادلات والانفتاح سواء على الصعيد الوطني أو الدولي. - التوفيق بين الترقية السياحية والبيئية: ويتعلق الأمر بإدماج مفهوم الديمومة من مجمل حلقة التنمية السياحية (اقرن الاجتماعي بالاقتصادي وبالبيئة)
 - تهمين التراث التاريخي، الثقافي والشعائري: فكون هذه العناصر تمثل عوامل جذب هامة، فإن استراتيجيات السياحة المتواصلة(المستدامة) عليها احترام التنوع الثقافي وحماية التراث والمساهمة في التنمية المحلية.
 - التحسين الدائم لصورة الجزائر: يرمي برنامج بناء صورة الجزائر إلى إحداث تغييرات في التصور الذي يحمله المتعاملون الدوليون إتجاه السوق الجزائرية، ضمن آفاق تجعل منها سوقا هامة وليست ثانوية.

¹ - وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة، المخطط الاستراتيجي : الحركيات الخمسة وبرنامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، ص. 17 .

2: المادية الأهداف :2008-2015:

- عدد الأسرة المطلوب توفيرها¹

- على سبيل المثال ومن أجل استقبال 5.6 مليون سائح في ظروف جيدة، تمتلك تونس اليوم 220.000 سرير تجاري.
- إن هدف الجزائر في نهاية عام 2015 هو استقبال 5.2 مليون سائح، واحترام نفس النسب لدى الجيران فهي تحتاج إلى 75.000 سرير من النوعية الجيدة.
- هدف الأقطاب ذات الأولوية هو تحقيق ما يقارب نصف قدرة الاستقبال المتوقع، أي 40.000 سرير بمقاس دولي منها 30.000. من الطراز الرفيع في المدى القصير جدا و 10.000. سرير إضافي في المدى المتوسط.
- و قد حدد المخطط سبعة أقطاب سياحية سنتطرق لها لاحقا.
- توفير 400.000 منصب شغل (مباشر، وغير مباشر)

3 : الأهداف النقدية للمرحلة 2008-2015 :

- إن خطة الأعمال لوضع الجزائر على مسار يخدم السياحة، يتطلب تعبئة الاستثمار العمومي والخاص الضروري بين 2008-2015 بـ 2.5 مليار دولار أمريكي.
- يمكن تقدير الاستثمار الإجمالي، العمومي والخاص، المادي وغير المادي (الهياكل الطبيعية الاتصال) بـ 60.000 دولار لكل سرير يوضع بكل الترتيبات، 55.000 دولار في استثمارات مادية و 5000 دولار في استثمارات غير مادية.
- ومن أجل توفير 40.000 سرير التي يعتزم وضعها في الأقطاب السياحية السبعة للامتياز يتوقع أن يزيد المبلغ المخصص لهذا الاستثمار عن 5.2 مليار على مدى 7 سنوات إلى غاية (2015) أي 350 مليون دولار سنويا.
- أما حصة الاستثمار العمومية في الأقطاب السبعة، ذا احتفظنا و بالنسبة الاعتبارية المقدرة بـ 15% بالنسبة لحصة الاستثمار العمومي (بما فيه المادي وغير المادي)، يتوجب على السلطات العمومية (بكل وزاراتها) التكفل بـ 375 مليون دولار على مدى سبع سنوات الخاصة بالأقطاب السياحية السبعة للامتياز، أي 54 مليون دولار سنويا

¹ - وزارة تهيئة القليم البيئة والسياحة، المخطط الاستراتيجي : نفس المرجع ، ص.17

جدول رقم 06 : خطة الأعمال بالأرقام لسنة 2015

السنة	2007	2015
عدد السواح	7.1 مليون	5.2 مليون
عدد الأسرة	869.84 يعاد تأهيلها	75000 سرير فخم
المساهمة في الناتج المحلي الخام	7.1 %	3 %
إيرادات (مليون دولار)	250	1500 إلى 2000
مناصب الشغل مباشرة وغير مباشرة	200.000	400.000
تكوين مقاعد بيداغوجية	51200	91600

المصدر: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية برنامج الأعمال ذات الأولوية ص 18

من خلال الجدول نلاحظ أن مستوى التطور الخاص بعدد السواح المتوقع مع نهاية الفترة كان في حدود 1.47 ضعف ما هو محقق سنة 2007، أما عدد الأسرة فإن مستوى التطور المستهدف حدد بـ 1.8 ضعف ما هو متاح حاليا لتصبح الطاقة الإجمالية مساوية لـ 159868 سريرا.

أما مساهمة القطاع في الناتج المحلي الخام فكانت بمعدل تطور قدر بـ 1.3 مرة مع نهاية الفترة 2015، في حين قدرت الزيادة في الإيرادات السياحية بما يقارب 7 إلى 9 مرات أضعاف مقارنة بسنة 2007، بينما قدرت الزيادة في عدد المناصب التي يوفرها قطاع السياحة في حدود الضعف مقارنة بما هو موجود سنة 2007، كما وضعت الخطة تصور لتطوير اليد العاملة المؤهلة في نهاية الفترة لتبلغ المناصب البيداغوجية المتاحة 142800 مقعدا بيداغوجيا.

4- المشاريع ذات الأولوية لتنمية القطاع السياحي:

تتجسد أهم المشاريع ذات الأولوية في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في:¹

- فنادق السلسلة: عدد الأسرة من كل الأنواع يقدر بـ 286.29 سريرا.
- عشرون قرية سياحية متميزة وأرضيات جديدة مبرمجة مخصصة للتوسع السياحي.
- إطلاق 80 مشروعا سياحيا في ستة أقطاب سياحية بامتياز.

¹ وزارة تهيئة الأقاليم البيئية والسياحة، الكتاب 3، الأقطاب السياحية للامتياز والقرى السياحية للامتياز

والجدول التالي يوضح أهم المشاريع قيد الإنجاز بالأقطاب السياحية للائتمياز المنتشرة على المستوى الوطني.

الجدول رقم(07)المشاريع قيد الإنجاز بالأقطاب السياحية للائتمياز

الأقطاب السياحية بامتياز	عدد المشاريع
شمال شرق	23
شمال وسط	32
شمال غرب	18
الجنوب الغربي للوحدات	04
الجنوب الغربي توات قورارة	02
الجنوب الكبير الأهقار	01
المجموع	80

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة الجزائرية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية :برنامج الأعمال ذات الأولوية، ص19

من الجدول ينتظر أن تساهم مجموع المشاريع قيد الانجاز بالأقطاب السياحية الستة إلى تحقيق طاقة إيواء جديدة تقدر ب 5986 سريرا، وتوفير 8000 منصب شغل بعد الانتهاء من الإنجاز.

المطلب الثالث: الآليات الخمس لتطوير السياحة الى غاية 2030 .

اعتمد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لتطوير السياحة أفق 2030 خمس آليات هي كالتالي:

- الآلية الأولى: مخطط "وجهة الجزائر".

- الآلية الثانية: تطوير أقطاب الامتياز السياحي.

- الآلية الثالثة: مخطط النوعية السياحية (Plan Qualité du Tourisme).

- الآلية الرابعة: مخطط الشراكة بين القطاعين العام والخاص.

- الآلية الخامسة: مخطط تمويل السياحة Plan Financement du Tourisme

1 -مخطط وجهة الجزائر: لتحسين صورة الجزائر كبلد سياحي، تبنت السلطات العمومية مخططا يقوم على ثلاث إجراءات هي:

- وضع إستراتيجية لتسويق المنتج السياحي الجزائري (دراسة العرض والطلب السياحي، تحديد الأسواق المستهدفة، تحديد الإستراتيجية التجارية).

- ترقيّة وسائل الاتصال لخدمة السياحة الجزائرية.

- وضع نظام دائم لمتابعة تطور القطاع السياحي¹

2 . تطوير أقطاب الامتياز السياحي (Poles Touristiques d'excellence)

لتحسين صورة الجزائر السياحية وجعلها وجهة سياحية ممتازة ومستدامة وتنافسية ومتجددة وأصلية، عمل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030 على النهوض بأقطاب الامتياز السياحي التي تتوفر على مؤهلات طبيعية ذات نوعية ومؤهلات أخرى والتي تسمح لها باستقطاب السياح الداخليين والخارجيين. وتتمثل أقطاب الامتياز السياحي في عدد من القرى السياحية للامتياز .

الجدول رقم (08) : توزيع القرى السياحية للامتياز على الأقطاب السياحية للامتياز

الأقطاب السياحية للامتياز	القرى السياحية للامتياز
قطب الامتياز السياحي الشمالي الشرقي	قطب الامتياز السياحي الشمالي الشرقي عنابة، الطارف، سكيكدة، قلمة، سوق أهراس، تبسة
قطب الامتياز السياحي شمال وسط	السياحي شمال وسط الجزائر العاصمة، تيبازة، بومرداس، البليد عينالدفلة، المدينة، البويرة، بجاية .
قطب الامتياز السياحي الجنوبي الشرقي (الواحات)	قطب الامتياز السياحي الشمالي الغربي مستغانم، وهران، عين تموشنت، تلمسان، معسكر، بلعباس، غليزان.
الشرقي الجنوبي الامتياز السياحي قطبا (الواحات)	(غرداية، بسكرة، الوادي، المنيعه .
قطب الامتياز السياحي الجنوبي الغربي	قطب الامتياز السياحي الجنوبي الغربي توات، القرارة، القصور ، أدرار، تميمون، بشار .
قطب الامتياز السياحي الجنوب الكبير	قطب الامتياز السياحي الجنوب الكبير طاسيلي ناجر، إليزي، جانت، ألهرقار، تمنراست .

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة.

¹ - مغاري عبد الرحمان، تطور سياسات الاستثمار السياحي في الجزائر (1962-2012)، (ملتقى الدولي الأول، التنمية السياحية وعلاقتها بالتنمية المحلية الأبعاد والأفاق، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم علوم الاجتماعية جامعة الطارف، الجزائر، يومي 3-4 مارس 2015، ص 25

3- مخطط النوعية السياحية (PQT) :

يهدف هذا المخطط إلى تحسين نوعية العرض السياحي وتحسين صورته داخليا وخارجيا، وهذا من خلال إشراك الفاعلين السياحيين من فنادق كبيرة، مطاعم كبيرة، وكالات السياحة والأسفار، الدواوين المحلية الرئيسية السياحية. ولتحقيق هذا المخطط تم التركيز على نوعية التكوين، استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال لتحسين نوعية الخدمة السياحية ومواكبة التطور الحاصل في هذا المجال.¹

4- مخطط الشراكة بين القطاعين العام والخاص:

تتحقق الشراكة القطاعين العام والخاص عندما يتحرك المتعاملون العموميون والخواص معا، و ذلك من خلال تقسيم الموارد والأخطار، إذ تعمل الدولة على تهئية الإقليم وحماية المناظر العامة ووضع المنشآت الكبرى في خدمة السياحة، كما يعمل القطاع الخاص على ضمان أساسيات الاستثمار (السياحي).²

5- مخطط تمويل السياحة (PFT):

بما أن السياحة صناعة ذات عائد استثماري فإن عملية تحسين الربح وخاصة الربح الداخلي تتطلب إيجاد دعم ومرافقة من الدولة في كل العمليات، ويصبو مخطط التمويل إلى تحقيق الأهداف الخمسة التالية:

- حماية ومرافقة المؤسسة السياحية الصغيرة والمتوسطة؛
- السهر على تجنب المشاريع السياحية التوقف والذوبان؛
- جذب وحماية كبار المستثمرين الوطنيين والأجانب؛
- تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي باللجوء إلى الحوافز الضريبية و المالية؛
- تسهيل وتكثيف التمويل البنكي للنشاطات السياحية ، وخاصة في إطار بنك الاستثمار؛
- مرافقة المتعاملين المستثمرين، من خلال إجراءات مناسبة لدعم الاستثمار في القطاع السياحي تأخذ . 1 بعين الاعتبار طبيعة الاستثمار في هذا الميدان³

المبحث الثاني: إستراتيجية التنمية السياحية في تونس.

¹ - مغاري عبد الرحمان، تطور سياسات الاستثمار السياحي في الجزائر (1962-2012)، (مرجع سابق)، ص 26

² - عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات (2000-2005) (في ظل إستراتيجية السياحة الجديدة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

SDAT2025، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراة في العلوم الاقتصادية، التخصص نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، قسم العلوم الاقتصادية ،

جامعة الجزائر 3، الجزائر، سنة 2013، ص 346

³ عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات...، مرجع سابق، ص 353

تعد تونس من أوائل الدول الإفريقية في مجال التنمية السياحية، إذ راهنت منذ البداية على السياحة الدولية، و باشرت أعمال التنمية السياحية في منتصف الستينات بوضع مشروع طموح، وحققت نجاحا كبيرا تؤكد الزيادة الملحوظة في حجم الحركة السياحية الوافدة إليها من 1.6 مليون سائح عام 1980 إلى 5.057 مليون عام 2000، كما ارتفع الدخل السياحي من 201 مليون دولار عام 1980 إلى 1.682 مليار دولار عام 2000، وبغية الحفاظ على المكتسبات المحققة و تطويرها في قطاع السياحة، عمدت الحكومة التونسية إلى إدراج استراتيجية للتنمية السياحية تمتد على مدى 15 سنة و بدأ تنفيذها بداية من 2001 وتنتهي سنة 2016، تتضمن جملة من الأنشطة السياحية الكفيلة بتذليل المعوقات و تسمح بتحقيق أهداف الخطة.

المطلب الأول: الأهداف العامة للتنمية السياحية :

لقد تم اعتماد ثلاثة أهداف رئيسية ضمن المخطط الوطني للتنمية السياحية تتمثل في (التنافسية، (الإمكانات الفرص التهديدات، القوة 2 المردودية، الاستدامة)، وذلك بالاعتماد على مصفوفة SWOT¹ والضعف).

إن الأهداف المذكورة سابقا تشكل فيما بينها وحدة واحدة لا يمكن فصلها عن بعضها، وفيما يلي نستعرض هذه الأهداف².

1-التنافسية: هذا الهدف يسمح بزيادة تنافسية السياحة التونسية كمنطقة جذب سياحي من الطراز الدولي و تكوين صورة سياحية حقيقية عن طريق الأعمال الفعلية التي تؤدي إلى تنمية منتج الأسفار الذي يتمتع بقيمة عالية، مع تخفيض أسعار النقل، حيث أن المنافسة على السوق الأوروبي أصبحت تتوسع باتجاه و جهات أخرى (الكارييب، جنوب آسيا الخ)، كوجهات منافسة لدول البحر الأبيض المتوسط، باستخدام

خطة تخفيض أسعار النقل الجوي، وهي عملية تتطلب مجهودات على كل الجبهات، ومن بينها العمل على التحسين المستمر لعوامل الجذب الثقافي والطبيعي والتي عادة ما تستهوي وتحفز السواح على طلب هذا النوع من المنتج السياحي.

وهذا لا يتم فقط بتحسين المواقع الموجودة حاليا و إنما البحث عن نظام يدير و يخلق برامج لتنشيط هذه المقاصد، وترتبط نوعية الخدمات الأساسية بالإيواء، الإطعام، التنزه (الاستجمام) مما يستدعي أن تحسن تلك الخدمات حتى تصبح في مستوى المعايير الدولية وهو الأمر الذي يؤدي إلى تحسين صورة البلد بالخارج.

أخيرا فان تعبئة المنتج و طريقة تسويقه إلى الفئات الأجنبية المستهدفة يسمح بحجز شرائح أكثر إنفاقا، كما يسمح أيضا بتقليل الاعتماد على المتعاملين الأوروبيين الأكثر حساسية لعنصر السعر والجودة، فالسوق يتأثر بالجودة العالية للمنتج السياحي و يجعل

¹ - SWOT اختصار أربع كلمات : Strength وتعني نقاط القوة، Weakness نقاط الضعف، Opportunities الفرص، Threats فدي التهديدات،

حيث تمثل نقاط القوة و الضعف عوامل داخلية، أما الفرص و التهديدات فدي عوامل خارجية.

² .75-78.pp jica equipe étude rapport tunisien tourisme du Evaluation 3

إعادة التموقع والترتيب للقطاع السياحي التونسي أمرا ممكنا، والنتيجة هي استهداف السياح الأكثر إنفاقا مع تدفقات طوال السنة، مع التقليل من التقلبات الموسمية .

إن السياحة ليست فقط الفنادق و لكن هي توفيقه بين الخدمات، الإيواء ، الإطعام ، التربية ، الثراء الثقافي، الرياضة، الأحداث المهنية، التسوق، التنوع، و لتدعيم التنافسية، علي المهنيين بقطاع الأسفار في تونس التحكم في الأدوات التي توفر منتوجا قابلا للمتاجرة و يتمتع بخبرة عالية الجودة.

2-المردودية: الهدف الثاني من السياسة التنموية للسياحة التونسية رفع جذري لمستوى الفعالية التي تضمن مستوى عاليا من الرضا من جانب سياح البلدان المستهدفة، وعرض ما يبحث عنه سائحو هذه البلدان، بمستوى جودة يبرر أسعار هذه الخدمات، وهذا ما يجعل القطاع السياحي أكثر مردودية.

إن هذه النتائج قابلة للقياس من خلال إجراء الدراسات المتكررة التي تمس السواح و تقيس مستوى رضاهم، إن مدخل تحسين النوعية يشمل عددا متنوعا من المؤسسات في القطاعين (العام، و الخاص)، كما أن السوق الدولي للسياحة يجزئ و يكافئ النوعية الجيدة للمنتوج السياحي، وتونس قادرة بالتأكيد على عرض منتوج سياحي ذي مستوى عال من الجودة إذا ما اتخذت الإجراءات المناسبة لذلك، و من بينها : الاستراتيجيات الآتية¹:

- جودة عالية للمواقع السياحية الثقافية ورحلات ذات قيمة تربوية و تثقيفية عالية و بأسعار مرتفعة. - نوعية جيدة للمؤسسات الإيواء مقابل أسعار مرتفعة للغرف الفندقية.

- العمل على تقليل النقد الهدام، والعمل على تحسين صورة تونس السياحية لدى الأسواق المستهدفة. - توفير اليد العاملة الكفء في الفنادق مع تخفيض العمالة الموسمية وجعلها دائمة طوال السنة.

- إمكانيات استهداف شرائح أكثر إنفاقا من السياح المهتمين بالمنتوج السياحي الثقافي و سياحة المؤتمرات، أي حث السائح على الإنفاق وتشجيعه على الدفع أكثر.

3-الاستدامة : إن الهدف الثالث من السياسة التنموية للسياحة التونسية حدد إجمالا في الاستخدام الكفء للموارد والبحث في إمكانية استدامتها، بالاستعمال الأمثل دون إحداث أي تأثيرات سلبية تؤدي إلى الانخفاض الدائم من قدراتها.

إن الكفاءات في مجال تسيير الموارد المالية، والعمالة المؤهلة والمزايا البيئية والثقافية كونها موارد نادرة تعد الضمانة لتحقيق التواصل والديمومة على المدى الطويل.

إن هدف الاستدامة تتطلب القيام بمجموعة من الأنشطة المرتبطة بالبيئة الطبيعية المتواجدة في المناطق الساحلية التي تمت تهيئتها، وكذا المناطق الداخلية مثل المدن القديمة، و الفضاءات القاحلة و البحيرات المالحة في أقصى الجنوب التونسي، كما توجد مناطق مطلوب ترقيتها و تتطلب تسيير مواردها من قبل هيئات الوصاية الحكومية.

المطلب الثاني : الأهداف الكمية .

1 -تقديرات التدفقات البشرية (السياح الأجانب):

¹ Evaluation du tourisme tunisien rapport étude équipe jica. p.77 .

لقد ارتكزت عملية تقدير التدفقات البشرية المستهدفة خلال مرحلة الخطة (2001-2016) (على تنبؤات المنظمة العالمية للسياحة للتدفقات الصادرة والأسواق المستقبطة لآفاق 2020 بالإضافة إلى اعتبارات أخرى تؤثر على الطلب السياحي المستقبلي منها:

- تحسين البنى التحتية المحلية، الإنشاءات و الخدمات، كثافة التسويق وترقية المنتج... الخ.
- الأوضاع الاقتصادية بالدول الرئيسية المصدرة للسواح نحو تونس.
- الاستقرار السياسي بالمنطقة.

لقد تم اعتماد جملة من الفرضيات في التنبؤ بالطلب السياحي على المنتج التونسي منها¹:

- ارتفاع وتيرة الدخول السياحي كنتيجة لمجهودات التسويق السياحي الذي تقوم به تونس اتجاه السوق الأوروبي، حيث أن معدل النمو المتوقع سيكون مستقرا على المدى الطويل ومحصورا بين 3%-5.3% سنويا وهو ما يتقارب مع معدل تقديرات المنظمة العالمية للسياحة لنمو السياحة الأوربية خارج حدود أوروبا.

- ارتفاع عدد السياح القادمين من أوروبا الشرقية بوتيرة متسارعة بما يتوافق مع النمو الاقتصادي الحاصل في هذه البلدان.

- معدل نمو التدفق السياحي من بلدان المغرب العربي سيبقى محافظا على نفس الوتيرة قبل 2001 رغم التغير في المناخ السياسي مثال ليبيا بعد رفع الحظر الجوي سيؤثر بالسلب على التدفقات البشرية من ليبيا نحو تونس وذلك باختيار وجهات سياحية أخرى من قبل السواح الليبيين لكن مع المجهودات التسويقية من قبل السلطات التونسية سوف يكون هذا التأثير محدودا على المدى الطويل.

- على الرغم من أن عدد السياح القادمين من أمريكا، اليابان، استراليا قليل العدد فإنه يتوقع أن يكون معدل نمو التدفقات من هذه البلدان نحو تونس في تزايد مستمر بسبب الجهود المبذولة في مجال ترقية المنتج السياحي التونسي بهذه المناطق.

بناء على ما سبق، فقد اعتمدت سياسة التنمية السياحية في تونس في تقدير التدفقات المستهدفة على اثنين من السيناريوهات:

- **السيناريو A:** يفترض هذا السيناريو وجود مخطط وطني للتنمية السياحية، تظهر ملامحه من خلال اعتماده على معدل نمو مرتفع على أساس أن المحددات الخارجية سوف لن تشهد تغييرا على المدى القصير، وأن المنشآت السياحية والخدمات المقدمة وهياكل الاستقبال القاعدية الأخرى سيتم تحسينها بصورة قوية حتى تستطيع تلبية احتياجات السواح، هذا ما يؤدي في نفس الوقت إلى بذل جهد من أجل تنمية السوق السياحي، وفيما يلي الجدول الموالي المبين للتقديرات المرصودة ضمن السيناريو A.

¹ Evaluation du tourisme tunisien, rapport jica, P.11.

الجدول رقم (09) : تقديرات السواح القادمين إلى تونس للفترة (2001-2016)

المنطقة	تدفق 99 حقيقي	2001	معدل النمو سنوي 001-99	2006	معدل النمو سنوي 006-001	2011	معدل النمو سنوي 011-06	2016	*TCMA
أوروبا إجمالي	3461	3926	%6.5	5070	%5.2	6362	%4.6 ⁷⁸⁵⁰		%4.3
الغربية أوروبا	3025	3399	%6	4265	%4.6	5174	%3.9 ⁶¹⁹¹		%3.7
الشرقية أوروبا	211	279	%15	493	%12	793	%10 ¹⁶⁶		%8
العربي المغرب	1263	1263	%00	1429	%2.5	1656	%3	1967	%3.5
الشمالية أمريكا	27	32	%8	46	%8	68	%8	100	%8
أخرى	81	83	%1	108	%5.5	152	%7	213	%7
المجموع	4832	5303	%4.8	6653	%4.6	8238	%4.4	10130	%4.2

SOURCE: ONTT¹. Prévision de la demande pour 2016, p .91. TCMA; taux de croissance moyen annuel

وفق السيناريو B : حيث يفترض هذا السيناريو عدم وجود مخطط و طني للتنمية السياحية، مع تبني معدل نمو منخفض على أساس أن المحددات الخارجية لن تتغير بشكل جذري على المدى الطويل، كما أن المنشآت السياحية الوطنية، الخدمات المقدمة و الهياكل السياحية المختلفة للدعم و الإسناد ستبقى في مستوى يلي الحد الأدنى لاحتياجات السياح، وأن الجهود التنموية لقطاع السياحة ستبقى في نفس المستوى الحالي طيلة مدة الاستراتيجية، وفي ما يلي جدول يبين التقديرات المرصودة وفق السيناريو B :

¹ ONTT. OFFICE NATIONAL DU TOURISME TUNISIEN.

الجدول رقم (10) تقديرات السياح القادمين إلى تونس للفترة (2001-2016)

المنطقة	99تدفق	2001	معدل النمو	2006	معدل النمو	2011	معدل النمو	2016	TCMA
أوربا إجمالي	3461	3926	%6.5	4802	%4.1	5668	%3.4	6581	%3
الغربية أوربا	3025	3399	%6	4061	%3.6	4691	%2.9	5381	%2.8
الشرقية أوربا	211	279	%15	450	%10	646	%7.5	825	%5
العربي المغرب	1263	1263		1360	%1.5	1465	%1.5	1579	%1.5
أمريكا	27	32	%8	42	%6	57	%6	76	%6
أخرى	81	83	%1	101	%4	128	%5	164	%5
المجموع	4832	5303	%4.8	6305	%3.5	7319	%3	8399	%2.8

SOURCE : ONTT, prévision de la demande pour 2016, p .91 .

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن التقديرات و فق هذا السيناريو (B) (تتوقع أن يصل عدد السياح المستهدفين إلى 3.6 مليون سائح مع نهاية 2006، و 7.3 مليون سنة 2011، و 8.4 مليون سائح سنة 2016، أي بمعدل نمو متوسط 3.1% خلال فترة الخطة (2001-2016) وهو ما يتوافق مع تقديرات المنظمة العالمية للسياحة.

2- تقديرات الليالي السياحية:

لقد تم إعداد التقديرات الخاصة بالليالي السياحية بناء على تقديرات دخول السياح المنجزة سابقا، بالإضافة إلى فرضية متوسط الإقامة، أما من حيث تقديرات متوسط الإقامة فقد تم تقسيم السوق السياحي إلى أربع مناطق وهي دول غرب أوربا، دول شرق أوربا، المغرب العربي، مناطق أخرى و الجدول الموالي يبين متوسط مدة الإقامة حسب المناطق المشار إليها أعلاه.

جدول رقم (11) : تقديرات متوسط مدة الإقامة لكل سائح حسب المناطق للفترة (2001-2016)

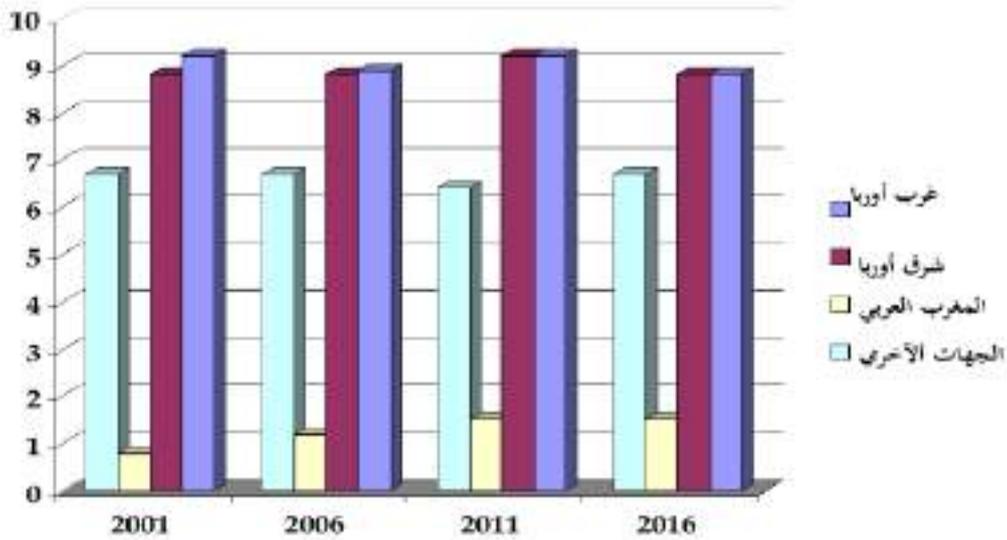
الوحدة: ليلة سياحية

2016	2011	2006	2001	الجهة
8.8		8.9	9.2	غرب أوروبا
8.8		8.8	8.8	شرق أوروبا
1.5		1.2	0.8	المغرب العربي
6.7		6.7	6.7	الجهات الأخرى

.Source : ONTT, prévision de la demande pour 2016, P. 92

ومن خلال الجدول السابق فان توزيع متوسط الإقامة يوضحه الشكل الموالي.

الشكل رقم (01) : تقديرات متوسط مدة الإقامة لكل سائح حسب المناطق



المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات الجداول السابقة.

حيث نلاحظ أن دول غرب أوروبا تتصدر بقية المناطق من حيث طول مدة الإقامة الخاصة بسائحيها المتوجهين إلى تونس، و يميل السياح القادمون من هذه المنطقة إلى قضاء عطل قصيرة المدة إلا أنها متكررة خلال السنة.

بالنسبة لسواح دول شرق أوروبا فإن متوسط مدة الإقامة كان في حدود 8.8 ليلة سياحية و هو متوسط . 1 ثابت مما يعني أن اتجاه النمو في وضعيه التشبع¹

بالنسبة للمناطق الأخرى فإن تقدير متوسط مدة الإقامة بقي ثابتا خلال فترة الخطة وفي حدود 7.6 ليلة سياحية، والسبب هو أن أكثر سواح باقي المناطق المتوجهين إلى تونس يفضلون السياحة الثقافية، وهذا النوع من السياحة لا يتطلب مدة إقامة طويلة مقارنة بالسياحة الشاطئية.

انطلاقا من الجدول السابق الخاص بتقديرات متوسط مدة الإقامة و الجداول المتعلقة بتقديرات السواح القادمين إلى تونس للفترة (2001-2016) وفق السيناريو B، فإن تقديرات الليالي السياحية تأتي مفصلة في الجدولين المواليين

الجدول رقم (12) تقديرات الليالي السياحية للفترة 2001-2016 وفق السيناريو A معدل النمو مرتفع الوحدة : ألف ليلة سياحية

الجدول رقم (12) تقديرات الليالي السياحية للفترة 2001-2016 وفق السيناريو A معدل النمو مرتفع

الوحدة : ألف ليلة سياحية

TCMA	2016	2011	2006	2001	1999 الحالي	المنطقة
%4.4	69084	56543	45534	36006	31719	إجمالي أوروبا
% 3.8	.58827	.49563	.41199	.33547	29893.	غرب أوروبا
%7.4	2950	1987	1429	1010	703	المغرب العربي
%6.9	2095	1472	1035	765	728	باقي المناطق
%4.6	74129	60002	47988	37781	33150	الإجمالي

Source : ONTT, prévision de la demande pour 2016 , P. 93

من خلال الجدول نلاحظ أن تقديرات الليالي السياحية كانت في حدود 48 مليون ليلة سياحية مقدرة مع نهاية 2006 ، و 60 مليون ليلة سياحية مع نهاية 2011 ، و 74 مليون ليلة سياحية مع نهاية فترة الخطة 2016 ، و كان معدل النمو المتوسط السنوي لليالي السياحية خلال الفترة 2011-2016 مقدر ب 4.6% سنويا.

¹ عامر عيساني، مرجع سابق، ص 200

الجدول رقم (13): تقديرات الليالي السياحية للفترة 2001-2016 وفق السيناريو B معدل النمو منخفض

الوحدة : ألف ليلة سياحية

TCMA 2016-2011	2016	2011	2006	2001	1999 الحالي	المنطقة
%3.2	57915	50383	43131	36007	31719	إجمالي أوروبا منها
%2.8	50657	44696	39170	33547	29893	غرب أوروبا
%7.5	7258	5687	3961	2460	1826	شرق أوروبا
%5.8	2368	1758	1360	1010	703	المغرب العربي
%5.1	1605	1239	957	765	728	باقي المناطق
%3.3	61888	53380	45448	37782	33150	الإجمالي

Source: ONTT, prévision de la demande pour 2016, P.93 .

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن التقديرات الخاصة بالليالي السياحية جاءت موزعة على النحو التالي: 45.4 مليون ليلة سياحية مع نهاية 2006، 53.4 مليون ليلة سياحية مع نهاية سنة 2011، و 61.9 مليون ليلة سياحية في نهاية الخطة 2016 أي بمعدل نمو متوسط سنوي 3.3%.

3- تقدير الاحتياجات في عدد الأسرة (طاقات الإيواء):

تم تقدير طاقات الإيواء المطلوب إنجازها تماشياً مع أهداف السياسة السياحية و بناء على توقعات تدفقات السياح الأجانب من جهة، و من جهة أخرى متوسط الإقامة المرصودتين خلال فترة الخطة، و قد تمت على أساس السيناريو A (معدل نمو مرتفع) كما شملت التقديرات ثماني مناطق سياحية، والجدول الموالي يبين تقدير الاحتياجات في عدد الأسرة المطلوب توفيرها تماشياً و مرحلة الخطة.

الجدول رقم (14) تقدير الاحتياجات في عدد الأسرة حسب المناطق للفترة (1999-2016)

الوحدة : ألف سرير

السنوات المنطقة	1999 الحالي	2006	2011	2016
منطقة العاصمة تونس	18.1	21.8	24.9	29
الحمامات ، نابل	45.6	53.4	62	72.9
سوسة	40.4	56.7	68.4	80.6
جربة	41.1	60.8	75.1	88.6
توزر	10.2	11.7	14.1	19.2
بنزرت	2.7	2.2	2.5	2.9
تبرقة	3.9	4.8	5.8	6.7
المونستير	29.9	42.2	50.7	59.8
الإجمالي	192	253.6	303.5	359.6

SOURCE: ONTT, prévision de la demande pour 2016, P .104 .

4- تقدير حجم العمالة بقطاع السياحة:

في إطار مخطط تنمية الموارد البشرية المرافق لمخطط التنمية السياحية على امتداد فترة الخطة (1999-2016)، (وبغية توفير الكادر البشري الذي يسهر على تنفيذ الخطة من جهة، و تدعيم القطاع بكافة الاحتياجات البشرية، سواء المرتبطة بالقطاع (العمالة المباشرة) أو القطاعات الداعمة أي المرتبطة بالقطاع بطريقة غير مباشرة، من جهة أخرى تم ضبط الاحتياجات من الموارد البشرية في حدود 5000 عون جديد سنويا و الجدول الموالي بين حجم العمالة المخططة خلال فترة الإستراتيجية.

الجدول رقم (15) حجم العمالة المرافقة لتنفيذ الخطة (1999-2016)

السنوات	1999	2006	2011	2016
البيان				
عمالة مباشرة منها)	90216	119511	145719	173146
عمالة بالفنادق	68637	90714	110470	130891
المطاعم	15159	19957	24304	28796
باقي الأنشطة السياحية	6420	8837	10945	13459
عمالة غير مباشرة	233737	298109	354138	421019
مجموع العمالة	323953	417619	499857	594164

Source : Objectifs et stratégies de développement du tourisme tunisien, Rapport final.

.EQUIPE D' ETUDE JICA

المطلب الثالث: أدوات تنفيذ استراتيجية التنمية السياحية :

هناك عشر استراتيجيات فرعية استنبطت و طورت من اجل تحقيق الثلاث أهداف المرجوة ، و أخذت بعين الاعتبار تحليل SWOT ، حيث أن كل هدف مبني مباشرة على ثلاث أو أربع خطط ، تهدف إلى التغلب على نقاط ضعف القطاع. فالاستراتيجيات المبينة لاحقا تهتم بالنقاط المهمة والتي تعتبر المفتاح الحقيقي للنهوض بالقطاع السياحي، بعضها يمكن أن يحقق هدفا أو الأهداف الثلاثة كاملة، وكلها مرفوقة ببعض الأنشطة على المدى القصير والمدى الطويل.

1- استراتيجيات تحقيق التنافسية:

لقد استدعى العمل من أجل تحقيق هدف التنافسية للوجهة السياحية لتونس إدراج ثلاث استراتيجيات : 1 أساسية وهي ¹:

أ- إستراتيجية إنشاء قطب جذاب و إطلاق مواضيع أقوى عن السياحة التونسية:

هذه الإستراتيجية تهدف إلى إنشاء اتجاهات سياحية من الطراز العالي، تساهم في جعل الوجهة التونسية من أهم النقاط السياحية في السوق العالمية و تحفز السائح على أن يتجه نحو تونس للاستفادة من هذه المنتجات المتميزة مثل ما هو معروف في بعض الوجهات السياحية المنافسة (أهرامات الجيزة بمصر، مدينة مراكش المغرب، البتراء بالأردن)،

¹ Objectif et stratégies de développement du tourisme tunisien , rapport final étude equipe jica, p .79

ب- إستراتيجية تنويع المنتوجات السياحية المعروضة:

العمل على توفير منتوجات سياحية متنوعة وذات نوعية رفيعة مطابقة للمواصفات العالمية، مع الاستجابة لما يطمح إليه السائح القادم إلى تونس.

كما تهدف هذه الإستراتيجية إلى القضاء على نقاط الضعف التي يعاني منها القطاع السياحي التونسي والمرصودة من خلال تحليل SWOT وهي:

- ارتباط كبير بسوق واحد وهي السوق الأوروبية.

- مردودية ضعيفة بالنسبة للصناعة السياحية.

ج- استراتيجية إدخال نظرة تسويقية جديدة:

أي العمل على تقديم نظرة تسويقية جديدة و تكون متجددة تماشيا و التطور التكنولوجي فالأساليب القديمة التي كانت معتمدة في تسويق الوجهة التونسية وهي بلد ببلد يجب أن تكون أكثر هجومية وترتكز على المنتوجات المتنوعة، كسياحة المؤتمرات أو السياحة ذات الطابع الثقافي الاكتشاف وما إلى ذلك .

2 - استراتيجيات تحقيق المردودية: تم اعتماد ثلاثة استراتيجيات فرعية لتحقيق هدف المردودية، وقد جاءت على النحو التالي¹:

أ- إستراتيجية تحويل المحطات الشاطئية التونسية إلى وجهات ذات تنافسية: لقد عرفت المناطق التونسية للمحطات الاصطيافية

الشاطئية تطورا منذ خمسينيات القرن الماضي، و كانت تمثل أهم المنتوجات السياحية التونسية، وتهدف هذه الإستراتيجية إلى تحسين هذه المحطات و جعلها أكثر جذبا للسواح من خلال ما توفره من خدمات نوعية ووسائل للترفيه والراحة، كما تهدف إلى تحسين أسلوب التسيير ومن ثم الرفع من مستوى النوعية و المردودية للخدمات الفندقية، كما تهدف هذه الإستراتيجية إلى معالجة النقائص التالية:

* مستوى رضى ضعيف لدى السائحين ونتائج محدودة لتكرار الزيارة.

* نوعية المنتج السياحي والخدمات المعروضة دون مستوى المعايير الدولية.

* ضعف مردودية الصناعة السياحية.

ب- إستراتيجية تحسين جذري للتكفل بالزوار ولوحات الإشارة في الأماكن السياحية:

أغلبية السواح القادمين إلى تونس يتجهون أثناء إقامتهم إلى أماكن سياحية متعددة ثقافيا، سواء كانت في زيارات منظمة أو اصطيافية تخص السياحة الشاطئية، و لأجل استفادة هؤلاء السياح من هذا التنوع السياحي أي زيارة أماكن مختلفة فان العمل المطلوب هو الإسراع في إدخال الكثير من التحسينات الجذرية، منها تهيئة هذه الأماكن بتجهيزات إضافية تسمح بتوجيه و إعلام زائري هذه المقاصد السياحية، وتحسين المنتج السياحي بصفة دائمة، كما تساهم في رفع الأسعار تماشيا ونوعية الخدمات المقدمة والتي بدورها تعمل على تحسين مردودية القطاع،

¹ Objectif et stratégies de développement du tourisme tunisien, rapport jica, p.82. .

هذه الإستراتيجية يمكنها كذلك معالجة النقائص المسجلة المشار إليها في النقطة أ أعلاه بالإضافة إلى: *معالجة النقص في هياكل التكفل، الإعلام والتهيئة في الأماكن الثقافية، المتاحف و المدن الأثرية.

ج- استراتيجية الإسراع في تنمية الموارد البشرية من أجل تشجيع الإنتاجية:

السياحة عبارة عن مجموعة من الخدمات مقدمة من شخص إلى شخص آخر، فالنوعية الجيدة للخدمات أمر مهم للنهوض بالقطاع السياحي في أي بلد كان، فبالنسبة لتونس و بغية جعل العنصر البشري في مستوى أداء جيد للخدمة السياحية و ذي دور ايجابي في تنمية القطاع حضرت برامج تكوينية لتحسين وتنمية الموارد البشرية يمكنها أن تخفف الاحتجاجات من طرف الزبائن و تبرر مستوى الأسعار المرتفعة.

3 - استراتيجيات تحقيق الاستدامة(الديجومة):

تتضمن موارد السياحة التونسية ، كامل شواطئ ساحل البحر الأبيض المتوسط المحاذية لإقليم تونس، الصحراء، الواحات، المحميات الطبيعية، المواقع الأثرية، و المدن التاريخية، و موارد أخرى ملموسة و غير ملموسة، وتشهد هذه الموارد المتنوعة و المختلفة علامات التدهور والاندثار لبعضها، لذا كان الانشغال الجوهري و صيانة هذه الموارد، حتى تتحمل عبء توافد السواح الذي يزداد من سنة إلى أخرى، وهذا من خلال ما تضمنته جملة الاستراتيجيات المرسومة للنهوض بالقطاع السياحي والتي تم ضبطها ضمن أربع استراتيجيات.

أ- استراتيجية تسيير جدي للمحيط:

فالموروث التونسي يحتاج إلى تسيير حذر سواء على مستوى المحيط العمراني أو الطبيعي و ذلك للحد من التدهور و الاندثار، و قد جاء المخطط الوطني بجملة من التوصيات كفيلة بتحقيق هذه الغايات ومنها على سبيل المثال¹:

- تهيئة المناطق السياحية وجعلها متجانسة مع المحيط.
- تحسين برامج معالجة النفايات الصلبة داخل المدينة الأثرية.
- جرد آلي للهياكل المتواجدة في المناطق العمرانية المهشة وخاصة في المدن والأحياء القديمة. - تعزيز القدرات المؤسسية لتسيير المحيط في المناطق السياحية.

كما تهدف هذه الإستراتيجية إلى معالجة جملة من النقائص أهمها:

- تخفيف الأضرار علي البيئة الطبيعية و الثقافية.

ب- إستراتيجية تعزيز قدرات الهيئات والمتعاملين في القطاع السياحي:

تدعيم الأداء المؤسسي والتنسيق بين مختلف الهيئات الحكومية المعنية، القطاعات العامة و الخاصة مما يسمح بتحقيق مردود ايجابي لكل المتعاملين في القطاع وهذه العملية تتأتى من خلال النشاطات التالية:

- تسيير محكم للخدمات المعلوماتية للسواح من طرف الديوان الوطني للسياحة التونسي.
- تطوير بنك معلوماتي للصناعة طبقا للمقاييس العالمية.

¹ Objectif et stratégies de développement du tourisme tunisien, rapport jica, p.85.

● تكفل الهيئة المستقبلية بالسواح والزوار في الأماكن الأثرية و المتاحف، فالديوان الوطني للسياحة التونسي لا يستطيع لوحده التكفل والمراقبة لكافة الموارد التي توفر المنتج السياحي التونسي، إذ لابد من التنسيق بين جميع القطاعات والمتعاملين في قطاع السياحة، هذه الإستراتيجية سوف تساهم في حل المشاكل و النقائص المرصودة في هذا المجال .

ج- إستراتيجية تحسين الهياكل القاعدية : فالخطة تضمنت الكثير من العمليات المتعلقة بالهياكل نظرا لأهميتها منها و سائل النقل و طرق النقل خاصة الموصلة إلى المناطق السياحية والثقافية و أهم العمليات المدرجة هي:

- تحسين الإشارات للوصول إلى المناطق السياحية.

- تحسين الاتصالات والربط الكامل للزوار.

- تحسين الطرق المحيطة بالمناطق السياحية.

د - استراتيجية إدخال برامج و منتوجات تكميلية متجددة:

فهناك مجموعة من البرامج و الخطط التكميلية مقترحة لتقليص موسمية النشاط والرفع من المردودية، وبصفة عامة تحسين محيط العمل لكافة الأنشطة المرتبطة بالسياحة، من خلال التنوع الذي يسمح في النهاية بتمديد الموسم السياحي.

المبحث الثالث: إستراتيجية التنمية السياحية في المغرب.

تم التطرق في هذا المبحث للأهداف العامة للإستراتيجية السياحية للمغرب بالإضافة إلى الأهداف الكمية والنقدية كما تم عرض الأدوات و الآليات المتبعة لتنفيذ الاستراتيجية السياحية في المغرب رؤية 2010 .

المطلب الأول: الأهداف العامة للإستراتيجية السياحية في المغرب .

أولاً: المراحل الرئيسية للسياسة السياحية في المغرب.

بدأت المراحل الأولى للسياسة السياحية في المغرب بإنشاء الديوان الوطني المغربي للسياحة سنة 1918 ، وانتهاء بالإعلان عن الرؤية الجديدة للسياحة أفاق 2020 وذلك عام 2011 .

والجدول الموالي يبين المراحل الرئيسية و المحطات الزمنية التي مرت بها السياسة السياحية في المغرب.

جدول رقم(16): مراحل السياسة السياحية في المغرب من سنة 1918 إلى غاية 2011 .

السنة	السنة النشاط
1918	إنشاء الديوان الوطني المغربي للسياحة. O N. M. T
1965	إنشاء وزارة السياحة المغربية
1965-1967	أول مخطط يعلن السياحة كأولوية وطنية
1968	إنشاء الشركة الوطنية لتهيئة خليج أغادير وطنجة

إصدار أول قانون للاستثمار السياحي	1973
إصدار قانون جديد للاستثمار السياحي	1983
إصدار ميثاق الاستثمار السياحي الجديد	1995
الإعلان عن الرؤية الوطنية للسياحة أفاق 2010	2001
الإعلان عن الرؤية الوطنية للسياحة أفاق 2020	2011

Source : Haut Commissariat au Plan, Royaume de Maroc, « Prospective Tourisme 2030, quelle ambitions pour le Maroc ».p.11

نلاحظ من خلال الجدول، أن الاهتمام بالقطاع السياحي في المغرب كان منذ فترة بعيدة بدأت في سنة 1918 من القرن الماضي، وانطلاقاً من المخطط الثلاثي (1965-1967) تقرر إعطاء الأولوية للسياحة باعتبارها قطاعاً ذا أولوية وطنية، وتحول من مجرد جالب للعملة الأجنبية إلى المساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية بوجه عام، وتم إصدار أول قانون للاستثمار السياحي عام 1973، وتعزز المناخ الاستثماري في السياحة بعد إصدار ميثاق الاستثمار السياحي عام 1995، وبدأت الإستراتيجية السياحية الأولى المعروفة برؤية 2010 في سنة 2001 والتي غطت العشرية 2001-2010 ثم تلتها الرؤية الجديدة المعروفة برؤية 2020 في سنة 2011 والتي تمتد خلال العشرية الموالية -أي من 2011 إلى غاية نهاية 2020 .

ثانياً: الأهداف العامة لإستراتيجية تنمية السياحة في المغرب.

1-الأهداف العامة لرؤية 2010 (المرحلة الأولى).

تم الإعلان عن الإستراتيجية المغربية للتنمية السياحية "رؤية 2010" خلال الجلسات الأولى للسياحة في المغرب المنعقدة بمراكش بتاريخ 10 جانفي 2001 .

وقد جاءت هذه الرؤية بعد التراجعات التي عرفها قطاع السياحة في المغرب، تمثل في انخفاض عدد الوافدين والليالي السياحية والإيرادات السياحية، خصوصاً في عقد التسعينيات من القرن الماضي، وقد أسفر ذلك الوضع عن صعوبات وتداعيات مست الكثیر من المستثمرين والمهنيين السياحيين .

وخلال منتصف عام 2000 قامت الفيدرالية المغربية للسياحة بتقديم مشروع البرنامج/العقد (-Contrat Programme) تحت شعار "السياحة رؤية وتحديات وإرادة" وذلك بهدف إعطاء نفس جديد للسياحة، وتحويل المغرب من أهم الوجهات السياحية العالمية، باستغلال ما يتمتع به من مقدرات طبيعية وامكانات مخزنة في الجانب التاريخي والحضاري.

و قد سجل المغرب تراجعا في المؤشرات السياحية الرئيسية بنسبة 23 % خلال الأشهر الأخيرة من عام 2001 بسبب إحداث الحادي عشر من شهر سبتمبر 2001 .

ويمكن تلخيص الأهداف والتوجهات العامة لرؤية 2010 فيما يلي:

- جعل المغرب من بين 25 وجهة سياحية الأولى في العالم .
- التمويع الجيد للسياحة الشاطئية مع تطوير منتجات سياحية أخرى.
- تحسين التنافسية من خلال النوعية /السعر .
- تكوين يد عاملة متدربة في القطاع السياحي .
- تقوية الترويج للمنتج السياحي .
- بعث ديناميكية للمناخ الاستثماري ودعم الاستثمار السياحي من خلال العقار السياحي، الجباية والتمويل .
- التنمية الجهوية لكافة مناطق التراب المغربي بإقامة أقطاب للتنمية المندمجة .

2-الأهداف العامة لرؤية 2020) المرحلة الثانية).

تم صياغة الأهداف العامة لرؤية 2020 بعد مراجعة وتقييم الأهداف المخططة والمحققة في رؤية 2010 وتم الإعلان عنها في 30 نوفمبر 2010 بمراكش، وترمي رؤية 2020 إلى ضمان استمرارية وتعزيز انجازات رؤية 2010 وتحديد أهداف جديدة مع التركيز على محورين أساسيين بالنسبة للعشرية - 2011-2020 يتمثلان في دعم الشراكة بين القطاعين العام والخاص وإدراج مفهوم جديد يكمن في التنمية الجهوية المستدامة .

ويمكن تلخيص أهداف رؤية 2020 فيما يلي:¹

- جعل المغرب قوة سياحية تنافسية في السوق العالمي ومن بين أفضل 20 وجهة سياحية أولى في العالم.
- جعل المغرب مرجعا في السياحة المستدامة ولا سيما في حوض البحر الأبيض المتوسط . -تحسين البنية التحتية في السياحة بما يتماشى والمعايير الدولية .

-مضاعفة حجم القطاع السياحي (انطلاقا من رؤية 2010 .)

-مضاعفة عدد الرحلات السياحية الدولية وجلب حصة من السياح من الأسواق الصاعدة.

-مضاعفة عدد الرحلات الداخلية 3 مرات بهدف ديمقراطية وتشجيع السياحة الداخلية.

المطلب الثاني: الأهداف الكمية والنقدية للإستراتيجية المغربية للسياحة.

أولا: الأهداف الكمية والنقدية لرؤية 2010 .

تعتبر الأهداف المسطرة في رؤية 2010 جد طموحة، بالمقارنة مع السنة المرجعية ، وبالنظر إلى الأرقام المستهدفة في الخطة العشرية ، والجدول الموالي يوضح أهم المؤشرات السياحية المستهدفة خلال الفترة الممتدة من 2001 الى غاية 2010 .

¹ المغربية السياحة وزارة <http://www.tourisme.gov.ma/ar>

جدول رقم(17) : الأهداف الكمية والنقدية لرؤية 2010- الفترة 2001-2010 -

الهدف	القيمة المرجعية في 2001	القيمة المستهدفة في 2010
عدد الوافدين	4.4 مليون سائح	10 ملايين سائح
الإيرادات السياحية	30 مليار درهم	80 مليار درهم
عدد الأسرة في الفنادق المصنفة	97 ألف سرير	230 ألف سرير
عدد الليالي السياحية (المبيتات)	12.7 (مليون ليلة)	50 مليون ليلة
عدد الوظائف المستحدثة		600 ألف منصب شغل
نسبة المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي (GDP)	6.2 %	20 %
التكوين	2.000 شاب	72.000 شاب

Source : fédération nationale du tourisme. Secteur du tourisme 2011 : bilan d'étape et analyse prospective, FNT, Casablanca. Maroc

نلاحظ من المعطيات الواردة في الجدول، إن الأهداف الكمية والنقدية في رؤية 2010 طموحة، تستهدف تحقيق نسب نمو مرتفعة في المؤشرات السياحية الرئيسية ومنها مضاعفة حجم الوافدين للوصول الى 10 ملايين سائح في نهاية 2010 منها 7 ملايين سائح اجنبي و3 ملايين سائح مغربي مقيم في الخارج ، وتمثل هذه النسبة 1 % من السوق السياحي العالمي ، كما تهدف الخطة الى انجاز 160 الف سرير إضافي اي ما يعادل 3 أضعاف الخظيرة الفندقية لسنة 2001 ، بالإضافة إلى مضاعفة ليالي المبيت لتصل الى 50 مليون ليلة وهو ما يمثل 4 أضعاف القيمة المرجعية لسنة 2001 . كما تسعى الخطة الى الرفع من مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي إلى 20 % مقارنة ب نسبة 2.6 % في السنة المرجعية.

ثانيا: الأهداف الكمية والنقدية لرؤية 2020 .

إن التحولات العميقة والسريعة التي عرفها المغرب خلال السنوات العشر الأخيرة ، والأسس المتينة التي وضعتها رؤية 2010 بالإضافة إلى الفرص التي تتيحها التوجهات الجديدة للسياحة العالمية، تسمح للمغرب بوضع طموحات كبيرة لتنمية السياحة في العشرية المقبلة تستمد جذورها من القيم الأساسية والمؤهلات التي تميز المغرب عن باقي الوجهات السياحية.

وترتكز خطة السياحة رؤية 2020 على تعزيز المكتسبات المحققة في رؤية 2010 ومضاعفة حجم القطاع السياحي، بالإضافة إلى العمل على جعل المغرب ضمن الوجهات السياحية العشرين المفضلة لدى السياح الأجانب، وجعله مرجعا في التنمية المستدامة في حوض البحر الأبيض المتوسط .

ونلاحظ من خلال الجدول رقم 15) انظر الجدول في الصفحة الموالية)، أن هدف رؤية 2020 هو مضاعفة حجم القطاع السياحي وجعل المغرب من بين 20 وجهة سياحية عالمية مفضلة لدى السياح ، حيث تعتمد هذه الرؤية تهيئة 200 ألف سرير إضافي للحظيرة الفندقية للوصول إلى 375 ألف سرير في نهاية العشرية ،ومضاعفة عدد السياح الوافدين من الأسواق الأوروبية الرئيسية ، وجذب مليون سائح من الأسواق الناشئة ، كما يسعى المغرب إلى مضاعفة حجم السياحة الداخلية 3 أضعاف مما كانت عليه في السنة المرجعية، والرفع من العائدات السياحية لبلوغ 140 مليار درهم مقابل 60 مليار درهم في سنة 2010، و ما يقارب 1000 مليار درهم من التراكمات المالية خلال العشرية مقابل 440مليار درهم محققة في العشرية السابقة، وزيادة نقطتين للناتج المحلي السياحي في الناتج المحلي الإجمالي GDP ليصل إلى 6.8%، بالإضافة إلى توفير 470 منصب شغل مباشر جديد .

والجدول الموالي يقدم الأهداف الكمية والنقدية التي يسعى المغرب تحقيقها في نهاية سنة 2020 .

جدول رقم(18) : الأهداف الكمية والنقدية لرؤية 2020 الفترة 2011-2020

الهدف	القيمة المحققة في 2010	القيمة المستهدفة في 2020
عدد الوافدين	9.3 مليون سائح	20 مليون سائح
الإيرادات السياحية السنوية	56.10 مليار درهم .	140 مليار درهم
عدد الأسرة في الفنادق المصنفة	174. 180 سرير	200 ألف سرير جديد
عدد الليالي السياحية (المبيتات)	18 مليون ليلة	54 مليون ليلة
عدد الوظائف المستحدثة	450 الف منصب عمل	915 ألف منصب عمل
نسبة المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي GDP	6.6 %	8.6 %
التكوين	شباب 12.300	130.000 شاب

Source : fédération nationale du tourisme. Secteur du tourisme 2011 : bilan d'étape et analyse prospective, FNT, Casablanca. Maroc.

ومن اجل التقييم المرحلي لأهم الأهداف النقدية والكمية في رؤية 2020 فقد قامت وزارة السياحة المغربية بتجزئة الخطة إلى محطات زمنية كما هو مبين في الجدول التالي :

جدول رقم(19) : المحطات الزمنية لتقييم رؤية 2020

2020	2015	2010	الأهداف
372 300	256 400	178 000	الطاقة الإيوائية (عدد الأسرة)
20 000	13 711	9 200	عدد السياح الوافدين (بالآلاف)
138 000	85 000	56 000	الإيرادات السياحية (بمليون درهم)
148 518	93 493	59 900	الناتج السياحي الإجمالي (بمليون درهم)
914 706	645 147	449 283	الوظائف المباشرة المستحدثة من النشاط السياحي

المصدر: وزارة السياحة المغربية والديوان الوطني المغربي للسياحة ONMT "رؤية 2020"

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول، أن النسب المتوقعة لتحقيق الأهداف المرحلية خلال الخمس سنوات الأولى(2010-2015) اقل منها في الخمس سنوات الموالية (2015-2020)فعلى سبيل المثال يتوقع أن يتم إنجاز 78400 سرير إلى غاية 2015 و115900 سرير في 2020. ويرجع السبب في ذلك إلى التأخر الملحوظ في تسليم بعض المشاريع الهامة في المخطط الأزرق 2010، وتوقف البعض الآخر منها (المحطة السياحية ماقدور ومحطة لكسوس)، بسبب مشاكل تمويلية ، . 1 حسبما صرحا به رئيس الفدرالية الوطنية للسياحة ورئيس الجمعية الوطنية للمستثمرين السياحيين¹ كما تطالب بعض الجمعيات المهنية العاملة في الميدان السياحي في المغرب بضرورة تعديل رؤية 2020، وذلك بالنظر إلى الظرفية الاقتصادية العالمية غير المواتية، وخاصة تداعيات الربيع العربي ، واثر موجة الإرهاب ، والأزمة الاقتصادية في بعض البلدان الأوروبية التي تعتبر مصدرا لتصدير السياح إلى المغرب. ونشير إلى أن معدل نمو عدد السياح العالمي المتوقع من منظمة السياحة العالمية لمنطقة شمال إفريقيا هو 5.2%، سنويا للفترة من 2010 إلى 2020 أي معدل تراكمي يقارب 52% خلال ، الفترة) في

¹ "رؤية 2020 السياحية هل ما زالت قابلة للتحقيق" مقال منشور بتاريخ: 2013/01/25 على الموقع الإلكتروني مغرس: <http://www.maghress.com> تاريخ

حين أن المعدل التراكمي المتوقع في رؤية 2020¹ هو 100% (أي الضعف) وهو معدل مبالغ فيه كثيرا يستعصي على المملكة تحقيقه.

المطلب الثالث: أدوات واليات تنفيذ الإستراتيجية السياحية في المغرب.

أولا: أدوات واليات تنفيذ رؤية 2010 .

من اجل تنفيذ الأهداف العامة والكمية الواردة في رؤية 2010 قامت السلطات المغربية بتقسيم الرؤية إلى : 1 ست ورش متكاملة فيما بينها، وهذه الورش هي :²

1-الورشة الأولى: ورشة المنتج. تخص هذه الورشة البنية التحتية للإيواء، ففي عام 2001 كانت الطاقة الإيوائية في المغرب تحصى 97000 سرير على المستوى الوطني، وقد كان هدف هذه الورشة إنجاز ما مجموعه 160000 سرير.

حيث إستحوذ برنامج المخطط الأزرق الخاص بالسياحة الشاطئية على ما يقارب 70% بمحصة تقدر بـ 110000 سرير.

2-الورشة الثانية: ورشة النقل. تهدف هذه الورشة ضمن " رؤية 2010 " إلى زيادة تدفقات النقل البري الدولي لوجهة المغرب من خلال تحرير النقل البري بهدف تخفيض تكلفة الطيران وكان الهدف الكمي الانتقال من 5,5 مليون مسافر دولي سنة 2000 إلى 6,15 مليون مسافر بنهاية 2010، والرفع من عدد الرحلات الدولية من 600 رحلة أسبوعية إلى 1300 رحلة.

3-الورشة الثالثة: ورشة الترويج، الإتصال والتسويق. كان هدف هذه الورشة إعادة هيكلة الديوان الوطني المغربي للسياحة (ONMT) بطريقة تجعل منه أداة فعالة في ترويج السياحة المغربية في الخارج.

4-الورشة الرابعة: ورشة التنظيم المؤسسي. تهدف هذه الورشة إلى إعادة توزيع الأدوار والمهام للمؤسسات السياحية العاملة في القطاع السياحي (القطاع العمومي والخاص) مع تحسين التنسيق فيما بينها، وقد تمخضت هذه الورشة عن إنشاء المجالس الجهوية للسياحة (CRT)*

5-الورشة الخامسة: ورشة التكوين. ترمي هذه الورشة إلى إنشاء هياكل المرافقة التي تسمح بتكوين 72000 فردا مؤهلا للعمل في المؤسسات الفندقية السي³أحية وخاصة وظائف الإستقبال والضيافة، وهذا للوصول إلى جعل السياحة المغربية أكثر مهنية.

6-الورشة السادسة: ورشة البيئة السياحية. وهي ورشة تعتمد على تطبيق أحسن الممارسات في الضيافة والتسيير الخاص بإدارة التدفقات السياحية، كما عملت هذه الورشة على تحسين البيئة القانونية والتشريعية لقطاع السياحة المغربي.

¹ See UNWTO Tourism Highlights 2015, p15 in <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>

² IPAMED, le rôle des firmes touristiques dans le développement du tourisme au Maroc, Paris France décembre 2012, page 8-9

*CRT=Conseils Régionales du Tourisme .

جدول رقم (20): مشاريع المخطط الأزرق للسياحة الشاطئية "رؤية 2010"

المجموع	موكادور	مازقان	ميناء لكسوس	تاغازوت	قلمين	السعيدية	المناطق البيان
109500	10500	8000	12000	21000	30000	28000	عدد الأسرة المراد إنجازها
35050	3300	2000	3750	8000	10000	8000	مناصب شغل مباشرة
175250	16500	10000	18750	40000	50000	40000	مناصب شغل غير مباشرة
49,10	5,2	6,3	5,60	10	10	12	قيمة الاستثمارات بالملايين
3.390	500	500	461	615	700	614	المساحة المخصصة بالهكتار

Source : Haut Commissariat au Plan 2007 – Fédération Nationale du tourisme 2008

FNT.HCP.

نلاحظ من خلال الإحصاءات الواردة في الجدول، الأهمية المعطاة للسياحة الشاطئية في رؤية 2010، حيث أن الأسرة المزمع توفيرها في المخطط الأزرق المقدر عددها ب: 109.500 سرير إضافيا تمثل نسبة تقارب: 70% من الطاقة الإيوائية الإجمالية المستهدفة (160.000 سرير جديد).

كما أن مناصب الشغل الواجب إحداثها في هذا المخطط تمثل نسبة: 35% من مجموع المستهدف في رؤية 2010. وهكذا فإن المخطط الأزرق يعتبر عصب السياحة المغربية خلال العشرية 2001-2010.

ثانيا: أدوات واليات تنفيذ رؤية 2020.

من اجل تحقيق التوجهات الكبرى التي جاءت بها الإستراتيجية السياحية الجديدة رؤية 2020، فقد عمل المغرب على تعزيز الشراكة بين القطاعين العام والخاص، واهيئة الأقاليم الترابية، وتحسين القدرة عادات

التنافسية لجميع حلقات السلسلة السياحية، و خاصة ترسيخ ثقافة حقيقية لجودة الخدمات السياحية وتطوير عرض مبتكر في مجال التنشيط السياحي كما ستضع رؤية 2020 التنمية المستدامة في قلب طموحها، و ذلك مواكبة للتوجهات العامة المعتمدة في البلاد باستغلال الإمكانيات المتوفرة التي تسمح له بالتموقع والتميز في محيط يعرف بحدة التنافسية والتغير المستمر. وبناء على ما سبق، تركز الإستراتيجية الجديدة على أربع محاور رئيسية هي¹:

1-التقسيم الجهوي للمناطق السياحية: يتضمن هذا المحور تقسيم التراب الوطني إلى ثماني مناطق سياحية كبرى:

- **المنطقة الشمالية:** يدور عرض هذه المنطقة حول السياحة الثقافية و الشاطئية حيث يرتقب زيادة الطاقة الاستيعابية لتتجاوز 43.000 سرير بحلول عام 2020 فيما سي سجل عدد السياح 7,2 مليون سائح. وبذلك ستساهم الجهة ب7,20 مليار درهم كنتاج سياحي داخلي خام و بمخلق 128.020 منصب عمل.
- **منطقة المغرب المتوسطي:** يتمحور هذا العرض حول مواقع السعيدية ومرشيك و كالا إيريس. ووفقا للتوقعات الإستراتيجية، يرتقب تطوير الطاقة الاستيعابية بحوالي 27.300. سرير لتغطية 921.000. سائح. كما يتوقع ذر مداخل تقدر بحوالي 6 مليارات درهم، وبذلك ستساهم الجهة ب: 2.7 مليار درهم كنتاج سياحي داخلي خام،
- **المنطقة الأطلسية الوسطى:** تشمل هذه الوجهة الدار البيضاء والرباط و الجديدة حيث يتمحور عرضها حول سياحة الأعمال و الترفيه. و يرتقب تحقيق طاقة استيعابية تصل إلى 39.300. سرير بحلول عام 2020 فيما سيسجل عدد السياح 3.8 مليون سائح. كما يتوقع تحقيق مداخل تقدر بحوالي 1,24 مليار درهم مما سيمكن الجهة من أن تساهم ب 1,29 مليار درهم كنتاج سياحي داخلي خام.
- **منطقة المغرب الوسطى:** تم تشكيل هذا المجال من منطلق التكامل بين مواقع مكناس وفاس و. حيث يرتقب زيادة الطاقة الاستيعابية لتتجاوز 36.000. سرير بحلول عام 2020 فيما سي سجل عدد السياح 7,2 مليون سائح إضافة إلى 707.000. مسافر محلي. وبذلك ستراهن الجهة على تحقيق مداخل تفوق 19 مليار درهم لتساهم بحوالي 30 مليار درهم كنتاج سياحي داخلي خام.
- **منطقة مراكش و الأطلسي:** تغطي هذه المنطقة كلا من مراكش و توبقال و الصويرة. و يستهدف تحقيق طاقة استيعابية تقدر بحوالي 86.000. سرير بحلول عام 2020 فيما سيصل عدد السياح 6,3 مليون سائح إضافة إلى 4,1 مليون مسافر محلي. وهذا من شأنه تحقيق مداخل تصل إلى 2,26 مليار درهم.
- **منطقة الأطلس والأودية:** تركز هذه الجهة على القطب السياحي المتمثل في ورازات والذي يشمل الوديان والواحات والأطلس الكبير. ويدور عرض هذه المنطقة حول السياحة البيئية والتنمية المستدامة. و يرتقب زيادة الطاقة الاستيعابية لتتجاوز 26.000. سرير لتلبية طلب حوالي 1,9 مليون سائح إضافة إلى 388.000. مسافر محلي. وبذلك تراهن الجهة على تحقيق مداخل تفوق 13 مليار درهم.

¹ -وزارة الاقتصاد والمالية المغربية، القطاع السياحي: رؤية إستراتيجية متجددة، مجلة المالية، العدد 15 يونيو 2011، ص ص 4. 6

* لمنطقة الأطلسية الجنوبية الكبرى : ستركز هذه الجهة حول الداخلة وعروض مندججة للسياحة الطبيعية و الرياضة وبالتالي سيتم إنشاء 3.800. سيرير جديد ما من شأنه خلق عائدات تقدر بحوالي 819 مليون درهم وبذلك ستساهم الجهة بحوالي 924 مليون درهم كنتاج سياحي داخلي خام وبحلق 5.600.. منصب شغل.

• منطقة سوس و الصحراء الأطلسية : ابتداء من أكادير، يغطي هذا المجال كل المناطق الداخلية لتمتد إلى العيون عبر كلميم .وسيتم إنشاء ما يقرب من 110.000. سيرير لاستيعاب ما يقرب من 4ملايين سائح ومليون مسافر محلي .وهذا من شأنه تحقيق مداخل تقدر ب 28 مليار درهم . وبذلك ستساهم الجهة ب 4, 29 مليار درهم كنتاج سياحي داخلي خام و توفير 181.000 منصب شغل.

2-التنوع والاستدامة : يتضمن هذا المحور تسريع الأوراش الإستراتيجية الموجودة (برنامجي RUZA 2020 و بلاددي) و تدعيم الاستثمارات الهادفة إلى تممين التراث و الثقافة (برنامج التراث و الموروث) و تنوع العرض السياحي من منتجات التنشيط الثقافي (برنامج التنشيط و الترفيه) و تممين مجمل الموارد الطبيعية والثقافية (برنامج البيئة و الحضرة) و أخيرا تشجيع المنتجات السياحية ذات القيمة المضافة العالية (برنامج السياحات ذات الطابع المحلي التي لها قيمة مضافة).

وتؤكد الدراسات والأبحاث التي أنجزتها وزارة السياحة المغربية، أن 39% من السياح الذين يرغبون في زيارة المغرب يهتمون بالسياحة الثقافية، وعلى هذا الأساس تتوخى الرؤية الجديدة تحقيق نوع من التوازن بين الوافدين على المغرب في إطار السياحة الشاطئية والسياحة الثقافية بنسبة تصل إلى 42% و 39% على التوالي¹

3 -تمويل الاستثمارات السياحية : يتضمن هذا المحور إنشاء صندوق مغربي للتنمية السياحية يبلغ رأسماله المستهدف حوالي 100 مليار درهم ورصد إعانات لدعم الاستثمار وتوجيهه إلى المناطق التي تعرف ضعفا في مؤشرات التنمية و كذا تعبئة 24مليار درهم من التمويل البنكي لدعم المشاريع الإستراتيجية في إطار « رؤية 2020 .»

4 -التكوين : يتضمن هذا المحور إنشاء مدرسة للامتياز في مجال التدبير الفندقي بشراكة مع المدرسة الفندقية بلوزان و إنشاء مركز للبحث والتنمية السياحية المستدامة و ذلك بشراكة مع جامعتي « هارفرد » و «تورونتو». وقد تم تخصيص غلاف مالي قدره مليار درهم لتغطية نفقات تكوين الموارد البشرية في 2 القطاع السياحي بصفة عامة حسبما هو مخطط في رؤية 2020².

ثالثا: البرامج السياحية المرافقة لرؤية 2020.

في إطار تنفيذ أهداف الرؤية الإستراتيجية للسياحة المغربية افاق 2020 ، تم تحديد ستة برامج مهيكلتة تتمحور حول الثقافة والشواطئ والطبيعة. وتتركز هذه البرامج على السياحة المستدامة وعلى تحقيق قيمة مضافة عالية بالإضافة إلى تشجيع السياحة الداخلية الموجهة للمغاربة المقيمين في الداخل.

¹ يومية العلم المغربية على الرابط الالكتروني التالي http://www.alalam.ma/def.asp?codelangue=23&id_info=34224 تاريخ الزيارة 03/10/2016

² Ministère du tourisme marocain, contrat programme, vision stratégique de développement touristique 2020

- 1-برنامج المخطط الأزرق 2020 : وهو امتداد للمخطط الأزرق الذي أعلن عنه في رؤية السياحة 2010 ، ويتمحور هذا البرنامج حول السياحة الشاطئية ، بهدف إنشاء عرض سياحي شاطئي تنافسي على المستوى الدولي ، واستكمال المحطات السياحية التي شرع في إنجازها ابتداء من 2001 .
- 2-برنامج التراث والموروث: يهدف برنامج "التراث والموروث" إلى إبراز الهوية الثقافية المغربية من خلال هيكلة وتثمين التراث المادي وغير المادي ، كما يهدف إلى إعادة تأهيل المآثر التاريخية للمغرب بالحفاظ على هويتها المعمارية وخلق مدارات سياحية بالمدن العتيقة للمدن الكبرى للمملكة.
- ويرمي البرنامج أيضا إلى خلق شركة لتثمين التراث بغية استغلال الإرث المعماري للمملكة (قصبات، قصور، رياضات، فنادق، قصور للضيافة، الخ) وتحويلها إلى إقامات ذات جودة عالية تتميز بطابع ثقافي مميز وأصيل. وسيتم كذلك إنشاء متاحف علمية كبرى تتيح للسياح فرصة اكتشاف وفهم التراث التاريخي والثقافي للمملكة. وكخطوة أولى سيتم إنشاء متحفين كبيرين: متحف إفريقيا بطنجة ومتحف تاريخ المغرب بمكناس واللذان سيشكلان مؤسستين مميزتين بجودة معارضهما كالمتاحف الكبرى بأوروبا وسيساهمان في الإشعاع الدولي للمغرب¹
- وأخيرا يتضمن البرنامج عرض للترفيه يركز على الفنون والتراث الروحي من خلال تنظيم عدة مهرجانات، وستنأط مهمة تسيير المهرجانات التقليدية، التي تكرس تقاليد الأجداد، بمؤسسة خاصة. بالمهرجانات التقليدية في مختلف جهات المغرب²
- 3-برنامج البيئة والطبيعة : يهدف هذا البرنامج إلى تثمين الموارد الطبيعية والقروية مع الحفاظ عليها، والسهر على احترام الأصالة السوسيو-ثقافية للجماعات المضيفة بتوفير امتيازات سوسيو-اقتصادية لها.
- كما يرمي البرنامج إلى توفير مرافق سياحية راقية بالمناطق السياحية الثمانية تحافظ على البيئة ومندمجة في الإطار السوسيو-ثقافي منها، يكنولوجية، محطات خضراء ومحطات صحراوية ومحطات شاطئية وا
- ومخيمات متنقلة فاخرة، ويتوخى هذا البرنامج كذلك ترسيخ ورفع مستوى الفضاءات السياحية المضيفة بإنشاء مرافق صغيرة للإيواء، كالفنادق الصغيرة والفنادق البيئية لفائدة السياح الذين يبحثون عن نمط عيش مغاير.
- كما يرمي البرنامج أيضا إلى تطوير الوجهة الإفريقية الأولى "بدون كربون" بموقع ورزازات، اعتمادا على مشروع إنتاج الطاقة لتعويض انبعاثات ثاني أكسيد الكربون الناتج عن جميع الأنشطة الاقتصادية والسياحية المحلية.
- 4-برنامج التنشيط والترفيه : يهدف هذا البرنامج إلى إنشاء حدائق ترفيهية مستوحاة من أكبر المراجع العالمية فيما يخص الترفيه ، والتي تقدم أنشطة ترفيهية ليلية ونهارية لجمهور متنوع (العائلات والكبار والمراهقين...) كمحطة السينما المرتقبة بورزازات. ويتوقع البرنامج كذلك خلق حديقة موضوعاتية بمراكش حول ثقافة المغرب على شكل مركب مصغر.
- 5-برنامج المآوي السياحية ذات القيمة العالية : يهدف هذا البرنامج إلى جعل المغرب وجهة دولية جديدة للسياحة الصحية والترفيهية ، وذلك باستقطاب سياح الأعمال وتمديد فترات إقامتهم من خلال خلق انسجام بين قطاعات الرياضة والرفاهية الترفيه

¹ الورش السياحية الكبرى في رؤية 2020 ، وزارة السياحة المغربية على الموقع <http://www.tourisme.gov.ma/ar>

² : انظر وزارة السياحة المغربية على الموقع <http://www.tourisme.gov.ma/ar>

والثقافة. من أجل هذا الغرض، من المتوقع تعزيز عرض سياحة المؤتمرات والمعارض والأحداث الدولية من خلال تشييد وحدات مهمة تسمح باستضافة الأحداث الدولية كمراكز المؤتمرات وفضاءات للمعارض، وتشكل حديقة العرض العالمية لمراكش وحديقة العرض لطنجة المشاريع الرئيسية الأولى لهذه الورشة. كما تستهدف إلى تأهيل هاتين المدينتين وجعلهما وجهتين رئيسيتين للأعمال. ويهدف هذا البرنامج أيضا إلى خلق مفاهيم جديدة للرفاهية والاستجمام تستند على مقارنة بيئية تستفيد من الثروات المغربية المحلية (أركان، الكاكتوس، الرمل والطين، منتوجات صحية فاخرة، حمامات تقليدية) أخيرا، سيقوم البرنامج بتهيئة محطات ومراكز صحية قرب فاس فران (محطة حامة مولاي يعقوب) وافران لتقديم عرض "الصحة والراحة" لفائدة السياح المغاربة والأجانب خصوصا الكبار.

6-برنامج بلادي : يهدف هذا البرنامج إلى الاستجابة إلى تطلعات المغاربة من خلال تقديم منتج يتلاءم مع عاداتهم وأنماط استهلاكهم وأساليب سفرهم، سيبتدئ هذا البرنامج تمام المبادرات المندرجة في برنامج إطار مخطط بلادي المنطلق في العقد الأخير، وللتذكير فمخطط بلادي يهدف إلى خلق ثمان محطات سياحية متجانسة المنتج والأسعار تستجيب لتطلعات السياح المحليين وتتواجد بالمناطق التي يرتادها السياح المحليون بكثرة، كما سيتم إضافة محطة جديدة بمنطقة "الوسط الأطلسي" والتي تضم حديقة للترفيه.

خلاصة الفصل الثاني:

تم في هذا الفصل استعراض استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي ، حيث تبين لنا أن الاهتمام بالقطاع السياحي بدأ مبكرا في المغرب وتونس، مقارنة بما هو الحال عليه في الجزائر(2008) كما تتباين الاستراتيجيات المعتمدة لتنمية السياحة من دولة إلى أخرى ، تبعا لتنوع المقومات السياحية ، الطبيعية والجغرافية والتاريخية ، وتبعاً لموقف الدولة من دور السياحة في الاقتصاد الوطني، وهو ما تأكد لنا من خلال دراسة الأهداف النوعية والكمية التي ترمي تلك الخطط إلى تحقيقها، بالإضافة إلى تنوع الآليات والبرامج المرافقة لتنفيذ الخطة السياحية في كل دولة .

وفي هذا السياق ينبغي الإشارة إلى اعتماد الاستراتيجيات جميعها على السياحة الوافدة ، وراهننت كل الدول موضوع الدراسة على زيادة عدد الوافدين الأجانب ، باعتبار هذه التدفقات ترجمة لتدفقات مماثلة من النقد الأجنبي، مع عدم التركيز على السياحة الداخلية، وهو ما يشكل تهديدا في حالة تراجع السياحة الوافدة .

وفي الأخير، فإن الطموحات التي تترجمها الأهداف الموضوعية، تبقى رهنا للظرفية الداخلية والمعطيات الخارجية، على اعتبار أن السياحة قطاع حساس للأوضاع الأمنية و الجيواستراتيجية التي تمر بها بلدان المغرب العربي ، وخاصة بالنسبة لتونس التي عاني القطاع السياحي فيها من موجة ما سمي بالربيع العربي ، وما نتج عنه من عدم استقرار الأوضاع الاقتصادية والأمنية.

الفصل الثالث

تقييم أداء دول المغرب

العربي في جذب

الاستثمار الأجنبي

المباشر

تمهيد:

سعت دول المغرب العربي من خلال قوانين الاستثمار والتشريعات المرتبطة بتحسين بيئة الاستثمار إلى جذب واستقدام الاستثمارات الأجنبية بما يتلاءم والإمكانات المتوفرة لديها ،

وفي هذا الفصل سنحاول الإجابة على التساؤلات الفرعية التالية :

-هل استطاعت دول المغرب العربي جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة إليها بما يتلاءم والإمكانات المتوفرة لديها؟

-ما هو تصنيف دول المغرب العربي في المؤشرات الإقليمية والدولية لقياس مناخ الاستثمار ؟ وهل جاءت تلك التصنيفات متوافقة مع إمكانات تلك الدول؟

-ما هي أوجه القصور التي يعاني منها مناخ الاستثمار في دول المغرب العربي؟ وما هي إذن المعوقات التي تحول دون تدفق الاستثمارات الأجنبية المباشرة إلى هذه المنطقة ؟ ما الذي يجب على متخذي القرار في هذه البلدان القيام به لتدارك الوضع وتحسين بيئة الاستثمار، و ما هي السياسات المقترحة في هذا المجال ؟

للإجابة على هذه التساؤلات، تم تقسيم هذا الفصل إلى المباحث الثلاثة التالية:

المبحث الأول: معوقات الاستثمار في دول المغرب العربي

المبحث الثاني: السياسات المقترحة لجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة إلى دول المغرب العربي.

المبحث الثالث: حصة الاستثمارات السياحية من مجموع الاستثمار الإجمالي في دول المغرب العربي.

المبحث الأول: معوقات الاستثمار في بلدان المغرب العربي.

المطلب الاول : معوقات الاستثمار في الجزائر.

على الرغم من الجهود التي تقوم بها الهيئات المكلفة بدعم وترقية الاستثمار في الجزائر من أجل تحسين بيئة الاستثمار، وذلك من خلال سن القوانين والتنظيمات واللوائح التي تهدف الى جذب الاستثمارات المحلية والأجنبية، إلا أن الواقع العملي ووضع الجزائر في المؤشرات الدولية والإقليمية لقياس جاذبية مناخ الاستثمار، يكشف عن وجود الكثير من العراقيل والمعوقات التي تحول دون تدفق الاستثمارات الأجنبية إليها.

ويمكن إجمالاً تصنيف تلك المعوقات إلى ثلاث مجموعات رئيسية:

1- المعوقات الإدارية والتنظيمية.

يواجه المستثمر في الجزائر عدة مشاكل إدارية وتنظيمية أهمها:

- عدم وضوح أحكام بعض النصوص القانونية وتطبيقها بصفة انتقائية ومتباينة من جهة إدارية إلى أخرى.
- غياب هيئة وطنية مكلفة بإدارة ومتابعة وتنظيم الاستثمارات الأجنبية فقط.
- تداخل الصلاحيات بين مختلف الهيئات المكلفة بالاستثمار وعدم الشفافية، وتعدد الجهات الوصية.
- تعقد وطول الإجراءات والوثائق المطلوبة لإنشاء المشروع، حيث أن عملية تأسيس مؤسسة تتطلب المرور بـ 14 إجراء، يستغرق 24 يوماً وتكلف 5.21% من دخل الفرد مقارنة بتونس والتي لا تتعدى 10 إجراءات تستغرق 11 يوماً ولا تكلف سوى 3.9% من دخل الفرد¹.
- ضعف البنية التحتية وعدم توفر الخدمات الأساسية للمستثمرين في مواقع الاستثمار، حيث أشار رؤساء المؤسسات في التحقيق الذي أجرته وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة سنة 2001 مع عدد من المؤسسات الاقتصادية في 12 ولاية إلى عدم توفر خدمات الماء، والكهرباء، والغاز، وخطوط الهاتف، وقنوات صرف المياه في مواقع الاستثمار².
- ثقل النظام الضريبي وشبه الضريبي، من حيث تعقد الإجراءات الجبائية وعدم الوضوح في التطبيق، وهو ما يترك المجال للتلاعبات والتفسيرات الشخصية التي تؤثر على بيئة الاستثمار، وقد عبر المستجوبون في دراسة أعتها البنك الدولي سنة 2003 حول مناخ الاستثمار في الجزائر أن مشكل معدل الضرائب يحتل المرتبة الرابعة من ضمن 18 عاملاً مقيداً أو معيقاً للاستثمار³.
- بطء وبيروقراطية الجهاز القضائي وعدم تخصص القضاة في مجال منازعات الاستثمار، حيث يستغرق فض النزاع التجاري المعروض على القضاء أكثر من 387 يوماً مقارنة مع 7 أيام في تونس⁴ وقد ذكر 69% من رؤساء المؤسسات في الدراسة التي

¹. قاعدة بيانات البنك الدولي حول سهولة أداء الأعمال 2007. www.worldbank.doingbusiness/org.

². www.pmeart-dz.org/ft/bulletin2001.

³. World Bank, Pilot Algeria Investment Climate Assessment, June 2003.in <http://siteresource.worldbank.org/INTPSD/Resources/336195-1092412588748/Algeria-ICA-3pdf> (septembre 2006).

⁴ CNUCED, Examen de la politique de l'investissement. Algérie, Op. Cit, p.40

أعدتها البنك الدولي إلى هذه المشكلة وذكر هؤلاء أن المدة التي يخصصونها لتسوية هذه القضايا تصل إلى 6. 13 أسبوع في السنة¹

2- مشكلة العقار الصناعي.

يمثل العقار الصناعي أحد أهم العوائق التي يواجهها المستثمر في الجزائر، وقد توقف العديد من المشاريع الاستثمارية المهمة بسبب هذا المشكل، ويتجلى هذا من خلال العناصر التالية:

- صعوبة الحصول على قطعة ارض مهيأة لمزاولة نشاط استثماري؛
- تعقد وتعدد الإجراءات الإدارية والقضائية؛
- الارتفاع الفاحش في أسعار العقارات القابلة للاستغلال بسبب المضاربة؛
- عدم ملائمة بعض المناطق الصناعية ومناطق النشاط للمعايير الأساسية، نظرا لكونها أقيمت لأهداف سياسية واجتماعية، وليس لأهداف اقتصادية نظرا لغياب الاستشارات المتخصصة في الميدان؛
- بقاء العديد من الأوعية العقارية التي بحوزة المؤسسات العمومية بدون تسوية (عقود الملكية)؛
- ومن جهة أخرى، أظهرت نتائج التحقيقات المنجزة حول مسألة العقار في الجزائر إلى وجود عدد كبير من الأراضي غير المستغلة، حيث يوجد حوالي 30% من المساحة الكلية المتوفرة غير مستغلة، وقد بينت تقديرات وزارة الصناعة إلى أن حجم العقار الصناعي المتاح يقدر بـ 180 مليون م² ، بينما بلغ حجم الطلبات المودعة لدى الوكالة ، الوطنية لتطوير الاستثمار 80 مليون م² ولذا يتبين أن الأزمة ليس في نقص العقار بقدر ما هي مشكلة فساد وضعف في التسيير والتنظيم وغياب الشفافية في توزيع الأراضي.

وقد قامت السلطات الجزائرية بإجراء تعديلات في المنظومة التشريعية لترقية الاستثمار تهدف إلى منح المستثمرين تسهيلات أكبر منها:

- الأمر رقم 11/06 المؤرخ في 30 أوت 2006 والذي يحدد شروط وكيفيات منح الامتياز والتنازل عن الأراضي التابعة للأملاك الخاصة للدولة والموجهة لإنجاز مشاريع استثمارية، والذي يمكن المجلس الوطني للاستثمار من منح أرض المشروع بالتراضي وبتخفيضات على سعر التنازل³

- إنشاء اللجنة الوطنية المختصة في منازعات الاستثمار ، بموجب المرسوم التشريعي رقم 357/ 06. المؤرخ في 9 أكتوبر 2006

3- مشكلة التمويل:

تعتبر العوائق المالية من أهم المشكلات التي تعاني منها المؤسسات القائمة والمشروعات الجديدة، وقد أظهرت عمليات سير الآراء التي تمت مع رؤساء المؤسسات بان المؤسسات الحديثة النشأة لها صعوبات أكبر للحصول على القروض مقارنة بالمؤسسات القديمة¹.

¹ World Bank. Op.Cit, p.11

² CNES, La configuration du foncier en Algérie: Une contrainte au

³. انظر المادة 11 من الأمر رقم: 11/06 المؤرخ في 30 أوت 2006 ،الجريدة الرسمية عدد 64.

وتتلخص القيود التي تعيق تأهيل القطاع البنكي فيما يلي:

- نقص الكفاءة المهنية لدى البنكيين فيما يتعلق بالطرق الحديثة لتسيير القروض وتقييم المخاطر؛
 - رداءة نظام المعلوماتية البنكية وبطء أنظمة المدفوعات؛
 - طول المدة التي تأخذها دراسة ملفات القروض قبل الموافقة على منحها. وقد تكون الإجابة بالرفض في كثير من الحالات؛
 - شدة الضمانات التي تطلبها البنوك لتغطية قروضها، والتي عادة ما تكون في شكل رهن رسمي لعقارات مبنية أو غير مبنية.
- ونشير هنا إلى أن الأراضي والعقارات التي بنيت عليها مشروعات الاستثمار والمستفيدة من حق الامتياز (غير المألقة لعقود الملكية)، أصبحت صالحة لتكوين رهون الرسمية لضمان القروض المقدمة من البنوك، وذلك بموجب الأمر رقم 11/06 المؤرخ في 30 أوت 2006 المذكور أعلاه.

4 - مشكلة الفساد.

يعتبر الفساد ظاهرة عالمية تحد وتقلص من فعالية الاستثمار، كما أنها تؤدي إلى تشويه صورة البلد وإبطاء معدل التنمية، واختلاس المال العام. وعادة ما ينتشر الفساد بسبب تفشي البيروقراطية وغياب المساءلة، لتمتع كبار المسؤولين ورجال السياسة بحصانة تحميهم من المتابعات.

وتصنف الجزائر ضمن أكثر البلدان الإفريقية فسادا، حيث جاءت في المرتبة التاسعة من بين 21 بلدا إفريقيا²، كما يعتبر الفساد ثالث معوق يعترض نمو الشركات حسب المنتدى الاقتصادي العالمي 2007³

وقد أشارت الدراسة التي أجراها البنك الدولي حول مناخ الاستثمار في الجزائر إلى أن 3.34% من رؤساء المؤسسات يدفعون حوالي 7% من رقم أعمالهم في شكل رشاي لتسريع معاملاتهم والاستفادة من بعض المزايا والخدمات⁴ بالإضافة إلى المعوقات المذكورة السابقة، يعاني محيط الأعمال في الجزائر من معوقات أخرى يمكن تلخيصها فيما يلي:

- تفشي ظاهرة القطاع غير الرسمي والمنافسة غير المشروعة، ويبلغ حجم الاقتصاد غير الرسمي 34.1% من الناتج الداخلي الخام خلال الفترة (1999-2000) وذلك حسب تقديرات البنك الدولي⁵
- عدم كفاءة إجراءات الترويج للفرص الاستثمارية؛
- تأخر مسار الخصخصة، حيث لم يعلن عن القائمة الأولى للمؤسسات القابلة للخصخصة. إضافة إلى عدم الشفافية والوضوح، والتضارب في بعض الأحيان 5 إلا في جوان 1998 بسبب تداخل الصلاحيات بين المجلس الوطني للخصخصة، والمجلس الوطني لمساهمات الدولة، والشركات القابضة؛

¹ .World Bank, Pilot Algeria Investment Climate Assessment, Op.Cit, p.13.

² .World Economic Forum, 2003 in :www.weforum.org.

³ . المنتدى الاقتصادي العالمي، تقرير التنافسية العربية 2007، لائحة ترتيب الدول العربية، ص 12.

⁴ .World Bank, Pilot Algeria Investment Climate Assessment, Op.Cit, p.24.

⁵ .www.worldbank.org/documents/papers links/Informel_Economy.pdf (25-12-2006).

- . المرسوم التنفيذي رقم: 98-195 المؤرخ في 7 جوان 1998، يحدد قائمة أول حصة للمؤسسات العمومية القابلة للخصوصية.
- عدم وضوح الإستراتيجية الصناعية، وعدم القيام بالدراسات والاستشارات المتخصصة في موضوع القدرات التنافسية لقطاعات الاقتصاد الجزائري التي يجب ترفيتها، كما هو جاري به العمل في البلدان المجاورة؛
- ضعف العنصر البشري المؤهل، و انخفاض إنتاجية العامل الجزائري مقارنة بالدول المجاورة؛
- عدم ارتباط خريجي الجامعات والبحوث العلمية المنجزة في محابر البحث مع احتياجات المؤسسات الوطنية، كما أن الجامعات لا تكون المتخصصة، وتخرج أصحاب شهادات، بعيدين عن الواقع العملي.
- مشكلة الوصول إلى المعلومات، وندرة المنشورات حول الفرص الاستثمارية، وجمود المواقع الشبكية لأغلب الوزارات.

المطلب الثاني : معوقات الاستثمار في المغرب.

يعاني مناخ الاستثمار في المغرب من مجموعة من المعوقات من أهمها:

1-مشكل العقار وملكية الأراضي.

- حسب التحقيق الذي أجرته منظمة الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد) حول سياسات ، يعتبر مشكل العقار من أثقل المعوقات التي يعاني منها الاستثمار في المغرب في جانفي 2007¹ المستثمر المحلي والأجنبي على حد سواء، وتتركز المشاكل الرئيسية فيما يلي: - تعدد القوانين المنظمة للملكية العقارية للأراضي؛
- صعوبة تحديد المالك الحقيقي للعقار؛
- تعدد الجهات المتدخلة في إدارة العقار؛
- الارتفاع الباهض في تكلفة اقتناء بعض الأوعية العقارية الجاهزة للاستغلال نتيجة لعمليات المضاربة والسمسة، وهو ما يؤثر في ارتفاع تكلفة المشروع الاستثماري؛ - قلة توفر الأراضي في الأماكن المهيئة.

2-مشكل النظام القضائي

- يتميز النظام القضائي في المغرب -حسب التحقيق الذي أجرته الأونكتاد- بما يلي: - البطء الشديد في التنفيذ حيث يتطلب إنفاذ العقود 615 يوما مقارنة بـ397 يوما في الجزائر و 481 يوما في تونس؛
- الفساد والرشوة على مستوى الخبراء القضائيين بصفة خاصة؛
- نقص الإعلام والشفافية وقلة الخبرة في مجال المنازعات التجارية؛
- لا يفرق القضاء المغربي بين التحكيم الداخلي والتحكيم الدولي.
- 3 -تركز أنشطة الشركات الدولية في قطاعات محدودة من الاقتصاد المغربي. فبخلاف قطاع السياحة والمنسوجات تعتبر القطاعات الاقتصادية الأخرى أقل جذبا للاستثمارات الأجنبية المباشرة.

4-مشكل التشريع في علاقات العمل.

¹ CNUCED, Examen de la politique de l'investissement du Maroc, Op.Cit, p.47

حيث يعاني من الضبابية في بعض الأحكام، ولاسيما ما جاء في قانون العمل لسنة 2003، كما لا يؤطر هذا القانون الحق في الإضراب.

5 - ضعف الموارد المالية والبشرية المتاحة لمديرية الاستثمارات مقارنة بباقي المديريات المشابهة لها، حيث لا تتلقى سوى ميزانية بمليون دولار، في حين تتلقى وكالة ترقية الاستثمار في الجزائر خمسة ملايين دولار، وتتلقى وكالة الاستثمار الخارجي في تونس ثلاثة ملايين دولار.¹

6 - ارتفاع تكاليف التمويل:

حيث أوضحت دراسة أجراها البنك الدولي تحت عنوان "تقييم مناخ الاستثمار في المغرب" من خلال بحث ميداني شمل 857 شركة مغربية، صرحت 80% من الشركات التي تناولتها الدراسة بأنها تعتبر مشكل الولوج إلى القروض عائقا أساسيا بالرغم من أن 47% منها حاصل على قروض مصرفية. وقد فسر مستشار البنك الدولي هذا التناقض بترسبات ثقافية، ويتعقد مسألة الضمانات التي تصل أحيانا إلى 250% من قيمة القرض المصرفي، ويوصف مستوى الضمانات . وهو ما يعكس ترتيب المغرب في المرتبة بأنه الأكبر ارتفاعا في دول المغرب العربي² 175 / 147 في المؤشر الفرعي "الحصول على الائتمان" الصادر في قاعدة بيانات أداء الأعمال، مقارنة بترتيب الجزائر (101/175) وتونس (117/175)³ .

7 - ضعف تأهيل الموارد البشرية.

حيث أبرزت دراسة البنك الدولي المشار إليها أعلاه إلى أن المغرب يوجد في أسفل اللائحة فيما يتعلق بتأهيل موارده البشرية⁴

8 - ارتفاع الحد الأدنى لرأسمال المشروع.

ويقاس كنسبة من الدخل الوطني للفرد، حيث يكلف إنشاء المشروع في المغرب إنفاق نسبة 7.66% من الدخل الوطني للفرد، في حين يكلف نسبة 3.28% و 46% في كل من تونس والجزائر على التوالي

9 - القطاع غير الرسمي والمنافسة غير المشروعة.

يعد وجود القطاع الرسمي في الاقتصاد الوطني أهم وجوه المنافسة غير المشروعة، ويمثل في المغرب نسبة 36.4% من الناتج الداخلي الخام خلال الفترة (1999-2000)، (ويكلف الخزينة العمومية في شكل خسارة حباتية غير محصلة قرابة 7.5 مليار درهم مغربي سنويا⁵

¹ الشبكة الأوروبية لوكالات الاستثمار 1 org.anima.www

² جريدة الشرق الأوسط، " العقار والتمويل والضرائب أبرز معوقات الاستثمار في المغرب"، عدد 9943، 17 فبراير 2006.

³ البنك الدولي، قاعدة بيانات تقرير سهولة الأعمال 2007 www.worldbank.org

⁴ جريدة الشرق الأوسط، مرجع سابق.

⁵ CNUCED, Examen de la politique de l'investissement du Maroc, Op.Cit, p.50.,

المطلب الثالث: معوقات الاستثمار في تونس.

على الرغم من احتلال تونس مكانة متقدمة في المؤشرات الدولية والإقليمية لتقييم مناخ الاستثمار، مقارنة بدول الجوار (الجزائر والمغرب)، إلا أن بيئة الأعمال ما تزال تعاني من بعض الضعف، والتأخر في العديد من المجالات، ويمكن تلخيص معوقات الاستثمار في تونس فيما يلي:

1- ضيق السوق المحلي.

حيث لا يتعدى عدد السكان حسب إحصائيات 2006 3.10 مليون نسمة، ولا يتعدى الدخل السنوي للفرد التونسي 2751 دولار أمريكي عام 2006، مقارنة بـ 3400 دولار أمريكي في الجزائر و2165 دولار أمريكي في المغرب¹ وأدى ضيق السوق المحلي التونسي إلى عزوف أكبر الشركات الأجنبية عن الاستثمار في هذا البلد، ذلك أن هذا العنصر يعتبر من المحددات الرئيسية للاستثمار الأجنبي المباشر.

2- تركيز الاستثمار الأجنبي المباشر في الصناعات الموجهة للتصدير وتحديدًا في قطاع النسيج والملابس.

ويتميز هذا القطاع بضعف في النقاط التالية:

- لا يتوفر لتونس أنواع من الخيط الطبيعي أو الصناعي، إذ أن أغلب الشركات العاملة في هذا القطاع تقوم باستيراد المواد الأولية من السوق الخارجي، وقد أشار إلى هذه المشكلة نتائج التحقيق الميداني الذي أجري عام 2002 على 50 مؤسسة أجنبية عاملة في تونس، وأثبت أن 14 % فقط من هذه المؤسسات تعتمد في مشترياتها على السوق المحلي²
- توصف المشروعات المقامة في قطاع النسيج بأنها من نوع الورش وبالتالي فإن هذا النوع من الصناعات لا يخلق الروابط الأمامية والخلفية، ولا يؤثر في النسيج الصناعي التونسي بشكل كبير، ويؤدي إلى الضغط على ميزان المدفوعات من خلال عمليات استيراد المواد الأولية؛
- كانت تونس تتمتع بمعاملة تفضيلية مع الاتحاد الأوروبي في هذا القطاع، ولكن بعد فك الارتباط من مزايا الاتفاقيات الخاصة بالألياف المتعددة (في إطار منظمة التجارة العالمية) سيتعرض لمنافسة شديدة من دول شرق آسيا، وهو ما يحد من آفاق النمو المتوقعة لهذا القطاع³
- يعتمد قطاع النسيج على صناعة اليد العاملة، ولم ينتقل بعد إلى مرحلة الفصالة الآلية
- يتميز قطاع النسيج باعتماده على كثافة العمل، وانخفاض كثافة رأس المال، وبالتالي فإن نسبة المحتوى التكنولوجي عادة ما تكون ضئيلة، مما يجعل مساهمته في نقل التكنولوجيا محدودة؛
- قطاع النسيج التونسي قطاع تصديري فهو يتعرض حتما إلى تذبذبات الأسعار في السوق الدولية.

¹ FMI Bulletin, Volume 36 N°12, Octobre 2007

² Meroune ALYA, "Investissement Direct Etranger et Croissance Economique: le cas de la Tunisie", (Université de Bordeaux: Centre de l'Economie de Development, mars 2004), p.18

³ Tahar El ALMI, يشكل قطاع النسيج والملابس أول قطاع مصدر في تونس حيث يمثل 40 % من حجم الصادرات وأول قطاع مشغل بـ 240.000 عامل (2006) "Perspectives économiques des pays de la méditerranées à l'horizon 2010", Working paper n° 2005/1007 (Tunis: UMCE, October 2005), p.69

3 - ضعف مشاركة القطاع الخاص وهيمنة القطاع الحكومي على الحياة الاقتصادية. إذ لا يمثل الاستثمار الخاص الداخلي سوى نسبة 13 % في تكوين الناتج المحلي الإجمالي¹. وهذا ما أدى إلى ضعف المشاركة الشعبية في عمليات الخصخصة، حيث لم تستقطب عملية فتح رأس مال بنك الجنوب -مثلا- سوى نسبة 35 % من الاكتتابات المفتوحة²

4- البيروقراطية والرشوة.

تحتل تونس حسب إحصائيات البنك الدولي لسنة 2005 المرتبة 82 من مجموع 204 دولة، وهي أحسن وضعاً مقارنة بكل من المغرب والجزائر اللتان جاءتا في المرتبة 93 و116 على التوالي.

5 -ارتفاع تكاليف النقل البحري.

حيث يشكل أحد العوائق الأكثر أهمية إذ بالرغم من قرب تونس من الاتحاد الأوروبي، فإن كلفة إيصال حاوية إلى أوروبا أعلى نسبياً مما تكون عليه لو كان المصدر الهند أو الصين، وتفوق تكلفة النقل بين تونس ومرسيليا تكلفة النقل بين سنغافورة ومرسيليا³

6 -ارتفاع تكاليف العقار الصناعي وقلة توفره في المناطق المطلوبة.

حيث تبلغ تكلفة المتر المربع الواحد في تونس 80 دولار ولا تتعدى دولارين في تركيا.⁴

7 -ارتفاع نسبي لمعدل الضغط الجبائي في تونس.

حيث يصل إلى 58.5 % من الأرباح، ويصل هذا المعدل إلى 52.7 % في المغرب و76% في الجزائر

8 -مشكلة التمويل.

حيث تعتبر من أهم العوائق التي تعترض نمو الشركات التونسية كما ورد في تقرير التنافسية للدول العربية⁵، كما يعاني قطاع البنوك من مشكلة الديون المتعثرة حيث تبلغ نسبتها 26.7 % من مجموع الديون الممنوحة سنة 2003، وقد أوصى صندوق النقد الدولي بضرورة تحصيل هذه الديون بالطرق القصيرة⁶

9 -عدم مرونة سوق العمل.

نتيجة القيود المفروضة على توظيف وتسريح العمال، حيث ترتب تونس ضمن بلدان المغرب العربي الأكثر صعوبة في المؤشر الفرعي "فصل العاملين".

10 -القطاع غير الرسمي.

¹ Tahar El ALMI, "Perspectives économiques des pays de la méditerranée à l'horizon 2010", Working paper n° 2005/1007 (Tunis: UMCE, October 2005), p.69

² Ibid, p.69

³ Tahar El ALMI, Op.Cit, p.70.

⁴ Driss GURRAOUI et Xavier RICHRT, IDE: facteur d'attractivité et de la localisation (Maroc : Edition Toubkal, 1997), p.274.

⁵ Driss GURRAOUI et Xavier RICHRT, IDE: facteur d'attractivité et de la localisation (Maroc : Edition Toubkal, 1997), p.274

⁶ قاعدة بيانات البنك الدولي، تقرير أداء الأعمال 2007 www.worldbank.org

قدر البنك الدولي خلال الفترة (1999-2000) نسبة القطاع غير الرسمي في الاقتصاد التونسي بـ 38.4% من الناتج الداخلي الخام، وهو الأعلى في دول المغرب العربي، حيث يمثل

القطاع غير الرسمي نسبة 1.34% من الناتج الداخلي الخام في الجزائر، و نسبة 36.4% في المغرب¹

المبحث الثاني: السياسات المقترحة لجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة إلى دول المغرب العربي.

اعتمد الباحث في دراسته للسياسات المقترحة لجذب الاستثمار الأجنبي المباشر على أربعة مصادر رئيسية:

- النتائج التي توصل إليها خبراء مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد) عام 2003 في مؤتمهم "فعالية التدابير المتعلقة بسياسات الاستثمار الأجنبي المباشر" وهي عبارة عن خلاصة لاستعراض سياسات الاستثمار في الدول النامية؛
- القائمة الاسترشادية التي أعدتها منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OCDE) عام 2003، والتي تحدد المعايير التي يجب التركيز عليها عند صياغة الحوافز الناجحة لجذب الاستثمار الأجنبي المباشر؛
- الدراسة التي قام بها الخبير الاقتصادي الفرنسي (Charles Albert Michelet) حول عوامل الجذب المكتملة لاستقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر (1999)؛

- خلاصة الدراسة التي قامت بها الأونكتاد حول سياسيات الاستثمار في كل من الجزائر سنة 2003 والمغرب سنة 2007؛
 - إضافة إلى تجارب بعض الدول التي تقع في نفس المستوى الاقتصادي وتتوفر على نفس الإمكانيات الموجودة في دول المغرب العربي، حيث نجحت هذه التجارب في استقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر، كما استفادت تلك الدول من الآثار الإيجابية التي يخلقها هذا النوع من الاستثمار.
- وقد تناول المبحث المحاور التالية:

- السياسات المتعلقة بالإطار التنظيمي للاستثمار الأجنبي المباشر؛
- السياسات المتعلقة بانتهاج التدابير الاستباقية وتقنيات الترويج للاستثمار الأجنبي المباشر؛ - السياسات المتعلقة بتقديم الحوافز الجيدة، والإعفاءات الموجهة.

المطلب الاول : السياسات المتعلقة بالإطار التنظيمي والتشريعي للاستثمار الأجنبي المباشر:

تقع بعض العوامل الرئيسية المحددة للاستثمار الأجنبي المباشر خارج نطاق السيطرة المباشرة للسياسة الوطنية، وتمثل تلك العوامل في الموقع الجغرافي، مدى وفرة الموارد الطبيعية وحجم السوق المحلية. إلا أن هناك الكثير من العوامل التي تدخل ضمن السيطرة المباشرة للسياسة الوطنية ومن أهمها، تهيئة البيئة الصحية والمواتية من خلال تطوير الإطار التنظيمي والتشريعي وتحسين المناخ الاستثماري العام القادر على تحقيق التناسب بين الإمكانيات المتوفرة لهذه البلدان ومستوى أدائها في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر مقاسا بحجم التدفقات الواردة إليها، وقد صنف خبراء الأونكتاد في اجتماعهم المعني بفعالية التدابير المتعلقة بسياسات الاستثمار الأجنبي المباشر²، السمات المشتركة للممارسات القطرية فيما يتصل

¹ www.worldbank.org/documents/papers links/Informel Economy.pdf (25-12-2006)

² الأونكتاد، "فعالية التدابير المتعلقة بسياسات الاستثمار الأجنبي المباشر"، مذكرة الأونكتاد، EM/2.COM/B/TD 13/2 في 30 أبريل 2003 وجنيف ونيويورك: الأمم المتحدة، 2003 (ص.ص. 3-16).

بالتدابير الأساسية التمكينية للاستثمار الأجنبي المباشر - بناء على ما خلصت إليه استعراضات سياسات الاستثمار من استنتاجات- إلى ما يلي:

- **الوضع الأمثل:** يمثل النظام الذي تؤدي فيه السياسة المنتهجة إزاء الاستثمار الأجنبي المباشر إلى تحقيق أقوى أداء بما يتوافق مع الإمكانيات الاقتصادية والأهداف الوطنية .
- **المعايير الممكنة:** يدل على بيئة مواتية بصورة عامة للاستثمار الأجنبي المباشر ولكنها ليست البيئة الأمثل لاجتذاب هذا الاستثمار بمستويات تتوافق مع الإمكانيات الاقتصادية والأهداف الوطنية.
- **المعايير المانعة:** فتمثل نظاما يحول -إلى حد كبير- دون تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر.

جدول رقم (25): معايير دخول ومعاملة وحماية الاستثمار الأجنبي المباشر

مجال السياسة	الوضع الأمثل	المعايير الممكنة	المعايير المانعة
الدخول	قائمة حصرية تقتصر على مصالح وطنية واضحة. مرونة إزاء قبول إ.ج.م على أساس قائمة سلبية .	قائمة حصرية إلى حد كبير تقوم على أساس اعتبارات خاصة . التقليل من المرونة .	قائمة حصرية إلى حد كبير تمنع الاستثمار الأجنبي المباشر . وتمكين المستثمرين الوطنيين .
القبول	عدم فرز إ.ج.م. والموافقة إلا إذا كان النشاط مدرجا على القائمة السلبية .	جميع أنواع إ.ج.م. بصورة شفافة مع فرز الأنشطة	غير شفافة وفرز للأنشطة
المعاملة والحماية	إطار قانوني حديث وسجل أداء جيد	سجل أداء حديث جيد مع لو بدون إطار قانوني قوي	سجل أداء ضعيف
المعاهدات	شبكة معاهدات دولية واسعة، ومعاهدات إقليمية	شبكة معاهدات متسعة	شبكة معاهدات ضيقة

المصدر: الأونكتاد، "فعالية التدابير المتعلقة بسياسات الاستثمار الأجنبي المباشر"، مذكرة الأونكتاد، TD B / COM2 EM/2..13/2 في 30 أبريل 2003) جنيف ونيويورك: الأمم المتحدة، 2003 (ص.5 .

ويشير تقرير الخبراء إلى أهمية النظام الضريبي، حيث يعرض المستثمرون عن الاستثمار إذا كانت المعدلات الضريبية غير تنافسية، وخاصة إذا كانت أنشطة الاستثمار الأجنبي المباشر موجهة نحو التصدير، وهو ما يؤثر على قدرة المنتجات على المنافسة العالمية.

كما أن العديد من البلدان تطبق معدلات ضريبية عالية، مقترنة بحوافز مفرطة السخاء أو غير واضحة أو معرضة للتغيير، بسبب التعديلات المتكررة على النظام الجبائي، وهذا النهج المزدوج يرسل إشارات متضاربة وأحيانا سلبية مما يثير شكوكا لدى المستثمرين حول مدى استدامتها وكفاءتها، وتتحول الحوافز من أداة جذب إلى أداة طرد للاستثمار.

كما تكتسي علاقات العمل السلمية أهمية بالغة في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر، ولاسيما من حيث تحديد الحد الأدنى للأجور، والحقوق النقابية، وحقوق أصحاب العمل في تعيين وتسريح العاملين، فضلا عن الإجراءات الخاصة بتسوية منازعات العمل، ففي غانا أسهمت منازعات العمل المعقدة والطويلة إلى قيام مستثمر أجنبي في قطاع الملابس باتخاذ قرار بمغادرة البلد كليا. وعموما يفضل المستثمرون الأجانب البلدان التي تتوفر على قوانين تكفل الأمان والضمان والتي تتمتع بالحماية التي تكفلها القوانين الوطنية أو المعاهدات، وليس مجرد تدابير يمكن أن تتغير في أي وقت، كما ينبغي أن تكون هذه القوانين والإجراءات واضحة ومستقرة، وتوفر الشفافية اللازمة التي تشجع المستثمر الأجنبي وتقلل من المخاطر التي قد يتعرض لها عند اتخاذه قرار الاستثمار.

كما ترتبط معاملة وحماية الاستثمار الأجنبي بموقف البلد من الأجانب مقارنة بالمعاملة الوطنية والنزبية والمنصفة، وعدم التمييز وتحويل الأموال ونزع الملكية وتسوية المنازعات¹ وتتوقف كفاءة ومرونة الإطار المؤسسي والتنظيمي للاستثمار على عدد الهيئات التي تتعامل مع المستثمرين، وكذلك على عدد الإجراءات اللازمة لتأسيس المشروعات وتسوية المنازعات، حيث تزيد كفاءة الإطار المؤسسي كلما قل عدد الإجراءات، وانخفضت التكاليف والوقت المستغرق لقيام المشروعات²

المطلب الثاني : تحسين بيئة الاستثمار العام.

يتطلب تحسين مناخ الاستثمار، استقرار السياسة الاقتصادية الكلية بما في ذلك تخفيض العجز المالي والتجاري واستقرار السياسة المالية والنقدية والتحكم في التضخم.

ويعد الاهتمام بتحقيق الاستقرار الكلي للاقتصاد من أهم المحددات لجذب الاستثمار الأجنبي المباشر، وتمثل ذلك في تحقيق معدلات مطردة ومرتفعة لنمو الناتج المحلي الإجمالي، وتلافي التقلبات العنيفة في سعر الصرف الاسمي والتي عادة ما يكون لها أثر سلبي على تدفق الاستثمارات الأجنبية المباشرة وخاصة فيما يتعلق بالتقدير السليم لجدوى المشروعات والأرباح المحولة. إن تفاعل وتداخل عناصر المناخ الاستثماري العام تؤثر بشكل كبير على فرص نجاح المشروع الاستثماري في منطقة أو دولة معينة وترجم محصلة ذلك التفاعل والتداخل إلى عناصر جذب وعناصر طرد للاستثمار فكلما تحسنت عوامل الجذب في المناخ الاستثماري، كلما زادت فرص الاستثمار الأجنبي المباشر وكلما ضعفت تلك العناصر زادت بالمقابل عوامل الطرد مما يؤدي إلى انخفاض التدفقات المحتملة من الاستثمارات الأجنبية المباشرة. حول شروط جذب الاستثمار

وحسب دراسة قام بها الاقتصادي الفرنسي . MICHELET³. C³ الأجنبي المباشر، فقد توصلت تلك الدراسة إلى أنه من أجل الانتماء إلى مجموعة الدول الأكثر جذبا للاستثمار المباشر والتي تضم أهم الدول التي تستقطب معظم الاستثمار الأجنبي المباشر في العالم، يجب تحقيق كل الشروط الأساسية والتكميلية للجذب، وتميز الدراسة بين الشروط الأساسية والشروط التكميلية لجذب الاستثمار الأجنبي المباشر.

1- الشروط الأساسية.

وتتمثل الشروط الأساسية في الظروف القبلية للاستثمار الواجب توفرها والتي لا يمكن في حال عدم توفرها انتظار قدوم المستثمرين وطنيين كانوا أو أجانب، وهي:

¹. الأونكتاد، "فعالية التدابير المتعلقة بسياسات الاستثمار الأجنبي المباشر"، مرجع سابق، ص.6.

². مجلس الوزراء المصري، السياسات المقترحة لجذب الاستثمار الأجنبي المباشر إلى مصر، مطبوعات مركز المعلومات واتخاذ

القرار، يوليو، 2004، ص.21.

³ C.MICHELET, La Séduction des Nations ou Comment Attirer les Investissements (Paris: Edition Economica, 1999), p.p.72-82.

أ- توفر الاستقرار السياسي: فتوفر استقرار النظام السياسي يعتبر شرطا أساسيا لا يمكن الاستغناء عنه ويتوقف عليه قدوم الاستثمار من عدمه، فحتى إذا كانت المردودية المتوقعة للاستثمار كبيرة فلا يمكن الاستثمار في ظل غياب الاستقرار السياسي، لان رأس المال جبان.

ب- توفر الاستقرار الاقتصادي: يأتي الاستقرار الاقتصادي في المقام الثاني ويتمثل أساسا في تحقيق توازنات الاقتصاد الكلي وتوفير الفرص الملائمة لنجاح الاستثمار، ومن أهم المؤشرات الاقتصادية المعتمدة للحكم على المناخ الاستثماري نذكر العناصر التالية :

- عناصر الاقتصاد الكلي: توازن الميزانية العامة، توازن ميزان المدفوعات، التحكم في معدل التضخم، استقرار سعر الصرف.

- العناصر الاقتصادية لجذب الاستثمار: حرية تحويل الأموال (الأرباح خاصة)، الحوافز الجبائية، والجمركية للاستثمار، القوانين الاجتماعية الخاصة بتنظيم العمل، الإجراءات الإدارية المرتبطة بالاستثمار، (آجال الحصول على التراخيص، وتأسيس المشروعات) وأخيرا، وضمن الشروط القبلية للاستثمار يجب التأكيد على ضرورة استقلالية النظام القضائي، وتوفير الشفافية في المجال الاقتصادي (قوانين المنافسة، و الصفقات العمومية).

2- الشروط المكتملة لجذب الاستثمار الأجنبي المباشر.

بعد توفر العناصر الأساسية للاستثمار، يجب ضمان الشروط الإضافية المكتملة ويمكن جمع هذه الشروط في أربعة عناصر هي:

أ- حجم السوق ومعدل نموه: إن ما يدفع الشركات الأجنبية للاستثمار في بلد ما هو حجم السوق المحلي ونموه في المستقبل، فالمستثمرون الأجانب أكثر انجذابا للمناطق التي تشهد ديناميكية كبيرة وتوسعا في أسواقها والتي توفر فرصا جديدة للاستثمار وهذا ما ينطبق على دول جنوب شرق آسيا، وفي مقدمتها الصين.

ب- توفير الموارد البشرية المؤهلة: تستعمل الشركات العالمية تقنيات إنتاج عالية ومتطورة ذات قيمة مضافة مرتفعة، فتوفر عرض العمل منخفض التكلفة، وتأهيل ضعيف لا يعتبر عنصرا جاذبا للاستثمار، كما كان عليه الحال في الستينيات من القرن الماضي، فالإستراتيجية الجديدة هي توفير عنصر العمل بتكاليف منخفضة وتأهيل عالي ومهارات متدنية ذات مردودية إنتاجية مرتفعة.

ج- توفير قاعدة متطورة لوسائل الاتصال وشبكة المواصلات: حيث أن طبيعة الشركات الدولية التي تعمل في محيط معولم، تفرض عليها أن تضمن الاتصال الدائم والجيد بين كل فروعها ولهذا فإن توفير البنى التحتية من العوامل الجاذبة للاستثمار¹

د- توفير نسيج من المؤسسات المحلية الناجحة: إن توفر شبكة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يعتبر أحد الشروط المهمة لجذب المستثمرين حيث أن توفر هذه الشبكة من المؤسسات المحلية يفتح الفرصة أمام الشركات العالمية للقيام بعمليات الاندماج والتملك، ومن مزايا هذه المؤسسات قيامها بدور المورد للمؤسسات الكبيرة عن طريق الإسناد والمقاولة (المناولة)، والتي تسمح بتخفيض التكاليف الثابتة للمؤسسات الكبرى، إضافة إلى استفادة الشركات الصغيرة والمتوسطة المحلية من أساليب التسيير، ومعايير التنظيم والعمل التي تميز أعمال الشركات الدولية.

المطلب الثالث : السياسات المتعلقة بانتهاج التدابير الاستباقية وتقنيات الترويج المستهدف للاستثمار:

¹ Byung Hwo LEE, L'IDE des Pays en Développement un Vecteur d'Echange et de Croissance (Paris: OCDE, 2002), p.8

يقوم الترويج المستهدف للاستثمار على استخدام المواد الترويجية لجذب نوع معين أو نشاط معين من الاستثمار، مثل الاستثمارات في المجالات مرتفعة التقنية أو تلك الموجهة للتصدير، وكذلك الاهتمام بمراكز البحث والتطوير المرتبطة بالصناعات المستهدفة، وذلك بدلا من الترويج لأي نوع من الاستثمار بشكل عام، مثال ذلك استهداف المجلس الاقتصادي للتنمية بسنغافورة للمستثمرين القادرين على تنمية التكتلات الصناعية، في الأنشطة القائمة على كثافة المعارف في قطاع الإلكترونيات، وتركيز مركز الاستثمار في إسرائيل على أقوى الصناعات داخل الاقتصاد، وقيام هيئة التنمية الصناعية في ماليزيا بتحديد أقوى 22 تكتلا صناعيا من حيث القدرة على جذب الاستثمارات الموجهة للتصدير¹، لتصبح دون وجود قاعدة صادرات صناعية مسبقة أكبر مصدر لأشباه الموصلات الإلكترونية في العالم خلال عقد من الزمن، ويكمن نجاح استهداف الاستثمار الأجنبي المباشر في صياغة وتنفيذ إستراتيجية متسقة ومتكاملة تقوم على الحصول على آراء ومعلومات مسهبة من المستثمرين المحتملين خارج البلد وداخله، بشأن نوع الظروف التي يلزم تهيئتها، والتسهيلات التي يجب توفيرها لضمان توليد تدفقات كبيرة من الاستثمارات الأجنبية المباشرة ذات النوعية العالية في القطاع المستهدف²

وحسب بعض الدراسات³ فإن إستراتيجية ترويج الاستثمار للقطر تقوم على ثلاث محاور رئيسية هي:

- بناء الانطباع: ويشمل الإعلانات، والعلاقات العامة والنشريات؛
 - توليد الاستثمار: ويشمل استهداف قطاعات معينة للاستثمار؛
 - خدمة المستثمر: وتشمل التسهيل للحصول على كل المعلومات والتراخيص الضرورية، التي يحتاجها المستثمر.
- ويتطلب ترويج الفرص الاستثمارية وتحسين صورة البلد في الخارج كموقع للاستثمار الأجنبي المباشر عدد من السياسات تتضمن:
- صياغة برنامج للترويج للمشروعات المستهدفة ويتم ذلك من خلال تكثيف جهود التعاون مع المنظمات الدولية التي لها دور في عمليات الترويج وتقديم الخدمات الاستشارية مثل الوكالة الدولية لضمان الاستثمار التابعة للبنك الدولي، والمؤسسة العربية لضمان الاستثمار بالكويت، وجهاز الخدمات الاستشارية التابع لمؤسسة التمويل الدولية، بالإضافة إلى استغلال مؤتمرات التعاون الاقتصادي الدولية والإقليمية؛
 - إنشاء مكاتب ترويج الأنشطة محل الاستثمارات من خلال مكاتب التمثيل التجاري، في مختلف أنحاء العالم، وتفعيل دور الممثلات بالخارج للقيام بدور ما يسمى الدبلوماسية التجارية، حيث تقوم هذه المكاتب بتكوين شبكة للاستطلاع المبكر للمستثمرين المحتملين في الخارج وتعريفهم بالفرص الاستثمارية المتاحة في البلد؛
 - كما يمكن الاستعانة بالمستثمرين الأجانب الحاليين في عمليات الترويج للاستثمار لأن ذلك يعطي إشارات إيجابية للمستثمرين المحتملين، كما يمكن الاستفادة من تجارب الترويج الدولية الناجحة التي تمكنت من جذب استثمارات أجنبية كبيرة؛

¹. مجلس الوزراء المصري، تجارب دولية لتحسين مناخ الاستثمار، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، أكتوبر 2004، ص.8.

². الأونكتاد، "فعالية التدابير المتعلقة بسياسات الاستثمار الأجنبي المباشر"، مرجع سابق، ص.10-11.

³. باتريك أوليت، التطبيق العملي للترويج للقطر: ترويج الاستثمار، التقنيات والتجارب (الكويت: المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، 105.ص)، 1998.

- ولزيادة فعالية أنشطة الترويج التي تقوم بها هذه المكاتب، فإنه يتعين عليها توفير مزيد من الموارد البشرية الكفؤة والمتخصصة القادرة على إقناع المستثمرين بأهمية الاستثمار في الدول المعنية، واختيار الموقع المناسب لمكتب الترويج، مع ضرورة أن تكون المعلومات المقدمة والبيانات التي تعرضها هذه المكاتب للمستثمرين الأجانب أكثر دقة وحدثة وتفصيلا.

- تحديد الميزة التنافسية للدولة، ويعتبر ذلك ضرورة لتحديد ما هي الصناعات والأنشطة والدول، والشركات التي يجب استهدافها؛ ويعتبر استخدام الترويج الإلكتروني واستخدام تكنولوجيا الاتصالات من الأساليب الحديثة في تقنيات الترويج، حيث يجب أن تراعي الهيئات المكلفة بالترويج إلى هذا العنصر مع عرض البيانات بعدة لغات حيث يتمكن زوار الموقع الإلكتروني على اختلاف جنسياتهم، من الاطلاع والاستفادة من الإحصاءات والبيانات المعروضة، كما يمكن ربط الموقع الشبكي بمواقع الوزارات والهيئات وقواعد البيانات، وباقي الجهات الحكومية التي لها صلاحيات تقديم الخدمات للمستثمر. وخلاصة القول، إن الجهود الترويجية للفرص الاستثمارية للبلد تعتبر من الشروط المكتملة لجذب الاستثمار الأجنبي المباشر، إذ يجب أن تتوفر أولا عوامل الجذب الرئيسة التي تساعد على تدفق الاستثمارات الأجنبية في البلد المضيف، لأن عدم توفرها لا يساعد على نجاح استراتيجيات الترويج المعتمدة، فالمستثمر الأجنبي يقوم باتخاذ قراره الاستثماري بناء على مجموعة من المعطيات الاقتصادية، التي عادة ما تكون قابلة للقياس، وليس على مجرد ترويج تقوم به الدولة، وهذا لا يقلل من أهمية النشاط الترويجي إذا كانت باقي العوامل المحددة للاستثمار الأجنبي إيجابية، ويشبه هذا الوضع كمن يسوق لسلعة عديمة القيمة وفسادة، وغير قابلة للاستهلاك.

المطلب الرابع : السياسات المتعلقة بتقديم الحوافز الجيدة، والإعفاءات الموجهة.

لقد سبقت الإشارة في الفصل الأول من المذكرة إلى أن الحوافز ذات الطبيعة المالية والضريبية تشكل عبئا على مالية الدولة، حيث تعتبر تضحية من أفراد المجتمع وتنازلا من جانب الدولة في تحصيل إيرادات كان من الممكن توجيهها لتمويل احتياجات التنمية الاقتصادية، التي هي في أمس الحاجة إليها، ولاسيما لدى البلدان الفقيرة التي تتميز بشح الموارد المالية.

وعلى الرغم من الاتجاه السائد في معظم البلدان النامية يذهب إلى منح المزيد من الإعفاءات والضمانات والحوافز لجذب الاستثمار الأجنبي المباشر، إلا أن الواقع العملي أثبت أن رأس المال الأجنبي قد اتجه في كثير من الأحيان إلى دول شحيحة في منح هذه الحوافز أكثر من اتجاهه إلى الدول التي كانت أكثر سخاء وكرما في منح هذه الحوافز، ولهذا فقد أصبحت الحاجة ملحة إلى ضرورة ترشيد الحوافز وتوجيهها وربطها بالأولويات الاقتصادية التي تخدم أهداف التنمية الوطنية بحيث تصبح عامل جذب حقيقي للمستثمرين المحليين والأجانب على حد سواء، ويجب أن ينظر إليها على أنها من عوامل الجذب المكتملة لاستقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر . وليست من العوامل الرئيسية المحددة لقرارات الاستثمار¹

وفي هذا السياق فإن السياسات المنتهجة في مجال الحوافز يجب أن تركز على تحقيق الأهداف والشروط التالية²:

¹ .Charles-Albert MICHELET, Firmes Internationales et Attractivité des Territoires ,in :http://perso.cybercable.fr/RVD/Michalet .html.(page consulté le :20-10-2007 .)

² نعيم فهم حنا، تقييم سياسة الحوافز الجبائية ودورها في جذب الاستثمارات الأجنبية، دراسة مقارنة لتجربتي مصر وسوريا (جامعة

- تصميم حوافز جيدة من حيث المدى الزمني المناسب، بحيث يتم منح إعفاءات طويلة للاستثمارات التي تسهم في تحقيق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية المرغوبة، وتقليل تلك المدد بحسب أهمية الاستثمار ومدى تحقق الأهداف المرغوبة؛
 - منح معاملة تفضيلية للأنشطة التي تتسم بارتفاع علاقات التشابك الأمامي والخلفي؛ - منح معاملة تفضيلية للأنشطة التي تقوم بالإنتاج للتصدير؛
 - منح إعفاءات للأنشطة التي تقوم باستخدام فنون إنتاجية كثيفة الاستخدام للعمالة؛ - منح معاملة تفضيلية للأنشطة البحث والتطوير، والتي تتضمن تحسين المعارف التكنولوجية والمشاريع التي تقوم بإعداد خطط لتدريب وتأهيل اليد العاملة المحلية؛ - منح الإعفاءات والمعاملة التفضيلية للأنشطة التي تقوم باستخدام نسبة متزايدة من المكونات المحلية في عمليات الإنتاج؛
 - أن لا تتضمن منح الحوافز تمييزا بحسب جنسية المستثمر، وهو ما يتعارض مع مبدأ المعاملة الوطنية لأن هذا النوع من التمييز يتعارض مع قواعد اتفاقية تدابير الاستثمار المتصلة بالتجارة (TRIMS).
- ويمكن تبني العمل الذي قامت به منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OCDE) في هذا المجال، حيث أعد خبراء هذه المنظمة قائمة استرشادية يمكن للدول النامية تطبيقها عند صياغة الحوافز الناجحة لجذب الاستثمار الأجنبي المباشر، وتتكون من 20 سؤالاً ضمن 6 محاور¹

المحور الأول: ويشمل سؤالين حول أهمية وعلاقة منح الحوافز بالأهداف التي تريد السلطات العمومية تحقيقها.

المحور الثاني: ويتكون من ثلاثة أسئلة حول الإطار العام لسياسات التحفيز، المعايير المعتمدة لمنح الحوافز، والجهات الإدارية المسؤولة عن تطبيق السياسات ومنح الحوافز.

المحور الثالث: ويتكون من أربعة أسئلة تدور في مجملها حول التوافق وانسجام الاستراتيجيات والأدوات المستخدمة لبلوغ الأهداف المرسومة.

المحور الرابع: ويتكون من خمسة أسئلة تتعلق في مجموعها بالمفاهيم وتسيير برامج الحوافز المقدمة.

المحور الخامس: ويشمل على أربعة أسئلة حول مبدأ الشفافية والتقييم بالاعتماد على أدوات التقييم الكمية (التكلفة على العائد)، إشراك الجهات الفاعلة في المجتمع (المجتمع المدني، الهيئات المنتخبة والعمل الحكومي) في مراقبة البرامج المالية للحوافز.

المحور السادس: ويتكون من سؤالين حول الآثار المترتبة على استخدام الحوافز مع الالتزامات الدولية والإقليمية.

وعلى العموم فإن نجاح سياسات دعم الاستثمار الأجنبي المباشر وتوليد المنافع المحتملة من جذبه يتوقف على مجموعة من المقومات أهمها:

- توفر الإرادة السياسية على أعلى المستويات السياسية التشريعية والتنفيذية، والحاجة إلى صياغة وتنفيذ إستراتيجية وطنية واضحة تترجم في الواقع العملي من خلال وضع

¹ OCDE, Liste de Critères pour apprécier les stratégies d'incitations à l'IDE (Paris : OCDE, 2003), p.82 .

القوانين الملائمة وتبسيط الإجراءات الحكومية واستقرار اللوائح التنظيمية، وتوفير الشفافية وتقليل المخاطر التي يتعرض لها الاستثمار الأجنبي المباشر؛

- تحديد الأهداف الاقتصادية المراد تحقيقها من تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر بحيث تكون تلك الأهداف واضحة ومحددة وقابلة للتنفيذ والقياس، لأن تحديد الهدف يؤدي إلى تحديد الحافز الممنوح، ومن ثم تكون الحوافز موجهة مما يحقق الهدف بأقل تكلفة ممكنة على الخزينة العمومية؛

- أن تكون سياسة دعم الاستثمار الأجنبي المباشر مكاملة لسياسة دعم الاستثمار المحلي وليست متنافسة أو متناقضة معه؛
- إيجاد التكامل والتعاون والترابط بين فروع الشركات الأجنبية والشركات المحلية لأن ارتفاع الوحدات الإنتاجية المحلية من التقنية الحديثة والإدارة المتطورة هو العامل الرئيسي لتحقيق الأثر الإيجابي لتدفق الاستثمار الأجنبي المباشر على الاقتصاد الوطني؛ - معرفة الدوافع التي يسعى إلى تحقيقها الاستثمار الأجنبي بحيث يتم التركيز على واحد أو أكثر من هذه الدوافع ومنها استغلال واستثمار الموارد الطبيعية المتاحة في البلد المضيف والبحث عن الأسواق الجديدة وتحسين القدرات التنافسية لمنتجاته على المستوى العالمي؛ - توفير خارطة استثمارية واضحة لأهم المشاريع المطروحة للاستثمار الأجنبي المباشر والقطاعات التي تشملها، حيث تعد الخرائط الاستثمارية جزءا من جهود الدولة للترويج، كما يتطلب الأمر توفر الموارد البشرية المدربة والقادرة على إقناع المستثمرين بأهمية الاستثمار في البلدان المضيئة واعتماد أسلوب تسويق البلد (Marketing Country Method)؛

- تعزيز التنمية البشرية وتوفير العمالة المدربة في مختلف القطاعات الاقتصادية؛
- تكوين سمعة جيدة لدى المستثمرين الأجانب والتركيز على الاستثمارات التي تنفذ التزامات طويلة بدلا من الاستثمارات قصيرة المدى والتي عادة ما تغادر البلد المضيف بمجرد انتهاء فترة الإعفاءات، وفي هذا السياق فإن وضع حوافر على درجة عالية من الكفاءة سيؤدي إلى تشجيع المستثمرين على البقاء لفترات أطول مما يحقق مزيدا من التدفقات، كما أن الاهتمام بالجيل الأول من المستثمرين الأجانب قد يخلق انطباعا إيجابيا لباقي المستثمرين المحتملين، هو ما يعزز من فعالية أنشطة الترويج والدعاية التي تعتمد الاستهداف أسلوبا لها؛

- الاعتماد على سياسة منح الحوافر والإعفاءات الموجهة التي تؤدي إلى تقليل التكاليف على الميزانية العامة للدولة من جهة، وتحقيق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية من جهة ثانية.

المبحث الثالث: حصة الاستثمارات السياحية من مجموع الاستثمار الإجمالي في دول المغرب العربي.

تباين حصة الاستثمارات السياحية من مجموع الاستثمارات المحلية من دولة إلى أخرى في دول المغرب العربي، ويعزى ذلك إلى الأهمية النسبية التي توليها كل دولة للقطاع السياحي، وتشير بيانات المجلس العالمي للسفر والسياحة سنة 2015 إلى بلوغ المتوسط العالمي للاستثمار السياحي نسبة 3.4% من 2. إجمالي الاستثمار على مستوى العالم، كما بلغ هذا المتوسط نسبة 3.6% في إفريقيا و سيتم عرض حجم الاستثمار السياحي في دول المغرب العربي مقارنة فيما بينها، ثم مقارنة ذلك الأداء بالمتوسط المحقق إفريقيا وعالميا، والجدول التالي يقارن مستوى الأداء في هذا المؤشر سنة 2015¹.

¹ منشورات الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار "ANDI"، حصيلة التجارة الخارجية لسنة 2015." على الموقع الإلكتروني : <http://www.andi.dz/index.php/ar/statistique/bilan-du-commerce-exterieur>

جدول رقم (26) : مقارنة حجم الاستثمار السياحي في دول المغرب العربي سنة 2018

الدول	الجزائر	تونس	المغرب	المتوسط العالمي	متوسط إفريقيا
نسبة الاستثمار السياحي من الاستثمار الإجمالي (%)	2.8	8.4	12.4	6.3	4.3

Source : WTTC(2016) , Travel and Tourism economic impact, in :

[http://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/country-reports\(Algeria,Tunisia,Morocco\).](http://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/country-reports(Algeria,Tunisia,Morocco).)

يلاحظ من خلال الجدول، أن المغرب قد حقق أعلى أداء في دول المقارنة، حيث بلغت مساهمة الاستثمارات السياحية إلى مجموع الاستثمار المحلي الإجمالي نسبة 4.12 %، وهي أعلى من المتوسط العالمي البالغ 3.4 %، وأعلى من المتوسط المحقق إفريقيا البالغ 3.6 %، تليه تونس بنسبة 4.8 % وهي نسبة أعلى من المتوسطين العالمي و الإفريقي ، في حين جاءت الجزائر في المرتبة الأخيرة في مجموعة دول المغرب العربي بنسبة 2.8 % فقط، وهي نسبة أقل من المتوسطين العالمي و الإفريقي ، ويبين هذا التوزيع النسبي أهمية قطاع السياحة في كل من المغرب وتونس في التنمية الاقتصادية، وضعف الاستثمارات السياحية في الجزائر حيث لم يتمكن هذا القطاع من جذب الاستثمارات التي تؤهله لتبوء المكانة التي تليق به سواء أكان ذلك داخليا أو خارجيا ، ويمكن تفسير ذلك الضعف إلى مجموعة من العوامل ، ولعل أهمها أن المشاريع الاستثمارية التي أعلن عنها في المخطط التوجيهي للسياحة سنة 2008 لم تكن إلا مجرد نوايا ووعود للمستثمرين ولم ترقى إلى مرحلة التنفيذ، وهو ما يفسر عدم جاذبية مناخ الاستثمار في الجزائر عموما، ونتيجة للمعوقات التي يعاني منها قطاع السياحة على وجه الخصوص، (تباطؤ البنوك في التمويل، مشكل العقار في مناطق التوسع السياحي، تباطؤ تنفيذ المخططات الولائية للتهيئة السياحية

و في هذا الصدد نشير إلى غياب الخطة الإستراتيجية بالأرقام للفترة الموالية بعد انتهاء المخطط التوجيهي متوسط المدى، أي فترة ما بعد (2008-2015) بالإضافة إلى غياب عملية التقييم للمرحلة السابقة، وهي عملية لازمة لبناء إستراتيجية جديدة للقطاع للفترة المقبلة (2016-2030)

و يبين الجدول الموالي نصيب دول المغرب العربي من الاستثمارات السياحية المباشرة خلال الفترة الممتدة من 2003 إلى غاية مايو 2015.

جدول رقم (27): حصة القطاع السياحي من الاستثمارات الأجنبية المباشرة في دول المغرب العربي للفترة: 2003 -

2018

الدول	الجزائر	تونس	المغرب
حصة السياحة من الاستثمار الأجنبي المباشر الإجمالي	4 %	6%	15%
عدد الشركات الأجنبية	8	17	39
عدد المشروعات الأجنبية	12	25	59
عدد الوظائف	5.826	4.325	17.045
التكلفة بمليون دولار	2.678	2.342	8.210
الاستثمار الأجنبي المباشر الإجمالي بالمليون دولار	68.040	40.911	55.798

المصدر: المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، نشرة ضمان الاستثمار السنة 33، العدد الفصلي الثاني، ابريل - يونيو 2016

يتبين من خلال المعطيات الواردة في الجدول أن أعلى حصة للاستثمارات الأجنبية المباشرة في القطاع السياحي كانت لصالح المغرب بنسبة 15 %، حيث استطاع هذا القطاع الحيوي في الاقتصاد المغربي أن يستقطب 59 مشروعاً خلال الفترة، بمبلغ إجمالي قدر بـ 210.8 مليون دولار، كما قدر عدد الوظائف التي وفرتها تلك الاستثمارات حوالي 17.045 وظيفة وبالتالي كان في المرتبة الثالثة من حيث أول القطاعات الجاذبة للاستثمار الأجنبي المباشر بعد كلا من العقارات (22 %) والفحم والنفط والغاز الطبيعي (18 %). الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي 224 أما حصة الاستثمار الأجنبي المباشر السياحي في الجزائر فلم تتعدى نسبته 4 % من الاستثمارات الأجنبية المباشرة، أي بمبلغ يقدر بـ 678.2 مليون دولار، كما بلغ عدد الشركات الأجنبية العاملة في السياحة 8 شركات، بمجموع 12 مشروعاً سياحياً، يوفر 826.5 منصب عمل. أما في تونس فقد بلغت حصة الاستثمار الأجنبي المباشر السياحي نسبة 6 % من الاستثمارات الأجنبية المباشرة، وهو يقابل مبلغ قدره: 342.2 مليون دولار من مجموع 911.40 مليون دولار استثمارات أجنبية مباشرة في تونس خلال الفترة 2003 إلى غاية ماي 2015، كما بلغ عدد الشركات الأجنبية العاملة في السياحة 12 شركة، لانجاز 12 مشروعاً سياحياً، يوفر 325.4 منصب شغل. ومن حيث تواجد سلاسل الفنادق العالمية، يوجد في دول المغرب العربي موضوع الدراسة 63 فندقاً، والجدول الموالي يوضح توزيعها على هذه البلدان.

خلاصة الفصل الثالث

تم التوصل في هذا الفصل إلى أن الجهود التي قامت بها دول المغرب العربي لجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة كانت عموماً دون الإمكانيات التي تتوفر عليها هذه البلدان ولكن بشكل متباين ، ففي حين نجحت كل من تونس والمغرب في استقطاب تدفقات من الاستثمارات الأجنبية المباشرة في كثير من القطاعات الاقتصادية، إلا أن الجزائر لم تستطع تحقيق ذلك خارج قطاع المحروقات.

وبالرغم من التحسن الواضح في التصنيفات المتعلقة بقياس مناخ الاستثمار ، إلا أن دول المغرب العربي لم تصل بعد إلى تحقيق الوضع الأمثل، الذي يؤدي إلى حصول هذه الدول على القدر الكافي من التدفقات يتلاءم والإمكانيات التي تتوفر عليها وحجم الحوافز المقدمة للمستثمرين الأجانب.

ويعزى هذا القصور إلى المعوقات التي يعاني منها مناخ الاستثمار في هذه الدول ، ولعل من أهم تلك المعوقات التي تشترك فيها جميع بلدان المغرب العربي،مشكل الفساد والرشوة والبيروقراطية ، التأخر في تنفيذ العقود ، مشكل التمويل، نقص الوعاء العقاري القابل للاستغلال ،

عدم وجود نظام قانوني واضح يحمي حقوق المستثمرين الأجانب ،ومشكل الشفافية ،إضافة إلى عدم تفعيل اتفاقية الوحدة المغاربية المغربي ، والتي ظلت حبيسة الصراعات السياسية بين الجزائر والمغرب بسبب النزاع على الصحراء الغربية .

كما تم عرض أهم السياسات التي اقترحها الخبراء وبعض الهيئات الدولية المتخصصة في مجال الاستثمار الأجنبي المباشر بهدف زيادة قدرات هذه الدول في جذب تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر والاستفادة من مزاياه.

وختاماً ، فقد توصلنا إلى أن هناك تباين في الأهداف المحققة وذلك من دولة إلى أخرى، حيث نجح المغرب إلى حد كبير وينسب عالية في إنجاز أهداف رؤية 2020 وخاصة في جانبها النقدي ، إلا انه لم يتمكن من تحقيق الأهداف البشرية ، حيث كانت التقديرات هو الوصول إلى سائح نهاية عام 2015 إلا أن المحقق كان في حدود.

الخاتمة العامة:

ركزت هذه الدراسة على تحليل دور مختلف الحوافز الممنوحة ومدى مساهمتها في جذب الاستثمارات الأجنبية نحو منطقة المغرب العربي، وذلك في إطار التنافس الدولي الحاد على توطين هذه الاستثمارات في البلدان المضيفة لها، وما يمكن أن تحدثه من تأثيرات إيجابية على النمو الاقتصادي ونقل التكنولوجيا وتسريع وتيرة الاندماج في الاقتصاد العالمي بوجه عام. ولقد تبين من خلال العرض السابق أن بلدان المغرب العربي تعاني الكثير من المعوقات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والتنظيمية، التي تحول دون حصولها على تدفقات من الاستثمارات الأجنبية تتوافق والإمكانيات الموجودة والفرص المتاحة في هذه البلدان، ولتتمين هذه الإمكانيات وتحويلها إلى نقاط قوة يتعين على هذه الدول تطبيق السياسات المناسبة والتي تم عرضها في متن هذا البحث، كما يمكن الاستفادة من تجارب الدول التي استطاعت الحصول على قدر هام من الاستثمارات الأجنبية على الرغم من قلة إمكانياتها مقارنة بدول المغرب العربي. وقد حاول الباحث اختبار الفرضيات التي جاءت في هذه الدراسة، حيث اتضح ما يلي:

- **اختبار الفرضية الأولى:** افترضت الدراسة أن الحوافز الممنوحة في الدول المغاربية لم تسهم في استقطاب وجذب الاستثمار الأجنبي المباشر لأنها ليست من المحددات الرئيسية المتحكممة في قرارات الاستثمار. وتؤكد العديد من الشواهد الميدانية والدراسات التطبيقية التي عرضناها في هذا الحث إلى أن الحوافز أصبحت من المحددات التقليدية لقرار الشركات متعددة الجنسيات للاستثمار في الدول المضيفة .

حيث تأتي الحوافز في المرتبة الثانية بعد توفير المناخ الاستثماري الملائم من استقرار الأوضاع السياسية والاقتصادية ووضوح وثبات قوانين وتشريعات الاستثمار، سهولة وتبسيط الإجراءات وتوفير الأطر المؤسسية والقانونية المناسبة، كل هذه العوامل تعزز من ثقة المستثمر الأجنبي وتزيد من تدفقات الاستثمارات الأجنبية إلى البلدان المغاربية .

- **اختبار الفرضية الثانية:** إن الاستمرار في منح الحوافز الضريبية بشكل عام دون اعتماد منهج الاستهداف لانتقاء أنواع معينة من الاستثمار الأجنبي تحقق أهداف البلدات المضيفة، يؤدي إلى زيادة العبء المالي للدولة تفوق تكلفته، حجم المردود المتوقع من جلب تلك الاستثمارات، كما أن الاستراتيجيات تتباين المعتمدة لتنمية السياحة من دولة إلى أخرى، تبعاً لتنوع المقومات السياحية، الطبيعية والجغرافية والتاريخية، وتبعاً لموقف الدولة من دور السياحة في الاقتصاد الوطني، وهو ما تأكد لنا من خلال دراسة الأهداف النوعية والكمية التي ترمي تلك الخطط إلى تحقيقها، بالإضافة إلى تنوع الآليات والبرامج المرافقة لتنفيذ الخطة السياحية في كل دولة .

اختبار الفرضية الثانية: تتباين حصة الاستثمارات السياحية من مجموع الاستثمارات المحلية من دولة إلى أخرى في دول المغرب العربي، ويعزى ذلك إلى الأهمية النسبية التي توليها كل دولة للقطاع السياحي، وتشير بيانات المجلس العالمي للسفر والسياحة سنة 2015 إلى بلوغ المتوسط العالمي للاستثمار السياحي نسبة 3.4% من 2. إجمالي الاستثمار على مستوى العالم، كما بلغ هذا المتوسط نسبة 3.6% في إفريقيا و سيتم عرض حجم الاستثمار السياحي في دول المغرب العربي مقارنة فيما بينها، ثم مقارنة ذلك الأداء بالمتوسط المحقق إفريقيا وعالمياً

وتوصلت هذه الدراسة حول الحوافز الممنوحة للاستثمار الأجنبي المباشر في دول المغرب العربي إلى جملة من النتائج يمكن إيجازها في النقاط الآتية:

- 1- يعتبر الاستثمار الأجنبي المباشر الشكل الأكثر تفضيلاً من طرف الدول المضيفة، وقد أثبت مرونته في العديد من المرات مقارنة بالأشكال الأخرى من تدفقات رؤوس الأموال.
 - 2- تتوقف التأثيرات الإيجابية للاستثمار الأجنبي المباشر على اقتصاديات البلدان المضيفة على مدى توفر بيئة متكاملة وجاذبة للاستثمار الأجنبي المباشر.
 - 3- إن ترتيب الدول المغربية (موضوع الدراسة في المؤشرات الدولية والإقليمية لقياس مناخ الاستثمار يعكس عجزها في انتهاز السياسات الملائمة لجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة).
 - 4- تظل الاستثمارات الأجنبية المباشرة الواردة إلى دول المغرب العربي مقارنة ببعض منطقة MEDA غير كافية ودون المستوى المطلوب بالنظر إلى إمكاناتها والفرص الاستثمارية المتاحة لديها.
 - 5- يعزى هذا الإخفاق في استقطاب الاستثمارات الأجنبية المباشرة إلى وجود جملة من العراقيل والمعوقات التي تشترك فيها الدول المغربية، ولعل أهمها مشكلة الفساد والبيروقراطية، وانعدام الشفافية، التداخل في صلاحيات الهيئات المكلفة بالاستثمار، مشكلة العقار الصناعي وارتفاع تكلفته، وقلة الأراضي الموجهة للاستغلال، فضلاً عن عدم توفر القنوات التمويلية الملائمة، ولاسيما بالنسبة للجزائر والمغرب، وهيمنة السوق الموازية على الأنشطة الاقتصادية في بلدان المغرب العربي، وكذلك ضيق السوق المحلي مقاساً بالدخل الفردي مقارنة بدول منطقة MEDA.
 - 6- على الرغم من أن الدول تتسابق فيما بينها لمنح الحوافز والاستثمارات والإعفاءات للمستثمرين الأجانب، إلا أن الواقع العملي أثبت أنها من المحددات الثانوية والتكميلية، وليست من المحددات الرئيسية لقرارات توطين أنشطة الشركات المتعددة الجنسية في الخارج.
 - 7- إن الاستمرار في منح الإعفاءات الجبائية والجمركية دون وجود دفتر شروط مسبق، قد يؤدي إلى تشويه النمط الاستثماري مجدداً، وزيادة العبء المالي للدولة.
- وأخيراً، حتى تتمكن دول المغرب العربي من تفعيل إمكاناتها الكامنة والفرص الاستثمارية المتاحة غير المستغلة، وتخطي العقبات التي تقف عائقاً دون انسياب الاستثمارات الأجنبية المباشرة، يري الباحث تقديم مجموعة من الاقتراحات، يمكن تلخيصها في النقاط الآتية:

- 1- ترشيد استخدام الإعفاءات الضريبية ومختلف الحوافز الممنوحة للاستثمار الأجنبي المباشر وربطها بالأولويات الاقتصادية الخاصة بالتركيز على استهداف القطاعات المراد تنميتها.
- 2- الاستفادة من تجارب بعض الدول التي استطاعت جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة دون منح إعفاءات سخية.
- 3- دعم الاستقرار الاقتصادي السياسي والاجتماعي والقانوني لترسيخ المناخ الآمن للاستثمارات.

- 4 -تكثيف جهود التعاون مع المنظمات الدولية والإقليمية ذات الصلة التي لها دور في عمليات الترويج للمشروعات مثل الوكالة الدولية لضمان الاستثمار، والمؤسسة العربية لضمان الاستثمار، بالإضافة إلى إنشاء مكاتب ترويج الأنشطة محل الاستثمارات من خلال مكاتب التمثيل التجاري في مختلف أنحاء العالم.
- 5 -توفير قاعدة بيانات فعلية شاملة متاحة في مواقع الإنترنت وبعده لغات، تشمل التوزيع القطاعي للاستثمار الأجنبي المباشر ودليل للاستثمار في الدول المعنية.
- 6 -الاهتمام بتأهيل الموارد البشرية والتي تمثل عنصرا مهما في المحددات التكميلية والمساعدة لجذب الاستثمار الأجنبي المباشر، مع ربط التكوين الجامعي مع متطلبات سوق العمل.
- 7 -ضرورة تسريع وتيرة الإصلاحات الاقتصادية بصفة عامة، واستكمال برامج الخصوصية في الجزائر باعتبارها قناة من قنوات جذب الاستثمار الأجنبي المباشر.
- 8 -العمل على إنشاء تكتل اقتصادي مغاربي فعلي بديلا عن اتحاد المغرب العربي، بحيث يؤدي إلى جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة إلى المنطقة، وتسهيل انتقالها فيما بينها.

قائمة المراجع

و المصادر

قائمة المراجع و المصادر

المراجع باللغة العربية

- ✓ المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، ندوة بعنوان الحوافز الممنوحة للاستثمار الأجنبي المباشر في الدول العربية المنعقدة في تونس في 24 ، 25 مارس 1997 ، تونس، الحمامات: 1997 -..
- ✓ عبد السلام أبو قحف، أساسيات في الإدارة بيروت، الدار الجامعية للطباعة و النشر، 1995
- ✓ . عبد السلام أبو قحف، اقتصاديات الاستثمار الدولي ، الإسكندرية: المكتب العربي الحديث، 1991
- ✓ . صندوق النقد الدولي، دليل ميزان المدفوعات، الطبعة الخامسة، الجزء 18 ،الفقرة 359 ،1993
- ✓ الأونكتاد، تقرير الاستثمار العالمي، 2005
- ✓ مهران حسني، "الاستثمار الأجنبي المباشر في مصر وإمكانيات تطويره في ضوء التطورات المحلية والإقليمية والدولية"، المجلة المصرية للتنمية والتخطيط، المجلد 8 ،العدد 1 ،2000.
- ✓ عبد الله المالكي، تدابير تشجيع استثمار رؤوس الأموال العربية في المشاريع الصناعية والسياحية والعمرائية الأردنية، الطبعة الأولى عمان، 1974 .
- ✓ . عبد السلام أبو قحف، السياسات والأشكال المختلفة للاستثمارات الأجنبية (الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، 1989 .
- ✓ تشير الإحصائيات الواردة من الأونكتاد الى أن أكثر الشركات انتشارا ليست بالضرورة مملوكة من بلد
- ✓ حسان خضرم، "الاستثمار الأجنبي -تعاريف وقضايا-" ، مجلة جسر التنمية، العدد 3: الكويت: المعهد العربي للتخطيط، 2004 ،
- ✓ الأونكتاد، تقرير الاستثمار العالمي، 1998 .
- ✓ و من أهم رواده: باليجا، فرانك، هودينج، بيرسك .
- ✓ لينين، الإمبرالية أعلى مراحل الرأسمالية موسكو: دار التقدم، 1976
- ✓ رضا عبد السلام، محددات الاستثمار الأجنبي المباشر في عصر العولمة (مصر: دار السلام للطباعة والنشر، 2002 ،
- ✓ فارس فضيل، الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول العربية، مع دراسة مقارنة بين الجزائر مصر والسعودية، رسالة دكتوراة غير منشورة جامعة الجزائر: كلية العلوم الاقتصادية، مارس 2004 ،
- ✓ حازم البيلاوي، "الاستثمار الخارجي وفجوة التمويل المحلي"، محاضرة ألقيت في المؤتمر العلمي السادس، الجمعية العربية للبحوث 1 الاقتصادية، بيروت، 28-29 جويلية 2002 ،
- ✓ . زياد حجازي، مؤسسات تشجيع الاستثمار ودورها في جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة (الأردن: الجامعة الأردنية، 1996
- ✓ أستاذ مساعد بجامعة ويسكونسنين بمدينة ماديسون .

- ✓ نائب مدير دائرة الشرق الأوسط بصندوق النقد الدولي .
- ✓ . محمود الجمال، مُجدّ العريان، ندوة بعنوان الحوافز الممنوحة للاستثمار الأجنبي المباشر في الدول العربية المنعقدة في 24-25 مارس 1997 بالحمامات بتونس (الكويت: المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، 1997)
- ✓ عبد الرحمن صبري، "الاتجاهات الدولية المعاصرة في مجال الاستثمار"، ورقة عمل مقدمة في ندوة "تطوير البنية المالية التحتية في الوطن العربي (الأردن: عمان، سبتمبر 1997)
- ✓ مذكرة أمانة الأونكتاد، "فعالية التدابير المتعلقة بسياسات الاستثمار الأجنبي المباشر"، جنيف، 25-27 يونيو-حزيران، 2003
- ✓ أمينة زكي شبانة، "دور الاستثمار الأجنبي المباشر في تمويل التنمية الاقتصادية في مصر في ظل آليات السوق"، المؤتمر السنوي الثامن للاقتصاديين المصريين (القاهرة: الجمعية المصرية للاقتصاد السياسي، 1994)
- ✓ . أميرة حسب مُجدّ الله مُجدّ، محددات الاستثمار الأجنبي المباشر وغير المباشر في البيئة الاقتصادية العربية، دراسة مقارنة (تركيا، كوريا الجنوبية، مصر)، الإسكندرية: الدار الجامعية، 2004-2005
- ✓ . الأونكتاد، تقرير الاستثمار العالمي، الاستثمار الأجنبي الوارد من الدول النامية والاقتصاديات الانتقالية ودوره في التنمية، استعراض عام 2006.
- ✓ تصنف المؤسسة العربية لضمان الاستثمار اتجاهات السياسة الاستثمارية إلى خمسة اتجاهات. (راجع المؤسسة العربية لضمان الاستثمار. الاتجاهات التشريعية لمعاملة الاستثمار ضريبيا في المقارن والتشريعات العربية. طباعة فهد المرزوق، الكويت، 1984.
- ✓ غني فيفرمان، "تيسير الاستثمار الأجنبي"، مجلة التمويل والتنمية، المجلد 29 ، العدد 01 ،مارس (1992) واشنطن: صندوق النقد الدولي، 1992
- ✓ اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، سياسات جذب الاستثمار الأجنبي المباشر والبيئي في منطقة و لاسكوا، مع دراسات حالات الأردن والبحرين واليمن (نيويورك: الأمم المتحدة، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، 2003
- ✓ وزارة السياحة الجزائرية، تصور تطوير السياحة للعشرية (2004-2013)
- ✓ وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، المخطط الاستراتيجي : الحركيات الخمسة وبرنامج الأعمال السياحية ذات الأولوية
- ✓ وزارة تهيئة الأقاليم البيئة والسياحة، الكتاب 3 ،الأقطاب السياحية للامتياز والقرى السياحية للامتياز
- ✓ مغاري عبد الرحمان، تطور سياسات الاستثمار السياحي في الجزائر (1962-2012) ، ملتقى الدولي الأول، التنمية السياحية وعلاقتها بالتنمية المحلية الأبعاد والأفاق، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم علوم الاجتماعية جامعة الطارف، الجزائر، يومي 3-4 مارس 2015.
- ✓ مغاري عبد الرحمان، تطور سياسات الاستثمار السياحي في الجزائر (1962-2012)
- ✓ عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات (2000-2005) في ظل إستراتيجية السياحة الجديدة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراة في العلوم الاقتصادية،

التخصص نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، قسم العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر
3، الجزائر، سنة 2013

- ✓ وزارة الاقتصاد والمالية المغربية ، القطاع السياحي: رؤية إستراتيجية متجددة ،مجلة المالية ، العدد15 يونيو2011
- ✓ .المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، تقرير مناخ الاستثمار في الدول العربية عام 2006 ،
- ✓ . المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، تقرير مناخ الاستثمار في الدول العربية (2002) الكويت: المؤسسة العربية لضمان الاستثمار
- ✓ . استبدال هذا المتغير بالمتغير السابق الذي كان يسمى نسبة الخرجين في العلوم والتقانة في الإصدار الأول من تقرير التنافسية العربية .2003
- ✓ المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، النشرة الفصلية "ضمان الاستثمار"، العدد الفصلي الأول، مارس 2007
- ✓ يسمى هذا المؤشر أيضا بالمؤشر المركب لمكونات السياسات الاقتصادية لمناخ الاستثمار
- ✓ المؤسسة العربية لضمان الاستثمار ، تقرير مناخ الاستثمار في الدول العربية (2005) الكويت: المؤسسة العربية لضمان الاستثمار،2005
- ✓ انظر المادة 11 من الأمر رقم: 11/06 المؤرخ في 30 أوت 2006 ،الجريدة الرسمية
- ✓ . جريدة الشرق الأوسط، " العقار والتمويل والضرائب أبرز معوقات الاستثمار في المغرب"، عدد 9943 ، 17 فبراير 2006.
- ✓ الأونكتاد، "فعالية التدابير المتعلقة بسياسات الاستثمار الأجنبي المباشر"، مذكرة الأونكتاد، 13/2 EM/2.COM/B/TD. في 30 أبريل 2003، جنيف ونيويورك: الأمم المتحدة، 2003
- ✓ مجلس الوزراء المصري، السياسات المقترحة لجذب الاستثمار الأجنبي المباشر إلى مصر، مطبوعات مركز المعلومات واتخاذ القرار، يوليو، 2004 ،
- ✓ . مجلس الوزراء المصري، تجارب دولية لتحسين مناخ الاستثمار، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، أكتوبر 2004 ،
- ✓ باتريك أوايت، التطبيق العملي للترويج للقطن: ترويج الاستثمار، التقنيات والتجارب (الكويت: المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، 1998.
- ✓ نعيم فهم حنا، تقييم سياسة الحوافز الجبائية ودورها في جذب الاستثمارات الأجنبية، دراسة مقارنة لتجربتي مصر وسوريا ،جامعة الإسكندرية: كلية التجارة، 2003 ،

المراجع باللغة الأجنبية :

- ✓ .Philippe D'ARVISENET, Jean- Pierre PETIT, Echange et finance internationale, les enjeux (Edition la revue Banque éditeurs, 1996),
- ✓ . OCDE, Detailed Benchmark definition of FDI (Third Edition, 1996).
- ✓ . Root. F. R, International trade and investment, South Western Publishing co. Cincinnati. Ohw, 1994,

- ✓ Kojima, Direct Foreign Investment (London: Corm Helm, 1982)),
- ✓ Lbid.
- ✓ Markusen, J.R., FOREIGN DIRECT INVESTMENT AS A CATALYST FOR INDUSTRIAL DEVELOPMENT. European Economic Review (London 1999). Vol.43
- ✓ Le Monde, L'Inde met ces cerveaux au service de l'industrie occidentale. Mardi 9 décembre 2003
- ✓ Palma G, "Dependency, A formal theory of underdevelopment or mythology for the analysis of concrete situations of underdevelopment?", in World Development, Vol 6, 1978
- ✓ Amine SAMIR, Accumulation on world scale, Vol 1 (New York, 1974),
- ✓ Seers D, The political Economy of Nationalism (London: University Press, 1983),
- ✓ Frank A G, Critique and Anti critique Essays on dependence and Reformism (London, 1984)
- ✓ Chen and Edward K.Y, Multinational corporations technology and employment, Mac Milan, 1983
- ✓ Caves R, Multinational enterprise and economic analysis (Cambridge: Cambridge University press, 1983)
- ✓ Shapiro D.M, Entry exist and the theory of multinational corporation (Mit Press Cambridge Mass, 1983)
- ✓ Vernon. R, "International investment and trade in the product cycle", Quarterly journal of Economics, May 1966
- ✓ Kurt PERDERSEN, The eclectic paradigm: A new deal? (Denmark: Aarhus School of Business, 2001)
- ✓ Pavidan Pananond, "The making of Thai Multinationals: a comparative study of the growth and internationalization process of Thailand's charoen pokphand and Siam cement groups", Journal of Asian Business, Vol 17, n°3, 2001
- ✓ Muchielli J.L, Sollofoub M, L'échange international fondements théoriques, et analyses empiriques (Paris: Economica, 1981).
- ✓ Muchielli J.L, Les firmes multinationales: mutation et nouvelles perspectives (Paris: Economica, 1985)
- ✓ UNCTAD, World Investment Report, 2005
- ✓ De Mello. L.R, "Foreign direct investment, led to growth, Evidence from time series and panel data", Oxford Economic papers, n° 15, 1999,
- ✓ Khalid SEKKET, Marie ANGE, "Trade and Foreign Exchange Liberalization, investment climate and FDI in the MENA countries", Working paper, n°39, September 2004, World Bank.
- ✓ UNCTAD, INCENTIVES. NY and Geneva 2004,
- ✓ UNCTAD, 1996 a, p.p.3-4, UNCTAD 2003a,
- ✓ UNCTAD, "Incentives and FDI", New York, Geneva, 1996,
- ✓ The Wall Street journal on line, Common Market Think Again, 13 March 2006
- ✓ UNCTAD, Advisory Studies, n° 16, "Tax Incentives and FDI", A Global Survey, New York and Geneva, 2000,
- ✓ Nada MESSOUD, "Assessment of FDI in Egypt", Economic research Forum. Cairo. WP0336. 2003

الملخص:

يكتسي موضوع الاستثمار الأجنبي المباشر أهمية بالغة في اقتصاديات الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، ويعتبر عاملاً مكملاً للاستثمار المحلي في تحقيق النمو والتنمية، لذا تتنافس معظم البلدان على استقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر بالشكل الذي يؤدي إلى زيادة نصيبها منه، و يحقق التوافق مع الإمكانيات والأهداف الوطنية للبلدان المضيفة له.

ولقد أبرزنا في الدراسة الأهمية الاقتصادية للسياحة التي أكدتها الكثير من الدراسات والهيئات الدولية ذات الصلة، حيث قامت بلدان المغرب العربي بإعداد وتنفيذ استراتيجيات وطنية لتنمية القطاع السياحي، تهدف - في المقام الأول - إلى تفعيل أداء القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني، ومحاوله الرفع من نسبة مساهمة هذا القطاع في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، مقارنة بباقي القطاعات الاقتصادية الأخرى.

و توصلنا بأنه هنالك تباين في حصة الاستثمارات السياحية من مجموع الاستثمارات المحلية من دولة إلى أخرى في دول المغرب العربي، ويعزى ذلك إلى الأهمية النسبية التي توليها كل دولة للقطاع السياحي.

الكلمات المفتاحية: الاستثمار الأجنبي المباشر، السياحة، التنمية، المغرب العربي

Abstract :

The issue of foreign direct investment is of great importance in the economies of developed and developing countries alike, and is considered a complementary factor for domestic investment in achieving growth and development, so most countries compete to attract foreign direct investment in a way that leads to an increase in its share of it, and achieves compatibility with national capabilities and goals. to its host countries.

We have explained in the study the economic importance of tourism, which was confirmed by many studies and relevant international bodies. The countries of the Maghreb have prepared and implemented national strategies for the development of the tourism sector, aiming - in the first place - to activate the performance of the tourism sector in the national economy, and trying to raise the percentage of contribution This sector is in economic and social development, compared to the rest of the other economic sectors.

And we found that there is a discrepancy in the share of tourism investments in the total domestic investments from one country to another in the Maghreb countries, and this is due to the relative importance that each country attaches to the tourism sector.

Keywords: foreign direct investment, tourism, development, the Maghreb