

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف
كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية
قسم العلوم الاقتصادية



أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم

التخصص : العلوم الاقتصادية

من إعداد الطالب

مسعود زيان موسى

العنوان

دور عقود نقل التكنولوجيا في تعزيز صادرات الدول العربية خارج قطاع المحروقات

دراسة حالة الجزائر

من طرف لجنة المناقشة المتكونة من:

نوقشت في 21./02./2018،

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
مجاهدي فاتح	أستاذ محاضر أ-	جامعة الشلف	رئيسا
راتول محمد	أستاذ	جامعة الشلف	مقرا
عجة الجيلالي	أستاذ	جامعة الجزائر -3-	ممتحنا
شارف نورالدين	أستاذ محاضر أ-	جامعة الشلف	ممتحنا
فيشت حميد	أستاذ محاضر أ-	جامعة خميس مليانة	ممتحنا
لخضاري سومية	أستاذ محاضر أ-	المركز الجامعي العفرون	ممتحنا

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وتقدير

قال الله تعالى: ﴿ رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ ﴾ من الآية 19 من سورة النمل.

اللهم لك الحمد حتى ترضى، و لك الحمد إذا رضيت، ولك الحمد بعد الرضى، فلك الحمد من قبل ومن بعد على توفيقك لي لإتمام هذا العمل، فالحمد لله حمدا يليق بجلال قدرك و عظيم سلطانتك، وصلى الله على السراج المنير معلم الإنسانية وهادي البشرية محمد ابن عبد الله عليه أفضل الصلاة والسلام، كما أتقدم بالشكر الخالص و الجزيل إلى الأستاذ المشرف الاستاذ الدكتور راتول محمد الذي كان مشرفا ابا غاليا عزيزا، فنعم الاب هو... ونعم الغالي هو... ونعم العزيز هو... ونعم المشرف هو... ونعم الموجه هو...، جزاه الله عني خير الجزاء و حفظه الله، وأشكر كل من ساعدني من قريب ومن بعيد.

الإهداء

إلى من نادانا من دون معرفتنا وأحبنا دون معاشرتنا واشتاق إلى رؤيتنا إلى سيد الخلق حبيبي وقرّة عيني محمد بن عبد الله صلى الله عليه وسلم.

أهدى هذا العمل المتواضع إلى جميع معارفي وأحبي وأخص بالذكر : "عائلة زيان" من الوالدين العزيزين وكل الأخوة وكل الأصدقاء وإلى كل زملاء العمل أهدي ثمرة جهدي المتواضع.

ختامه المسك إلى من لا يطيب الليل إلا بشكره ولا يطيب النهار إلا بطاعته ولا تطيب اللحظات إلا بذكره ولا تطيب الآخرة إلا بعفوه ولا تطيب الجنة إلا برؤيته الله جل جلاله.

الملخص

يتناول هذا البحث موضوع عقود نقل التكنولوجيا ودوره في تعزيز صادرات الدول العربية خارج قطاع المحروقات بالتركيز على حالة الجزائر، حيث يعتبر تأثير التكنولوجيا على الصادرات تأثيراً غير مباشر أو متوسط المدى، باعتبار أن للتكنولوجيا تأثيراً مباشراً على تعزيز تنافسية المنتجات سواء تعلق الأمر بعمليات الإنتاج أو سياسات التسعير وترويج وحتى سياسات النقل، كل هذه الجوانب يمكن أن تعزز من تنافسية المنتجات الداخلة في العملية التصديرية، وبالتالي للتكنولوجيا دوراً بالغ الأهمية في تعزيز الصادرات.

وباعتبار أن الجزائر ومختلف الدول العربية تفتقر لهذه الآلية، وتعمل جاهدة على نقلها من مواطن ابتكارها لإدماجها في اقتصاداتها وتحقيق النهضة المنشودة، وهذا ما يسمى بالنقل الأفقي للتكنولوجيا.

وتوصلنا في هذا البحث إلى نتيجة مفادها أن النقل الأفقي للتكنولوجيا لوحده لا يمكن له تعزيز حجم الصادرات بل يجب دعمه بالنقل الرأسي من خلال الاهتمام بتكوين رأس مال بشري مؤهل لاستيعاب التكنولوجيا المنقولة، وتفعيل دور مؤسسات وهيئات البحث والتطوير كخطوة أولى لبناء قاعدة تكنولوجية تستجيب لمختلف تغيرات الأسواق الدولية.

الكلمات الدالة: التكنولوجيا، نقل التكنولوجيا، التنافسية، الصادرات، الصادرات خارج قطاع المحروقات، الدول العربية، الجزائر.

Abstract

This research deals with the subject of technology transfer contracts and its role in enhancing the exports of Arab countries outside the hydrocarbons sector, focusing on the case of Algeria, where the impact of technology on exports has an indirect or medium-term impact, since technology has a direct impact on enhancing the competitiveness of products in terms of production processes, pricing policies, promotion and even transport policies . All these aspects can enhance the competitiveness of products involved in the export process, and therefore technology plays a critical role in promoting exports.

As Algeria and the various Arab countries lack it, they strive to transfer it from its innovators to integrate it into their economies and achieve the desired renaissance. This is called horizontal transfer of technology.

In this research, we concluded that the horizontal transfer of technology alone can not enhance the volume of exports, but must be supported by vertical transportation by focusing on the formation of qualified human capital to absorb the transferred technology and activating the role of research and development institutions and bodies as a first step in building a technological base responding to various changes in international markets.

Key words : Technology , Technology transfer, Competitiveness, Exports, Exports Outside the hydrocarbons sector, Arab countries, algeria

قائمة المحتويات

قائمة المحتويات

شكر وتقدير

الإهداء

ملخص باللغة العربية

ملخص باللغة الإنجليزية

قائمة المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الأشكال البيانية

قائمة الملاحق

مقدمة عامة أ

الفصل الأول: الاطار الفكري للتجارة الخارجية

تمهيد..... 02

المبحث الأول: مفاهيم التجارة الدولية..... 03

المطلب الأول: مفهوم التجارة الدولية..... 03

أولاً: تعريف التجارة الدولية..... 03

ثانياً: الفرق بين التجارة الدولية والتجارة الخارجية..... 04

ثالثاً: الفرق بين التجارة الدولية والتجارة الداخلية..... 05

رابعاً: أسباب قيام التجارة الدولية..... 07

خامساً: أهمية التجارة الخارجية..... 08

المطلب الثاني: عوامل التجارة الدولية..... 09

المطلب الثالث: السياسة التجارية بين الحرية والتقييد..... 10

أولاً: تعريف السياسة التجارية..... 11

ثانياً: اتجاهات السياسة التجارية..... 11

ثالثاً: أدوات السياسة التجارية..... 15

المبحث الثاني: الصادرات في الفكر الاقتصادي..... 23

المطلب الأول: الصادرات في الفكر الماركسي..... 23

23.....	أولاً: مبادئ الفكر الماركنتيلي.....
25.....	ثانياً: السياسات الاقتصادية للفكر الماركنتلي.....
28.....	المطلب الثاني: الصادرات في الفكر الكلاسيكي والنيوكلاسيكي
28.....	أولاً: الصادرات في الفكر الكلاسيكي.....
34.....	ثانياً: الصادرات في الفكر النيوكلاسيكي.....
39.....	المطلب الثالث: الصادرات في الاتجاهات الحديثة لتفسير التجارة الخارجية.....
39.....	أولاً: تطوير نظرية هيكرش وأولين.....
45.....	ثانياً: نظريات هدم نظرية هيكرش وأولين.....
46.....	المبحث الثالث: الدور التنموي للصادرات.....
46.....	المطلب الأول: مفهوم الصادرات.....
46.....	أولاً: تعريف الصادرات.....
49.....	ثانياً: دوافع عملية التصدير.....
50.....	ثالثاً: أساليب وأنواع التصدير.....
52.....	المطلب الثاني: الدور التنموي للصادرات.....
56.....	المطلب الثالث: تشجيع الصادرات كآلية إنمائية.....
56.....	أولاً: مفهوم استراتيجية التوجه إلى التصدير.....
59.....	ثانياً: مزايا استراتيجية التوجه للتصدير.....
60.....	ثالثاً: المحاور الأساسية لاستراتيجية التوجه للتصدير.....
65.....	خلاصة.....
الفصل الثاني: غزو الأسواق الدولية	
68.....	تمهيد.....
69.....	المبحث الأول: أشكال غزو الأسواق الدولية.....
69.....	المطلب الأول: مفهوم التصدير.....
70.....	أولاً: التصدير المباشر.....
71.....	ثانياً: التصدير غير المباشر.....
73.....	المطلب الثاني: الاستثمار الأجنبي المباشر.....
73.....	أولاً: تصنيفات الاستثمارات الأجنبية المباشرة.....
75.....	ثانياً: أشكاله.....

81	المطلب الثالث: الاتفاقيات التعاقدية.
81.....	أولاً: عقود التراخيص أو الامتياز.....
84.....	ثانياً: عقود التصنيع والادارة.....
86.....	ثالثاً: عقود تسليم المفتاح في اليد.....
87.....	رابعاً: عقود الإنتاج الدولي من الباطن.....
91	المبحث الثاني: تقييم واختيار الأسواق الدولية.
91	المطلب الأول: دراسة الأسواق الدولية.
92.....	أولاً: مفهوم دراسة الأسواق الدولية.....
92.....	ثانياً: خصوصية دراسة الأسواق الدولية.....
95.....	ثالثاً: تقسيم الأسواق الدولية.....
96.....	رابعاً: قرار اختيار الأسواق الدولية.....
98	المطلب الثاني: سياسات اختيار الأسواق الدولية.
98.....	أولاً: المدخل الايجابي مقابل المدخل السلبي في اختيار الأسواق.....
102.....	ثانياً: المدخل التحليلي لتقييم الأسواق.....
107	المطلب الثالث: طرق ومعايير اختيار الأسواق الدولية.
107.....	أولاً: طرق اختيار الأسواق الدولية.....
110.....	ثانياً: معيار اختيار الأسواق الدولية.....
114	المبحث الثالث: التسويق الدولي كآلية لغزو الأسواق الدولية.
114	المطلب الأول: سياسة المنتج الدولي.
115.....	أولاً: تعريف المنتج.....
116.....	ثانياً: سياسة التمييز والتكيف.....
120.....	ثالثاً: خصائص المنتج في الأسواق الدولية.....
126	المطلب الثاني: سياسة التسعير الدولية.
127.....	أولاً: مفهوم التسعير.....
128.....	ثانياً: العوامل المؤثرة في سياسة التسعير الدولية.....
132.....	ثالثاً: أسس التسعير في الأسواق الدولية.....
135.....	رابعاً: استراتيجيات التسعير في الأسواق الدولية.....
137	المطلب الثالث: سياسة التوزيع الدولية.

144	المطلب الرابع: سياسة الترويج الدولية.....
144	أولا: مفهوم الترويج الدولي.....
145	ثانيا: عناصر المزيج الترويجي الدولي.....
150	ثالثا: إدارة الترويج الدولي.....
155	خلاصة.....

الفصل الثالث: عقود نقل التكنولوجيا وتعزيز تنافسية الصادرات

157	تمهيد.....
158	المبحث الأول: مفاهيم حول نقل التكنولوجيا.....
158	المطلب الأول: مفهوم التكنولوجيا.....
158	أولا: تعريف التكنولوجيا.....
162	ثانيا: تصنيفات التكنولوجيا.....
166	المطلب الثاني: مفهوم نقل التكنولوجيا.....
166	أولا: تعريف نقل التكنولوجيا.....
169	ثانيا: أنواع نقل التكنولوجيا.....
172	ثالثا: آليات وأساليب نقل التكنولوجيا.....
176	المطلب الثالث: إدارة نقل التكنولوجيا.....
181	المبحث الثاني: عقود نقل التكنولوجيا.....
181	المطلب الأول: مفهوم عقود نقل التكنولوجيا.....
187	المطلب الثاني: أنواع عقود نقل التكنولوجيا.....
188	أولا: العقود البسيطة لنقل التكنولوجيا.....
191	ثانيا: العقود المركبة لنقل التكنولوجيا.....
193	ثالثا: عقود التعاون الصناعي.....
196	المطلب الثالث: سيرورة عقود نقل التكنولوجيا.....
196	أولا: التفاوض على نقل التكنولوجيا.....
198	ثانيا: إبرام عقد نقل التكنولوجيا.....
203	ثالثا: الالتزامات.....
211	المبحث الثالث: التكنولوجيا المنقولة وتعزيز تنافسية الصادرات في الأسواق الدولية.....
211	المطلب الأول: مفهوم التنافسية.....

217.....	المطلب الثاني: التكنولوجيا المنقولة والقوى التنافسية.
217.....	أولاً: تأثير التكنولوجيا على القوة التفاوضية للمنافسين
218.....	ثانياً: تأثير التكنولوجيا على القوة التفاوضية للداخلين الجدد للأسواق الدولية.
219.....	ثالثاً: تأثير التكنولوجيا على القوة التفاوضية للمنتجات البديلة.
219.....	رابعاً: تأثير التكنولوجيا على القوة التفاوضية للزبائن
220.....	المطلب الثالث: دور التكنولوجيا المنقولة في تحقيق الاستراتيجيات التنافسية...
224.....	خلاصة.
الفصل الرابع: واقع مساهمة عقود نقل التكنولوجيا في تعزيز صادرات الدول العربية	
226.....	تمهيد.
227.....	المبحث الأول: الواقع الاقتصادي للدول العربية.
227.....	المطلب الأول: خصائص ومراحل تطور اقتصاد الدول العربية.
227.....	أولاً: مراحل التطور الاقتصادي للدول العربية.
232.....	ثانياً: خصائص إقتصاديات الدول العربية.
237.....	المطلب الثاني: المؤشرات العامة للاقتصاديات الدول العربية.
237.....	أولاً: الناتج المحلي الإجمالي.
238.....	ثانياً: متوسط نصيب الفرد من الدخل الوطني
239.....	ثالثاً: التجارة الخارجية.
240.....	رابعاً: رأس المال البشري.
242.....	المطلب الثالث: النمو الإقتصادي في الوطن العربي.
242.....	أولاً: سجل النمو الاقتصادي العربي.
243.....	ثانياً: هيكلية النمو الاقتصادي العربي وطبيعة محدداته.
246.....	المبحث الثاني: واقع نقل وتوطين التكنولوجيا في الدول العربية.
246.....	المطلب الأول: نقل وتوطين التكنولوجيا.
246.....	أولاً : استراتيجية التكنولوجيا في الدول العربية
247.....	ثانياً: البحث العلمي العربي ودوره في نقل التكنولوجيا.
251.....	المطلب الثاني: نقل التكنولوجيا والتنمية العربية.
257.....	المبحث الثالث: مساهمة التكنولوجيا المنقولة في تنافسية الصادرات في الدول العربية..
257.....	المطلب الأول: خصائص وهيكل الصادرات في الدول العربية.

257	أولاً: خصائص الصادرات في الدول العربية.....
258	ثانياً: هيكل صادرات الدول العربية.....
267	المطلب الثاني: مؤشرات تنافسية الصادرات العربية في الأسواق الدولية.....
267	أولاً: الميزة النسبية الظاهرة (RCA).....
269	ثانياً: مؤشر التركيز والتنويع.....
272	ثالثاً: مؤشر كفاءة التجارة (TPI).....
275	رابعاً: مؤشر التنافسية الكامنة.....
277	الخلاصة.....

الفصل الخامس: التكنولوجيا المنقولة والصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات

280	تمهيد.....
281	المبحث الأول: واقع التجارة الخارجية الجزائرية.....
281	المطلب الأول: تطور التجارة الخارجية الجزائرية.....
281	أولاً: الرقابة على التجارة الخارجية.....
285	ثانياً: احتكار الدولة للتجارة الخارجية.....
287	ثالثاً: تحرير التجارة الخارجية.....
291	المطلب الثاني: المؤشرات العامة للإقتصاد الجزائري.....
291	أولاً: الناتج المحلي الإجمالي.....
293	ثانياً: نصيب الفرد من الدخل الوطني.....
294	ثالثاً: التجارة الخارجية.....
296	المطلب الثالث: إجراءات تعزيز الصادرات خارج المحروقات.....
296	أولاً: بعد التنظيم القانوني والتشريعي.....
298	ثانياً: بعد التنظيم المؤسساتي.....
302	ثالثاً: مشاكل وعراقيل تعزيز الصادرات خارج قطاع المحروقات.....
304	المبحث الثاني: واقع نقل التكنولوجيا في الجزائر.....
304	المطلب الأول: النقل الراسي للتكنولوجيا في الجزائر.....
304	أولاً: البحث العلمي في الجزائر.....
309	ثانياً: نتائج سياسة البحث العلمي في الجزائر.....
315	المطلب الثاني: النقل الأفقي للتكنولوجيا.....

315.....	أولاً: الاستثمار الأجنبي المباشر.....
318.....	ثانياً: التجارة الدولية.....
المبحث الثالث: واقع مساهمة التكنولوجيا المنقولة في تنافسية الصادرات الجزائرية خارج	
321.....	قطاع المحروقات
321.....	المطلب الأول: مكانة الصادرات في الإقتصاد الجزائري.....
321.....	أولاً: هيكل الإقتصاد الوطني.....
323.....	ثانياً: الهيكل السلعي للصادرات الجزائرية.....
332.....	المطلب الثاني: مؤشرات تنافسية الصادرات الجزائرية في الأسواق الدولية.....
332.....	أولاً: المؤشرات المحدودة.....
335.....	ثانياً: المؤشرات المركبة للتنافسية.....
344.....	المطلب الثالث: علاقة التكنولوجيا المنقولة بالصادرات خارج قطاع المحروقات.....
344.....	أولاً: علاقة النقل الأفقي للتكنولوجيا بالصادرات خارج المحروقات.....
346.....	ثانياً: النقل الرأسي للتكنولوجيا والصادرات خارج قطاع المحروقات.....
348.....	ثالثاً: مساهمة التكنولوجيا في الصادرات الجزائرية.....
357.....	خلاصة.....
360.....	خاتمة.....
366.....	المراجع.....
	الملاحق

قائمة الجداول

والأشكال البيانية

أولاً: قائمة الجداول:

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01-01	نسب عناصر الإنتاج الداخلة في المبادلات التجارية لسنة 1947.....	38
01-02	المفاضلة بين إنشاء فرع تجاري أو انتاجي.....	80
02-02	تقييم عقود التصنيع والإدارة.....	85
03-02	أسس وقواعد تقسيم السوق الدولية.....	96
04-02	أبعاد جاذبية لدولة والقوة التنافسية.....	105
05-02	عوامل المفاضلة بين التركيز وتعددية الأسواق.....	111
06-02	التكيف ضد التمييط.....	119
07-02	معايير تصنيف الإعلان.....	147
08-02	مصفوفة الاستراتيجيات الترويجية الدولية.....	151
09-02	المقارنة بين المركزية واللامركزية.....	154
01-03	الفرق بين أنواع عقود نقل التكنولوجيا.....	195
01-04	متوسط نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي (95-2010).....	239
02-04	تطور الناتج الزراعي في الدول العربية.....	243
03-04	قيمة الناتج الصناعي العربي.....	244
04-04	حجم صادرات الدول العربية.....	258
05-04	اتجاهات الصادرات في الدول العربية إلى أهم الشركاء التجاريين.....	260
06-04	الهيكل السلعي للصادرات الدول العربية.....	262
07-04	التصنيف التكنولوجي لصادرات الدول العربية.....	264
08-04	واقع الدول العربية في بعض مؤشرات استقطاب التكنولوجيا المتقدمة.....	265
09-04	الميزة النسبية الظاهرة لبعض الدول العربية حسب تصنيف (SITC).....	268
10-04	مؤشر التركيز والتنوع السلعي لصادرات الدول العربية.....	270
11-04	مؤشر كفاءة التجارة (TPI) لصادرات الدول العربية.....	273
12-04	مؤشر التنافسية الكامنة لصادرات الدول العربية.....	276
01-05	تحديد الرسوم الجمركية حسب قانون (63-413).....	282
02-05	نتائج الميزان التجاري الجزائري خلال الفترة 1963-1969.....	284

قائمة الجداول والأشكال البيانية

310	عدد المقالات المنشورة في المجالات العلمية والتقنية في الجزائر.....	03-05
312	عدد طلبات براءات الاختراع في الجزائر.....	04-05
316	واقع الاستثمار الأجنبي المباشر الوارد للجزائر.....	05-05
317	عدد المشاريع الاستثمارية المصرح بها خلال الفترة 2002-2012.....	06-05
317	التوزيع القطاعي للاستثمارات الأجنبية خلال الفترة 2002/2012.....	07-05
319	واردات الجزائر من تكنولوجيا العالم خلال الفترة 2005-2015 مصنفة حسب $SITC_3$.	08-05
320	نسبة مساهمة المنتجات المستوردة في تحقيق النقل الأفقي للتكنولوجيا.....	09-05
322	مساهمة الصادرات في الناتج المحلي الخام.....	10-05
324	تطور حجم الصادرات الجزائرية.....	11-05
325	مركبات الهيكل السلعي للصادرات الجزائرية.....	12-05
326	تطور الصادرات الجزائرية خارج المحروقات.....	13-05
329	أهم المنتجات المصدرة خارج قطاع المحروقات.....	14-05
331	التوزيع الجغرافي للصادرات خارج المحروقات.....	15-05
333	الميزة النسبية الظاهرة للجزائر حسب تصنيف $SITC$	16-05
334	مؤشر التركيز والتنوع السلعي للصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات.....	17-05
336	تصنيف الصادرات خارج قطاع المحروقات وفق مؤشر TPI	18-05
338	مؤشر الطاقة الابتكارية وتوطين التكنولوجيا بالنسبة للجزائر.....	19-05
339	مؤشر رأس المال البشري بالنسبة للجزائر.....	20-05
340	موقع الجزائر ضمن مؤشر البنية التحتية للتكنولوجيا.....	21-05
341	موقع الجزائر ضمن مؤشر الاستعداد التكنولوجي.....	22-05
343	موقع الجزائر ضمن مؤشر الابتكار العالمي.....	23-05
345	النقل الأفقي للتكنولوجيا والصادرات خارج قطاع المحروقات.....	24-05
347	النقل الرأسي للتكنولوجيا والصادرات خارج قطاع المحروقات.....	25-05
349	موقع الجزائر تكنولوجيا وحجم الصادرات خارج قطاع المحروقات.....	26-05
351	تصنيف الصادرات الجزائرية حسب تصنيف SIT_3	27-05
353	تصنيف الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات حسب المحتوى التكنولوجي.....	28-05
355	واقع الجزائر في بعض مؤشرات استقطاب التكنولوجيا المتقدمة.....	29-05

ثانيا: قائمة الأشكال البيانية

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
22	أشكال التكتل الاقتصادي.....	01-01
29	آلية استعادة التوازن في الميزان التجاري عند حدوث فائض.....	02-01
29	آلية استعادة التوازن عند حدوث عجز.....	03-01
40	نموذج الفجوة التكنولوجية.....	04-01
42	النظرية التكنولوجية.....	05-01
79	تدفقات الاستثمارات الأجنبية المباشرة بين المركز الرئيسي والفروع.....	01-02
88	أنماط عقود الإنتاج الدولي من الباطن.....	02-02
93	مجال دراسة الأسواق الدولية.....	03-02
100	اجراءات غريلة الأسواق الدولي.....	04-02
103	نموذج مجموعة بوسطن الاستشارية (BCG).....	05-02
105	نموذج جاذبية الدولة والقوة التنافسية.....	06-02
113	البدائل المتاحة من تقاطع معايير اختيار الأسواق الدولية.....	07-02
116	مستويات المنتج.....	08-02
121	أساليب تمييز العلامة التجارية.....	09-02
124	دورة حياة المنتج المحلي.....	10-02
125	دورة حياة المنتج الدولي.....	11-02
128	العوامل المؤثرة في سياسة التسعير الدولية.....	12-02
134	أسس التسعير في الأسواق الدولية.....	13-02
139	قنوات التوزيع المباشر.....	14-02
141	قنوات التوزيع غير المباشر.....	15-02
148	مراحل الحوار البيعي.....	16-02
159	الملامح الجوهرية للتكنولوجيا في مؤسسة صناعية.....	01-03
161	التكنولوجيا ومكوناتها.....	02-03
165	تصنيف تومبسون للتكنولوجيا.....	03-03
170	مسار نقل التكنولوجيا.....	04-03

قائمة الجداول والأشكال البيانية

221	التكنولوجيا والميزة التنافسية.....	05-03
237	الناتج المحلي الإجمالي بالأسعار الجارية للدول العربية (2005-2016)	01-04
261	اتجاهات صادرات الدول العربية عام 2014.....	02-04
264	نسبة تطور الصادرات الدول العربية حسب محتواها التكنولوجي لسنة 2013.....	03-04
292	الناتج المحلي الإجمالي للجزائر ومتوسط الدول العربية.....	01-05
293	متوسط نصيب الفرد من الدخل الوطني للجزائر والدول العربية.....	02-05
294	تطور التجارة الخارجية الجزائرية.....	03-05
308	الانفاق على البحث العلمي كنسبة من الناتج المحلي الخام.....	04-05
313	منحى عدد طلبات براءات الاختراع.....	05-05
314	منحى عدد طلبات براءات الاختراع في الجزائر.....	06-05
314	منحى عدد طلبات براءات الاختراع في تونس.....	07-05
315	منحى عدد طلبات براءات الاختراع في مصر.....	08-05
330	نسب أهم الصادرات خارج المحروقات لسنة 2014.....	09-05
354	الصادرات الجزائرية حسب المحتوى التكنولوجي لسنة 2015.....	10-05

مقدمة عامة

مقدمة :

لقد شهدت التجارة الدولية تطورا كبيرا، في حين كان نصيب الدول النامية متواضعا، وتعكس خريطة التجارة الدولية عدة حقائق لعل أهمها إتساع دائرة التوزيع الجغرافي لمحاور التجارة الدولية التي طالت كل أرجاء العالم، لذلك أصبحت ذات تأثير فاعل على اقتصاديات معظم دول العالم ولكن بدرجات متفاوتة، فبعض الدول تستفيد اقتصادياتها من التجارة الدولية بشكل كبير وتمثلها الدول الغنية ذات الإنتاج المتنوع في تركيبته والغزير في كمياته، وخاصة ذو الكثافة من عنصر التكنولوجيا.

وبالحديث عن التجارة الدولية، تجدر الإشارة إلى التطرق إلى كل من الواردات والصادرات، هذه الأخيرة تلعب دورا بارزا في تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال تحقيق تدفق النقد الأجنبي وإيجاد أسواق جديدة لتصريف الفائض من الإنتاج، هذه الأسواق التي تختلف عملية اختراقها باختلاف طرقها وأشكالها، حيث تركز أي دولة في ذلك على ثلاث أشكال تتمثل أساسا في التصدير والإستثمار الأجنبي المباشر والاتفاقيات التعاقدية، كل شكل من هذه الأشكال يتطلب القيام بالعديد من الإجراءات أهمها الدراسة المعمقة للأسواق الدولية المستهدفة لاختيار الأسواق المثلى باستخدام طرق ومعايير دقيقة للحصول على أكبر الحصص السوقية وضمان ديمومتها وإستمراريتها، حيث لا يمكن تحقيق ذلك إلا بتعزيز تنافسية المنتجات الداخلة في العملية التصديرية.

لقد أصبح من القناعات الراسخة ان التنافسية وسيلة أساسية لتطوير قدرة اقتصاد أي بلد، سواء كان متقدما أو ناميا، على التعايش في ظل بيئة دولية متسمة بحالة عدم اليقين، شعارها في ذلك البقاء للأفضل، وعلى الرغم من صعوبة تحديد القطاعات التي تخضع للمنافسة بين الدول، إلا أن هناك قطاعات بحكم طبيعتها تدخل بشكل واضح ضمن هذا الإطار، والدول عادة تتنافس مثلها مثل المؤسسات داخل البلد الواحد على حصة مستدامة في الأسواق الدولية، فصادرات أي بلد تتنافس مع صادرات البلد الآخر لإقتحام أسواق معينة، ولضمان حصة في هذه الأسواق وديمومتها، يجب تدعيم تنافسية منتجاتها، فإذا كان الاعتماد على المنافسة السعرية في الحصول على الحصص السوقية، فإن التنافسية وفق مبدأ الجهود / التميز هي السبيل لديمومة هذه الحصص.

إن السعي للحصول على الحصص السوقية في الأسواق سواء كانت دولية أو محلية يستوجب الاهتمام برفع أداء تنافسية المنتجات ليس فقط وفق العوامل الظرفية، بل وفق العوامل عميقة الأثر، هذه الأخيرة تتمثل في عناصر الإنتاج الكامنة والمتمثلة في التكنولوجيا، هذه التكنولوجيا التي لا تتوافر لغالبية البلدان، لذلك تسعى مختلف الدول للحصول عليها عن طريق نقلها من مواطن تواجهها لإستغلالها في النهوض بإقتصادياتها، لكن المتمعن لشبكة تدفق وإنسياب التكنولوجيا على المستوى الدولي، يرى أن العديد من الدول خاصة النامية والجزائر إحدى هذه الدول تحصلت على هذه التكنولوجيا ولا زالت صادراتها تراوح مكانها، وعلى هذا الأساس يمكن طرح الإشكال التالي:

كيف يمكن لعقود نقل التكنولوجيا المساهمة في تعزيز صادرات الدول العربية خارج المحروقات بصفة عامة والجزائر على وجه الخصوص؟

الأسئلة الفرعية:

ولإلمام بكل جوانب الإشكالية نطرح الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما سبب تدني حجم الصادرات العربية خارج قطاع المحروقات؟
2. ما طبيعة العلاقة بين التكنولوجيا وتعزيز الصادرات خارج المحروقات؟.
3. هل تعتبر التكنولوجيا آلية من آليات تحفيز تنافسية المنتجات أم الصادرات خارج المحروقات؟.
4. إذا كان للتكنولوجيا دور في تعزيز الصادرات خارج المحروقات، وبالنظر لحجم الصادرات العربية الشبه منعدم، هل له دلالة على أن الدول العربية لا تمتلك التكنولوجيا؟
5. هل طبيعة الاقتصاد- ما إذا كان متنوع أم لا - دور في التأثير على العلاقة بين التكنولوجيا والصادرات خارج المحروقات؟.

الفرضيات:

وللإجابة على هذه الأسئلة نطرح الفرضيات التالية:

1. يكمن سبب تدني حجم الصادرات العربية خارج قطاع المحروقات في تدني قدرتها التنافسية.
2. للتكنولوجيا علاقة غير مباشرة بتعزيز الصادرات خارج المحروقات تتمثل في تدعيم القدرة التنافسية للمنتجات الداخلة في العملية التصديرية.
3. يكمن سر نجاح المنتجات في الأسواق الدولية في نجاحها في الأسواق المحلية، مما يدل على أن للتكنولوجيا علاقة مباشرة بالتنمية الاقتصادية والتي بدورها تؤثر على حجم صادرات خاصة من المنتجات خارج قطاع المحروقات.
4. تعتبر التكنولوجيا المحلية في الدول العربية من أدنى مستويات التكنولوجيا مقارنة بالدول المتقدمة.
5. لطبيعة اقتصاد أي بلد تأثير كبير على العلاقة بين التكنولوجيا والصادرات خاصة ما تعلق منها بالمنتجات الصناعية.

الدراسات السابقة:

لقد تم التطرق في الكثير من الدراسات لموضوع تنمية وتعزيز الصادرات خارج قطاع المحروقات، وفيما يلي نعرض أهمها:

- 1- بن حمود سكيمة، ترقية الصادرات خارج المحروقات (1986-1995)، أطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة 1999، وذلك بالتطرق إلى الإطار التحفيزي الذي سطر من طرف الدولة لدفع عجلة النمو الاقتصادي من خلال تحفيز الصادرات خارج المحروقات بكامل الفروع وطرح أهم المشاكل التي تواجه هذا القطاع والأساليب المنتهجة لمعالجتها.
- 2- وصاف سعيدي، أثر تنمية الصادرات غير النفطية على النمو الاقتصادي في البلدان النامية- الحوافز والعوائق-، أطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2004، وذلك بدراسته لتجربة كل من السعودية، مصر، تونس والجزائر، حيث خلصت هذه الدراسة إلى أن استراتيجية تنمية الصادرات قد حققت أغلب أهدافها بالنسبة لكل من تونس ومصر، أما بالنسبة للسعودية والجزائر فلا

زالت تحتاج الاستراتيجية إلى المزيد من التفعيل، ولكن هذه الدراسة لم تحدد تحديدا دقيقا للأليات والأدوات المستخدمة في تفعيل استراتيجية تعزيز الصادرات خارج قطاع المحروقات.

3- يوسف رشيد، سياسة التصدير كأداة للتقويم الهيكلي - حالة الجزائر-، أطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، جامعة وهران، 2006، وذلك بدراسة مختلف الاحتلال الهيكلية للاقتصاد الجزائري وكذا التدهور في معدلات التبادل، كما تطرق إلى اصلاح هياكل الإنتاج والاستثمار في سبيل تعزيز تنافسية الصادرات الجزائرية أو على الأقل تحقيق تواجدها المستمر في الأسواق الدولية، لكن هذه الدراسة قامت باستخدام التصدير كمتغير مستقل في سبيل معالجة الاحتلالات الهيكلية التي يعاني منها الاقتصاد الجزائري.

أهمية الدراسة:

تنحلي أهمية هذه الدراسة في السعي لإيجاد الدور الذي تلعبه عقود نقل التكنولوجيا في تعزيز حجم الصادرات العربية خارج المحروقات، خاصة وأن جل الدراسات التي تناولت موضوع الصادرات إما تركز على التنوع من خلال إستقطاب الاستثمارات الأجنبية أو محاولة دراسة مختلف القطاعات الاقتصادية لدولة ما واختيار القطاعات ذات الأهمية النسبية للإقتصاد، في حين دراستنا هذه تركز على أهم آلية من آليات التحفيز والمتمثلة في التكنولوجيا المنقولة من الخارج، وليس نقل التكنولوجيا فقط، وإنما محاول تحديد أكثر التكنولوجيات الملائمة لشروط نهضة الاقتصاد وتوطينها وتوليد منها تكنولوجيا جديدة تطبق في المجال الاقتصادي من أجل تدعيم تنافسية صادراتها وقدرة صمودها أمام المنتجات الاجنبية في الأسواق الدولية.

أهداف الدراسة:

نحاول من خلال هذه الدراسة والتي تحمل عنوان دور عقود نقل التكنولوجيا في تعزيز صادرات الدول العربية خارج قطاع المحروقات بلوغ الأهداف التالية:

- التعرف عن قرب على التكنولوجيا المنقولة من مواطن تواجدها إلى الدول العربية والجزائر على وجه الخصوص.
- تحديد أهم أسباب تدني حجم الصادرات العربية بما فيها الجزائر خارج قطاع المحروقات.

- أنواع وطرق ومعايير نقل التكنولوجيا وتحديد الانسب للنهوض بإقتصاد الدول العربية ومن ثم تعزيز تنافسية منتجاتها المنتجة محليا، وبالتالي تعزيز صادراتها خارج قطاع المحروقات.
- التعرف على واقع والمستوى التكنولوجي في الدول العربية وحجم الدعم المادي والمعنوي المخصص له.
- إدراك أهمية التكنولوجيا المنقولة من الخارج في تعزيز الصادرات خارج المحروقات وكيفية التعامل معها من قبل الدول العربية.
- التعرف على استراتيجية نقل التكنولوجيا المطبقة في الجزائر والعالم العربي ما إذا كانت تهدف إلى توطئتها وتوليد التكنولوجيا الخاصة بها، أم تقوم بنقلها من أجل التطبيق الحرفي فقط.
- تحديد العلاقة بين التكنولوجيا المنقولة والتكنولوجيا المتوفرة محليا ما إذا كانت علاقة تكاملية أم بديلة.

حدود الدراسة:

✓ الحدود الموضوعية:

نحاول في هذه الدراسة تحديد الدور الذي تلعبه عقود نقل التكنولوجيا في تعزيز صادرات الدول العربية خارج قطاع المحروقات، لكن وإستحالة الوصول إلى حجم العقود المبرمة في هذا المجال لسريتها سواء بالنسبة للدول أو للمؤسسات الناشطة في الأسواق الدولية، حاولنا التعبير عليها بحجم التكنولوجيا المنقولة والتعرف على مدى مساهمتها في الاقتصاديات العربية والاقتصاد الجزائري على وجه الخصوص، وباعتبار ان للتكنولوجيا خاصة المنقولة منها علاقة غير مباشرة بحجم الصادرات خارج المحروقات، فقد استعنا بمتغير اخر والذي له علاقة مباشرة بينهما الا وهو تنافسية المنتجات، باعتبار انه وبغية تعزيز حجم صادرات أي بلد يستلزم تعزيز تنافسية المنتجات داخل السوق المحلي قبل السوق الدولي، ومن بين اهم الوسائل والاليات المستخدمة في تعزيز تنافسية أي منتج التكنولوجيا سواء كانت محلية عبر النقل الرأسي لها او اجنبية عبر النقل الافقي لها.

✓ الحدود المكانية:

نظرا لطبيعة الدراسة، فقد تمحور الحيز الجغرافي لدراسة حول الدول العربية والجزائر.

✓ الحدود الزمانية:

كانت الدراسة محصورة ما بين سنتين 2005 و 2016 محاولين الوصول إلى دور نقل التكنولوجيا في تعزيز الصادرات العربية خارج قطاع المحروقات بين فترتين فترة ما قبل الأزمة المالية 2008 والفترة التي تليها، باعتبار ان هذه السنة تعتبر سنة محورية وذلك لحدوث الازمة المالية العالمية فيها.

✓ أسباب اختيار الموضوع:

- إن أهم الأسباب التي ألهمتنا للبحث في هذا الموضوع تتمحور حول طبيعة الاقتصاد الجزائري والذي يعتبر اقتصاد ريعي ووحيد المنتج تقريبا في المنتجات المصدرة.
- النسبة الضئيلة والشبه منعدمة المسجلة من طرف الصادرات خارج قطاع المحروقات على مر السنين مقارنة بحجم الصادرات من المحروقات.
- الموضوع الذي تم دراسته على مستوى الماجستير والمتمثل في حقوق الملكية الفكرية المرتبطة بالتجارة، والمفارقة التي توصلنا إليها والمتمثلة في حماية هذه الحقوق للحؤول دون وصولها للدول النامية، بإعتبار أن هذه الحقوق تحمل في طياتها التكنولوجيا المتقدمة التي وصلت إليها الدول المتقدمة والتي تعتبرها هذه الأخيرة كميزة تنافسية لمنتجاتها في الأسواق الدولية.
- الميول لهذا النوع من المواضيع والمتمثلة في الاقتصاد الرقمي والاقتصاد المعرفي والتجارة الدولية على وجه العموم.

المنهج:

تم استخدام المنهج الاستنباطي في هذه الدراسة بأدواته الوصف والتحليل والذي رأيناه مناسبا لدراسة واقع نقل التكنولوجيا في الدول العربية وتنافسية الصادرات العربية والجزائر على وجه الخصوص في الأسواق الدولية.

أقسام الدراسة:

تجسدت هذه الدراسة والموسومة بعنوان دور عقود نقل التكنولوجيا في تعزيز الصادرات العربية خارج قطاع المحروقات في خمس فصول كالتالي:

- محاولة منا التطرق لموضوع الصادرات خارج قطاع المحروقات، إرتأينا الإشارة إلى أصل هذا الموضوع والمتمثل في التجارة الدولية، لذلك تمحور الفصل الأول حول مفاهيم التجارة الدولية من خلال التطرق إلى مفهومها وأهم الفروع المكونة منها والمتمثلة في الصادرات والواردات، بالإضافة إلى أهم النظريات الاقتصادي التي تناولت موضوع الصادرات، ثم الدور التنموي للصادرات من خلال ربطها بالأداء التصنيعي.
- في الفصل الثاني تطرقنا إلى أهم آليات غزو الأسواق الدولية من أشكال، والمتمثلة في التصدير بنوعية والاستثمار الأجنبي المباشر والاتفاقيات التعاقدية، ثم تطرقنا إلى معايير وسياسات اختيار هذا النوع من الأسواق، بالإضافة إلى التسويق الدولي كآلية من آليات غزو الأسواق الدولية.
- في الفصل الثالث وإيماننا منا أن ضمان استمرارية وديمومة تواجد المنتجات الداخلة في العملية التصديرية في الأسواق الدولية تطرقنا إلى موضوع عقود نقل التكنولوجيا من خلال مفاهيم حول عقود نقل التكنولوجيا والعلاقة الموجودة بين التكنولوجيا المنقولة وتعزيز تنافسية الصادرات خارج قطاع المحروقات من خلال العلاقة بين التكنولوجيا المنقولة والقوى التنافسية وتحقيق الاستراتيجيات التنافسية.
- في الفصل الرابع: تم التطرق إلى واقع الصادرات في الدول العربية من خلال الواقع الاقتصادي للدول العربية من خصائص ومراحل تطور إلى المؤشرات العامة ثم تطرقنا إلى واقع نقل التكنولوجيا في الدول العربية والدور الذي تلعبه في تعزيز تنافسية صادراتها خارج قطاع المحروقات.
- أما الفصل الخامس فتم إسقاط ما تناولناه في الفصل الرابع على الجزائر.

الفصل الأول:

الإطار الفكري

للتجارة الخارجية

تمهيد:

تعبير التجارة الخارجية المحرك الأساسي للتنمية الاقتصادية، وذلك لمسايرتها مختلف التطورات التي طرأت على الاقتصاد بصفة عامة عبر مختلف المخططات، حيث اذا كانت في السابق ذات أهمية كبيرة من خلال تدفقات النقد الأجنبي، فأصبحت حاليا تعتبر حجر الزاوية لنمو التنمية الاقتصادية ككل والمحور الأساسي التي تركز عليها السياسة الاقتصادية لأي بلد وذلك من خلال ما يمكن أن توفره من تدخلات قوية لعجلة التنمية الاقتصادية، حيث أصبحت تتعدى الفهم الكلاسيكي والمتمثل في النقد الاجنبي إلى تغيير ملامح الإنتاج الوطني ككل من خلال الدعم الذي توفره الواردات من السلع الرأسمالية وأساليب الإنتاج الجديدة والتي تعمل على نقل وتوطين التكنولوجيا، هذه الأخيرة تعتبر من بين اهم آليات تشجيع وتخفيض القطاع التصديري الذي يعمل بدوره على تحقيق أقصى درجات التصنيع والنمو وعلى هذا الأساس سنتطرق في هذا الفصل إلى إبراز مختلف الجوانب المتعلقة بالتجارة الخارجية من خلال المباحث التالية:

✓ المبحث الأول: مفاهيم حول التجارة الخارجية.

✓ المبحث الثاني: الصادرات في الفكر الاقتصادي.

✓ المبحث الثالث: الدور التنموي على الصادرات.

المبحث الأول: مفاهيم حول التجارة الدولية

تلعب التجارة الدولية دورا بالغ الأهمية في دعم اقتصاديات مختلف الدول سواء كانت متقدمة أو نامية، من خلال توفير العملة الصعبة اللازمة لتمويل الواردات من الاحتياجات الوطنية، بالإضافة إلى البحث عن أسواق لتصريف الفائض من الإنتاج المحلي، كما تعتبر وسيلة من الوسائل التي تمكن الدول من تحقيق التنمية على المستوى الوطني، حيث تنص إتفاقية مراكش¹ التي تأسست بموجبها منظمة التجارة العالمية على ضرورة توجيه العلاقات الاقتصادية نحو رفع مستويات المعيشة وضمان التوظيف الكامل، والتوسع في إنتاج وتجارة السلع والخدمات مع مراعاة الاحتياجات الذاتية للبلدان الأعضاء في الاتفاقية على اختلاف مستويات اقتصادياتها.

المطلب الأول: مفهوم التجارة الدولية

تعددت تعريفات التجارة الدولية باختلاف توجهات وتيارات المعنيين بها، وفيما يلي أهمها:

أولا: تعريف التجارة الدولية

1-**التعريف الضيق**²: التجارة الدولية هي كلا من الصادرات والواردات المنظورة وغير المنظورة.

2- **التعريف الواسع**: التجارة الدولية هي كل من:

- الصادرات والواردات المنظورة.
- الصادرات والواردات غير المنظورة
- الهجرة الدولية، أي انتقال الأفراد بين دول العالم.
- الحركات الدولية، أي انتقال السلع ورؤوس الأموال بين دول العالم المختلفة.

3- تعرف التجارة الخارجية على أنها فرع من فروع علم الاقتصاد الذي يهتم بدراسة الصفقات الاقتصادية والتبادل التجاري الذي يتم بين الدولة والعالم الخارجي في صورته الثلاث والمتمثلة في انتقال السلع والخدمات

¹ رنان مختار، التجارة الدولية ودورها في النمو الاقتصادي، منشورات الجزائر، 2009، ص 07.

² سامي عفيفي حاتم، التجارة بين التطور والتنظيم، ط2، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 1993، ص 36-37.

والأفراد ورؤوس الأموال، وقد تتحول التجارة الخارجية إلى داخلية والعكس صحيح، إذا تخصص الدولي وتقييم العمل هما أصل التجارة الدولية الخارجية¹.

4- تعرف التجارة الخارجية على أنها بيان إحصائي يعبر عن حركة تدفق البضائع بين البلد وبلدان العالم، حيث يتضمن هذا البيان كل من السلع المنقولة من غير المقيمين إلى المقيمين في شكل مستوردات، وكذا السلع المنقولة من المقيمين إلى غير المقيمين في شكل صادرات وطنية، بالإضافة إلى السلع المنقولة من غير المقيمين إلى غير المقيمين في شكل بضائع تم تصديرها.²

5- يقصد بالتجارة الخارجية عملية التبادل التجاري في السلع والخدمات وغيرها من عناصر الانتاج المختلفة بين عدة الدول بهدف تحقيق منافع متبادلة لأطراف التبادل.³

6- تعرف بأنها مجموعة القواعد القانونية المنظمة للأعمال التجارية، القائمة على أساس التدفقات المالية والخدماتية المتبادلة بين الدول، حيث جانب الصادرات يعبر عن القدرة الانتاجية للاقتصاد والقابلة للتحويل إلى دول أخرى، بينما تعبر الواردات عن العجز المسجل على مستوى الاقتصاد الوطني في تغطية جزء من الطلب الكلي.

7- تتم التجارة الخارجية بين الدول خلال عمليات الاستيراد والتصدير، حيث يتم انتقال السلع والخدمات والموارد المالية من دولة إلى أخرى وفق إجراءات إدارية ومالية.

إذا يمكن تعريف التجارة الدولية على أساس أنها عبارة عن مختلف عمليات التبادل التجاري الخارجي سواء في صورة سلع أو أفراد أو رؤوس أموال بين أفراد يقطنون وحدات سياسية مختلفة بهدف اشباع أكبر حاجات ممكنة، وتتكون من عنصرين أساسيين هما: الصادرات والواردات بصورتها المنظورة وغير المنظورة.

ثانيا: الفرق بين التجارة الدولية والتجارة الخارجية:

1- التجارة الخارجية تستخدم للدلالة على النطاق الضيق للمبادلات التجارية على مستوى الدولي، بينما تدل التجارة الدولية على النطاق الواسع، وهذا ما يُبرز استخدام المدرسة الكلاسيكية لمصطلح التجارة الخارجية،

¹ موسى سعيد وآخرون، التجارة الخارجية، دار الصفاء، عمان 2001، ص 13-16.

² هيثم منايصة، التجارة الخارجية والأرقام القياسية للتجارة، البنك المركزي الأردني، 2008، ص 3.

³ حمدي عبد العظيم، اقتصاديات التجارة الدولية، مكتبة زهراء الشرق، مصر 1996، ص 13.

حيث اقتصر على تداول السلع فقط، مفترضة أن عدم قدرة عناصر الانتاج على التداول بين الدول يرجع إلى وجود العديد من العوائق المادية والمعنوية، غير أن منتصف حقبة التسعينات من القرن العشرين حملت لنا نهجا جديدا لقضايا التجارة العالمية، من خلال التوقيع على الوثيقة الختامية لجولة الأوروغواي- مراكش- للتجارة متعددة الأطراف، ومنذ هذا التاريخ أصبح التبادل الدولي يشتمل على حركة السلع والخدمات، وانتقال رؤوس الأموال، إلى جانب حقوق الملكية الفكرية، وغيرها، ومن هنا كان طبيعيا أن يتغير مصطلح "التجارة الخارجية" ليصبح "التجارة الدولية"، حيث أن الأول جزء من الثاني.

2- تشمل التجارة الدولية على التجارة الخارجية بالإضافة إلى ذلك كل من¹:

- التبادل الدولي الخدمي، أي التجارة الخارجية في السلع غير المنظورة.
- الهجرة الدولية، أي انتقال عنصر العمال بين العالم.
- الحركة الدولية لرؤوس الأموال.
- التوافق البيئي، الذي دخل حيز التنفيذ في الأول من جانفي 2002، وقد اكتسب تعميم وانتشار مصطلح التجارة الدولية بعدا رسميا في إطار المنظمة العالمية للتجارة، حيث أحل مصطلح "تحرير التجارة الدولية" محل اصطلاح الخارجية.

ثالثا: الفرق بين التجارة الدولية والتجارة الداخلية:

على الرغم من تشابه التجارة الداخلية والتجارة الدولية خاصة من حيث التملك والحيازة والأثر المشترك في زيادة الانتاج، بسبب التخصص وتقييم العمل، إلى أنهما مختلفان في العديد من الجوانب والتي تتمثل في²:

1- النظم السياسية:

تنشط عمليات التجارة الداخلية داخل الحدود السياسية والاقليمية لبلد ما، مما يحتم عليها الخضوع إلى القوانين والعادات والتقاليد المعمول بها داخل هذا البلد، في حين أن عمليات التجارة الدولية تنشط على

¹ سامي عفيفي حاتم، الاتجاهات الحديثة في الاقتصاد الدولي والتجارة الدولية، قضايا معاصرة في التجارة الدولية، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005، ص32.

² عادل أحمد حشيش، مجدي محمود شهاب، أساسيات الاقتصاد الدولي، منشورات الجلي المفوقية مصر، 2003 ص 14.

المستوى الدولي أو في الأسواق الدولية والمعلوم أن القوانين تختلف باختلاف الدول وبالتالي فإن هذه العمليات تخضع لكل القوانين والعادات والتقاليد المطبقة في تلك الدول.

2- السياسات الاقتصادية الوطنية:

كل دولة من دول العالم تقوم بتسطير سياستها الاقتصادية وفق المقومات التي تحوزها والتي ترمي من خلالها إلى تحقيق مجموعة من الأهداف خاصة المتعلقة بالتنمية والرفاهية الاقتصادية لمواطنيها، حيث ترى عمليات التجارة الداخلية على أنها مجرد تحويلات تصيب المراكز النسبية للأفراد داخل الدولة وبالتالي لا تؤثر على حجم الثروة، في حين تنظر إلى التجارة الخارجية من باب الربح والخسارة، وزيادة أو فقدان من حجم ثروة الدولة، الأمر الذي يسبب انعكاسات على الوضع الاقتصادي للبلد، سواء من حيث مستوى المعيشة أو دائنية ومدىونية ميزان المدفوعات.

3- النظم النقدية والمصرفية:

تعتبر العملة من رموز السيادة الوطنية، حيث أنه في غالبية الدول لا تسمح إلا بالتعامل بالعملة الوطنية، وبالتالي فإن معظم عمليات التجارة الداخلية تتم عبر وسيط واحد ألا وهو العملة الوطنية، في حين عمليات التجارة الخارجية تتم عن طريق العملات الإرتكازية، حتى وإن لم تكن عملة البلد المتعامل معه عملة إرتكازية، وذلك راجع إلى أن هذه الأخيرة واسعة التداول من جهة، ومن جهة أخرى قابلة للصرف بأي عملة أخرى.

4- طبيعة الأسواق الدولية:

تختلف الأسواق في التجارة الداخلية عنها في التجارة الدولية، حيث تتصف الأولى بالثبات النسبي للأذواق ومستويات الدخل، في حين أن الأسواق على المستوى الدولي تتصف بالتغير والتباين الكبير خاصة من ناحية مستويات الدخل.

5- إنتقال عوامل الإنتاج:

إن حجم الثروة لأي بلد يتوقف على المقومات الاقتصادية التي يمتلكها، ومن هذه المقومات عوامل الإنتاج، وبتنقلها من نشاط لآخر داخل الحدود السياسية للبلد تحقق نوعا من التوازن في السوق المحلي، خاصة

فيما يتعلق بالأسعار وندرة عوامل الانتاج، في حين انتقلها خارج الحدود السياسية للبلد من شأنه التأثير على أسعار مختلف السلع والخدمات، بالإضافة إلى مختلف العوائق التي تحول دون تنقلها على مستوى الدولي.

رابعاً: أسباب قيام التجارة الدولية:

تقوم التجارة بين الدول لنفس أسباب قيامها في التجارة الداخلية، حيث أن التجارة في كلتا الحالتين تعمل وفق مبدأ التخصص وتقسيم العمل، كأن تمتلك احدى الأقاليم في الحالة الأولى على امكانيات كبيرة في عامل الأرض، خاصة الرعوي منها مقابل كثافة سكانية قليلة مما يؤهل هذا الاقليم إلى التخصص في مجال الزراعة والرعي، في مقابل امتلاك اقليم آخر لمساحة قليلة من عامل الأرض مقابل نسبة كبيرة في كل من الكثافة السكانية ورأس المال، مما يؤهله إلى التخصص في المجال الصناعي.

وبنفس الطريقة تتم عملية التخصص وتقسيم العمل بين الدول، حيث تخصص الدول في إنتاج المنتجات التي تمتلك الامكانيات اللازمة لإنتاجها، فيما تتخلى عن إنتاج المنتجات الأخرى، وفق هذا المنطق تتم عملية التبادل التجاري بينهم.

ومما سبق يمكن إجمال أسباب قيام التجارة الدولية فيما يلي:

1- عدم إمكانية تحقيق الاكتفاء الذاتي: يقصد بالاكتفاء الذاتي اعتماد بلد ما على امكانياته الخاصة للحصول على احتياجاته من السلع الاستهلاكية والاستثمارية بهدف التقليل من مستوى التبعية الاقتصادية لدول أخرى¹، والواقع أنه لا توجد دولة من دول العالم تمتلك كل الامكانيات التي تؤهلها لإنتاج كل مستلزماتها والاستغناء على التجارة الدولية.

2- تمويل التنمية الاقتصادية: تنبع أهمية التجارة الخارجية خاصة الصادرات منها عن أنها² تعتبر مصدراً رئيسياً لعائدات البلاد من العملة الأجنبية المساهمة في سداد التزامات الدولة من القروض الخارجية، تمويل مدخلات المنتجات المستوردة، دعم الميزان التجاري، تحسين ميزان المدفوعات، المساهمة في

¹ حمدي عبد العظيم، مرجع سابق، ص16.

² عبد الله بشرى، دور الدخالة الوطنية للتأمين وتمويل الصادرات في دعم قطاع الصادرات السودانية غير البترولية، بنك السودان المركزي، السودان، فبراير 2010.

تمويل الميزانية العامة للدولة، بالإضافة إلى تحفيز المنتجين لمضاعفة إنتاجهم وزيادة استثماراتهم، مما يخلق فرص عمل إضافية وتخفيض معدلات الفقر والبطالة.

3- التحول إلى اقتصاد السوق: يهتم التحلي عن سياسة احلال الواردات والتوجه إلى سياسة تنمية الصادرات، وذلك نتيجة التطورات الحاصلة أواخر الثمانينات التي شهدت تحولا عالميا لصالح اقتصاد السوق وحرية التجارة بالإضافة إلى قبول الدول النامية لبرامج الاصلاح الاقتصادي والتمويل الهيكلي¹.

4- تباين الأساليب الانتاجية والمعرفية الفنية بين الدول تباينا كبيرا مما يؤثر تأثيرا كبيرا على طبيعة السلع المنتجة في كل بلد، لذلك تسعى الدول خاصة النامية منها إلى محاولة الحصول على التكنولوجيا اللازمة لزيادة تنافسية منتجاتها في الأسواق الدولية عن طريق التجارة الدولية.

5- اختلاف الميول والأذواق: حيث تختلف مستويات الدخل بين الأفراد داخل المجتمع الواحد، ويفضل معظم الأفراد ذوو الدخل المرتفع المنتجات الأجنبية على المحلية.

خامسا: أهمية التجارة الخارجية:

للتجارة الخارجية أهمية بالغة في الاقتصاد بشكل عام، حيث تمكن الدولة من الاستفادة من مزايا الدول الأخرى، ومن أهم هذه المزايا الحصول على منتجات لا تستطيع انتاجها محليا، أو تستطيع انتاجها لكن بتكاليف أكبر من استيرادها من الخارج، بالإضافة إلى فتح أسواق جديدة لتصريف الفائض من الانتاج وبالتالي تحفيز المنتجين المحليين على زيادة الطاقة الإنتاجية.

- زيادة رفاهية البلد عن طريق توسيع مجالات الاستهلاك والاستثمار .
- تعد التجارة الدولية من القطاعات الحيوية في أي دولة، سواء متقدمة أو نامية حيث تقوم بربط أسواق الدول ببعضها البعض وتوسيع القدرة التسويقية، مما يحقق الرفاهية الاقتصادية عن طريق توسيع قاعدة الاختيارات سواءاً الاستهلاكية أو الاستثمارية.

¹ إيمان محمد أحمد، النشاط الحالي للصادرات الصناعية ذات القدرة التنافسية في مصر، مجلة بحوث اقتصادية عربية، مصر، العدد 38، 2007 ص

- تعد التجارة الدولية من أهم المؤشرات الدالة على القدرة الانتاجية والتنافسية للبلد في السوق الدولية، وذلك لارتباط هذا المؤشر بالإمكانيات الانتاجية المتاحة ومدى قدرة الدولة على التصدير والاستيراد بالإضافة إلى مستويات الدخل، وانعكاس ذلك على رصيد الدولة من العملات الأجنبية والميزان التجاري.
- تلعب التجارة الدولية دورا كبيرا في تمويل التنمية، من خلال الحصول على مكاسب جديدة في صورة رأس المال الأجنبي الجديد، الذي يلعب دورا في زيادة الاستثمارات الجديدة وفي بناء المصانع وانشاء البنية الأساسية للوصول في نهاية المطاف إلى زيادة تكوين رؤوس الأموال والنهوض بالتنمية الاقتصادية.¹
- تسعى الدول من خلال التجارة الدولية إلى الحصول على التكنولوجيا اللازمة للرفع من القدرة التنافسية للمنتجات المحلية في الأسواق الدولية.

المطلب الثاني: عوامل التجارة الدولية:

- تقوم التجارة الدولية على أساس مبدأ التخصص وتقسيم العمل، حيث تقوم كل دولة بالتخصص في انتاج المنتجات التي تتوفر على امكانيات انتاجها، وتترك المنتجات الأخرى للدول الأخرى التي تمتلك امكانيات انتاجها، ثم تقوم عملية التبادل فيما بينهما، ولكن هذا التخصص يعود إلى مجموعة من العوامل²:
- **مستوى التنمية الاقتصادية:** فكلما كان مستوى التنمية في بلد ما منخفضا كلما اتسمت السياسة الاقتصادية باللامرونة، حيث تسعى إلى تقييد التجارة الخارجية من أجل حماية الصناعة الناشئة، في حين إذا كان مستوى التنمية مرتفعا كلما استخدمت التجارة الخارجية في إيجاد أسواق جديدة لتصريف الفائض من الانتاج.
 - **أوضاع السوق المحلي والدولي:** فالطلب المحلي من شأنه الضغط على السوق المحلي، مما سيرغم على الدولة اللجوء إلى التجارة الخارجية من أجل تغطية الطلب الزائد، في حين أن زيادة الطلب الدولي على المنتجات المحلية يحفز المنتجين على زيادة الطاقة الانتاجية وبالتالي زيادة حجم الصادرات.

هذا بالإضافة إلى عوامل أخرى يمكن ذكرها فيما يلي:

¹ جوني عز الدين، التجارة الخارجية السورية خلال ربع القرن الماضي، 1975-1999، دار الرضا للنشر سوريا، 2001، ص 20.

² نفس المرجع.

- **الموارد الطبيعية:** تختلف الموارد الطبيعية من بلد إلى آخر، وهذا ما يبرهن على صحة مبدأ التخصص وتقسيم العمل، حيث يعمل كل بلد على التخصص في إنتاج المنتجات ذات الكثافة في إمكانيات إنتاجها.
- **سوق العمل ورأس المال:** إن التخصص في إنتاج سلعة معينة لا يتركز على الموارد الطبيعية فحسب، بل يجب توفر عوامل أخرى تتمثل في العمل ورأس مال، فبعض الدول تتوفر على طاقة هائلة من القوة البشرية ولكنها تفتقر إلى رأس المال اللازم للصناعة فتتجه إلى التخصص في إنتاج المنتجات ذات الكثافة العمالية التي لا تتطلب يد عاملة مؤهلة أو حجم كبير من رؤوس الأموال، في حين أنه في بعض دول يقل عرض العمل ويزيد حجم رأس المال مما يحتم عليها التخصص في إنتاج المنتجات ذات الكثافة الرأسمالية.
- **تكاليف النقل:** تلعب تكاليف النقل دورا هاما في اتجاهات التجارة الدولية، حيث تعتبر من أهم التكاليف التي تضاف إلى تكلفة الإنتاج ومن ثم ارتفاع الثمن الكلي للمنتج، وبالتالي يمكن لبعض الدول التخصص في إنتاج سلعة معينة لكن ارتفاع تكاليف نقلها إلى العالم الخارجي يفقدها الميزة النسبية في التخصص في هذا المنتج، أو تقوم بعض المؤسسات إلى التقرب من منابع الموارد الأولية أو إلى الأسواق مما يحتم عليها القيام بالاستثمارات خارج البلد وبالتالي تعتبر كمنتجات البلد الآخر.
- **توافر التكنولوجيا:** تعتبر التكنولوجيا من العوامل الأكثر أهمية في بناء الميزة التنافسية، فهي تعبر عن الاختراعات والابتكارات التي تستلزم أموال ضخمة توظف في مجال البحث والتطوير، فمعظم الابتكارات تمتلكها الدول المتقدمة، لذلك تلجأ الدول النامية إلى التجارة الخارجية كقناة لنقل هذه التكنولوجيا للنهوض باقتصاداتها.

المطلب الثالث: السياسة التجارية بين الحرية والتقييد:

لعبت الثورة الصناعية دورا هاما في تنشيط التجارة الدولية لسببين: الأول ويتمثل في حاجة الدول الصناعية للمواد الأولية اللازمة لعمليات التصنيع، والثاني في الحاجة لأسواق خارجية لتصريف الفائض من المنتجات المصنعة، وعلى إثر ذلك انقسم العالم إلى مجموعتين من الدول، دول صناعية ودول مصدرة للمواد الأولية والخامات، لكن الأزمة الاقتصادية العالمية لسنة 1929 وما نتج عنها من اضطرابات دفعت بعض الدول إلى تبني سياسات اقتصاديات انعكست على هيكل التجارة الدولية ككل، خاصة ما تعلق بسياسة

التقييد محاولة منها حماية منتجاتها من منافسة المنتجات المشابهة والبديلة الأجنبية، وبذلك يمكن تصنيف السياسة التجارية إلى نوعين سياسة الحرية وسياسة التقييد

أولاً: تعريفها:

يمكن للسياسة التجارة أن تشكل أداة أساسية لتحقيق الأهداف التنموية ويظل استخدام هذه السياسة كأداة للتنوع الصناعي وخلق القيمة المضافة أمراً أساسياً، حيث يمكن تعريفها على أنها:

- هي السياسة الاقتصادية التي تطبقها الحكومة في مجال التجارة الخارجية بغرض تحقيق أهدافها المالية والاجتماعية والاقتصادية والاستراتيجية باستخدام أدوات سعرية أو غير سعرية.

- هي مجموعة من الوسائل التي تلجأ إليها الدولة للتدخل في تجارتها الخارجية قصد تحقيق أهداف معينة¹، والهدف الرئيسي الذي ترمي إليه عادة هو تنمية الاقتصاد الوطني إلى أقصى حد ممكن، وقد ترمي إلى تحقيق أهداف أخرى فرعية مثل تحقيق التشغيل الكامل، الاكتفاء الذاتي، تثبيت سعر الصرف وإقرار التوازن في ميزان المدفوعات.

- كما يمكن تعريفها على أنها مجموعة من القواعد والأساليب والأدوات والاجراءات والتدابير التي تقوم بها الدولة في مجال التجارة الدولية لتعظيم العائد من التعامل مع باقي دول العالم، وفي إطار تحقيق هدف التوازن الخارجي ضمن منظومة تحقيق الأهداف الاقتصادية للمجتمع خلال فترة زمنية معينة².

من خلال التعاريف السابقة يتضح أن السياسة التجارية هي سياسة اقتصادية مطبقة في مجال التجارة الدولية عن طريق استخدام مجموعة من الأدوات التي تختلف تطبيقها من دولة لأخرى ومن فترة زمنية لأخرى، بهدف تقييد التجارة أو تحريرها.

ثانياً: اتجاهات السياسة التجارية

يمكن تصنيف السياسات المؤثرة في التجارة الدولية إلى نوعين هما:

¹ زينب حسين عوض الله، العلاقات الاقتصادية الدولية، الدار الجامعية، بيروت، (ب.س.ن) ص 20.

² أحمد عبد الرحمن أحمد، مدخل إلى إدارة الأعمال الدولية، دار المريخ، الرياض، 2001، ص 64.

1. سياسة الحماية التجارية:

والمقصود بها الاجراءات التي تستخدم فيها الدولة سلطتها العامة للتأثير بطريقة أو بأخرى على اتجاه المبادلات التجارية الدولية أو على حجمها والطريقة التي تسوى بها أو على هذه العناصر مجتمعة.¹

تتحلى معظم مبادئ هذه السياسة في الأفكار التي تروجها المدرسة الرمكنتيلية، حيث تعتبر التجارة بين الدول ماهي سوى صراع بين الدول لذا كانت تشجع تصدير المنتجات النهائية وتمنع كل أشكال التصدير للموارد الأولية أو النصف مصنعة مبررة ذلك في كون تصدير المواد الأولية سيرفع من نسب الواردات من السلع الاستهلاكية الأمر الذي يفقد الدولة قوتها وحجم المعادن النفسية التي تمتلكها.

نادى العديد من الاقتصاديين بانتهاج هذا الاتجاه في التعاملات التجارية الدولية مبررين موقفهم بالعديد من الحجج منها ما هو اقتصادي ومنها ما هو غير اقتصادي، حيث تتحلى الحجج الاقتصادية في:

● **حماية الصناعة الناشئة:** تفرض الحماية للصناعات الناشئة على أساس: تكلفة الانتاج الحدية لهذا النوع من السلع تكون مرتفعة نسبيا في البداية، حيث لا تقوى على منافسة المنتجات الأجنبية، لذلك يجب حمايتها جمركيا حتى تتمكن من بناء مزاياها التنافسية.²

وليست كل الصناعات يجب حمايتها بل تتطلب مجموعة من الشروط منها³:

- اقتصار الحماية على الصناعة دون الزراعة باعتبار الزراعة تمثل التخصص الطبيعي.
- اقتصار الحماية على الصناعات القادرة على التطوير بالمزايا النسبية والتنافسية في المستقبل.
- اقتصار الحماية على المراحل الأولى للصناعة أي حماية مؤقتة.
- **جذب رؤوس الأموال الأجنبية:** إن لجوء الدولة لحماية المنتجات المحلية من المنافسة المضروبة عليها من طرف المنتجات الأجنبية، يعد من الفرص الملائمة للشركات الأجنبية القيام باستثمارات داخل هذا البلد من جهة، وتجنبنا من عبء الرسوم الجمركية المفروضة على الواردات من جهة أخرى، هذه

¹ زينب حسين عوض الله، مرجع سابق، ص 296.

² عبد الرحمن يسري، الاقتصاديات الدولية، بدون دار النشر، الاسكندرية، 2007، ص 167.

³ أحمد عبد الرحمن أحمد، مرجع سابق، ص 65.

الاستثمارات التي من شأنها ترقية وتطوير فنون الانتاج محليا والرفع من كفاءته، مما يؤدي إلى زيادة الدخل الوطني والانفاق الكلي.

- **تنويع الانتاج:** إن التنويع الاقتصادي ودعم التخصص في ناحية واحدة من نواحي الانتاج يحمي الدولة من أخطار الهزات الاقتصادية التي قد تزعزع مركزها المالي، وهذه الحجة لا تنطبق إلا على الدول التي تتخصص في إنتاج وتصدير سلعة أو عدد محدود من السلع في حين تستورد عدد كبير من السلع¹.
- **تخفيض البطالة:** الهدف من فرض رسوم جمركية على المنتجات الأجنبية الحد من النفقات على هذا النوع من المنتجات وإعادة توجيه الدخل الوطني نحو تشجيع تنافسية المنتجات المحلية وبالتالي زيادة الطلب على عوامل الانتاج من بينها معدلات التشغيل².
- **تمويل خزانة الدولة:** إن فرض رسوم جمركية مرتفعة على المنتجات المستوردة من شأنه الرفع من إيرادات الخزانة العامة للدولة، إلا أنه ما يعيب هذه الحجة أن المستهلك هو الذي يتحمل تلك الزيادة مما يؤدي إلى انخفاض الرفاهية³.
- **معدل التبادل الدولي:** إن منهج الحماية يحتم فرض قيود على الواردات سواء سعرياً أو كمي، مما يؤدي إلى ارتفاع أسعار المنتجات الأجنبية، لذا فإما يحاول الأجنبي تحمل الضريبة المفروضة عليه وبالتالي انخفاض الأسعار وتعزيز القدرة الشرائية للمستهلك المحلي أو يحملها للمستهلك مما يؤدي إلى عزوف هذا الأخير عن اقتنائها وبالتالي انخفاض الواردات⁴.
- **الإغراق:** الإغراق هو بيع المنتج بسعر أقل من تكاليف إنتاجه في الأسواق الأجنبية ولتغطية هذه الخسارة يتم بيعه في السوق المحلي بأسعار مرتفعة، وبالتالي توسيع الحصة السوقية في الأسواق الأجنبية على حساب المنتجين المحليين لذلك البلد، لذلك فكلما شعرت الدولة بأي إغراق تسارع إلى مكافحته عن طريق فرض رسوم جمركية مرتفعة أو منع الاستيراد كلياً⁵.

¹ محمد سيد عابد، التجارة الدولية، مرجع سابق، ص 244.

² محمد الثابت، التجارة الداخلية والخارجية، منشورات جامعة حلب، 1977، ص 62.

³ نفس المرجع، ص 142.

⁴ مجدي محمود شهاب، الاقتصاد الدولي المعاصر، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2007، ص 120.

⁵ زينب حسين عوض الله، مرجع سابق، ص 293.

بالإضافة إلى بعض الحجج غير الاقتصادية التي يبرز بها أصحاب هذا الاتجاه أرائهم أن الحرية تعمل على ربط اقتصاد الدولة بالاقتصاد الدولي، خاصة فيما يتعلق بالمواد الأساسية مما يضعها في مركز حرج في حالة وقوع حرب¹، في حين أن الحماية تساعد على تحقيق الاستقلال الاقتصادي بالإضافة إلى أن الحرية التجارية تشجع دخول منتجات مختلف الدول، ومن المعروف أن معظم المنتجات تنتج وفق عادات وتقاليد وأذواق بلدانها لذا ستؤثر الحرية التجارية على الطابع الوطني في المنتجات المستوردة.

2. سياسة الحرية التجارية:

تعمل هذه السياسة على إبراز نوع من الحرية إزاء تدفق السلع والخدمات عبر الحدود السياسية للدولة، حتى تكون التجارة الدولية حرة خالية من القيود والعقبات، إذ لا يجوز فرض قيود تعيق تدفق السلع والخدمات بالنسبة للصادرات أو الواردات على حد سواء.²

كما تعرف على أنها جملة من الاجراءات والتدابير الهادفة إلى تحويل نظام التجارة الخارجية للحياد، بمعنى عدم ترك المجال لتدخل الدولة في التجارة الخارجية وذلك عن طريق إزالة أو تخفيض القيود التعريفية من أجل تدفق التجارة الدولية.³

وقد استند أنصار هذا الاتجاه إلى العديد من المبررات التي نذكر منها:

- **التخصيص في الإنتاج والتقسيم الدولي للعمل:** حيث تعمل حرية التجارة على رفع القيود على حركة تدفق المنتجات من أماكن إنتاجها إلى أماكن استهلاكها وبأثمان منخفضة، مما يدفع بالدول إلى التخصص في إنتاج المنتجات التي تمتلك مزايا نسبية في إنتاجها.
- **انخفاض أسعار المنتجات الدولية:** من التعاريف السابقة نلاحظ أن حرية التجارة تعني رفع مختلف القيود والرسوم عن المنتجات الأجنبية حتى تزداد المنافسة بين مختلف المنتجات سواء البديلة أو المكملة، الأمر الذي يؤدي إلى انخفاض الأسعار وزيادة جودة هذه المنتجات.⁴

¹ أحمد بديع بليح، الاقتصاد الدولي، الاسكندرية، 1993، ص 237.

² مصطفى رشيد شيخة، الأسواق الدولية (المفاهيم والنظريات والسياسات)، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2003 ص 144

³ عبد المجيد قدي، المدخل إلى السياسات الاقتصادية الكلية (دراسة تحليلية تقييمية)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2004، ص 249.

⁴ خلان عبد الجابر خلان، القيود الجمركية وتطوير التجارة الخارجية للدول الأخرى في النهج، دار الفكر العربي، (ب. س. ن)، ص 18.

- تشجيع التقدم التكنولوجي: حيث تعمل سياسة الحماية على حماية الصناعة الناشئة بكل ما تتخبط فيه من تخلف تكنولوجي، أما سياسة الحرية فهي تدعم المنافسة مما تسمح باحتكاك المنتج المحلي بالأجنبي للحصول على التكنولوجيا المملوكة له حيث تكتسب مميزات تساعد في تحسين القدرة التنافسية لها.
- الحد من سياسة الاحتكار وحماية المستهلك: إن سياسة الحرية تعمل على توفير مجموعات مختلفة وأنواع متعددة لمنتج واحد، وبالتالي تعمل على توفير خيارات متعددة أمام المستهلك وتترك له حرية المفاضلة بينهما.¹
- الحد من سياسة افقار الغير: إن انخفاض الواردات الناتج عن فرض رسوم جمركية عالية يؤدي إلى انخفاض الصادرات، بحيث لن تستطيع هذه الدول تصدير الفائض من إنتاجها بصفة مستمرة دون أن تستورد فائض من إنتاج العالم الخارجي.²

ثالثا: أدوات السياسة التجارية:

تقسم أدوات السياسات التجارية إلى نوعين رئيسيين هما: أدوات سعوية والأخرى كمية، سنتطرق بالتفصيل لكل منهما:

1. الأدوات السعوية: تشمل الأدوات السعوية كل من الرسوم الجمركية، الإعانات، الإغراق، وتخفيض سعر الصرف.

أ. الرسوم الجمركية: تعرف الرسوم الجمركية على أنها ضريبة تفرضها الدولة على السلع عندما تجتاز حدودها، سواء كانت صادرات أو واردات³، لكن في غالب الأحيان تستعمل كوسيلة لتطبيق الحماية التجارية بفرضها على الواردات دون الصادرات.

وتنقسم الرسوم الجمركية إلى ثلاث أنواع:

¹ محمد الناشد، مرجع سابق، ص 224.

² عادل أحمد حشيش، مجدي شهاب، مرجع سابق، ص 228.

³ مجدي محمود شهاب، مرجع سابق، ص 129.

- **حسب تحديد الرسم:** حيث تصنف إلى:¹
 - رسوم قيمية: وذلك لاحتساب قيمتها على أساس نسبة من قيمة البضائع المستوردة.
 - رسوم نوعية: وذلك على أساس مبلغ معين بصرف النظر عن قيمة السلعة المستوردة، كأن يفرض مبلغ 1000 دينار لكل طن من الشحنة.
 - رسوم مركبة: وهو خليط بين الأول والثاني.
- **حسب الهدف:** حيث تصنف إلى:
 - رسوم مالية: وهي الرسوم المفروضة لتحقيق إيرادات لخزينة الدولة.
 - الرسوم الحمائية: المفروضة بهدف حماية الإنتاج المحلي من المنافسة الأجنبية.²
- **حسب وعاء الرسم:**
 - رسم الصادرات: وهي الرسوم المفروضة على الصادرات.
 - رسم الواردات: وهي الرسوم المفروضة على الواردات.
- ب. **إعانات الصادرات:** يقصد بها تلك المساعدات والمزايا النقدية المباشرة وغير المباشرة كالإعفاء من الضرائب أو تخفيض تكلفة السلع المعدة للتصدير التي تقدمها الدولة للمصدرين حتى يتمكنوا من تصدير منتجات معينة من أجل كسب أسواق في الخارج.
- أو تشمل كل الإجراءات التي يكون الغرض منها تشجيع المصدرين المحليين على مزاولة نشاطهم في الأسواق العالمية.
- تعرفها المنظمة العالمية للتجارة على أنها كل تدخل للدولة من شأنه منح ميزة للمستفيد من هذا التدخل.³

¹ سهير محمد السيد حسن، محمد محمد النبأ الاتجاهات الحديثة في السياسات التجارية، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، 2005، ص

182.

² زينب حسين عوض الله، مرجع سابق، ص 297.

³ مجرح محمود شهاب، مرجع سابق، ص 148.

يمكن التمييز بين نوعين من الإعانات¹:

- إعانات تصديرية مباشرة: في شكل مبلغ معين من النقود، يدفع للمصدر، يحدد إما على أساس قيمي أو نوعي
- إعانات تصديرية غير مباشرة: وتشمل كل أنواع الإعفاءات الضريبية والتسهيلات الائتمانية... إلخ، المقدمة من طرف الدولة للمصدرين.
- ج. الإغراق: يقصد به محاولة بيع منتج ما في الأسواق الدولية بأقل تكلفة انتاجه أو على الأقل بيع المنتج في الأسواق الدولية بسعر أقل من السعر المحلي²، ويمكن تقسيمه إلى أربع أنواع³:
 - الإغراق الافتراضي: حيث يعتمد سعر أقل من أسعار المنافسين للقضاء عليهم ومن ثم التحكم في السوق، ثم ترفع السعر مستغلة وضعها الاحتكاري.
 - إغراق المدخلات المنفصل: يحدث عندما تكون الواردات قد تم تصنيفها من مواد خضعت للإغراق في الدول التي تصنع السلع النهائية بها.
 - الإغراق العارض: وهو بيع المنتجات في الأسواق الخارجية بأسعار منخفضة عنها في الأسواق المحلية بهدف التخلص من فائض المنتجات، من موسم معين وعادة ما يحدث مع سلع الزراعية.
- د. تخفيض سعر الصرف: يقصد بهذه الأداة تخفيض قيمة العملة من أجل زيادة تنافسية المنتجات المصدرة في الأسواق الدولية، كما تستخدم في علاج الاختلال في ميزان المدفوعات من خلال تشجيع الصادرات وتقييد الواردات كما أنها تعمل على إعاقه تسريب رؤوس الأموال إلى الخارج وتشجيع استيرادها من الخارج⁴.

¹ زينب حسين عوض الله، مرجع سابق، ص 302.

² محمد سيد عابد، المرجع سابق، ص 247.

³ نفس المرجع.

⁴ عبد الرحمن زكي، اقتصاديات التجارة الخارجية، دار الجامعات المصرية، بدون سنة النشر ص 129.

2- الأدوات الكمية:

من أهم الأدوات المستخدمة في هذا النوع: نظام الحصص ونظام تراخيص الاستيراد.

أ- نظام الحصص: يقصد بنظام الحصص، ذلك النظام الذي يقيد كميا الواردات، أي تقييد وتنظيم استيراد كل أو بعض السلع المستوردة خلال فترة زمنية محددة¹، طبق هذا النظام لأول مرة سنة 1931 من طرف فرنسا وبلجيكا.

لنظام الحصص آثار اقتصادية، حيث يؤدي إلى التفاوت بين الثمن في الخارج والداخل، مما يخلق فرصة للحصول على ربح إضافي، أما من يحصل على هذا الربح فالأمر يتحدد على كيفية تنظيم نظام الحصص، وعلى هيكل سوق السلعة الخاضعة لهذا النظام.

تفضل العديد من الدول اتباع نظام الحصص على نظام الرسوم الجمركية لعدة أسباب، تتمثل في عدم مرونة عرض الواردات وعدم الإلمام بظروف عرض وطلب السلع، بالإضافة إلى أن هذا الأسلوب يعتبر أكثر مرونة في حماية الصناعات الناشئة لإمكانية استخدامه في حدود الاتفاقيات التجارية الدولية.

لقد أثار توزيع الحصص العديد من المشاكل أهمها كيفية توزيع هذه الحصص بين الدول المختلفة، وبين المستوردين داخل البلد الواحد.²

• على مستوى الدول: نميز بين نوعين من الحصص على مستوى الدول

- **الحصص الكلية:** في هذا النوع تقوم الدولة بتحديد حجم احتياجات السوق المحلية من منتج محدد لتعويضه بالمنتج الأجنبي خلال فترة زمنية محددة، أي تحديد الحجم الكلي الواجب استيراده من الخارج دون تحديد وجهة الاستيراد.

- **الحصص الجزئية:** التوزيع في هذا النوع عكس النوع الأول، حيث تقوم الدولة بتحديد الحصص الواجب استيرادها من منتج معين لكل دولة من الدول المتعامل معهم، معتمدة في ذلك على طبيعة العلاقة مع كل دولة.

¹ أشرف أحمد عدلي، التجارة الدولية، ط1، شركة رؤية ومؤسسة طيبة، مصر 2006، ص 117.

² عادل أحمد خشيش، أسامة محمد الفولي، مجده محمود شهاب، أساسيات الاقتصاد الدولي، مرجع سابق، ص 232.

- **على مستوى المتعاملين المحليين:** نقصد بالمتعاملين المحليين المستوردين في هذا المجال تقوم الدولة بطرح الكمية الواجب استيرادها من منتج معين خلال فترة زمنية محددة ويتم تحديد المستوردين على أساس:

-**اختيار المصدر:** حيث يقوم المصدر باختيار المستورد المتعامل معه.

- **اختيار الدولة:** يقوم المتعاملين بإيداع طلبات للحصول على حصص للاستيراد، وتقوم الدولة باختيار الأحسن من بينهم بالاعتماد على معايير محددة، حيث لا يستطيع لأي كان أن يقوم باستيراد أي منتج أو بأي كمية دون الحصول على رخصة لذلك من طرف الدولة.

لقد وجهت العديد من الانتقادات لهذا النظام في العلاقات الاقتصادية لابتعاده عن آليات السوق والتدخل الإداري الكبير، ومع ذلك فلا ينبغي أن ننسى أنه في بعض الظروف الاستثنائية مثل الحروب والأزمات لا مفر من استخدامه لتحقيق التوازن.

ب- تراخيص الاستيراد: لا بد لنظام الحصص أن يصاحب نظام المنح التراخيص، سواء بغرض التصدير وتسمى تراخيص التصدير، أو لغرض الاستيراد وتسمى تراخيص الاستيراد، حيث تفرض الدول على الراغبين في استيراد منتج محدد من المنتجات المقيدة كيميا، ضرورة التقدم للحصول على تراخيص استيراد، ثم تقوم الدولة بتجميع هذه التراخيص وتوزيع الحصص الكمية على الراغبين في الاستيراد، ونفس العملية بالنسبة لتراخيص التصدير إلى الخارج.

إن لنظام التراخيص الاستيراد العديد من الانتقادات، حيث ينشأ عنه نوع من الفساد الإداري، لتمرير كمية الواردات أكبر من تلك التي يتم تخصيصها للمستورد وفقا للتراخيص، بالإضافة إلى بروز سوق سوداء لبيع التراخيص والاتجار فيها، بدون أن يقوم حامل الترخيص الأصلي بالاستيراد الفعلي، وهناك مشكلة أخرى أخطر مما سبق والمتمثلة في تزايد حالات التهريب السلمي عبر الحدود لتجاوز القيود الكمية.

3- الأدوات التنظيمية:

إن الهيكل التنظيمي الذي تتحقق في نطاقه المبادلات التجارية ينطوي على عدد من المواضيع المتصلة بالسيادة التجارية وبالتالي بتخطيطها، ومن أهم هذه المواضيع ما يلي¹:

¹ زينب حسين عوض الله، الاقتصاد الدولي، مرجع سابق، ص 297.

أ- المعاهدات التجارية: وهي تلك المعاهدات التي تعقدها الدولة مع مختلف الدول الأخرى من خلال أجهزتها الدبلوماسية من اتفاق يعرض تنظيم العلاقات التجارية التي تعتبر تعاقد يتناول أمور تفصيلية تتعلق بالتبادل التجاري بين الدولتين، وتتضمن الإشارة إلى الاجراءات بنوع من التفصيل كتحديد الكميات أو القيم أو بيان المنحنيات التي تدخل في نطاق المبادلات بين هاتين الدولتين.

ب- اتفاقيات الدفع: وهو اتفاق بين دولتين يضم قواعد تسوية المدفوعات التجارية وغيرها وفقا للأسس والأحكام التي يوافق عليها الطرفان، وجوهر هذا الاتفاق هو أن تتم حركة المدفوعات بين الدولتين المتعاقدين بالقيود في حساب مقاصة المدفوعات ومحصلات كل منها مع الأخرى.

ج- الحماية الإدارية: ويقصد بها جميع الوسائل التي ترمي إلى التشديد في تطبيق القوانين الجمركية ووضع عقبات استثنائية على الواردات بهدف حماية السوق المحلية بمجموعة من الإجراءات وهي:

- تقسيم قيمة الواردات لزيادة قيمة الرسم الواجب دفعه.
- الرفع من مستوى شروط الصحة والتنوعية لاضعاف القدرة التنافسية للسلعة المستوردة مقارنة بال محلية.
- التضييق على المندوبين التجاريين القائمين بأعمال الدعاية لمنتجاتهم بواسطة التعنت في إجراءات إقامتهم أو فرض الرقابة على الصرف وتعقيد إجراءات الدفع إلى الخارج.

د- التكتلات الاقتصادية:

ظهرت هذه التكتلات بعد الحرب العالمية الثانية من طرف مجموعة من الدول، حتى أصبح يسمى منتصف القرن العشرين بعصر التكتلات الاقتصادية كمحاولة لتحرير التجارة بين عدد محدود من الدول نتيجة للقيود الحمائية المفروضة على المبادلات التجارية الدولية، حيث تعرف على أنها العملية التي يتم بمقتضاها إزالة كافة العقبات التي تعترض وجه التجارة القائمة بين مجموعة الدول المتكاملة في مقدمتها إزالة القيود الجمركية وكذا العقبات التي تعرقل انسياب حركة رؤوس الأموال وانتقال العمالة بين الدول الأعضاء، مضافا إليها ما تتجه إليه الدول من تنسيق وخلق تجانس بين السياسات الاقتصادية المختلفة لتصبح في الأخير كلا واحدا¹.

وتتخذ التكتلات الاقتصادية عدة أشكال بدءا بالترتيبات المرنة مثل التفضيل الخاص بمنطقة دول الكومنولث، إلى الاندماج الاقتصادي التام.

¹ سامي عفيف حاتم، الاتجاهات الحديثة في الاقتصادية الدولي والتجارة الدولية، "التكتلات الاقتصادية بين التنظيم والتطبيق"، ج2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005، ص27.

- **اتفاقية التجارة التفضيلية:** هو اتفاق بين دولتين أو أكثر، تتعهد بموجبه كل دولة على أن تكون هناك معاملة تفضيلية تتضمن منح مزايا وتسهيلات جمركية للسلع الواردة من الدول المتعاقدة، تشمل إزالة بعض العوائق الكمية وغير الكمية في مجال التجارة الخارجية دون إلغائها، مع الحفاظ أو الزيادة في العوائق على السلع المستوردة من الدول غير الأعضاء في منطقة التفضيل، ومن أشهر الترتيبات التفضيلية ما عرف بمنطقة الكومنولث، وتعتبر هذا الشكل أكثر أشكال التكتل الاقتصادي رخاوة¹.
 - **منطقة التجارة الحرة:** في هذا الشكل تقوم الدول الأعضاء بإزالة كافة العقبات التي تقف في طريق التجارة البينية الخاصة بها، وبالتالي تلتزم كل دولة بإزالة كافة القيود الجمركية وغير الجمركية المفروضة على المبادلات التجارية مع بقية الدول الأعضاء في منطقة التجارة الحرة، على أن تحتفظ كل دولة بالتعريف الجمركية إزاء الدول غير الأعضاء².
 - **الاتحاد الجمركي:** في هذا الشكل يتم إلغاء كافة الرسوم والحواجز الجمركية وغير الجمركية فيما بين الدول الأعضاء، إضافة إلى توحيد التعريف الجمركية لكل الأعضاء إزاء العالم الخارجي، وكذا امتناع الدول الأعضاء عن عقد اتفاقيات جمركية منفردة مع الدول الأخرى، والهدف من ذلك هو الحرص على فعالية التعريف الجمركية الموحدة وزيادة المركز التنافسي للدول.
- وفي غالب الأحيان تكون الاتحادات الجمركية أكثر كفاءة من أشكال التكتل الأخرى وتسمح بالتكامل بين الأسواق بدرجة أكبر³.
- **السوق المشتركة:** في هذا الشكل تلغى الرسوم والحواجز الجمركية بمختلف أشكالها بين الدول الأعضاء، وتوضع سياسة تجارية خارجية موحدة اتجاه الدول غير الأعضاء في العالم الخارجي، الجديد في هذا الشكل إلغاء كل القيود على حركة عناصر الانتاج مثل العمل ورأس المال والتكنولوجيا فيما بين دول الأعضاء وبالتالي تصبح المنطقة عبارة عن سوق واحد يتم في إطارها انتقال السلع والأشخاص ورؤوس الأموال في حرية تامة⁴.

¹ سامي عفيف حاتم ، مرجع سبق ذكره، ص 286.

² موريس شيف ول، آلن ويتنرز، التكامل الإقليمي والتنمية، مركز قراء الشرق الأوسط، مصر 2003، ص 79.

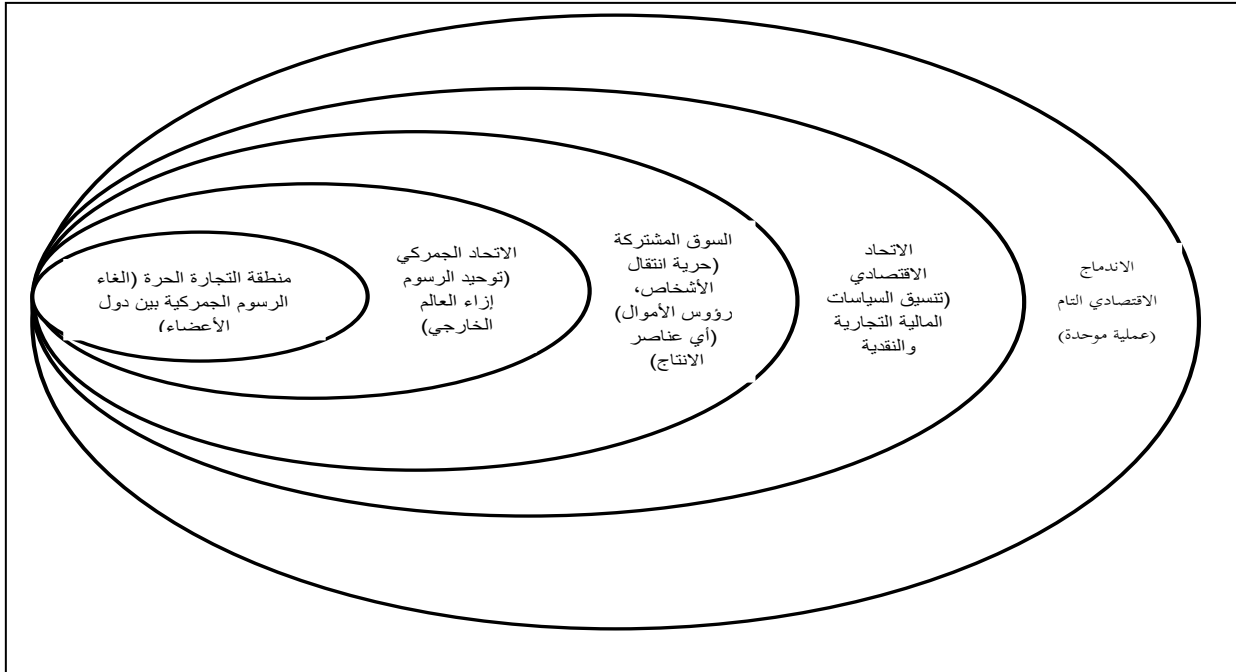
³ إكرام عبد الرحيم، التحديات المستقبلية للتكتل الاقتصادي العربي، العولمة والتكتلات الإقليمية البديلة، مكتبة مدبولي، القاهرة، 2000، ص 64.

⁴ محمود يونس، اقتصاديات دولية، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2000، ص 145.

- **الاتحاد الاقتصادي:** يعد صورة متطورة عن السوق المشتركة، حيث يتضمن كافة أوجه هذا الأخير إضافة إلى توحيد وتنسيق السياسات الاقتصادية فيما بين دول الأعضاء من سياسات تجارية ومالية ونقدية إلى جانب السياسات الاجتماعية، ونظرا لاستمرار وجود الوحدات السياسية المنفصلة، فإن الاتحاد الاقتصادي على وجه العموم يقوم بتأسيس سلطة فوق الوطنية تلزم كافة الدول الأعضاء¹.
- **الاندماج الاقتصادي التام (الاتحاد الاقتصادي والنقدي):**

يمثل المرحلة الأخيرة التي يمكن أن يصل إليها أي مشروع للتكامل الاقتصادي، إذ تتضمن بالإضافة إلى ما تقدم في المراحل السابقة توحيد السياسات الاقتصادية كافة، وإيجاد سلطة عليا وعملة موحدة تجري في التداول عبر بلدان المنطقة المتكاملة وجهاز إداري موحد لتنفيذ هذه السياسات، وفي هذه المرحلة تتفق كل دولة عضو على تقليص سلطاتها التنفيذية الذاتية وخضوعها للسلطة الإقليمية العليا، وهذا يعني أن التكتل الاقتصادي التام لا يحتاج إلا لخطوات محددة للوصول إلى وحدة سياسية فعلية².

الشكل (1-1): أشكال التكتل الاقتصادي



المصدر: عيسى محمد الغزالي، التجارة الخارجية والتكامل الاقتصادي الاقليمي، مجلة جسر التنمية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، العدد 81، مارس 2009، ص 9.

¹ عادل أحمد حشيش، العلاقات الاقتصادية الدولية، دار الجامعة الجديدة للنشر، 2000، ص 270.

² زينب حسين عوض الله، مرجع سابق الذكر، ص 311.

المبحث الثاني: الصادرات في الفكر الاقتصادي:

إن الغرض الأساسي من أي نظرية هو التفسير والتنبؤ بشأن الظواهر المختلفة ولأن الظواهر الاقتصادية تتميز بالتعقيد، فإن واضعي النظريات الاقتصادية يلجؤون إلى التجريد من أجل عزل المتغيرات الاقتصادية مركز الاهتمام والتي من وجهة نظرهم تؤثر مباشرة في الظاهرة محل البحث، إلا أنه يتم الاعتماد في هذه العملية (عملية التجريد) على افتراضات غير واقعية مثل حصر دول العالم في دولتين والإنتاج في منتجين حتى عناصر الإنتاج يتم حصرها في عنصرين فقط وهما العمل ورأس المال... الخ.

والهدف من هذه الافتراضات تبسيط الواقع لكي يسهل التعامل معه، وبعد التعرف على طبيعة العلاقة التي تربط بين المتغيرات يتم العودة إلى الواقع من خلال التخلي التدريجي على الافتراضات غير الواقعية.

المطلب الأول: الصادرات في الفكر الماركسي:

يطلق مصطلح "التجارية / الماركسية" على مجموعة الآراء والإجراءات الاقتصادية التي طبقها أنصار القومية في معظم البلدان الأوروبية، في المدة ما بين 1500 إلى 1750 بعد توفير الفائض في الميزان التجاري للدولة، هذا الفائض الذي يعتبر الوسيلة الوحيدة في نظرهم لجذب المعادن النفيسة اللازمة لازدهار الدولة وتقويتها، لا سيما الدول المحرومة من مناجم هذه المعادن¹.

أولاً: مبادئ الفكر الماركسي:

1- الثروة عند الماركسيين:

آمن الماركسيين بفكرة واحدة مفادها تعزيز قوة الدولة بواسطة تعزيز ثروتها، واعتقدوا أن لا سبيل لتحقيق ذلك إلا عن طريق زيادة المعادن النفيسة (الذهب والفضة) للدولة، فمقياس قياس الدولة وراثتها يتمثل في حجم ما تملكه من هذه المعادن.

¹ فخر مطانيرس حبيب، التجارة الماركسية، الموسوعة العربية، المجلد السادس، www.arab-ency.com

2- الميزان التجاري وسياسة الحماية:

لقد طرح الماركنتليين آيتين لتحقيق الزيادة في ثروة الدولة وهما¹:

- استثمار مناجم الذهب والفضة: إذ أن هناك بعض الدول من تملك مناجم للمعادن النفيسة، حيث كانت آراء الماركنتليين تحت على وجوب الاستثمار في استخراج هذه المعادن ومنع تسربها خارج البلاد.
- تنشيط التجارة الخارجية: إذ على الدول التي لا تمتلك هذه الثروة في أراضيها أن تنشط تجارتها الخارجية عن طريق تشجيع الصادرات من السلع الاستهلاكية وتقييد الواردات منها وفي المقابل تقييد الواردات من السلع الاستهلاكية وتشجيع الواردات من الموارد الأولية حيث أن هذا الاجراء من شأنه منع تسرب المعادن النفيسة إلى الخارج في شكل أموال مدفوعة نظير الواردات من السلع الاستهلاكية وزيادة دخولها من الخارج عن طريق مقبوضات عن السلع الاستهلاكية المصدرة.

3- تشجيع سياسة الاحتكار:

اعتمد الماركنتليين موقفا سلبيا اتجاه المنافسة وتشجيع الاحتكار أو على التحكم الاحتكاري في الأسعار والسلع، وبذلك تراجع مفهوم السعر العادل ومن هنا كانت براءات الاحتكار تعطى بحرية كبيرة في إنجلترا في عصر الملكة إليزابيث وكانت هذه البراءات هبة سخية إلى أن قيدها البرلمان الإنجليزي بموجب قانون الاحتكارات عام 1623².

4- تحقيق الإكتفاء الذاتي:

نتيجة للمبدأ المعتمد من طرف الماركنتليين والقائل بأن منفعة الدولة تكون على حساب خسارة دولة أو دول أخرى، كان الماركنتلين منطوين على ذاتهم كليا ولا يهتمون إلا بمصالحهم، بالإضافة إلى تركيزهم بشكل خاص على تشجيع الصادرات وتقييد الواردات بالنسبة لمستوى معين للنشاط الاقتصادي، وبما أن صادرات دولة ما هي واردات دولة أخرى، فإن هذا المبدأ الداعي إلى السعي للفائدة الأنانية أصبح يسمى بـ "سياسة افقار الجار" مما عزز الحروب والصراعات بين الدول.

¹ مختار عبد الحكيم طلبة: مقدمة في المشكلة الاقتصادية، جامعة القاهرة، 2007 ص 36.

² نفس المرجع، ص 37.

5- النمو السكاني:

يرى أنصار هذا الفكر أن زيادة السكان وتنمية الثروة عاملان يرتبط أحدهما بالآخر وهما مرتبطان ببناء قوة الدولة، حيث زيادة السكان تؤدي إلى سهولة الحصول على اليد العاملة الرخيصة مما يؤدي إلى تحقيق التنمية الصناعية وتشجيع تجارة التصدير من جهة، ومن جهة أخرى تؤدي الزيادة في الصادرات الذي يسمح بتشغيل عدد أكبر من السكان مما يؤدي إلى زيادة السكان.¹

ثانيا: السياسات الاقتصادية للفكر الماركنتلي:

إذا كان الاتفاق بين التجارين على أن هدف السياسة الاقتصادية هو العمل على زيادة قوة الدولة وزيادة ثروتها الاقتصادية، فقد اختلفت الوسائل والسياسات باختلاف ظروف كل دولة، فتطبيق مبادئ الماركنتلين لم يتم بنفس الصورة بين كل الدول، بل بالعكس كانت له عدة اتجاهات أبرزهما في إسبانيا، فرنسا، وإنجلترا، وكان كل اتجاه يعبر عن وضعية تاريخية معينة وعن بنية اقتصادية معينة، ويعبر في نفس الوقت عن آفاق تنمية اقتصادية معينة.

1- السياسة المعدنية في إسبانيا:

تتلخص هذه السياسة في منع تصدير المعادن النفيسة إلى الخارج واشتراط استيفاء قيمة السلع المصدرة بالمعادن الثمينة، والزام المستوردين بمقايضة السلع المستوردة بسلع محلية.

وسنت السلطات الاسبانية القوانين التي ألزمت البواخر التي تحمل السلع المصدرة تسليم الدولة قيمتها بالذهب والفضة، ومنع التجار الأجانب ممن يبيعون سلعهم داخل اسبانيا من إخراج معادنهم النفيسة وألزمهم شراء سلع إسبانية مقابلها.

¹ فاخر مطانيوس حبيب، مرجع سبق ذكره

2- السياسة الصناعية في فرنسا:

كانت ترى فرنسا بأن ثروة الدولة تكمن في تشجيع صناعاتها المحلية لزيادة الصادرات، ولقد اشتهر من بين المركاتيليين الفرنسيين كل من:¹

- **لوي بودان:** من خلال القانون الكمي للنقود الذي قدمه لتفسير ظاهرة ارتفاع الأسعار التي اجتاحت أوروبا في القرن 16، حيث كان يرى ارتفاع الذهب الوارد إلى البلد من الخارج يؤدي بالضرورة إلى زيادة كميته مما ينتج عنه انخفاض في قيمته وبالتالي في قدرته الشرائية.
- **أنطوان دي مونكريتيان:** أيد أنطوان فكرة بودان والرامية إلى أن تشييد صناعة وطنية تكون أساسا للنهضة إلى غاية اعتبار الصناعة بمثابة "الدم للقلب" بالنسبة للبلد، لكن انتقده في سياسة تراكم الذهب، مينا سلبياتها على الاقتصاد، ومؤكدا على أن الانتاجية هي الأداة الوحيدة لضمان جمع الثروات.
- **كولبير:** كان يعتقد بأن وفرة المعادن الثمينة في الدولة دليل على قوتها، وأكد أن كمية المعادن التي تدور في أوروبا محددة، لذا لا يمكن زيادة النقود في فرنسا إلا بأخذ الكمية نفسها من دول مجاورة، ولذلك تركزت جهود التجار بزعامة كولبير على مجموعة من التدابير:
 - أ- وضع قواعد لتنظيم الإنتاج تضمن تحسينه وتزيد قدرته على المنافسة.
 - ب- وضع قواعد الحماية الجمركية لإتجاه السلع الأجنبية.

كان كولبير يركز كل الاهتمام على دعم الصناعة وتحسين جودة الإنتاج الصناعي وتوفير كل الشروط المواتية لذلك، فالصناعة في رأيه هي الأداة الأساسية لزيادة الصادرات، أما الزراعة فدورها يقتصر على انتاج المواد الغذائية للسكان وتوفير المواد الأولية لتوسيع الصناعة، ومن أجل ذلك إتخذت الإجراءات التالية:

- إقامة مصانع ملكية لضمان زيادة الإنتاج وتحسينه.
- منح المساعدات والإعفاءات الضريبية للمصانع القائمة.
- فرض أسعار متدنية على المواد الغذائية للابقاء على الأجور منخفضة وتوفير يد عاملة رخيصة.
- فرض أسعار متدنية على المواد الأولية ومنع تصديرها لتوفيرها للصناعة بتكلفة منخفضة.
- فرضة الحماية الجمركية لمصلحة الإنتاج المحلي وإعفاء المواد الأولية اللازمة للصناعة المحلية.

¹ فاخر مطانيوس حبيب، مرجع سبق ذكره.

- إقامة المنشآت البحرية وتوسيع الأسطول وفرض رسوم إضافية على السفن الأجنبية كنسبة حملتها عند رسوها في الموانئ الفرنسية.

- تأسيس شركات تجارية كبيرة لتصريف المنتجات الصناعية في الخارج.

3- السياسة التجارية في بريطانيا:

وتقوم هذه السياسة على الحصول على المعادن النفيسة من الخارج عن طريق التجارة بين البلدان المختلفة، وقد ساعدها في ذلك أسطولها التجاري الضخم الذي تميزت به على سائر الدول الأخرى، ولكي تشجع الدولة التجارة الخرجية، فرضت من القوانين ما يحمي تلك التجارة مثل قانون الملاحة الذي استلزم أن تكون السفن القائمة بالتجارة بينها وبين مستعمراتها مملوكة لأشخاص انجليز، وأن يكون ثلاث أرباع البحارة من الانجليز وإلا لا تنقل السلع الواردة من خارج إنجلترا إلا سفن انجليزية.

وبصفة عامة يمكن القول أن آراء الماركيتليين تمحورت حول تقوية مركز الدولة في العالم من خلال تعزيز ثروتها، هذه الثروة التي يرون أنها لا تتحقق إلا بألية واحدة ووحيدة والمتمثلة في سياسة تشجيع وتنمية الصادرات وتقليل الواردات من السلع الاستهلاكية حتى تضمن فائض في الميزان التجاري لصالح الدولة، وقد ركز الماركيتليين في هذه السياسة حول النقاط التالية:¹

- تشجيع الصادرات من السلع الصناعية بكافة الوسائل.
- إنشاء المستودعات الكبيرة للسلع الجاهزة للتصدير.
- إنشاء المناطق الحرة والموانئ التي من شأنها مساعدة الصادرات على التطور.
- تشجيع عمليات إعادة التصدير ودعمها من خلال اتباع نظام " الدرأوباك" *.
- العمل وبشكل مستمر على توسيع وإيجاد وإكتساب الأسواق الخارجية الجديدة وخاصة في البلدان المكتشفة حديثا.
- تقديم الدعم والمعونة المالية لبعض الصناعات التصديرية لمواجهة المنافسة الخارجية.
- رد بعض الرسوم أو الضرائب التي سبق أن تم تحصيلها عند استيراد المواد الخام لها من الخارج.
- تخفيض نفقات إنتاج السلع التي تصدر إلى الخارج من خلال سياسة الأجر المنخفضة.

¹ محمد مسلم حمود الخالي، الصادرات الوطنية ودورها في التنمية الاقتصادية في الأردن، أطروحة دكتوراه، جامعة القاهرة، 1999 ص 11.

* نظام " الدرأوباك" "Drawback": هو نظام الترداد رسوم استيراد سلعة بعد إعادة تصديرها.

المطلب الثاني: الصادرات في الفكر الكلاسيكي ونيوكلاسيكي:

يرجع بداية ظهور الفكر الكلاسيكي إلى أواخر القرن الثامن عشر، حيث جاءت كرد فعل لآراء المذهب المركنتيلي، و التي كانت تدعو إلى ضرورة فرض القيود على التجارة الخارجية من قبل الدولة بهدف الحصول على أكبر كمية ممكنة من المعادن النفيسة بإعتبارها مقياس لقوة الدولة، ولقد ظلت هذه الأفكار سائدة حتى ظهرت مدرسة الفيزيوقراط التي نادى بحرية النشاط الاقتصادي وفقا لقوانين الطبيعة، الأمر الذي دفع إلى ممارسة النشاط الاقتصادي بحرية بعيدا عن القيود المفروضة من طرف الدولة، مما مهد الطريق لظهور أفكار بعض الاقتصاديين الذين هاجموا جميع أشكال الحماية والتدخل والقيود على التجارة الخارجية.¹

أولا: الصادرات في الفكر الكلاسيكي

يمكن تعداد نظريات عذا الفكر كما يلي:

1. نظرية التوازن التلقائي لدافيد هيوم:

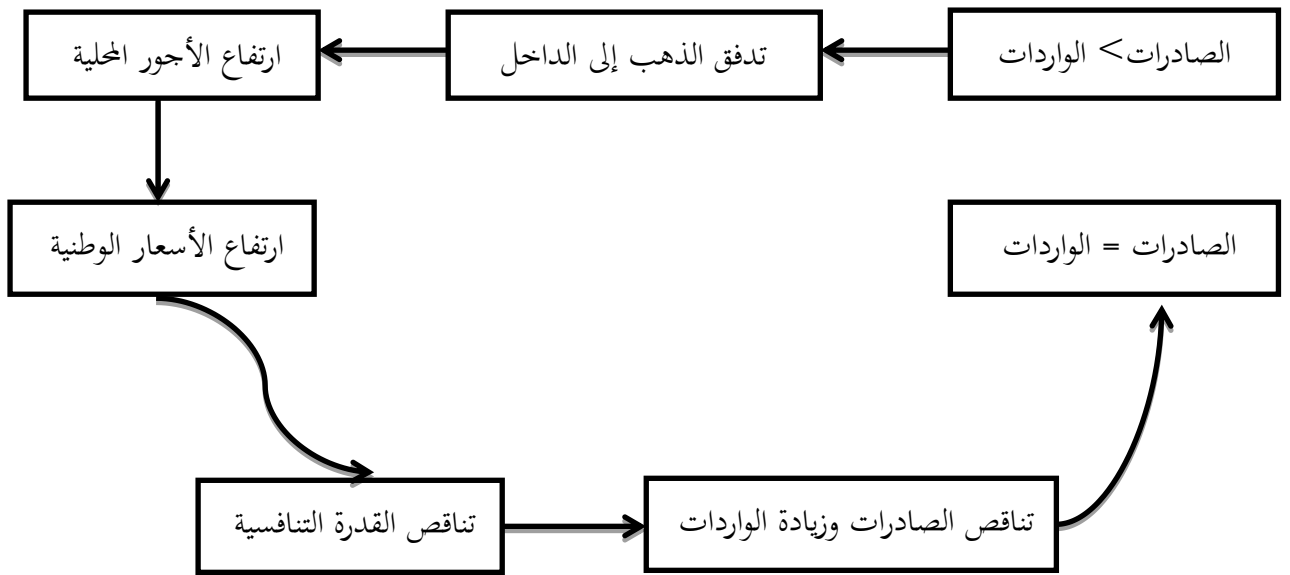
انتقد دافيد هيوم آراء المركنتيليين خاصة فيما يتعلق بمفهوم الثروة وسياسة الحماية المنتهجة، حيث استطاع أن يبين عدم جدوى القيود المفروضة على التجارة الدولية بهدف زيادة حجم المعادن النفيسة للدولة، من خلال دراسة العلاقة بين كمية المعادن النفيسة في بلد ما ومستوى الأسعار فيها، وكذا العلاقة بين مستوى أسعار السلع داخل الدولة ومستواها في العالم الخارجي.

وخلص إلى نتيجة مفادها أن المعادن النفيسة تتوزع تلقائيا بين دول العالم دون تدخل من الدولة أو حاجتها لسياسة تضبطها، فكلما زاد حجمها في الدولة عن الحجم المناسب للنشاط الاقتصادي، كلما ارتفعت أسعار المنتجات الوطنية عن الأجنبية في الأسواق الدولية، الأمر الذي يؤدي إلى فقدانها للقدرة على التنافس من جهة، ومن جهة أخرى انخفاض الصادرات وفقدان الفائض المحقق في الميزان التجاري والعودة إلى التوازن، والعكس صحيح.

ويمكن توضيح هذه الألية بصورة مبسطة كما في الشكل التالي:

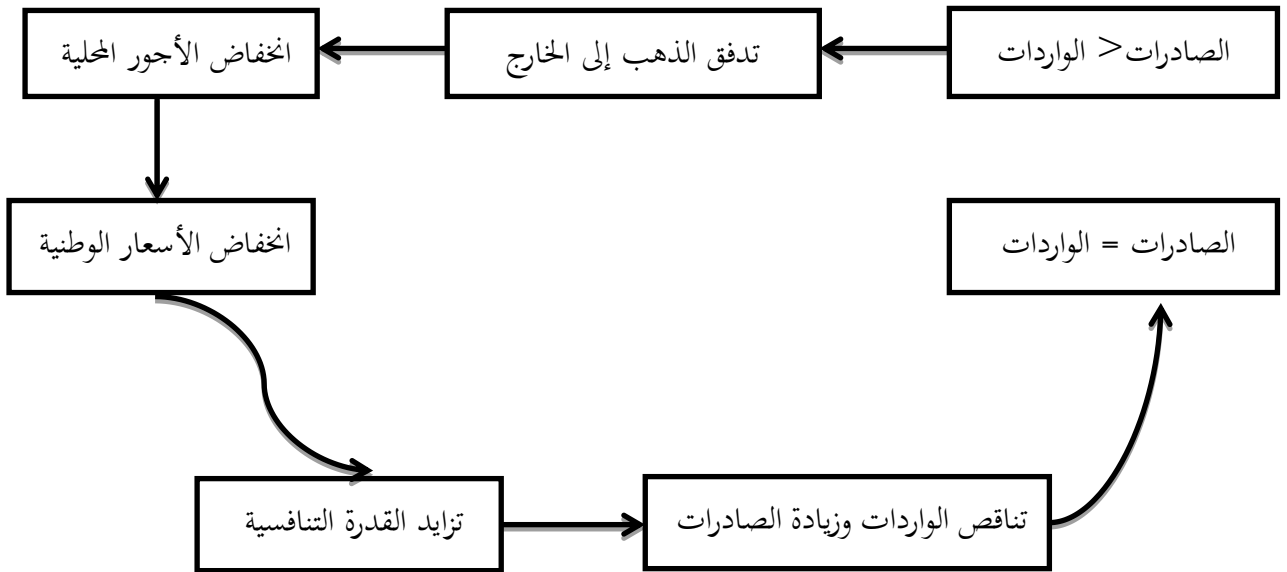
¹ علي عبد الفتاح أبو شرار، الاقتصاد الدولي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 36.

الشكل (1-2) : آلية استعادة التوازن في الميزان التجاري عند حدوث فائض



المصدر: محمد السيد عابد، التجارة الدولية، مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية، الاسكندرية، 2001، ص 25.

الشكل (1-3) : آلية استعادة التوازن عند حدوث عجز



المصدر: علي عبد الفتاح أبو شرار، الاقتصاد الدولي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 36.

2. نظرية النفقات المطلقة لآدم سميث

إذا كان باستطاعة دولة أجنبية أن تمدنا بسلعة أرخص من تكلفة انتاجها بأنفسنا، فسيكون من الأفضل شراؤها من تلك الدولة، على أن نقوم بالتركيز على انتاج وبيع السلع التي ننتجها بكفاءة عالية¹.
على هذا الأساس بنى آدم سميث آراءه المعادية لآراء الماركنتيلين، حيث افترض آدم سميث أن كل دولة تتخصص في إنتاج السلع التي تمتلك القدرة على انتاجها بأقل تكلفة من الدول الأخرى وتترك السلع الأخرى للاستيراد، على أن يتم استبدال الفائض من الإنتاج المحلي بالفائض من إنتاج الدول الأخرى، وبالتالي تنتج بتكاليف أقل نظرا لتمتع هذه الدول بميزة مطلقة في انتاجها.² حيث يكفي وجود فرق بين تكلفة الانتاج في بلدين حتى تقوم التجارة بينهما:

توضح هذه النظرية الدور الكبير الذي تلعبه الصادرات في توسيع القاعدة الإنتاجية في الاقتصاد وتحقيق الغلة المتزايدة وتحريك الاستثمار على وجه يضمن الحصول على أكبر كفاية ممكنة من استخدامات الموارد المحلية في ميدان إنتاج السلع التصديرية، بالإضافة إلى تصريف فائض الإنتاج للقطاعات الاقتصادية في الدولة والذي من شأنه أن يعمل على خلق طلب فعال وجديد على المنتجات المحلية المعطلة وغير المشتغلة في غياب التجارة الخارجية.

كما تلعب الصادرات دورا فعالا في اقتصاديات الدول ذات الكثافة السكانية القليلة مقارنة بالموارد والامكانيات الانتاجية التي تحوزها حيث يتم التخلص من الفائض بتصديرها إلى الخارج والحصول في المقابل على الاحتياجات المحلية من السلع غير المتوفرة في الاقتصاد المحلي.

لقد برر آدم سميث آراءه حول أساس قيام التجارة الخارجية، كون هذه الأخيرة تحفز النمو الاقتصادي عن طريق الرفع من الناتج الوطني وذلك بتخفيض تكاليف الانتاج الذي بدوره يؤدي إلى تخفيض الأسعار وبالتالي زيادة قدرتها على منافسة منتجات الدول الأخرى، بالإضافة إلى أن التجارة الخارجية ترفع من مستوى النشاط أعلى من اشباع الاحتياجات الاستهلاكية لرأس المال والذي بدوره يعجل بالنمو الاقتصادي.

¹ Gean- perre bibeau, introduction à l'economie internationale, gaetan quebec, 2 E, 1995, p 136.

² نداء عمر الصوص، التجارة الدولية، مكتبة المجتمع العربي، 2008، ص 17.

انتقد آدم سميث آراء التجاريين في العديد من الجوانب خاصة ما تعلق منها بمفهوم الثروة وتدخّل الدولة في الشؤون الاقتصادية.

حيث عرف آدم سميث الثروة على أساس زيادة القدرة الانتاجية التي لا تتحقق إلا عن طريق الحرية الاقتصادية، عكس التجاريين الذين عرفوها على أساس حجم المعادن النفيسة عن طريق الحماية الاقتصادية ووضع قيود على حركة التجارة الخارجية ونبذ كل أشكال تدخّل الدولة في الشؤون الاقتصادية مكثفيا بالدور الذي يتجلى في الحفاظ على كفاءة عمل السوق بصورة تنافسية دون قيود احتكارية، أما ما يتعلق بمبدأ التخصص وتقسيم العمل، فيرى أنه يحقق أعلى انتاجية في ظل المنافسة الكاملة، حيث يؤكد على أن سبب قيام التجارة الدولية اختلاف التكاليف الانتاجية المطلقة بين الدول.¹

وما يعاب على هذه النظرية كونها لم تفرق بين التجارة الداخلية والخارجية حيث اعتبر آدم سميث ان التجارة الخارجية هي امتداد للتجارة الداخلية وكلاهما وسيلة لتطبيق مبدأ التخصص وتقسيم العمل وتصريف الفائض من الانتاج في السوق المحلي إلى السوق الدولي، بالإضافة إلى عدم إمكانية هذه النظرية على تفسير المبادلات التجارية بين دولتين متساويتين في التكاليف المطلقة للإنتاج أو في حالة امتلاك دولة ما نفقات مطلقة في انتاج السلعتين.²

3. نظرية النفقات النسبية لدافيد ريكاردو

لقد قامت نظرية النفقات النسبية على أنقاض نظرية النفقات المطلقة، حيث قدم دافيد ريكاردو هذه النظرية عام 1817 في كتابه بعنوان " مبادئ في الاقتصاد السياسي " والذي حاول فيها تفسير التجارة الدولية حتى في حالة تساوي النفقات المطلقة بين طرفي التبادل، وفي الحالة التي استعصى تفسيرها على نظرية النفقات المطلقة. وطبقا لهذه النظرية، بيّن دافيد ريكاردو بأن نمط التجارة الدولية يتحدد على أساس تخصص كل دولة في إنتاج السلع التي تنتجها بتكلفة نسبية أقل واستيراد السلع التي تنتجها بتكاليف نسبية أعلى³ وليس على أساس التكاليف المطلقة ، وتتم التجارة بين الدولتين إذا اختلفت التكاليف النسبية بينهما وليست التكاليف المطلقة.

¹ محمد السيد عابدين، مرجع سبق ذكره ص 29.

² زينب حسين عوض الله، الاقتصاد الدولي، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2004، ص 12.

³ سامي عفيفي حاتم، دراسات في الاقتصاد الدولي، الدار المصرية اللبنانية، ط5، القاهرة، 2000، ص 24.

تفترض هذه النظرية قيام الدولة بالتخصص في تصدير السلع وفقاً لما تتمتع به من مزايا نسبية، وهنا فإن الفائدة التي تعود على الاقتصاد تتضح من خلال إعادة تخصيص الموارد الاقتصادية على نحو أكفأ وأكثر فاعلية، مما يعود على الأطراف المشاركة في عملية التجارة بالنفع وارتفاع مستويات الدخل لديها.

لقد أخذت هذه النظرية الجانب الساكن في تحليل أثر الصادرات على النمو، حيث تعتبر التجارة الخارجية كأداة لإعادة توزيع الموارد الاقتصادية بشكل أكثر كفاءة بين الإنتاج المحلي والإنتاج الموجه للتصدير، وذلك نسبة للموارد الثابتة بالنسبة للأسعار الدولية، وبالتالي فإنه في ظل استمرار الفن الإنتاجي ثابتاً بالإضافة إلى حالة التشغيل الكامل، فإن الإنتاج الموجه للتصدير لا يمكن زيادته إلاّ بخفض الإنتاج الموجه للاستهلاك المحلي.

رغم كل ما قدمه دافيد ريكاردو في نظريته إلا أنه لم يسلم في الانتقادات خاصة تلك المتعلقة بحالة الثبات التي انتهجها في تحليله أو تفسيره للتجارة بين الدول¹، بالإضافة إلى عدم قدرة عناصر الإنتاج على التحرك بحرية كاملة، عدم تماثل للأذواق، عدم تحقق التشغيل الكامل للعناصر الإنتاج، عدم سيادة المنافسة الكاملة في الأسواق الداخلية والخارجية، بالإضافة إلى عدم معالجة كيفية تحديد معدل التبادل الدولي.

4. نظرية القيم الدولية لجون ستوارت ميل

لقد شابت نظرية النفقات النسبية العديد من السلبيات أهمها الاعتماد على نظرية القيمة في العمل لقياس قيمة السلع وعدم امكانيتها تحديد معدل التبادل الدولي .

ونتيجة لذلك حاول الاقتصادي فانهابلر " Vonhaberler " تفسير نظرية المزايا النسبية باستخدام منحني إمكانية الإنتاج لقياس قيمة السلع المنتجة بدءاً من القيمة في العمل، حيث تقوم هذه الأداة بقياس تكلفة سلعة ما بدلالة سلعة أخرى التي يجب أن نضحى بها مقابل الحصول على المزيد من السلعة الأولى، دون الحاجة إلى افتراض أي افتراضات أخرى بشأن عنصر العمل.²

¹ سامي عفيفي حاتم، مرجع سبق ذكره، ص 104.

² ميراندا زغلول رزق، التجارة الدولية، جامعة الزقازيق، مصر، 2010، ص 36.

في حين بحث جون ستيوارت ميل في إيجاد حل لسد الثغرة الثانية في نظرية دافيد ريكاردو والمتمثلة في كيفية تحديد معدل التبادل الدولي، معتمد في ذلك على ابراز فكرة الميزة النسبية بدلا من النفقة النسبية، حيث أعطى ريكاردو تصوره للنفقة النسبية بجعل كمية الانتاج ساكنة لإظهار الفروق في القيمة، بينما يفرق جون ستيوارت ميل بين حالة التبادل الداخلي على أساس النفقة النسبية وبصدد تحليل حالة التبادل الدولي يقوم بثبيت النفقة وهي كمية العمل الداخلة في عملية الإنتاج طبقا لنظرية القيمة في العمل¹، ليظهر بذلك الفروق في الإنتاجية، بالإضافة إلى التركيز على القوى المؤثرة في تحديد معدل التبادل الدولي، والمتمثلة في قوة طلب كل دولة على سلع الدولة الأخرى ومرونته أو ما يصطلح عليه ب"الطلب المتبادل".

ويضيف جون ستيوارت ميل أن معدل التبادل الدولي يتحددّ بحدين، يمثل الحد الأول في معدل التبادل المحلي على أساس سعري، بينما يمثل الحد الثاني معدل التبادل الدولي على أساس جغرافي، مبينا أن كل معدلات التبادل الدولي التي تقع بين هذين الحدين يؤدي إلى مكاسب تجارية لكلا البلدين وهناك معدلا خاصا من بينها يحقق التعادل بين قيمة الصادرات والواردات للبلد الواحد، ولما كانت صادرات هذا البلد تمثل واردات البلد الأخر، فإن معدل التبادل الدولي التوازني يحقق التوازن التجاري بين قيمة الصادرات والواردات في البلد الواحد، وكلما اقترب هذا المعدل من معدل التبادل الداخلي لبلد ما كلما تناقصت مكاسبه من التبادل الدولي والعكس صحيح.

ورغم تحديد هذه النظرية معدلات التبادل إلا أنها لم تسلم من الانتقادات، حيث أول انتقاد وجه لها هو افتراضها تكافؤ أطراف التبادل فما هو دور الطلب المتبادل في تحديد معدل التبادل الدولي في حالة عدم تكافؤ الدول، بالإضافة إلى أن التفرقة بين العوامل التي تحدد أثمانها والمتمثلة في جانب الطلب تفرقة غير صحيحة، فمن نظام التوازن الشامل نعرف أن كل من العرض والطلب يحددان معا وفي نفس الوقت الكميات المباعة والأثمان السائدة، والصحيح هو أن هذه العوامل مجتمعة تحدد السلع الداخلة في التجارة الدولية ومعدلات التبادل.²

¹ خليل عليان عبد الرحيم، الاقتصاديات النامية في ظل المنظمة العالمية للتجارة مع التطبيق على السعودية، معهد الإدارة العامة، 2009، ص 21.

² زينب حسين عوض الله، مرجع سابق، ص 16.

ثانيا: النظرية النيوكلاسيكية:

قامت هذه المدرسة على أنقاض المدرسة الكلاسيكية، حيث عجزت نظرياتها عن تفسير بعض الحالات في التجارة الخارجية، أو بالمعنى الأدق، لم تفسر أسباب اختلاف التكاليف النسبية لإنتاج السلع بين الدول المختلفة، بالإضافة إلى عدم إجابتها عن السؤال الأهم والممثل في ما تأثير الصادرات على عوائد عناصر الإنتاج المستخدمة في الدول أطراف التبادل، باعتبار أنهم اعتمدوا على عنصر واحد من عناصر الإنتاج ألا وهو عنصر العمل.

وبناء على ذلك فإن مساهمة الاقتصادي المؤرخ السويدي إيلي هيكشر في المقال الذي نشره باللغة السويدية عام 1919 بعنوان "أثر التجارة الخارجية في توزيع الدخل" والذي تضمن الخطوط العريضة للنظرية السويدية، حيث ربط هيكشر في هذا المقال بين نظرية دافيد ريكاردو "نظرية النفقات النسبية" وأسباب اختلاف النفقات النسبية بين الدول أطراف التبادل، ثم قام تلميذه بيرتيل قوتارد أولين Bertil Gottard ohlin بتتقيح ما كتبه أستاذه في كتابه الذي نشره عام 1933 بعنوان "التبادل الاقليمي والتجارة الدولية"¹، والذي أكد على أن التجارة الدولية أو التبادل التجاري بين الدول يقوم على أساس الاختلاف في هبات الدول من عناصر الإنتاج.

1. فرضيات النظرية:

لقد بني هيكشر وأولين نظريتهما المفسرة للتجارة الدولية على أساس الفرضيات التالية²:

- العالم يتكون من كتلتين (القسم الشمالي للكرة الأرضية والقسم الجنوبي لها).
- الاعتماد في التبادل الدولي على سلعتين، السلعة (X) كثيفة رأس المال، والسلعة (Y) كثيفة العمل.
- الاعتماد على عنصرين من عناصر الإنتاج (العمل، رأس المال).
- زيادة نسبة عناصر الإنتاج في العملية الانتاجية تؤدي إلى الزيادة بنفس النسبة في حجم الإنتاج.
- استخدام عناصر الإنتاج المتاحة استخداما كاملا في دول أطراف التبادل .

¹ علي عبد الفتاح أبو شرار، الاقتصاد الدولي، نظريات وسياسات، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 110.

² محمد السيد عابد، التجارة الدولية، مرجع سابق، ص 141.

- المرونة التامة لتحريك عناصر الانتاج داخل كل دولة من نشاط إلى آخر ومن مكان إلى آخر وفقا للعوائد الحدية.
- التخصص غير التام في الدولتين بعد التجارة، بمعنى سيادة ظروف تزايد تكلفة الفرصة البديلة التي تمنع الدولتين من توجيه كافة عناصر الإنتاج لإنتاج سلعة وحدة من السلعتين.
- استخدام نفس الفن الانتاجي لدى أطراف التبادل.
- سيادة ظروف المنافسة الكاملة في أسواق السلع وأسواق عناصر الانتاج.
- تماثل الأذواق بين الدولتين (أي تماثل الطلب).
- توازن التجارة بين الدولتين، أي قيمة الصادرات تعادل قيمة الواردات (قانون الطلب المتبادل).
- انعدام تكلفة النقل وغياب أي شكل من أشكال تقييد حرية التجارة .

يعود سبب قيام التجارة الدولية بين الدول حسب نظرية هيكلش وأولين إلى عاملين: العامل الأول والمتمثل في اختلاف الوفرة النسبية لعوامل الانتاج، فبعض الدول تمتاز بوفرة عنصر العمل وبعضها بعنصر الأرض والبعض الآخر تمتاز بغناها بعنصر رأس المال، هذا التفاوت يؤدي إلى اختلاف أسعار عناصر الانتاج وبالتالي أسعار المنتجات¹، ويرى أولين أن أسعار المنتجات تتحدد في نهاية المطاف بالطلب عليها والمعروض منها وفقا للعوامل التالية:²

● عوامل الطلب تتمثل في :

- مستوى الدخل وهيكل توزيعه.
- تفضيلات وأذواق المستهلكين.

● عوامل العرض تتمثل في :

- مدى توافر الكميات المختلفة من عناصر الانتاج.
- الشروط الفنية للإنتاج.

¹ زينب حسين عوض الله، مرجع سابق، ص 18.

² سامي عفيفي حاتم، الاتجاهات الحديثة في الاقتصاد الدولي والتجارة الدولية، مرجع سابق، ص 155.

أما العامل الثاني فيتمثل في اختلاف نسبة تركيز عوامل الانتاج في دول انتاج السلع المختلفة، حيث قد تستلزم السلعة (X) في إنتاجها كمية كبيرة من رأس المال مقارنة بعناصر الإنتاج الأخرى، في حين أن السلعة (Y) تستلزم كمية كبيرة من العمالة مقارنة بعناصر الإنتاج الأخرى، هذا بالإضافة إلى اختلاف امكانيات الدولة من وفرة هذه العناصر، وبالتالي فإن هذين العاملين هما من يدفعان الدول أطراف التبادل إلى القيام بالتجارة الدولية.

2. نظرية المدرسة السويدية:

يمكن تفسير آراء المدرسة السويدية من خلال نظريتين مرتبطتين ببعضها البعض، حيث تعرف النظرية الأولى بنظرية هبات عناصر الإنتاج والتي تحاول تفسير أسباب اختلاف التكاليف النسبية بين الدول على أساس اختلاف وفرة عناصر الإنتاج، والثانية تعرف بنظرية تعادل أسعار عناصر الإنتاج والتي تحاول تفسير التغيرات التي يمكن أن تحدثها التجارة الدولية على الأسعار النسبية لعناصر الإنتاج.

أ. نظرية هبات عوامل أو عناصر الإنتاج:

تقوم هذه النظرية اساسا على تماثل الدخل والأذواق بين دول العالم المختلفة وبالتالي مصدر اختلاف تكاليف الإنتاج النسبية يعود إلى مدى وفرة وندرة عناصر الإنتاج، فبعض الدول تمتاز بوفرة في عنصر واحد من عناصر الإنتاج وندرة في باقي العناصر الأخرى وليكن عنصر رأس المال والبعض الآخر يمتاز بالوفرة في عنصر العمل، هذا التفاوت في توافر عناصر الإنتاج من شأنه التأثير على أسعارها وبالتالي على أسعار المنتجات نظرا لتفاوت حاجة السلع من شتى العناصر¹. وكمثال على ذلك قام هيكشر بتقسيم العالم إلى قسمين حسب طبيعة كل قسم، أي قسم شمالي وقسم جنوبي، القسم الشمالي من الكرة الأرضية يتخصص في إنتاج السلع كثيفة رأس المال، بينما يتخصص القسم الجنوبي في إنتاج السلع كثيفة العمالة نتيجة وفرة اليد العاملة فيها، وبالتالي تتم عملية التبادل التجاري بين القسمين، القسم الشمالي يصدر منتجاته من السلع الرأسمالية إلى قسم الجنوبي والعكس صحيح.

¹ سامي عفيفي حاتم، نفس المرجع.

ب. نظرية تعادل أسعار عناصر الإنتاج:

تقوم هذه النظرية على أساس انتقاد المدرسة الكلاسيكية في عدم قدرة عناصر الإنتاج على الانتقال، ويعتبر أولين أن حرية التجارة السلعية بين الدول تنعكس على أسعار عناصر الإنتاج، حيث ستختص البلدان كثيفة رأس المال في إنتاج السلعة (X) بينما تعتمد على العالم الخارجي بالنسبة للسلعة (Y)، والعكس صحيح، وبقيام التجارة الخارجية وتطبيقا لقانون الطلب والعرض، فإن العنصر الأكثر وفرة أكبر عرضا، مما يتوافر بأسعار منخفضة، لكن زيادة الطلب عليه يؤدي إلى ارتفاع سعره، بينما العنصر الأقل وفرة أقل عرضا مما يتوافر بأسعار مرتفعة وبقلة الطلب عليه ينخفض سعره، وبالتالي فهناك اتجاه نحو التعادل بين عناصر الإنتاج المتفاوتة¹.

تعرضت آراء هيكشر وأولين للعديد من الإختبارات، ولعل أهم هذه الإختبارات الاختبار الذي قام به الاقتصادي فاسيلي ليونتييف wassily leontif عام 1953، ومن خلال دراسته للأساس الهيكلي للتجارة بين الولايات المتحدة الأمريكية وبقية العالم في سياق تطويره لنظرية المدخلات والمخرجات وتطبيقاتها المختلفة²، حيث قام بتقدير كمية عناصر الإنتاج المطلوبة لإنتاج ما قيمته مليون دولار من الصادرات الأمريكية وواردها، ونظرا لعدم توفر البيانات عن الواردات الأمريكية، اعتمد ليونتييف على تكلفة إنتاج بدائل الواردات* الأمريكية التي تم إنتاجها محليا كبديل للسلع التي يتم استيرادها من الخارج، فقد كان الاعتقاد السائد في ذلك الوقت أن الولايات المتحدة الأمريكية تتمتع بوفرة نسبية في عامل رأس المال وندرة نسبية في عامل العمل مقارنة بالدول الأخرى، غير أن الأمر كان خلاف لذلك لاكتشاف ليونتييف أن صادرات الولايات المتحدة الأمريكية تتكون أساسا من سلع كثيفة العمل، وإن وارداتها تتكون من سلع كثيفة رأس المال، وهي نتائج مخالفة لما جاء به هيكشر وأولين ، والجدول التالي يبين طبيعة عناصر الإنتاج الداخلة في صادرات وواردات الولايات المتحدة الأمريكية لسنة 1947، والذي قام ليونتييف بإخبار نظرية هيكشر وأولين عليه:

¹ سامي عفيفي حاتم، الاتجاهات الحديثة في الاقتصاد الدولي، مرجع سابق، ص 162.

² نفس المرجع ص 170.

* بدائل الواردات تمثل السلع المنافسة للواردات والتي تنتج محليا.

الجدول (1-1): نسب عناصر الإنتاج الداخلة في المبادلات التجارية لسنة 1947

الصادرات	بدائل الواردات	
2550780	3091339	رأس المال (بالدولار)
182313	170004	العمل (بالعامل في السنة)
14	18	نسبة رأس المال / العامل في السنة

المصدر: عادل أحمد حشيش، مجدي شهاب، العلاقات الاقتصادية الدولية، مرجع سابق، ص 127.

لاحظ ليونتييف من خلال الجدول أن وحدة الصادرات تتطلب كمية من رأس المال أقل مما تتطلبه وحدة بدائل الواردات، وأن وحدة الصادرات تحتاج لكمية العمل أكبر مما تتطلبه وحدة بدائل الواردات، وهذا ما يدل على أن صادرات الولايات المتحدة الأمريكية كثيفة العمل بينما وارداتها كثيفة رأس المال.

وبدلاً من أن يعترف ليونتييف بخطأ النظرية حاول أن يفسر نتائجه في إطار النظرية نفسها، حيث قدم عدة تأويلات، تمثل التأويل الأول في قوله أن سنة 1947 كانت متحيزة بسبب إنتاجية العامل الأمريكي كانت ثلاثة أضعاف العمال في الدول الأخرى، لكن هذا التأويل غير مقبول لأنه إذا كانت إنتاجية العامل الأمريكي ثلاثة أضعاف العامل الأجنبي فإن إنتاجية رأس المال أيضاً تكون ثلاثة أضعاف إنتاجية رأس المال في الدول الأخرى الأمر الذي يعني أن تظل صادرات الولايات المتحدة الأمريكية وفيرة رأس المال و وارداتها كثيفة العمالة.

في حين تمثل التأويل الثاني في أن أذواق المستهلكين في المجتمع الأمريكي كانت متحيزة لصالح السلع كثيفة رأس المال مما تسبب في زيادة الطلب عليها محلياً وبالتالي ارتفاع أسعارها، الأمر الذي أدى إلى ارتفاع تكاليف إنتاجها النسبية، مما جعلها تصدر سلعة كثيفة العمالة، وهذا التأويل كذلك غير مقبول لأنه يتعارض مع الافتراض الذي افترضه هيكشر والمتعلق بتماثل أذواق المستهلكين.

إن اختبار ليونتييف أثار العديد من الاستفهامات، الأمر الذي جعلها محل انتقادات واسعة، رغم ما قدمته من اسهامات كبيرة خاصة ما تعلق بتفسير أسباب اختلاف تكاليف الإنتاج النسبية بين الدول والتي عجزت عن تفسيرها نظريات المدرسة الكلاسيكية التقليدية، ومن جملة هذه الانتقادات¹:

¹ محمد عبد العزيز، مصطفى رشيد شبيحة، النقود والبنوك والعلاقات الاقتصادية الدولية، دار الجامعة، (ب.س.ن)، ص 346.

- اهتمامها بالجانب الكمي واهمالها للجانب النوعي عند اعتمادها على ندرة ووفرة عناصر الإنتاج.
- افتراض تجانس عناصر الإنتاج في جميع الدول.
- اهمالها للانتقال الدولي لعناصر الإنتاج، لأن الواقع يثبت أن هناك حركة دؤوبة لعنصري العمل ورأس المال دوليا على النشاط الاقتصادي والتبادل الدولي على وجه الخصوص.
- تنص النظرية كذلك على ضرورة تماثل انتاجية عناصر الإنتاج بين الدول، إلا أن هذا الافتراض لا يتفق والواقع، رغم اقرارها بإمكانية تغيير أسلوب إنتاج السلعة الواحدة لكن في حدود ضيقة.
- تتميز هذه النظرية بالطابع السكوتي، غير أن الواقع يتميز بالطابع الديناميكي فما يحقق ميزة نسبية الآن، يمكن ان يتغير ويفقدها مستقبلا.

المطلب الثالث:الصادرات في الاتجاهات الحديثة لتفسير التجارة الخارجية

لقد عرفت نظريات التجارة الخارجية تطورا هاما منذ الستينات من القرن 20 قصد محاولة حل لغز ليونيف الذي فجر التناقض بين منطق تحليل نظرية هيكشر وأولين في إطار تفسير شروط التجارة الخارجية من جهة، وبين حقائق الواقع الاقتصادي العالمي الذي عرفه العالم منذ الحرب العالمية الثانية، وقد تمت هذه المحاولات من خلال الوقوف عند طبيعة الاتجاهات الحديثة، وإعادة صياغة نموذج هيكشر وأولين، حيث كان هناك اتجاهان في هذا السياق:

الاتجاه الأول: يتعلق بمجموعة النظريات التي تسعى إلى حل لغز ليونتييف من خلال تطوير نظرية هيكشر وأولين.

الاتجاه الثاني: يتعلق بمجموعة النظريات التي تسعى إلى حل لغز ليونتييف من خلال هدم نظرية هيكشر وأولين من خلال التشكيك في الفرضيات الأساسية التي تقوم عليها.

أولا: تطوير نظرية هيكشر وأولين: هذا الاتجاه يتضمن كل من:

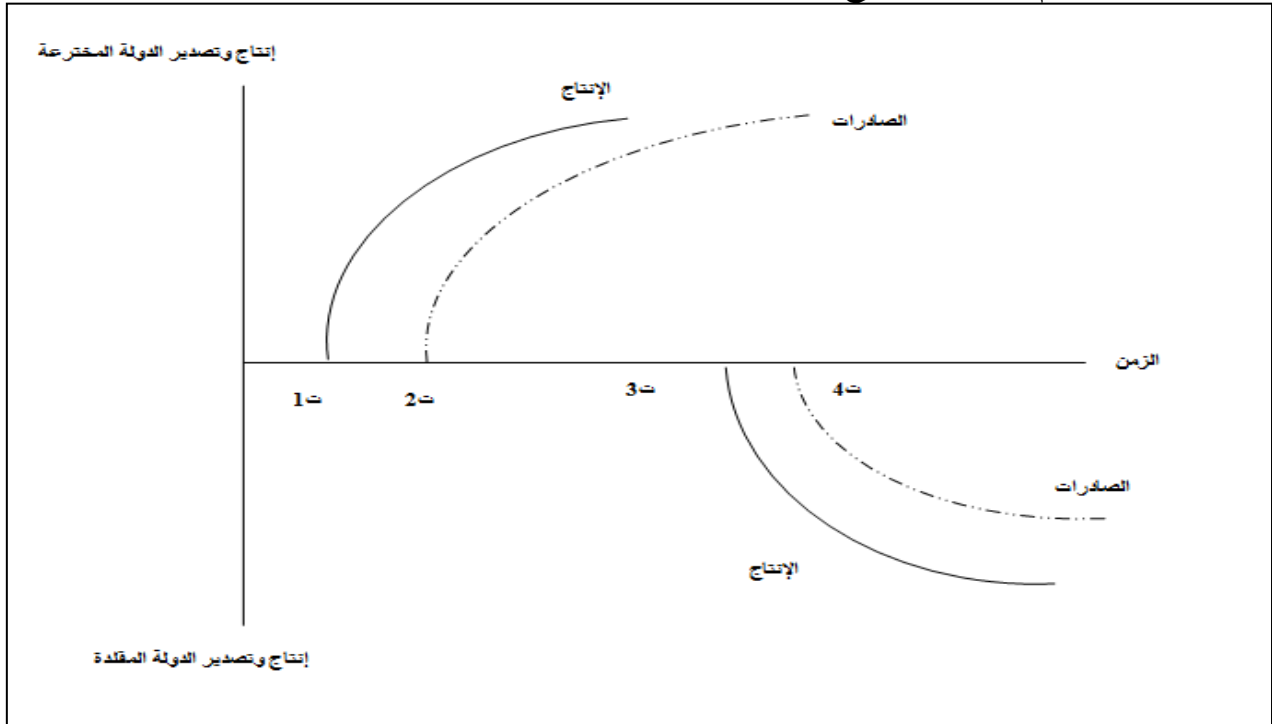
1- النظرية التكنولوجية: على أساس أن التكنولوجيا تلعب دورا كبيرا في التأثير على نوعية السلع وجودتها وتكلفة إنتاجها، حاول مساندي هذا الاتجاه تقديم تحليل ديناميكي، لقانون التكاليف

النسبية لتفسير نمط التجارة بين الدول في منتجات تعتبر نتيجة مباشرة للتغيرات التكنولوجية، حيث تنقسم هذه النظرية إلى قسمين¹: الفجوة التكنولوجية، دورة حياة المنتج.

أ- نموذج الفجوة التكنولوجية:

لاحظ بوسنر سنة 1961 أن هناك دولا متقاربة وأحيانا متماثلة في وفرة عوامل الإنتاج ومع ذلك يوجد تبادل فيما بينهما، الأمر الذي يفند نتائج هكشر وأولين، إلا أن بوسنر فسر ذلك بعامل الاختراعات الجديدة²، حيث تحدث الاختراعات الجديدة فجوة تكنولوجية بين المنتج صاحب الاختراع والمنتجين الآخرين، وبقيام هذا المنتج بإنتاج السلعة الجديدة تنفرد بإحتكار تصديرها، ومن البديهي أن التقدم التكنولوجي للمنتج المحلي يضيف للبلد الأصلي للمنتج المخترع ميزة نسبية جديدة، فالعنصر المحدد للتجارة الدولية، يكمن في الفجوة التكنولوجية القائمة بين البلدان.³ الشكل التالي يوضح هذا ذلك:

الشكل رقم (1-4): نموذج الفجوة التكنولوجية



المصدر: سامي عفيفي حاتم، الاتجاهات الحديثة في الاقتصاد الدولي والتجارة الدولية مرجع سابق، ص 240

¹ رمزي زكي، ظاهرة التدويل في الاقتصادي العالمي وأثرها في البلدان النامية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 1993، ص 98.

² Gillochon. B. Economie internationale, Paris, Deunod, 1995, p 96.

³ لعويسات جمال الدين، العلاقات الاقتصادية الدولية والتنمية، الجزائر، دار حوش، 2000، ص 33.

إن ما يعيب هذا النموذج، عدم قدرته على توضيح حجم الفجوات التكنولوجية القائمة بين الدول، بالإضافة إلى عدم قدرته على تحرير الأسباب التي تؤدي إلى هذا الاختلاف ولا بين كيفية التخلص من هذه الفجوات مع مرور الزمن.

من الشكل أعلاه نستنتج النقاط التالية:

- الفترة الزمنية الواقعة بين (ت1) و (ت2) تعرف بفجوة الطلب.
- الفترة الزمنية الواقعة بين (ت2) و (ت3) تعرف بالفجوة التكنولوجية.

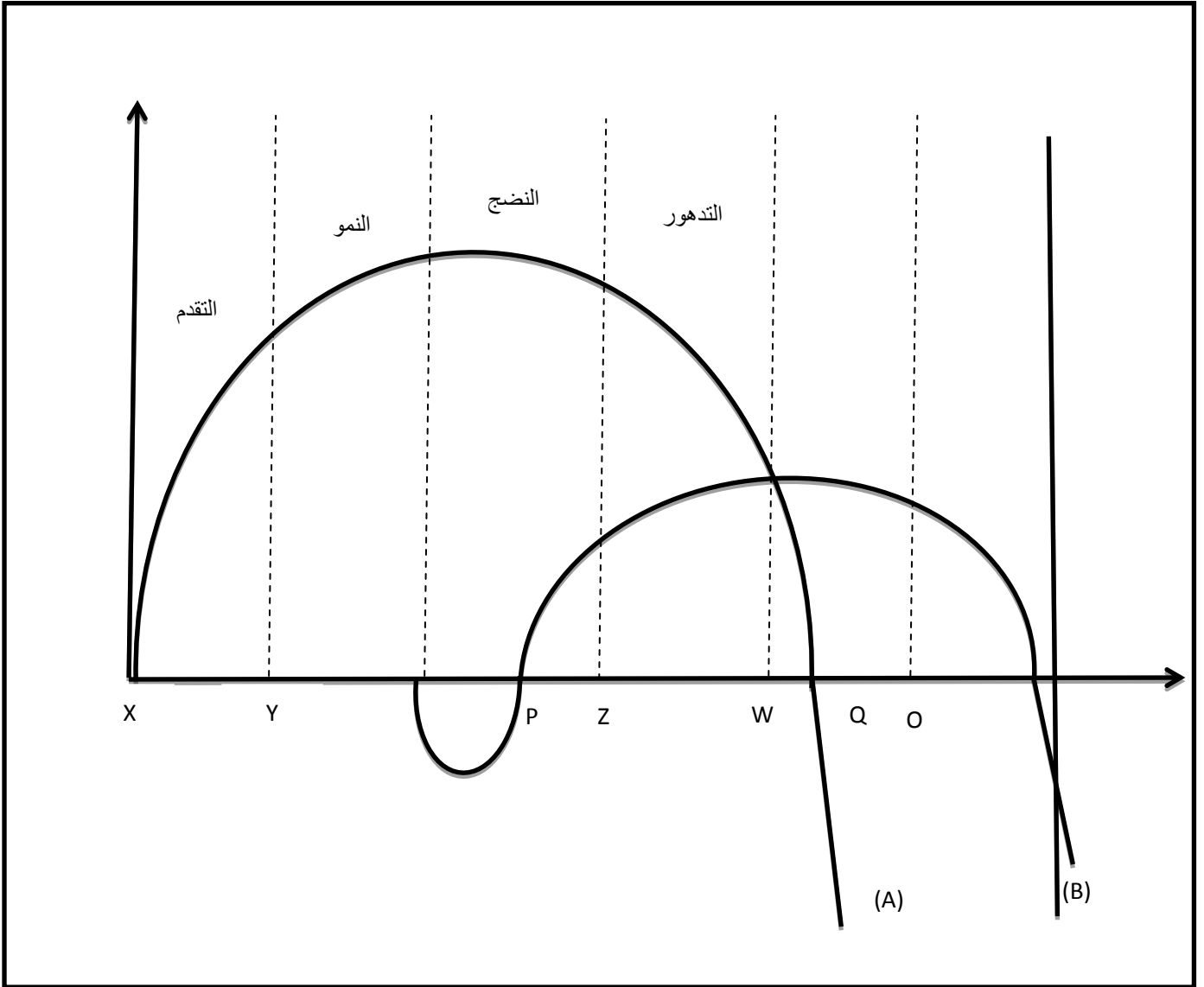
ب- نموذج دورة حياة المنتج:

قدم هذا النموذج من طرف الاقتصادي فيرنون Vernon الذي حاول فيه إبراز الميزة النسبية التي يتحصل عليها بلداً بسبب التقدم التكنولوجي أو التحديد الذي يتمثل في اختراع وإنتاج سلعة جديدة، وكيف يفقد هذا البلد ميزته تدريجياً حينما يخرج الاختراع إلى العالم الخارجي¹.

تتمحور الفكرة الأساسية لهذا النموذج حول نقطة أساسية مفادها تقلص أثر التكنولوجيا على تكلفة إنتاج السلعة من مرحلة إلى أخرى، حيث يختلف تكوين تكلفة أي سلعة باختلاف الزمن واختلاف العناصر الداخلة أو المكونة للتكلفة الكلية للسلعة، بمعنى أن الميزة النسبية التي يمكن أن تتصنع بها بلد ما في إنتاج سلعة ما تتحدد وفق التغيرات التي تطرأ على الأهمية النسبية لكل عنصر من عناصر تكلفة إنتاج السلعة، وعلى هذا الأساس يمكن أن نميز بين ثلاث أنواع من السلع: السلع الحديثة (الجديدة)، السلعة الناضجة، والسلع النمطية، حيث يعتبر الانفاق على التكنولوجيا أهم عنصرين من عناصر تكلفة الإنتاج في المرحلة الأولى ثم تنخفض أهميتها النسبية مع مرور المراحل الأخرى في تكوين التكلفة. والشكل التالي يوضح نموذج الفجوة التكنولوجية ودورة حياة المنتج.

¹ عبد الرحمان يسري أحمد، الاقتصاديات الدولية، الدار الجامعية، مصر، 2001، ص 120.

الشكل رقم (1-5): النظرية التكنولوجية



المصدر: عبد الرحمان يسري أحمد، الاقتصاديات الدولية، مرجع سبق ذكره

من الشكل أعلاه نلاحظ مايلي:

- المرحلة (Y, X): تمثل مرحلة الانطلاق للمنتج أي يحتاج إلى مبالغ ضخمة تتجلى في التكاليف المنفقة على البحث والتطور.
- المرحلة (Z, Y): تمثل مرحلتين نمو المنتج ونضجه، أي أن المنتج قد تم التعرف عليه وقبوله من طرف المستهلك المحلي لبلد الاختراع، لكن نتيجة لزيادة كميات الانتاج التي تفوق حجم الاستهلاك المحلي تلجأ

المؤسسة إلى تصريف الفائض إلى الأسواق الخارجية، يجدر الإشارة إلى أن مرحلة النضج تحتوي على النقطة P والتي مفادها أن الدول المستوردة شرعت في تقليده مما يعتبر كمنتج في مرحلة الانطلاق بالنسبة للبلد المستورد.

- المرحلة (W,Z): وهي مرحلة التدهور، بمعنى أن المنتج وصل إلى نهايته، لذلك وجب على المؤسسة التخلص منه للاهتمام بطرح منتج جديد، في هذه المرحلة يزداد نمو المنتج بالنسبة للدول المقدمة له حتى تصبح دول مصدرة للمنتج للدول الأقل تطوراً أو الأقل دخلاً (دول النامية مثلاً).

- المرحلة (W, O): في هذه المرحلة بتحول البلد المخترع إلى بلد مستورد للمنتج المقلد وهذا ما يدل عليه الشطر السالب من منحنى الدولة (A) ابتداءً من نقطة (O)، في حين المنتج يصل إلى مرحلة النضج في البلد المقلد ما يعني أن حجم الإنتاج أكبر من حجم الطلب المحلي، مما يدفع بها إلى تصريف الفائض إلى الأسواق الخارجية.

2- نظرية اقتصاديات الحجم:

نعني بإقتصاديات الحجم وفرات الإنتاج الكبير، التي تنشأ نتيجة انخفاض تكاليف الإنتاج مع توسع العمليات الإنتاجية وتمثل نظرية اقتصاديات الحجم محاولة لتطوير نظرية هكشر وأولين من خلال التحلي على فرضية ثبات الغلة، كما تتميز من حيث المنهج بإعتمادها على ديناميكية التحليل الاقتصادي من خلال ادخال عنصر الزمن، وفي ضوء هذا التحليل فإنه يمكن النظر إلى مزايا الإنتاج الكبير على أنها تشكل أحد المصادر المكتسبة لاختلاف النفقات النسبية¹، بالإضافة إلى وجوب توافر نسق داخلي ضخم شرط أساسي لتصدير السلع التي يتم إنتاجها في ظل شروط اقتصاديات الحجم، ومن نتائج هذه النظرية التفرقة بين السلع تامة الصنع والنصف مصنعة.

يمكن التفرقة بين نوعين من الوفرات:

أ. الوفرات الداخلية: يقصد بها التركيز على الزيادة في العوامل الداخلية لرفع الإنتاج في المشروع

للاستفادة من مزايا الإنتاج الكبير وذلك من خلال:

¹ سامي عفيفي حاتم، الاتجاهات الحديثة في الإقتصاد الدولي والتجارة الدولية، مرجع سابق ص 198.

- **الوفرات الفنية:** أي الزيادة في العوامل الغنية للإنتاج، ويتم تحقيقها من خلال الرفع في الطاقة الإنتاجية عن طريق الزيادة في توظيف عوامل الإنتاج، خاصة العمل ورأس المال وزيادة كفاءتها عن طريق تطبيق مبدأ التخصص وتقسيم العمل والأخذ بأحدث الابتكارات التكنولوجية.
- **الوفرات الإدارية:** وتمثل في الزيادة في العوامل الإدارية للمشروع من خلال:
 - إما زيادة حجم الوحدة الإنتاجية.
 - أو بجمع عدد من الوحدات الإنتاجية تحت إدارة واحدة، كاندماج بعض المؤسسات المستقلة، لأن المشروع الكبير له القدرة على تجنيد أفضل المهارات والخبرات الفنية، مما يزيد من الكفاءة الإنتاجية للمشروع والتقليل من الإنفاق.
- **الوفرات التجارية:** وذلك من خلال الرفع من الكفاءة لتحقيق التوازنات (سواء عمليات شراء المواد الخام أو بيع المنتجات) والتخفيض في تكاليف التوزيع والترويج.
- **الوفرات المالية:** وذلك من خلال سهولة الحصول على الائتمان (سواء بإصدار السندات وبيعها، أو بزيادة رؤوس أموال المشروعات عن طريق الإكتتاب) أو بالاقتراض مباشرة من البنوك.
- ب. **الوفرات الخارجية:** ونقصد بها التركيز على زيادة توفر العوامل الخارجية التي تؤدي إلى الرفع من الإنتاجية من خلال:
 - توظيف بعض الصناعات في إحدى المناطق المناسبة، ما يؤدي إلى جذب العمالة الماهرة، مما يرفع من الكفاءة الإنتاجية.
 - اشتراك المشروعات المترابطة في القيام بالأبحاث العلمية والفنية، ما يؤدي إلى القيام بالتجارب اللازمة وتبادل المعلومات وإيجاد طرق جديدة للإنتاج التي تسمح بتخفيض التكاليف.

3- نظرية رأس المال البشري:

تتوقف هذه النظرية عند فرضية تجانس عناصر الإنتاج وبالتحديد عنصر العمل، حيث تفرق بين نوعين من : العمل الماهر، والعمل غير الماهر، وبذلك تقترح نموذجا تحليليا يتكون من ثلاث عناصر انتاجية والمتمثلة في العمل الماهر، العمل غير الماهر ورأس المال المادي، حيث تعتبر الأول نوعا من الاستثمارات التي يجب إضافتها إلى عنصر رأس المال، ولذلك تسمى برأس المال البشري أو الإنساني، لاحتياجه إلى استثمارات متنوعة

في مجالات التعليم والتدريب، وبذلك تم تفسير لغز ليونتييف على أن الو.م.أ بلد مصدر لسلع كثيفة رأس المال من خلال إضافة عامل العمل الماهر إلى رأس المال المادي¹.

ثانيا: نظريات هدم نظرية هيكشر وأولين:

يعتبر الاقتصادي السويدي ستيفان ليندر من أوائل الاقتصاديين الذي طرحوا فكرة دور الطلب في نموذج تفسير التجارة الدولية، حيث يفرق بين نوعين من السلع، أما النوع الأول والمتمثل في المواد الأولية فليندر يتوافق تماما مع التحليل المقدم من طرف هيكشر وأولين أما النوع الثاني والمتمثل في السلع الصناعية فيعتبر وجود الطلب الداخلي شرطا ضروريا لا نتاجها وتصديرها.

يرجع ليندر السبب في الاتجاه إلى السوق المحلي أولا بالنسبة للسلع الصناعية إلى افتراض المعرفة غير الكاملة فيما يتعلق بالأسواق الخارجية، مما يرفع من درجة المخاطرة عند التصدير، كما أن تقديم السلعة إلى السوق المحلي خاصة إذا كانت سلعة جديدة مبتكرة، يساعد المنتج على التعرف على مدى ملائمتها لاحتياجات المستهلكين وإن كانت في حاجة إلى تعديل، وذلك من واقع الصلة المباشرة بين المنتج والمستهلك القريب منه، بحيث يستفيد الأول من التغذية العكسية للمعلومات.

تعتبر كثافة التجارة في نظرية ليندر كمقياس لحجم التجارة بين الدول، حيث يمكن القول أنه كلما تشابه هيكل الطلب في بلدين كانت التجارة المحتملة بينهما أكثر كثافة، أما عن محددات هيكل الطلب في البلدان المختلفة، فيرجعه إلى مجموعة من العوامل أهمها الدخل المتوسط، فهو يرى أنه كلما ارتفع متوسط الدخل في بلد ما أدى ذلك إلى تحول الطلب إلى سلع معقدة التركيب، وعلى ذلك فإن التجارة المحتملة تكون أكثر كثافة بين الدول التي يتقارب مستوى الدخل المتوسط فيها.²

أما فيما يخص أثر قيام التبادل الدولي فإن ليندر يفرق في تحليله بين نوعين من الدول، الدول القادرة على التكيف مع التقلبات التي يعرفها الوضع الاقتصادي لإعادة تخصيص مواردها وبذلك يكون التبادل مفيدا لها، وبين الدول غير القادرة على التكيف وتتميز بدرجة كبيرة من الجمود مثل الدول النامية يترتب عليه ارتفاع متوسط الدخل في قطاع التصدير، وهذا يؤدي إلى تراكم في رأس المال وانخفاضه في قطاع منافسة للواردات

¹ سماي عفيفي حاتم، حاتم، الاتجاهات الحديثة في الإقتصاد الدولي والتجارة الدولية، مرجع سابق ص 212.

² عادل أحمد حشيش، مجدي محمود شهاب، العلاقات الاقتصادية الدولية، مرجع سابق ص 151.

الذي يؤدي إلى تقلص العمل ورأس المال، وبالتالي انقراض هذا القطاع، ومن هنا فإن التجارة الدولية في الدول النامية تؤدي إلى توسيع الفجوة بينها وبين الدول المتقدمة عكس ما خلصت إليه النظرية الكلاسيكية والنيو كلاسيكية.

المبحث الثالث: الدور التنموي للصادرات

تسعى مختلف دول العالم إلى الاعتماد على آلية التصدير كوسيلة من وسائل التواجد المستمر في الأسواق الدولية، من أجل تصريف الفائض من الإنتاج المحلي بهدف التوزيع الجغرافي للمخاطر التجارية بالإضافة إلى تحقيق بعض الأهداف المالية والمتعلقة بزيادة رقم الأعمال المتداول في الدورة الاقتصادية، والرفع من هوامش الربح ورؤوس الأموال المستثمر، بالإضافة إلى التكيف مع المنافسة الشديدة للمنتجات الأجنبية التي تسمح بالرفع من فعالية التسيير المالي للمنتجين وتحسين قدراتهم من خلال محاكاة النماذج الإنتاجية للدول المتقدمة واستغلال الامتيازات المتوفرة في العمليات التصديرية من حيث توسع السوق الذي يؤدي إلى زيادة حجم الإنتاج وتخفيض التكاليف وزيادة الجهود البحثية.

المطلب الأول: مفهوم الصادرات

تلعب الصادرات دورا بالغ الأهمية في أي اقتصاد حيث تعتبر جوهر عملية التنمية الاقتصادية من خلال تطور مفهومها والذي كان لا يتعدى الحصول على العملة الأجنبية وتصريف الفائض من المنتجات إلى الأسواق الدولية إلى محاكاة النماذج الإنتاجية للدول المتقدمة، بالإضافة إلى مواجهة منافسة المنتجات الأجنبية ومحاولة تقليص الفجوة التكنولوجية وتنويع المخاطر.

أولا: تعريف الصادرات

تعتبر الصادرات أحد الاقسام المكونة للتجارة الدولية، حيث يطلق مصطلح مصدر على كل من يقوم ببيع منتجات، مواد، سلع أو خدمات من دولة إلى دولة أخرى¹.

¹ يحي عرودكي، عمليات التصدير والصادرات والمصدرون، غرفة تجارة دمشق، 1996، ص 193

باعتبار التصدير أحد العناصر الأساسية لعملية التنمية الاقتصادية، بإعتباره أحد الأشكال المتعلقة بالتواجد الدولي، فقد تم تناوله في العديد من المجالات، وتعددت تعاريفه بتعدد المجالات التي تم التطرق إليه منها لذا يمكن تبويبها على الشكل التالي:

أ. **على أساس المفاهيم:** تمثل الصادرات في المفهوم الكينزي حُقْنًا في الدورة الاقتصادية، وتغيراتها الإيجابية ينجر عنها زيادة في الدخل الوطني والعمالة، كما أنها ثمن الحصول على الواردات الضرورية للنشاط الاقتصادي¹، كما عرفت الصادرات كذلك في قاموس Larowsse على أنها تمثل نقل وبيع المنتجات الوطنية في الخارج.

ب. **على الأساس الجغرافي:** عرفت العمليات التصديرية على أنها: "تلك العملية التي تقوم فيها الدولة أو أحد أجهزتها أو أحد أفرادها بعرض السلع والمنتجات التي تفيض عن الاحتياج الوطني، أو التي يمكن انتاجها بكفاءة ومهارة عالية في الأسواق الدولية"².

تعرف كذلك على أنها: "انتقال السلع وسواها من الخيرات والممتلكات المادية من بلد المنشأ إلى بلدان أخرى لتسويقها في أسواق عالمية"³.

تعرف كذلك على أنها: "تلك العمليات التي تتعلق بالسلع والخدمات التي يؤديها بصفة نهائية المقيمون وغير المقيمون في البلد"⁴

ج. **على أساس الاختصاص:** تختلف التعاريف المتعلقة بالصادرات باختلاف الاختصاص، حيث عرفت من الناحية المحاسبية على أنها "خروج السلع والخدمات خارج النطاق الوطني" أما من الناحية الجمركية فقد عرفت على أنها كل خروج للسلع والخدمات، خارج النطاق الجمركي⁵.

¹ Silem Ahmed, Albertini (J.M), Lemique d'economie, Dalloz, 4ème édition, Paris, 1992, p 272

² زينب رابع، الدخول إلى الأسواق الدولية، دار النهضة العربية، القاهرة، 1996، ص 35.

³ أحمد خليل، معجم المصطلحات الاقتصادية، دار الفكر اللبناني، بيروت، 1997، ص 66.

⁴ Kada akacem, comptabilités nationale, OPU, Alger, 1990, p 138.

⁵ Claude Daniel, Etautres, dictionnaire d'economie et des services sociales, 19990, p125.

تمثل الصادرات انفتاحا أجنبيا على السلع والخدمات المنتجة داخل البلد، الأمر الذي يؤدي إلى الزيادة في دخل البلد، لذا تصنف الصادرات ضمن عوامل الإضافة، أي تضيف قوة جديدة إلى تيار الانفاق الكلي، عن طريق أثر المضاعف.

وانطلاقا من التعاريف السابقة يمكن تعريف الصادرات على أنها عملية انتقال حجم الفائض عن السوق المحلي من المنتجات سواء كانت سلع أو خدمات منتجة من طرف الأعوان المقيمين وغير المقيمين في الدولة إلى الأسواق العالمية من أجل الزيادة في الدخل الوطني، وضمان الحصول على ثمن للواردات الضرورية.

لا يمكن لأي بلد أن يعيش في معزل عن البلدان الأخرى، حيث يعتبر الانفتاح الدولي حاجة ماسة وأسلوبا مناسباً لتطوير ونمو اقتصادها وذلك مما له من أهمية يمكن ذكرها كما يلي:¹

- الصادرات أحد العوامل الأساسية للتنمية الاقتصادية.
- هي وسيلة فعالة لتجميع أكبر قدر ممكن من العملة الصعبة حسب آراء الماركنتيلين.
- كلما زاد معدل الصادرات كلما زاد معدل الإنتاج، مما يتيح الفرصة لتوسيع السوق المحلي.
- كلما زاد معدل النمو الاقتصادي الناتج عن زيادة الصادرات كلما أدى ذلك إلى تغيرات في أنماط الاستهلاك التكنولوجي نتيجة نمو معدل الدخل.²

تسعى مختلف دول العالم إلى الاعتماد على آلية التصدير كوسيلة من التواجد في الأسواق الدولية من أجل تصريف الفائض من السلع والخدمات عن السوق المحلي بهدف التوزيع الجغرافي للمخاطر التجارية، ناهيك عن تحقيق بعض الأهداف المالية والمتعلقة بزيادة رقم الأعمال المتداول في الدورة الاقتصادية، والرفع من هوامش المردودية ورؤوس الأموال المستثمرة، بالإضافة إلى التكيف مع المنافسة الشديدة المضروبة عليها من قبل المنتجات الأجنبية التي تسمح بالرفع من فعالية التسيير المالي للمنتجين وتحسين قدراتهم الانتاجية واستغلال الامتياز المتوفر في العمليات التصديرية من حيث توسع السوق والذي يؤدي إلى زيادة حجم الإنتاج وتخفيض التكاليف وزيادة الجهود البحثية والتطويرية.³

¹ نعيمى فوزي، التجارة الدولية، دروس في قانون الأعمال الدولي، ج 1، ديوان المطبوعات الجامعية، 1999، ص 67.

² محمد عبد المنعم عجر وأحمد مصطفى فبراير، مرجع سابق، ص 98.

³ ناصر دادي عدون، اقتصاد المؤسسة، دار المحمدية العامة، الجزائر، 1998، ص 43.

ثانيا: دوافع عملية التصدير

تعتبر العملية التصديرية الممول الرئيسي لعمليات التنمية الاقتصادية للعديد من الدول، والاهتمام بتنميتها أصبح من أولويات الانشغالات لخطط التنمية وذلك للأسباب التالية¹:

1- إن العملية التصديرية تمثل الوسيلة الرئيسية المعتمدة في التخلص من العجز في الميزان التجاري الذي تعاني منه العديد من الدول سواء كانت نامية أو متقدمة، وذلك ناتج عن امتياز العملية الانتاجية في الدول المتقدمة باقتصاديات الحجم الكبير، أما بالنسبة للدول النامية فتعتمد عليها للحصول على ثمن الواردات.

2- تمثل عملية التصدير جوهر عملية التنمية الاقتصادية، الذي أصبح مفهومها يتعدى الحصول على العملات الأجنبية إلى محاكاة النماذج الإنتاجية للدول المتطورة للنهوض باقتصادها.

3- أثر التحولات الاقتصادية أواخر الثمانينات وبداية التسعينات من القرن 20 خاصة بعد قبول دول التحول الاقتصادي ببرامج الإصلاح الهيكلي الذي فرض حتمية التخلي عن سياسة احلال الواردات التي انتهجتها كبديل لتحقيق الاكتفاء الذاتي من المنتجات المستوردة من الخارج والتوجه نحو سياسة تنمية الصادرات كبديلا عنها.

4- تغلغل المؤسسات العالمية والمتعددة الجنسيات في اقتصاديات الدول النامية، مما أدى إلى تطوير العملية الإنتاجية بفضل الموارد والامكانيات التي تحوزها، الأمر الذي أدى إلى تجاوز حجم الإنتاج القدرات الاستهلاكية للسوق المحلي، وبداية البحث عن سبل أخرى لتصريف الفائض، مما كانت العملية التصديرية الوسيلة الأنسب لتحقيق ذلك.

5- السبب الأساسي والرئيس للمؤسسة التواجد في السوق، بإعتبار أن السوق الدولي يتيح إمكانيات تحقيق هوامش ربح أعلى لا يمكن للسوق المحلي تحقيقها كانت العملية التصديرية السبيل لتحقيق هدف التواجد العالمي للمؤسسات الوطنية.

6- مواجهة المنافسة المضروبة من طرف المنتجات الأجنبية، بالإضافة إلى محاولة تقليص الفجوة التكنولوجية وتنويع المخاطر وتلبية الطلب العالمي على المنتجات السوق بإعتبار التقارب التدريجي في

¹ عبد الرحمان يسري أحمد، قضايا اقتصادية معاصرة، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2000 ص 111.

أذواق المستهلكين في أي بلد نتيجة التطور الكبير لوسائل الاتصال الذي أدى إلى امكانية إطلاع الفرد من أي مكان في العالم على اتفاقيات الأمم الأخرى.

ثالثا: أساليب وأنواع التصدير

1- أساليب التصدير: يعتبر التصدير الوسيلة الأبسط للدخول إلى الأسواق الخارجية، حيث تستطيع المؤسسة بعمل تعهدات فعالة للتوسيع في حصصها السوقية بالاتجاه إلى الأسواق الخارجية وذلك عن طريق أسلوبين¹:

أ. أسلوب التصدير المباشر: تتحمل المؤسسة المصدرة بموجب هذا الأسلوب مسؤولية بيع صادراتها بنفسها، مما يرافق ذلك مخاطر كبيرة أو استثمارات مالية عالية، غير أنها ترتبط بعائد محتمل أكبر، بالإضافة إلى وجوب سيطرتها التامة على جهودها التسويقية والتعامل مباشرة مع المستهلك، ويمكن أن يتم ذلك من خلال:

- قسم التصدير: حيث تخصص المؤسسة قسما خاصا بعمليات التصدير، تنحصر مهامه في عمليات البيع الفعلي للمنتجات وتقديم المساعدة التسويقية للمؤسسة في مجال التصدير للأسواق الخارجية، وبعبارة أخرى يختص هذا القسم بأداء كافة الأنشطة المتعلقة بعملية التصدير.
- الجمعيات الدولية: أو ما يسمى بمفهوم مؤسسة التابعة، تسمح هذه الجمعيات بحضور المؤسسة في الأسواق الدولية، فبالإضافة إلى قسم التصدير أو بدونه تتخذ المؤسسة لها فرعا في الخارج يختص بالمبيعات الدولية، حيث يعمل هذا النوع على جميع السياسات التسويقية الخاصة بالصادرات.
- ممثلي الصادرات المتجولين: حيث تقوم المؤسسة بإرسال مندوبين عنها إلى دول أخرى بغرض التعريف بمنتجاتها أو التفاوض وعقد صفقات تجارية مع الجهات المستفيدة، وغالبا ما يتناسب هذا العمل مع المنتجات كبيرة الحجم كبيع وسائل النقل الجوي أو السلع الإنتاجية الكبيرة.
- ب. أسلوب التصدير غير المباشر: يعد هذا الأسلوب الأكثر شيوعا في العمليات التصديرية، حيث تقوم منتجاتها محليا، ثم تعتمد على الوسطاء في تدفق منتجاتها إلى الأسواق الخارجية أو الدولية، أما عن الوسطاء فيمكن تصنيفهم كما يلي:

¹ يحي عروذكي، عمليات التصدير والصادرات والمصدرين، مرجع سابق، ص 38.

- وكلاء التصدير: يتدخلون باسمهم الشخصي، يقومون بإبرام الاتفاقيات مع الموزعين مقابل حصولهم على عمولة.
 - تجمعات المصدرين: تقدم خدمات مشابهة لخدمات الوكلاء، إلا أنها تعمل على تشكيلات المنتجات، أي تعاملها مع المؤسسة المصدرة ليس حصرياً، وإنما تتعامل مع العديد من المؤسسات المصدرة.
 - مفاوض الاستيراد والتصدير: يقوم بالعمليات التجارية، وظيفته شراء المنتجات وإعادة بيعها في الأسواق الخارجية.
 - شركات تجارية متنوعة: وتنقسم إلى:
 - وسطاء الاستيراد: مهمتهم الحصول على المنتجات من الخارج وتخزينها وتوزيعها مقابل عمولة.
 - السماسرة وشركات العبور: مهمتها تسوية عملية النقل وتخزين المنتجات لحساب المؤسسات الأخرى، خاصة المنتجات المصدرة، وتختلف شروط التعاقد باختلاف هذه الأساليب.
 - 2- أنواع الصادرات: تختلف الصادرات باختلاف طبيعة المنتجات المصدرة وكيفية تصديرها.
 - الصادرات المنظورة: تتمثل في المنتجات الملموسة العابرة للحدود الإقليمية للدولة سواء كانت برية أو جوية أو مائية (بحرية أو نهرية).
 - الصادرات غير المنظورة: وتتمثل في المنتجات غير الملموسة أو الخدمات كالنقل والسياحة، خدمات المكاتب الدراسات الاستشارية... إلخ.
 - الصادرات المؤقتة: تتمثل في المنتجات سواء كانت ملموسة أو غير ملموسة العابرة للحدود الإقليمية لمدة معينة من الزمن ثم يتم استرجاعها، حيث يتم تصديرها ليس بهدف بيعها وإنما بهدف عرضها كالمنتجات التي يتم عرضها في المعارض والصالونات الدولية مثلاً.
 - الصادرات النهائية: وتتمثل في المنتجات التي يتم تصديرها بغرض البيع النهائي لا العرض وهي عكس الصادرات المؤقتة.
- كل أنواع الصادرات يتم تسجيلها في ميزان المدفوعات إلا الصادرات المؤقتة لأنها تسترجع خلال فترة محددة.

المطلب الثاني: الدور التنموي للصادرات

يحظى نشاط التصدير وهو أحد أشكال الدخول إلى الأسواق الدولية بإهتمام متزايد، وذلك لاعتبارات عديدة، حيث يعتبر المصدر الرئيسي للنقد الأجنبي الذي يستفاد منه في تمويل عمليات الاستيراد، بالإضافة إلى اعتباره كوسيلة أساسية في تحقيق التواجد المستمر في الأسواق الخارجية والقدرة على المنافسة للحصول على أكبر حصة تسويقية.

وعند الحديث عن نشاط التصدير كأحد أشكال الدخول إلى الأسواق الخارجية، يجب الحديث أولا عن وضعية الأسواق المحلية، حيث يعتبر الاقتصادي ليندر أن للمنتجات المصدرة ميزة نسبية تكتسب من أهمية الطلب الداخلي، حيث سماه ليندر بالطلب الممثل على سلع التصدير.

هناك ترابط شديد بين أداء القطاع الصناعي في دولة ما وأدائها في التصدير، لذا يجب الإهتمام بتعزيز أداء الهيكل الصناعي حتى يؤدي دوره في رفع أداء الصادرات الصناعية، وتعزيز هذا الأداء يتوقف على مجموعة من المقومات المتمثلة في¹:

- تحديد الأهمية النسبية للقطاعات ذات الميزة النسبية.
- الاهتمام بالاستثمار في الموارد البشرية ونظام التعليم والتكوين.
- إقامة صناعات قابلة للتصدير مستقبلا وذات مكانة في السوق العالمي.
- اشتراك القطاع الخاص في عملية التنمية الصناعية وخلق نوع من التنافس والتكامل بينه وبين القطاع العام في تنفيذ الاستثمارات الصناعية.²
- توفير المناخ الاستثماري المناسب لجذب الاستثمارات الصناعية الأجنبية المباشرة للاستفادة من تكنولوجيا المؤسسات متعددة الجنسيات.³
- الاهتمام ببحوث التطور التكنولوجي والدراسات الانمائية المتخصصة.
- الاهتمام بتوفير شبكات متكاملة للمعلومات التصنيعية تغطي احتياجات كافة البنوك للقطاع الصناعي.¹

¹ كمال عياشي، دور نظرية الأدر الأسيوية في السياسة الصناعية الجديدة في الجزائر للتحويل إلى الهياكل التصديري، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد (06)، الجزائر، 2000، ص 226.

² محمد حامد محمود عبد الرزاق، مرجع سابق، ص 40.

³ نفس المرجع.

- زيادة درجة الربط بين المشروعات الاستثمارية التجميعية والصناعات الوطنية.
 - الاهتمام بتوفير رأس المال اللازم للتنمية الاقتصادية سواء عن طريق زيادة معدلات الادخار أو الاستثمار.
 - التنسيق وخلق نوع من التكامل بين القطاع الصناعي ومختلف القطاعات المكملة له.²
- إن تحقيق التواجد المستمر في الأسواق الخارجية يتوقف على مستوى الاداء التصنيعي في بلد ما حيث لا يمكن تعزيز الصادرات الصناعية إلا من خلال تعزيز أداء القطاع الصناعي، وهذا ما يبرر مدى ترابط الأداء التصنيعي بالأداء التصديري، ولتحقيق هذا التعزيز يجب توفر مجموعة من المقومات منها:³
1. اعتماد متطلبات الجودة الشاملة التي تتناسب ووظيفة الأسواق العالمية المتميزة بالمنافسة العالمية وانتاج السلع الصناعية بهدف التصدير.
 2. الاعتماد على تكنولوجيا الاتصال من أجل توفير شبكة متكاملة من المعلومات التصديرية حتى يكون المتعامل الاقتصادي المصدر على دراية كافية بتطورات الأسواق العالمية، واتجاهات المنافسة بها لرسم سياسته التصديرية المناسبة.
 3. تحفيز الصادرات الصناعية من خلال رفع كفاءة البنية المؤسسية التصديرية خاصة الأجهزة المتعلقة بالتصدير، بالإضافة إلى وسائل التوزيع المادي للمنتجات من وسائل النقل بكافة أنواعه البحري، الجوي ووسائل التخزين المناسب لكل نوع من أنواع المنتجات الموجهة للتصدير والمناولة.
 4. التشجيع على الاستغلال الأمثل لمبدأ الميزة النسبية التي يتمتع بها الإقتصاد الوطني.
 5. ضرورة وضع استراتيجية تصنيعية تهدف إلى تخفيض تكاليف الإنتاج حتى يتم عرض المنتج بأسعار تنافسية في الأسواق الخارجية.
 6. وضع استراتيجية لقطاع الصناعة مع تحديد أهداف كمية، وتوضيح السياسات والأدوات المسخرة والعمل على تخفيف عبء إجراءات التصدير وإزالة مختلف المعوقات.
 7. التغلب على ضيق السوق المحلي واستغلال مزايا اقتصاديات الحجم.

¹ محمد حامد محمود عبد الرزاق، مرجع سابق، ص 40.

² نفس المرجع

³ فتيحة محمد زغلول، توجيهات القطاع الصناعي نحو التصدير، محمد التخطيط القومي، سلسلة التخطيط والتنمية في مصر، 1995، ص 122.

8. توفير وسائل ومستلزمات التعبئة والتغليف للمنتجات الموجهة للتصدير بالكفاءة والجودة المطلوبة لمحاكمة المنافسة في الأسواق العالمية.
9. العمل على استغلال الطاقات العاطلة في القطاع الصناعي والتركيز على الصناعات ذات الميزة النسبية.
10. العمل على اصلاح الهياكل المالية وتوفير التمويل اللازم من البنوك المتخصصة لمشاريع الصناعات التصديرية ومنحها قروضا بأسعار فائدة تفضيلية.
11. تحفيز المشاريع المتخصصة في إنتاج منتجات موجهة للتصدير من خلال توفير التمويل اللازم لمشاريعهم بأسعار فائدة تفضيلية.
12. توفير التأمين اللازم للمنتجات الصناعية المصدرة ضد مختلف مخاطر العملية التصديرية.

تجدر الإشارة إلى أن التقدم والنجاح والمطرّد للتنمية الصناعية يهدف التصدير إنما هو نتيجة للإندماج التدريجي وفق مراحل في الاقتصاد العالمي، وينطلق ذلك من الظروف الوطنية ويرافقه استثمار في الأفراد والمؤسسات والبنية التحتية، تشجيع الصادرات، انشاء مناطق اقتصادية خاصة... الخ، هذه المراحل يمكن إنجازها في ما يلي:¹

أولا. تمثل الفترة التي يتم من خلالها تصدير المنتجات الزراعية التقليدية التي تمتلك ميزة نسبة في إنتاجها بأقل التكاليف وإستيراد المنتجات الاستهلاكية الخفيفة غير المعمرة، في حين اقترح كوفيزل نموذجا آخرا وذلك حسب درجة تورط المؤسسات العاملة في عمليات التصدير وقد ميز ثلاث مراحل:²

1. **المرحلة التجريبية:** والتي تمارس التزاما بسيطا لتطور العمل بالسوق الخارجي وذلك من خلال الاستجابة فقط لأوامر الطلب الخارجي، وتمارس سياسات التسويق المحلي للأسواق القريبة، وتكون درجة التردد عالية لتخصيص موارد مالية وإدارية لأنشطة التصدير.
2. **المرحلة النشيطة:** حيث في هذه المرحلة تتبلور الرغبة في البناء والتمكن من الأسواق الخارجية وتكييف عناصر المزيج التسويقي حسب الحاجات المحددة للأسواق الخارجية.

¹ فتيحة محمد زغلول، نفس المرجع، ص 130.

² محمد سيد محمد حسين، التسويق الدولي ودوره في اقتحام الأسواق الدولية، بدون دار نشر، 2010، ص 49.

3. المرحلة الملتزمة: وتحدث حينما تبحث مؤسسة في نشاطات أخرى دولية وليس فقط عن طريق التصدير، وكذلك من خلال طرق عمليات خارجية أخرى كالاستثمار في المبيعات وفي فروع انتاجية في الخارج، وتشتمل على وضع وتحقيق أهداف طويلة الأجل.

أما بيلسكي وتيسار فقد قسما الاندماج في الأسواق الدولية إلى ستة مراحل معتمدين في ذلك على معيار مركب يشمل على (طول الخبرة الزمنية بالتصدير، نسبة حجم مبيعات التصدير من المبيعات الكلية، عدد الدول المصدرة لها ... إلخ) وتمثلت هذه المراحل في:¹

1. المرحلة الأولى: عدم اهتمام الإدارة بالتصدير وحتى أنها لا تستجيب لأوامر الطلب الخارجي، بمعنى اهتمام المؤسسة بالطلب المحلي أو التركيز على احتياجات السوق المحلي فقط.

2. المرحلة الثانية: الاهتمام بالبحث عن حجم الطلب الخارجي ولكن دون بذل أية جهود في تلبيتها.

3. المرحلة الثالثة: تبدأ بالبحث وبذل الجهود للكشف عن الجدوى الاقتصادية للتصدير.

4. المرحلة الرابعة: تبدأ بالتصدير على أسس تجريبية ولبعض الدول القريبة على أساس البعد النفسي.

5. المرحلة الخامسة: تصبح المؤسسة خبيرة في التصدير للأسواق التي تم الإشارة إليها في المرحلة الرابعة.

6. المرحلة السادسة: تبدأ المؤسسة بالكشف عن جدوى التصدير إلى دول آخر أكثر بعدا.

ثانيا. تمثل الفترة التي يتم من خلالها احلال الواردات من المنتجات الاستهلاكية بالإنتاج المحلي للصناعات الاستهلاكية الخفيفة التي تم استيرادها في المرحلة الأولى بعد التعرف على هذه المنتجات وفك تكنولوجيا انتاجها.

ثالثا. تمثل الفترة التي يتم من خلالها تصدير المنتجات الاستهلاكية غير المعمرة وإحلالها محل الصادرات الزراعية التقليدية.

رابعا. تمثل الفترة التي يتم من خلالها احلال الواردات من المنتجات المعمرة والمنتجات الاستهلاكية وانتاجها محليا.

¹ محمد سيد محمد حسين، نفس المرجع، ص 50.

خامسا. تمثل الفترة التي يتم من خلالها تصدير المنتجات المعمرة، وتصبح الدولة متقدمة بوصولها إلى هذه المرحلة.

ولعل أهم محدد لعملية الانتقال من مرحلة إلى أخرى من هذه المراحل الخمس هو المستوى التكنولوجي، فكلما كان مستوى التكنولوجيا المحلية قادر على منافسة التكنولوجيا الأجنبية يتم تصدير المنتج، والعكس صحيح، حيث كلما كانت التكنولوجيا المحلية الداخلة في إنتاج المنتجات المصدرة أقل من التكنولوجيا الأجنبية يتم استيراد هذا المنتج ويتم تصدير منتج آخر أعلى مستوى تكنولوجيا.

المطلب الثالث: تشجيع الصادرات كآلية إنمائية

وقعت معظم الدول النامية في فخ الاعتماد على سياسة الاحلال محل الواردات قصد علاج العجز في الميزان التجاري، فأصبحت هذه الدول في مأزق الاعتماد على الخارج بل والوقوع في فخ المديونية، مما دفع العديد منها بالتوجه إلى التصدير، هذا التوجه الذي يشير إلى أن الصادرات تؤثر بطريقة مباشرة أو غير مباشرة على التنمية الاقتصادية، حيث تمثل زيادة في الطلب الكلي ومنبعًا حيويًا لعملية التراكم الرأسمالي.

أولاً: مفهوم استراتيجية التوجه إلى التصدير

تعرف هذه الاستراتيجية على أنها " تنفيذ مجموعة من الإجراءات والوسائل المختلفة على مستوى الدولة بهدف التأثير على كمية وقيمة صادراتها بما يؤدي إلى زيادة القدرة التنافسية للمنتجات المحلية في الأسواق العالمية، ويعرفها " باغواي " و " بلاصا " على أنها تلك الاستراتيجية التي تهدف إلى زيادة الصادرات من خلال تقديم حوافز سعرية غير متحيزة لصالح صناعات بدائل الواردات، أما " كروغر " فعرفها على أنها مجموعة من الإجراءات والوسائل المختلفة التي يتم اتباعها لتحفيز جميع السلع المصدرة دون الاقتصار على سلعة واحدة.¹

تعرف كذلك على أنها التركيز على انشاء صناعات يخصص غالبية انتاجها إلى التصدير في الأسواق الخارجية، مع إمكانية تسويق جزء من الإنتاج للاستهلاك الداخلي، ويتوقف نجاح هذه الاستراتيجية على

¹ محمدو حامد محمود عبد الرزاق، تكنولوجيا المعلومات وزيادة مصادرات ودعم التنمية الصناعية، مكتبة الحرية للنشر والتوزيع، مصر، 2006، ص 34.

حجم السوق المنافس أمام الصادرات المحلية والقدرة على عرضها بالمواصفات والجودة المطلوبة وتوافر الطلب الخارجي عليها.¹

كما يقصد بها كذلك التركيز بشكل أساسي على تلك الصناعات التي تتوفر لها فرصة تصدير منتجاتها، حيث تعتبر المسؤول الأول عن تمويل خطط التنمية في الدول النامية على أساس ذاتي، ذلك أن جانباً هاماً من احتياجات التنمية في هذه الدول من السلع الوسيطة والاستثمارية وحتى من السلع الاستهلاكية لا يمكن إشباعه إلا بالإستيراد من الخارج، ولا بد من توفير حصيلة جيدة من الصادرات لتمويل هذه الواردات.²

يدل نمو حجم صادرات أي بلد على نجاح استراتيجية التوجه نحو التصدير والمشاريع الإنتاجية في هذا البلد خاصة ذات التوجه التصديري من جهة، ومن جهة أخرى تطور المزايا التنافسية لمنتجاتها التي أهلتها للحصول على حصة سوقية في الأسواق الدولية رغم الحواجز والعوائق الكثيرة التي تعترض نشاط التصدير والعمل بالأسواق الخارجية وبذلك تزداد أهمية استراتيجية التوجه نحو التصدير للعديد من الاعتبارات:³

- هي الامتداد الطبيعي للتوسع في مشاريع الإنتاج، وإلا فإن السوق المحلي المحدود، سيقف حائلاً دون استمرار هذا التوسع.
- هي المخرج مما تعاني منه الكثير من المؤسسات من فائض في طاقات الإنتاج وفي المخزون نتيجة لمعوقات التسويق المحلي.
- إن تنويع الصادرات فضلاً عن كونه هدفاً بحد ذاته، يزيد من توسيع مصادر الدخل الوطني ويدعم الميزان التجاري ويجلب العملات الأجنبية ويزيد من فرص تشغيل العمالة الوطنية.
- المشروعات الوطنية تعتمد إلى حد كبير على استيراد المواد والمعدات من الخارج وهذا الاستيراد ينبغي أن يقابله تصدير المنتجات لتعويض آثار التمويل بالعملات القابلة للتحويل.

¹ محمد محروس إسماعيل: مرجع سابق، ص 55.

² وصاف سعيدي، أثر تنمية الصادرات غير النفطية على النمو الاقتصادي في البلدان النامية، الحوافز والعوائق، أطروحة دكتوراه جامعة الجزائر، 2004، ص 41.

³ نفس المرجع، ص 49.

- مواجهة ظاهرة المؤسسات المعتمدة الجنسيات ودورها في الاستحواذ على أكبر نصيب من حجم التجارة الدولية.
- مواجهة التطورات التي شهدتها الأسواق المحلية والعالمية والمنافسة بين الدول المتقدمة، وسعي المؤسسات المتزايد لفتح المزيد من الأسواق الخارجية لتستطيع الصمود في وجه المنافسة القوية.
- ولضمان نجاح هذه الاستراتيجية في تنويع هيكل الصادرات السلعية لصالح المنتجات الصناعية، يتطلب توفير بعض الشروط منها:¹
 - 1- دعم القطاع التصديري وإلغاء التحيز ضده من خلال إحاطته بمجموعة من الحوافز كالإعفاءات الضريبية لمختلف العمليات المدعمة والمكاملة للنشاط التصديري.
 - 2- الابتعاد عن الإجراءات البيروقراطية والقيود التي تنفر المستثمرين وتعيق الإصلاحات الاقتصادية.
 - 3- وجود درجة عالية من التكامل بين القطاع الصناعي والصناعات الأخرى داخل الاقتصاد الوطني.²
 - 4- تقليص دور القطاع العام وتشجيع القطاع الخاص مما يؤدي إلى زيادة الكفاءة وفرص التصدير والقدرة على المنافسة.
 - 5- قيام الصناعة على تكنولوجيا ملائمة، ويرتبط ذلك باختيار التكنولوجيا المناسبة للدول.³
 - 6- التوجه إلى خلق الأسواق واختراقها سواء في الداخل أو الخارج.⁴
 - 7- الاعتماد على سياسة اقراض مبنية على أسعار فائدة تنافسية تسمح بتشجيع الاتجاه نحو الاستثمارات المنتجة مثل الصناعات كثيفة رأس المال.
 - 8- تدعيم الصناعات الصغيرة والمتوسطة لأنها قادرة على توفير فرص عمل تساهم في حل مشكل البطالة.
 - 9- الاستفادة قدر الامكان من المزايا التصديرية التي توفرها المناطق الحرة.

¹ منى طعيمة الجرف، دور الصادرات في تنمية الاقتصاد المصري في ضوء التوجيهات الاقتصادية الجديدة، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة 1995، ص 20.

² وصان سعدي، مرجع سابق، ص 48.

³ نفس المرجع.

⁴ نفس المرجع، ص 49.

10- تطبيق سياسة مرنة لسعر الصرف واخضاع تحديد سعره لقوى السوق (العرض والطلب)، مما يسمح بمعالجة الاختلال المتمثل في انخفاض سعر صرف الصادرات من سعر صرف الواردات.

ثانيا: مزايا استراتيجية التوجه للتصدير:

هناك العديد من المزايا التي جعلت الدول النامية على وجه الخصوص تنتهج استراتيجية التوجه للتصدير، وفيما يلي أهم هذه المزايا¹:

- التغلب على ضيق السوق المحلي، حيث أن التوجه نحو التصدير يخلف ويخترق أسواقا جديدة ويمكن من مزايا استغلال مزايا اقتصاديات الحجم الكبير، مما يؤدي إلى اتساع قاعدة التخصص داخل الصناعة الواحدة.
- استغلال المزايا النسبية المتوفرة محليا مع تطوير أساليب الإنتاج في الصناعة وإعادة تخصيص الموارد وفقا لاعتبارات الميزة النسبية.
- إن استخدام الموارد المحلية في عمليات التصنيع من أجل التصدير من شأنه أن يوفر المزيد من العملات الأجنبية التي تحتاجها القطاعات الاقتصادية لتمويل استثماراتها من خلال استيراد السلع الاستثمارية والوسيلة².
- خلق قاعدة تصديرية تساهم في تنمية الاقتصاد الوطني وتنوع مصادر دخله ودعم وتصحيح الاختلال في الميزان التجاري.
- تعمل على دفع البلدان إلى اعتماد سياسة تشجيع وجذب الاستثمار الأجنبي عن طريق مختلف التسهيلات والحوافز، خاصة المؤسسات المتعددة الجنسيات التي لديها الامكانيات الهائلة سواء من حيث رأس المال أو التكنولوجيا المتطورة، إلى جانب توفرها على الخبرات التسويقية الكبيرة وقدرتها على الوصول إلى مختلف الأسواق العالمية.
- العمل على انتشار صناعات جديدة لم يكن بالإمكان انشاءها من قبل إلى جانب التوسع والتطور في الصناعات القائمة¹.

¹ عبد العزيز عجمية محمد، والعيشيش محمد علي التنمية الاقتصادية مفهومها ونظرياتها وسياساتها، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2004، ص 311.

² محمد مسلم حمود المجالي، الصادرات الوطنية ودورها في التنمية الاقتصادية والأردن، أطروحة دكتوراه، جامعة القاهرة، 1999، ص 36.

هذا على المستوى الكلي، اما مزايا هذه الاستراتيجية على مستوى المؤسسات فتتمثل في:²

- إتاحة فرص الاحتكاك بالمؤسسات الأجنبية مما يرفع من قدرتها على التنافسية من خلال زيادة جودة ونوعية منتجاتها.
- استغلال الطاقات غير المستغلة من طرف المؤسسة نتيجة اتساع السوق وامتداده إلى أسواق خارج الحدود الإقليمية للدولة.
- الحد من مخاطر الاعتماد على السوق الواحد من خلال تنويع المنتجات الموجهة للتصدير.
- رفع رقم أعمال المؤسسة من خلال محاولة توسيع السوق إلى الأسواق الأجنبية وبالتالي الرفع من حصتها التسويقية سواء كان سوق محلي أو أجنبي.
- العمل على افادة المؤسسات الوطنية بالكثير من الجوانب الإيجابية من خلال احتكاكها بالأسواق العالمية، حيث يمكن الحصول على المزيد من التكنولوجيا المتقدمة لتطوير المنتجات إلى جانب الحصول على أحدث المقاييس والمواصفات الدولية التي يمكن من خلالها زيادة قدرة الصادرات على النفاذ في تلك الأسواق.³

ثالثا: المحاور الأساسية لاستراتيجية التوجه للتصدير:

تختلف محاور استراتيجية التوجه للتصدير حسب اختلاف التوجيهات والظروف الاقتصادية، حيث يمكن في هذا الصدد طرح مجموعة من المحاور التي من شأنها تعزيز الصادرات عامة والصادرات خارج المحروقات على وجه الخصوص:⁴

1. البنية المؤسسية للتصدير:

توصف أي سياسة تصديرية بالنجاح إذا أدت إلى وجود معدلات نمو مرتفعة وفرص تصديرية مستقرة للعديد من السنوات المتتالية، ولضمان نمو مستمر في الصادرات يجب توفر كيانات مؤسسية دائمة تسهر على الأداء الفعال لنشاط التصدير، وتعتبر عن مصالح القطاع وتحميه من الانحرافات والتشوهات التي تفرز

¹ محمد مسلم حمود المجالي، نفس المرجع، ص 38.

² عجيمة عبد العزيز محمد، مرجع سبق ذكره.

³ محمد مسلم حمود المجالي، مرجع سابق، ص 37.

⁴ صديقة باقر عبد الله، الميزان التجاري وتنمية الصادرات غير النفطية، مركز التدريب والبحوث الاحصائية، العراق، 2012، ص 14.

السياسات الاقتصادية التي قد لا تكون من أولى اهتماماتها، وتشمل هذه الكيانات اتحادا للمصدرين، أو كيانا يجمع جمعيات المصدرين في صوت واحد مؤثر ومسموع، كما يجب أن يحقق الكيان المؤسسي الحماية القانونية لقطاع التصدير الذي يجب أن تكون مكفولة للمصادر الوطنية سواء في الداخل من الممارسات التجارية غير المشروعة من الدول الأخرى، أو في الخارج من محاولات الدول المستوردة عرقلة اختراق المنتجات الوطنية لأسواقها خاصة إذا كانت تهدد صناعات محلية قائمة، ولا يمكن أن تكفل هذه الحماية في الداخل والخارج إلا من خلال مؤسسات متخصصة.

2. جودة المنتج:

يعتبر المنتج محورا أساسية من المحاور التي تركز عليها استراتيجية التوجه نحو التصدير، حيث تتوقف درجة تنافسيته في الأسواق الأجنبية على درجة جودته الانتاجية، لذلك ومن أجل ضمان ذلك يجب تحقيق أمرين هما: أولا إقامة نظم فحص السلع الموجهة للتصدير من أجل ضمان الجودة المناسبة للأسواق الخارجية، وثانيا الحفاظ على سمعة المنتج من خلال وضع نظام للجودة أو اقامة ندوات داخلية ومعارض لترويج جودة المنتج وتصميمه.

3. توفير التعقيم الضريبي الفعال:

تحتل اجراءات تطوير الأنظمة الجمركية مكانا بارزا في استراتيجية التوجه نحو التصدير، وذلك لما لها من تأثير على تخفيض تكلفة الإنتاج المحلي وادخال التكنولوجيا المتطورة على أساليب الإنتاج وبالتالي تنمية الصادرات، ومن أكثر النظم الجمركية أهمية في هذا الصدد: نظام السماح المؤقت، نظام الدروباك، والتاكس ريبب¹.

أ. نظام السماح المؤقت: في ظل هذا النظام يلتزم المستورد بإعادة تصدير المنتجات مشتملة على كامل الكميات السابق الإفراج عنها بهذا النظام إلى الخارج أو منطقة حرة أو أي جهة لا تخضع وارداتها للضرائب الجمركية، ويتم إعادة التصدير خلال مدة محددة من تاريخ الإفراج الجمركي عن البضائع، مع جواز إطالة هذه المدة لأسباب مبررة، وعند التصدير تعقد لجنة مشكلة من الرقابة الصناعية لتحديد نسب المنتج النهائي وحجم المنتج المستورد المستخدم في إنتاجه.

¹ تقرير وزارة الاقتصاد المصرية استراتيجية تنمية الصادرات المصرية، 2001 ص 49.

ب. **نظام الدروباك:** في ظل هذا النظام، يسترد المصدر كافة ما سبق دفعه من ضرائب المبيعات ورسوم الجمارك على المواد والأجزاء التي استخدمت في المنتجات المصدرة، بما في ذلك الكميات التي فقدت أثناء التصنيع وفقا للنسب التي تقرها الرقابة الصناعية، وذلك عند تمام التصدير. ويترتب على ذلك أن المستورد تحت هذا النظام يمكنه التصرف في كل أو بعض الكمية المستوردة سواءا بحالتها أو بعد تصنيعها، دون الرجوع إلى الجمارك أو الحصول على موافقة أي جهة أخرى باعتبار أنه سدد الضرائب والرسوم كاملة عند الاستيراد واستوفى شروط الاستيراد قبل الإفراج عن السلع.

ج. **نظام التاكس ريبيت:** جاء هذا النظام لتحديث نظام الدروباك، روعي فيه تسهيل اجراءات الرد، حيث يتم الرد فيه على أساس عدة دراسات لسلع محددة تنتج في عدة مصانع يتم الرد عن متوسط الأعباء الضريبية والجمركية التي يتحملها منتجي هذه السلعة، والتي ترد لهم طبقا لجداول فئات الرد المصاغة لكل سلعة على حدى داخل المجموعات السلعية المختلفة، يستفيد من هذا النظام المصدر المنتج وغير المنتج دون تقديم أي مستندات عند التصدير.

وتتلخص أهم مميزات نظام التاكس ريبيت فيما يلي:

- سرعة الاستيراد، حيث يتم رد الضرائب والرسوم الجمركية مباشرة من جمارك التصدير وفقا للنسب المدرجة بجداول فئات الربط دون الحاجة إلى إظهار مستندات أو اقرارات أو انعقاد لجان لتحديد نسب استخدام المستلزم المستورد في تصنيع المنتج المصدر.
- سهولة تحديد قيمة الضرائب المستوردة، مما يمكن المصدر من تحديد تكلفة السلع المصدرة مسبقا والتنافس بشكل أفضل مع السلع المماثلة في الأسواق الناجية.
- لا يشترط أن يكون المصدر هو المستورد لمستلزمات الإنتاج أو مصنعها.

4. إيجاد سياسة تمويلية وضمان الصادرات:

يلعب التمويل والتأمين دورا بارزا في تحفيز الصادرات من خلال التسهيلات التي تمنح للمصدرين سواء في المراحل السابقة أو اللاحقة لشحن البضائع، فبالنسبة لعملية تمويل الصادرات تركز على نوعين:

أ- **تمويل فترة ما قبل الشحن:** يعتمد تمويل العملية التصديرية إما على الموارد الذاتية للمنتجين المصدرين، أو على تسهيلات الموردين، أو على مصادر خارجية مثل الاقتراض من القطاع المصرفي،

وتكمن مشكلة هذا النوع من التمويل في عدم كفاية الضمانات اللازمة التي تكون عادة في شكل رهن على أصول مؤسسة، خاصة بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، لذلك يمكن اللجوء إلى أدوات أخرى مثل: خطابات الاعتماد المتبادل بين البنوك.

ب- التمويل أثناء وبعد الشحن: يمكن التمييز بين نوعين:

● التمويل قصير الأجل: يتيح هذا النوع من التمويل للمصدرين صفقات ذات آجال دفع لا تتجاوز ستة

(06) أشهر، وذلك بهدف توفير السيولة له قبل وصول مستحقاته من المستورد الخارجي وتمثل في:

- التمويل بقبول أو خصم الكمبيالات التي يضمنها البنك (Discounting)، حيث تقوم البنوك التجارية بتقديم قرض للمصدر بضمان أو بخصم الكمبيالات المستحقة للمصدر قبل حلول آجالها.

- التخصيم (Factoring) حيث يتيح إمكانية الحصول على قيمة الفواتير قبل تواريخ استحقاقها من خلال شركات عالمية متخصصة في هذا النشاط المالي.

● التمويل المتوسط وطويل الأجل : في هذا الصدد تستخدم مجموعة من الآليات لضمان تمويل

الصادرات التي تفرض تدفقاتها النقدية فترات سداد طويلة الآجال وتتضمن هذه الآليات ما يلي:

- الخصم التجاري.

- إعادة الخصم.

- عمليات المقايضة والتجارة المقابلة.

أما بالنسبة لضمان الصادرات فلا يمكن أن نتصور سياسة متكاملة لتنمية الصادرات دون أن تتضمن مجموعة من الأدوات لضمان وتأمين المدفوعات المرتبطة بالتصدير ضد مختلف أنواع المخاطر التي تصاحبها.

أ. ضمان الصادرات: حيث يحاول المصدر حماية مستحقاته من خلال طلب ضمان من المستورد أو البنك أو أي جهة وسيطة أخرى، حتى يتمكن من تحويل السندات وخطابات الاعتماد إلى مؤسسات مالية أخرى في السوق المحلي قادرة على تحويلها إلى سيولة.

ب. تأمين الصادرات: حيث يتم اللجوء إلى مؤسسات التأمين لتأمين السلع ضد مختلف المخاطر التي يمكن أن تتعرض إليها عملية التصدير، حتى يتمكن من تعويض الخسائر خاصة المتعلقة بتقلبات سعر الصرف.

5. إنشاء المناطق الحرة والمناطق الصناعية التصديرية:

حيث يحقق التعاون الاقتصادي وعقد اتفاقيات التجارة الحرة التفضيلية مع الدول المختلفة العديد من المميزات من خلال إلغاء أو تقليل المعوقات أمام التجارة والاستثمار وتشجيع وتسهيل التجارة من خلال احداث تناسق بين أنظمتها وسياستها، حيث تهدف هذه الاتفاقيات بصفة عامة إلى:

- تشجيع التجارة وفتح الأسواق أمام المنتجات.
- تدعيم كفاءة الإنتاج من خلال زيادة درجة التخصص والاستقرار في الأسواق.
- الإستفادة من المنافسة في تدعيم جودة المنتجات .
- زيادة عمليات الاستثمار ونقل التكنولوجيا.
- تحسين معدل التبادل التجاري.

6. إصلاح القطاع المصرفي:

يعتبر القطاع المصرفي من أهم القطاعات الفاعلة للنشاط التصديري حيث يستخدم هذا القطاع مختلف أدوات السياسة النقدية مع توفير التمويل اللازم لدعم القطاع الصناعي، الذي يؤدي بدوره إلى تعزيز الصادرات عموماً والصادرات خارج المحروقات على وجه الخصوص، مع ضمان توفير الخدمات البنكية المتكاملة التي تتطلبها العملية التصديرية.

خلاصة:

- من خلال ما تم استعراضه في هذا الفصل نستنتج مجموعة من النتائج أهمها:
- إن للتجارة الخارجية أهمية بالغة في الاقتصاد بشكل عام، حيث تمكنّ مختلف الدول من زيادة رفاهيتها من خلال ربط أسواقها ببعضها البعض، الأمر الذي يؤدي إلى تعزيز القدرات التنافسية لكل منها.
 - تعتبر التجارة الخارجية من أهم المؤشرات المستخدمة في قياس القدرات الإنتاجية والتنافسية لإرتباطها بالإمكانيات المتاحة ومدى قدرة الدولة على الإستيراد والتصدير، بالإضافة إلى مستويات الدخل، وانعكاس ذلك على تدفق النقد الاجنبي.
 - ركزت النظريات الكلاسيكية في إبرازها لدور الصادرات في الفكر الاقتصادي لأسباب قيام التبادل الدولي بصفة عامة على المنافع المطلقة والنسبية، محاولة في ذلك إبراز الفوائد المتبادلة لكل الأطراف.
 - أما بالنسبة للنيوكلاسيك فركزوا على كل من وفرة وأسعار عناصر الإنتاج لكل بلد، محاولة تصنيف الدول حسب إمكانياتها الإنتاجية إلى قسمين، دول تتخصص في إنتاج السلع الرأسمالية وأخرى ذات كثافة عمالية الأمر الذي فسّر قيام التبادل بين الشمال والجنوب.
 - أحدث لغز ليونتياف Leontiafe مشكلة في تفسير النظرية السويدية لأسباب قيام التبادل الدولي، حيث لم يستطع تفسير التبادل شمال شمال، مما أدى إلى بروز مفكرين جدد أمثال ليندر الذي فسّر أسباب التبادل الدولي، من خلال تقسيم السلع إلى سلع أولية متوافق تماما مع تفسير النظرية السويدية و سلع رأسمالية والتي تعتبر وجوب توفر طلب فعلي محلي شرطا أساسيا لإنتاجها ثم التوجه بعد ذلك إلى تصديرها للأسواق الدولية.
 - يعتبر السوق المحلي العمق الخلفي لتشجيع الصادرات، خاصة خارج المحروقات منها بإعتبار أن نجاح المنتجات على المستوى الدولي يستوجب نجاحه محليا.
 - تعتبر استراتيجية التوجه نحو التصدير من أهم آليات تشجيع الصادرات، من خلال إيجاد أسواق خارجية تمكن من إستغلال مزايا اقتصاديات الحجم الكبير، الأمر الذي يؤدي إلى تنمية الاقتصاد الوطني وتنويع مصادر دخله.
 - إن التركيز على قطاع الصادرات في تنمية الاقتصاد الوطني يتطلب إحتكاكها بالأسواق الدولية، ما يمكنها من الحصول على التكنولوجيا المتقدمة اللازمة لبناء قدرات تنافسية مرتفعة.

من خلال هذه النتائج يتبين لنا أن لقطاع التصدير فوائد ومزايا كبيرة، لكن تجدر الإشارة إلى أن الأسواق الدولية تختلف عن الأسواق المحلية في العديد من الجوانب خاصة ما تعلق منها بكيفيات وطرق الدخول إليها، وهذا ما سنتطرق إليه في الفصل الثاني

الفصل الثاني:

غزو الأسواق الدولية

تمهيد:

تختلف عملية اختراق الأسواق الدولية باختلاف طرقها وأشكالها، حيث تتركز أي دولة في ذلك على ثلاث أشكال تتمثل أساسا في التصدير والاستثمارات الأجنبية المباشرة، والإتفاقيات التعاقدية من خلال إقامة تحالفات استراتيجية مع مؤسسات عالمية، كل شكل من هذه الأشكال يتطلب القيام بالعديد من الإجراءات أهمها الدراسة المعمقة للأسواق الدولية المستهدفة لإختيار الأسواق المناسبة بإستخدام طرق ومعايير دقيقة لتحديد أهم الفرص والتحديات التي يتضمنها كل سوق والتي على أساسها يتم إختيار أكثر الأسواق جاذبية، مع إختيار طبعاً بديل أو أكثر البدائل المتاحة لديها، مستخدمة في ذلك التسويق الدولي كأحسن طريقة لدخول الأسواق الدولية، وعلى هذا الأساس سنتطرق في هذا الفصل إلى:

✓ **المبحث الأول:** أشكال غزو الأسواق الدولية.

✓ **المبحث الثاني:** تقييم وإختيار الأسواق الدولية.

✓ **المبحث الثالث:** التسويق الدولي كآلية لغزو الأسواق الدولية.

المبحث الأول: أشكال غزو الأسواق الدولية

تختلف الأسواق الدولية عن الأسواق المحلية في العديد من الجوانب منها ما يتعلق بالعمليات الإنتاجية، ومنها ما يتعلق بالعمليات اللوجيستية، لكن نجاح أي منتج في الأسواق الدولية يتوقف عليه دراستها بشكل أدق وجمع أكبر قدر من بينها كيفية الدخول إليها، حيث هناك العديد من الأشكال تغزو الأسواق الدولية أهمها: التصدير والاستثمار الأجنبي المباشر والاتفاقيات التعاقدية، ولكل منها مزايا وعيوب وحتى مخاطر، لذا يتوجب عند اتخاذ قرار غزو الأسواق الدولية المفاضلة بينهما واختيار أحسن البدائل.

المطلب الأول: مفهوم التصدير

التصدير عبارة عن عملية بيع المنتجات أو تدفقها من بلد إلى آخر، حيث يمثل أبسط شكل من أشكال غزو الأسواق الدولية، مستخدما في ذلك مجموعة من الآليات لتحقيق مجموعة من الأهداف، حيث يمثل التصدير قدرة البلد عن طريق مؤسساته الاقتصادية على تحقيق التدفقات السلعية والخدماتية والمعلوماتية والمالية والثقافية والبشرية وحتى السياسية إلى أسواق دولية أخرى، أما عن الأهداف التي يصبو إلى تحقيقها تتمثل في:¹

- تحقيق الأرباح والقيمة المضافة.
- توسيع وانتشار ونمو المؤسسات المحلية.
- خلق وتوفير فرص العمل.
- التعرف على ثقافات البلدان الأخرى.
- الحصول على تكنولوجيا جديدة.

بالإضافة إلى سعيه لتحقيق أهداف أخرى والمتمثلة أساسا في التقليل من وحدة المخاطر المالية عن طريق:²

¹ هاني حامد الضمور، التسويق الدولي، ط4، دار وائل للنشر، 2007، ص 53.

² نفس المرجع، ص 26.

- التصدير الإيجابي: والمتمثل في التلبية المنتظمة للطلب الأجنبي على المنتجات والتوسع المستمر في أنشطتها، مع حتمية التعامل مع أكثر من عميل واحد وأكثر من سوق دولية واحدة.
- التصدير العرضي: والمتمثل أساسا في تصريف الفائض من منتجاتها من حين لآخر إلى بعض المستثمرين المستقلين لشركات أجنبية.

هذا ويعتبر التصدير من أقل الأشكال الأخرى في غزو الأسواق الدولية احتياجا لرؤوس أموال كبيرة، ولا يتطلب تغيرات كبيرة في خطوط منتجات المؤسسات أو في هيكلها التنظيمية أو خططها الاستراتيجية، وإنما يتطلب إدراج تغييرات بسيطة حتى تتلاءم واحتياجات الأسواق الدولية المتعامل معها، كما يمكن أن نميز في هذا المقام بين نوعين من أنواع التصدير المباشر وغير المباشر.¹

أولا: التصدير المباشر:

يعتبر نشاط التصدير من بين المهام التي تتولها إدارة التسويق في المؤسسة، لذلك وفي حالة ما إذا تبنت المؤسسة خيار التصدير المباشر، تقوم باستحداث قسم إداري مختص بمتابعة ومراقبة نشاطها خارج حدود بلد المنشأ أو بلد الإنتاج، حيث تسعى من ورائه إلى زيادة أرباحها وتعزيز موقعها في الأسواق الخارجية من خلال عدة طرق وقنوات:

- قسم التصدير المحلي: حيث تقوم المؤسسة بتأسيس فريق من العمال التابعين لها للإشراف على الكمية الموجهة للتصدير من المنتجات، أخذين على عاتقهم مهمة تقديم المساعدة الفنية والتسويقية في مجال الأسواق الخارجية للمؤسسة.
- ممثلي مبيعات التصدير المتجولين: تقوم المؤسسة بإرسال بائعين تابعين لها للتجوال بمنتجاتها في الأسواق الدولية، أخذين على عاتقهم مهمة التعريف بمنتجات المؤسسة وعقد الصفقات التجارية وجمع المعلومات عن هذه الأسواق.
- الوكلاء الأجانب: يمكن للمؤسسة الاستعانة بالطرق غير المباشرة في توزيع منتجاتها من خلال التعاقد مع شركات أجنبية تمثلها في أسواقها كوكيل، حيث يتولى هذا الأخير مهمة تمثيل المؤسسة في السوق المحلي له

¹ بوشنافة الميسوم، حدود كفاءة سياسات التسويق الدولي في المنشآت الاقتصادية الجزائرية، جامعة الجزائر، 2004، ص 96.

من خلال الالتزام بتزويده بالمنتجات والاشتراك في المعارض المحلية والدولية وحتى الإعلانات التجارية في الصحف المتخصصة.

ثانيا: التصدير غير المباشر

يعد التصدير غير المباشر الطريقة الأكثر شيوعا في اقتحام الأسواق الدولية، ويقصد به " النشاط الذي يترتب عليه قيام مؤسسة ما ببيع منتجاتها إلى مستفيد محلي في شكل مصدر أو مستورد أو تاجر جملة، حيث يتولى هذا الأخير عملية تصدير المنتجات إلى الأسواق الدولية سواء كان المنتج بشكله الأصلي أو بإضافة بعض التعديلات والتحسينات عليه.¹"

وفي هذا المقام تلجأ المؤسسة المنتجة إلى العديد من الوسطاء نذكر منهم:²

- **المصدر:** حيث يقوم هذا الوسيط بعملية شراء المنتجات من المؤسسة المنتجة ويتولى عملية تصديرها إلى الأسواق الخارجية، لكن عملية البيع هذه تتم لحسابه الخاص، باعتبار أنه يمثل زبون كسائر زبائن المؤسسة المنتجة ولا تربطهم أي التزامات إلا بعض الأصول التجارية والإنتاجية، خاصة إذا كانت القوانين المحلية للبلد المضيف تمنع التملك الكامل للمشروع كما هو الحال في المكسيك والصين والهند وبعض البلدان الإفريقية،³ أو امتلاك النسبة الأكبر للمشروع من طرف الشريك الأجنبي حتى لا يفقد المشروع صفة المشروع الوطني.

ومن مجمل ما سبق يمكن استنتاج النقاط التالية:⁴

أ. الاتفاق طويل الأجل بين طرفين استثماريين أحدهما وطني والأخر أجنبي لممارسة نشاط انتاجي داخل دولة الطرف المضيف.

ب. أن الطرف الوطني قد يكون شخصية معنوية تابعة للقطاع العام أو الخاص.

¹ علي حسين وآخرون، الإدارة الحديثة لمنظمات الأعمال، البيعة والوظائف والاستراتيجيات، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1999، ص 463.

² محمود جاسم الصميدعي، استراتيجيات التسويق، مدخل كمي تحليلي، ط2، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004، ص 280.

³ رضوان المحمود العمر، مرجع سبق ذكره، ص 151.

⁴ عبد السلام أبو قحف، مرجع سبق ذكره، ص 229.

ج. إن قيام أحد المستثمرين الأجانب بشراء حصة من مؤسسة وطنية قائمة يؤدي إلى تحويل هذه المؤسسة إلى مشروع مشترك.

د. ليس بالضرورة أن يقدم المستثمر - الطرف الأجنبي أو المحلي حصة في رأس المال بمعنى:

- إن المشاركة في مشروع الاستثمار قد تكون من خلال تقديم الخبرة والمعرفة أو العمل أو التكنولوجيا بصفة عامة.

- قد تكون المشاركة بحصة في رأس المال كله على أن يقدم الطرف الأخر التكنولوجيا.

- قد تأخذ المشاركة تقديم المعلومات أو المعرفة التسويقية أو تقديم السوق.

هـ. في جميع الحالات السابقة لا بد أن يكون لكل طرف من أطراف المشروع الحق في المشاركة في إدارة المشروع، وهذا هو العنصر الحاسم في التفرقة بين المشروعات المشتركة والاتفاقيات التعاقدية التي سنتطرق لها في المطلب الثالث.

يعتبر هذا الشكل من أفضل الأشكال بالنسبة للمؤسسات الراغبة في دخول سوق محمية وبشكل سريع نسبيا وبتكلفة أقل من فتح فروع إنتاجية، حيث يسمح لها بتواجد طويل الامد في البلد المضيف ومتابعة التطور التقني وسلوك المنافسين وتخفيض المخاطر السياسية والتجارية والمالية المتعلقة بالتواجد الجديد في الخارج، كما يكون مفيدا بشكل أكبر بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي لا تملك إلا إمكانيات محدودة، حيث تتمكن من دخول الأسواق الأجنبية واكتساب خبرة واسعة والاستفادة من شبكة التوزيع المحلية، وهذا بالإضافة إلى الإنتاج بتكاليف أقل وبيع .

- وكالة التصدير المحلية: تأخذ هذه الوكالة على عاتقها مهمة البحث وجمع المعلومات عن الأسواق الدولية والتفاوض مع المستوردين الأجانب وعقد صفقات التصدير مقابل تقاضي عمولات محددة.

- المنظمات التعاونية: تقوم هذه المنظمات بالأنشطة التصديرية نيابة عن العديد من المؤسسات المنتجة، حيث تتولى هذه الأخيرة مهمة إنتاج المنتجات المطلوبة في الأسواق الخارجية، أو بمعنى أصح محاولة تلبية الطلب الأجنبي فيما تتولى المنظمات التعاونية مهمة إخراج هذه المنتجات إلى الأسواق الخارجية أو البحث عن أسواق لتصريفها.

المطلب الثاني: الاستثمار الأجنبي المباشر:

الاستثمار الأجنبي المباشر هو عبارة عن قيام المؤسسة بإستثمارات خارج بلدها الأم من خلال العديد من الصفات، فيمكن أن يكون في صورة تملك كلي عن طريق إقامة فرع لها سواء كان إنتاجي أو خدماتي أو في صورة تملك جزئي عن طريق إقامة مشروع مشترك مع المستثمر المحلي، وبالتالي يمكن التمييز بين العديد من الاستثمارات الأجنبية المباشر .

أولاً: تصنيفات الاستثمارات الأجنبية المباشرة:

اختلفت الأسس التي يتم على أساسها تصنيف الاستثمار الأجنبي المباشر، والتي أفرزت كل منها أنواع معينة منه، حيث أن هناك من يصفه من منظور الدوافع والمحفزات التي تؤدي إلى حدوثه، وهناك من يصفه من وجهة نظر الدول المصدرة له، كما أن هناك من يصفه من منظور الدول المضيفة له.

1. على أساس الغرض: يمكن التمييز بين أنواع الاستثمار الأجنبي المباشر حسب هذا التصنيف كما

يلبي:¹

أ. الاستثمار الباحث عن الثروات الطبيعية: تسعى العديد من المؤسسات نحو الاستفادة من الموارد الطبيعية التي تتمتع بها العديد من الدول خاصة النامية منها، وتشجع هذا النوع من الاستثمارات على زيادة صادرات الدول المضيفة من الموارد الأولية وزيادة الواردات من السلع كثيفة رأس المال ومدخلات الإنتاج الوسيطة والموارد الاستهلاكية.

ب. الاستثمار الباحث عن الأسواق: ساد هذا النوع من الاستثمار في قطاع الصناعات التحويلية في

الدول النامية خلال الستينات والسبعينات، أثناء تطبيق سياسة إحلال الواردات، ويعتبر هذا النوع بديلاً عن التصدير من الدولة الأم، حيث أن اللجوء إليه يكون عادة بسبب القيود المفروضة على الواردات، كما أن هناك أسباباً أخرى للقيام بهذا النوع من الاستثمارات منها ارتفاع تكلفة النقل في الدولة المضيفة مما يجعل الاستثمار فيها أكثر جدوى من التصدير إليها.

¹ محمد العيد بيوض، تقييم أثر الاستثمار على النمو الاقتصادي والتنمية المستدامة في الاقتصاديات العربية، دراسة مقارنة " تونس، المغرب، الجزائر "رسالة ماجستير، كلية ع. ق، جامعة سطيف، 2011، ص 30.

ج. الاستثمار الباحث عن الكفاءة في الأداء: يتم هذا النوع من الاستثمار عندما تقوم المؤسسة الأجنبية بتركيز جزء من أنشطتها في الدول المضيفة بهدف زيادة الربحية، فقد دفع ارتفاع مستويات الأجور في الدول الصناعية بعض هذه المؤسسات إلى الاستثمار في العديد من الدول النامية، ويتميز هذا النوع من الاستثمارات بآثاره التوسيعية على تجارة الدول المضيفة.

د. الاستثمار الباحث عن أصول استراتيجية: يتم هذا النوع من الاستثمار في المراحل اللاحقة من نشاط المؤسسات الأجنبية عندما تقوم هذه الأخيرة باستثمار في مجال البحث والتطوير، مدفوعة برغبتها في تعظيم الربحية، ويعتبر هذا النوع من الاستثمار ذا أثر توسعي على التجارة من زاويتين (الإنتاج والاستهلاك)، كما تعتبر بمثابة تصديرا للعمالة الماهرة من قبل الدول النامية.

2. من وجهة نظر الدولة المصدرة:

أ. الاستثمار الأفقي: تكون فروع المؤسسات في هذا النوع من الاستثمار منحصرة في عنصر الملكية لوسائل الإنتاج، التحويل التكنولوجي والتمويل بغرض إنتاج نفس المنتج أو منتجات مشابهة للمنتج الأصلي للدولة الأم، وعادت ما يحدث هذا النوع من الاستثمارات في الدول ذات المستوى المماثل من النمو.

ب. الاستثمار العمودي: في هذا النوع من الاستثمارات يتخصص كل فرع من فروع المؤسسات الأجنبية بإنتاج جزء من العمليات الانتاجية مثل التجميع أو صناعة المكونات كمنتج نهائي، أو تخصص الفرع في عمليات التسويق، إضافة إلى ذلك فإن الإنتاج الذي تقوم به فروع المؤسسات الأجنبية في الاستثمار العمودي عادة ما يكون موجه للتصدير لخدمة أسواق البلد الأم دون الأسواق المحلية، وتهدف المؤسسة من خلال تبعيتها لهذا النوع إلى استغلال الموارد الأولية المتاحة في الدولة المضيفة (الاستثمار العمودي الخلفي)، أو الاقتراب أكثر من المستهلكين من خلال منافذ التوزيع (الاستثمار العمودي الأمامي).

3- من وجهة نظر الدول المضيفة:¹

أ. الاستثمار الهادف إلى احلال الواردات: يكون هدف الدولة المضيفة لهذا النوع من الاستثمار تحقيق التوازن والنمو الاقتصادي الذي يؤهلها إلى انتهاز سبل التنمية المستدامة، وتعويض احتياجاتها من السلع والخدمات التي تستوردها من الخارج بسلع محلية الصنع، وفي سبيل تحقيق ذلك تعتمد إلى

¹ محمد العيد بيوض، مرجع سابق، ص 33.

استقطاب استثمارات المؤسسات الأجنبية خصوصا في حالة ما إذا كانت مصادر التمويل المحلية غير كافية لتحقيق مثل هذا النوع من المشاريع.

ب. الاستثمار الهادف إلى تعزيز الصادرات: يكون هدف الدول المضيفة في تبني هذا النوع من الاستثمارات تعزيز قدرتها التصديرية، وبالتالي الرفع من قدرتها التنافسية في الأسواق الدولية، مما سينعكس بالإيجاب على حالة اقتصادها المحلي ويساهم في توفير العملة الصعبة اللازمة لتمويل مشاريع التنمية المستدامة بكل جوانبها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية والسياسية والتكنولوجية.

ج. الاستثمارات الأجنبية المباشرة بمبادرة حكومية: وعادة ما تتخذ هذه الاستثمارات صفة المشاريع الخيرية كالمنح والهبات ومبادرات الإعمار عند حدوث الكوارث.

ثانيا: أشكاله:

1. المشروعات المشتركة:

تعرف المشروعات المشتركة على أنها إحدى مشروعات الأعمال التي يمتلكها أو يشارك فيها طرفان - شخصيتان معنويتان - أو أكثر من دولتين مختلفتين بصفة دائمة، والمشاركة هنا لا تقتصر على الحصة في رأس المال فقط، بل تمتد إلى الإدارة، والخبرة، وبراءات الاختراع والعلامات التجارية... الخ¹، كما يمكن تعريفها على أنها عبارة عن عملية أجنبية تمتلك بها المؤسسة الدولية مشاركة كافية، بحيث يكون لها صوت في الإدارة، ولكن ليست كافية لكي يسيطر بصورة كاملة على الشراكة.²

أما تيربسترا Terpstra ، فيرى أن المشروعات المشتركة تنطوي على عمليات انتاجية أو تسويقية تتم في دول أجنبية، ويكون أحد أطراف الاستثمار فيها مؤسسة دولية تمارس حقا كافيا في إدارة المشروع أو العملية الإنتاجية بدون السيطرة الكاملة عليه.³

إذا فالمشروعات المشتركة هي عبارة عن تعاون شركتين أو أكثر على الاستثمار في إنتاج أو بناء أنظمة توزيع للوصول إلى الأسواق الأجنبية، حيث يشارك كل منهما في مخاطر الاستثمار، وطبقا لهذا الشكل، تكون

¹ عبد السلام أبو قحف، إدارة الأعمال الدولية، بحوث التسويق الدولي، مكتبة الوفاء القانونية، الاسكندرية، 2013، ص 228.

² رضوان المحمود العمر، التسويق الدولي، دار وائل للنشر الأردن، 2007، ص 151.

³ عبد السلام أبو قحف، مرجع سابق ذكره.

المؤسسة الدولية في رأس المال والإدارة في المشروع المشترك بنسبة يختلف معدلها من بلد إلى آخر وفي بعض الأحيان يكون هذا الشكل هو الشكل الوحيد الذي يسمح للأجنبي امتلاك منتجاتها في تلك الأسواق بأسعار منافسة، لكن كل هذا يتوقف على نوعية الشريك، حيث أن المشروع المشترك يشكل خيارا استراتيجيا بالنسبة للمؤسسة الراغبة في دخول سوق ما، لذلك يتوجب عليها انتقاء الشريك المناسب الذي سيسمح لها بتحقيق ونجاح هذا المشروع التعاوني.

في الواقع يمكن أن تظهر بعض التوترات بين الشركاء بسبب غياب الانسجام التام بين الأهداف الاستراتيجية او اختلاف البيئة وسلوك الشريك، لذلك ومن أجل نجاح المشروع المشترك يفضل أخذ العناصر التالية بعين الاعتبار¹.

- أهداف المشروع المشترك، حيث يجب تحديد المحاور العريضة لقيام الفرع، وأنشطته المختلفة.
- مساهمة كل من الشريكين في رأس المال والتكنولوجيا والكفاءات والتسويق، حيث بعض المعايير يصعب تقديرها بشكل كمي.
- اختيار تركيب رأس المال، حيث يتم هذا الاختيار تبعا لاعتبارات استراتيجية متضمنة الشركاء وأهداف البلد المضيف.
- توزيع مسؤوليات الإدارة، حيث يفضل عادة تعويض الإدارة لأحد الشركاء، لأن الشريكين لهما تطلعات مختلفة يصعب عليه إدارة المشروع بالمشاركة خاصة في بداية المشروع.
- عموما يتمتع الشريك المحلي بميزة نسبية عن الأجنبي، لأنه يعرف البيئة المحلية ويمكن أن يقدم الكثير من الخدمات للمشروع المشترك، وبشكل عام للمشروعات المشتركة العديد من المزايا التي يمكن أن تستفيد منها المؤسسات الراغبة في اقتحام الأسواق الأجنبية والتي يمكن إيجادها فيما يلي:²
- يعتبر المشروع المشترك من أكثر الأشكال تفضيلا في حالة عدم سماح البلد المضيف بالتملك المطلق خاصة في بعض أنواع ومجالات النشاط الاقتصادي كالزراعة أو البترول أو صناعة الكهرباء... الخ، حيث يحقق هذا الشكل للشريك الأجنبي نوعا من التحكم والرقابة على أنشطته.
- يفضل هذا الشكل في حالة عدم توافر الموارد المالية أو البشرية أو التسويقية للشريك المحلي.

¹ رضوان المحمود العمر، مرجع سابق، ص 152.

² عبد السلام أبو قحف، مرجع سابق، ص 230.

- يساعد هذا الشكل على سرعة الدخول إلى السوق المضيف وسرعة التعرف على طبيعة وإنشاء قنوات للتوزيع وحماية مصادر المواد الخام والأولية للمؤسسة الأم.
- يساعد هذا الشكل كذلك على تخفيض الأخطار التي تحيط بمشروع الاستثمار خاصة الأخطار غير التجارية مثل التأميم والمصادرة.
- يساعد كذلك على تذليل الكثير من الصعوبات والمشاكل البيروقراطية، خاصة إذا كان الشريك المحلي ممثلاً في الحكومة أو إحدى مؤسساتها.
- يساعد على التغلب على القيود التجارية والجمركية المفروضة بالدول المضيقة وبالتالي تسهيل عملية دخول أسواقها من خلال الانتاج المباشر بدلا عن التصدير.
- يساعد على الحصول على القروض المحلية والحصول على المواد الخام اللازمة.
- يساعد على حل المشاكل الخاصة باللغة والعلاقات العمالية والانسانية وغيرها من المشكلات الاجتماعية والثقافية الأخرى التي تواجه إنجاز كافة الأنشطة الوظيفية.

أما بالنسبة لعيوب هذا النوع من المشروعات فيمكن إنجازها في النقاط التالية¹:

- احتمال نشوء تعارض بين طرفي المشروع (خاصة ما يتعلق بنسبة المساهمة في رأس المال) مما يحول دون المراقبة الجيدة على النشاط وإدارته من طرف الشريك الأجنبي، الأمر الذي يؤدي إلى خلق مشاكل تؤثر على الانجاز الوظيفي للمشروع.
- قد يسعى الطرف المحلي إلى اقضاء الطرف الأجنبي من المشروع، الأمر الذي يؤدي إلى ارتفاع الخطر غير التجاري، وهذا ما يتنافى مع أهداف الأجنبي المتمثل في البقاء والنمو والاستقرار في سوق معين.
- إن انخفاض القدرات الفنية والمالية للشريك المحلي قد يؤثر سلباً على فعالية المشروع في تحقيق أهدافه الطويلة والقصيرة المدى.
- عندما يكون الطرف المحلي ممثلاً في الحكومة، فمن المحتمل جداً أن تضع شروطاً أو قيوداً صارمة على التوظيف أو التصدير أو تحويل الأرباح الخاصة بالشريك الأجنبي.

¹ عبد السلام أبو قحف فس المرجع، ص 233.

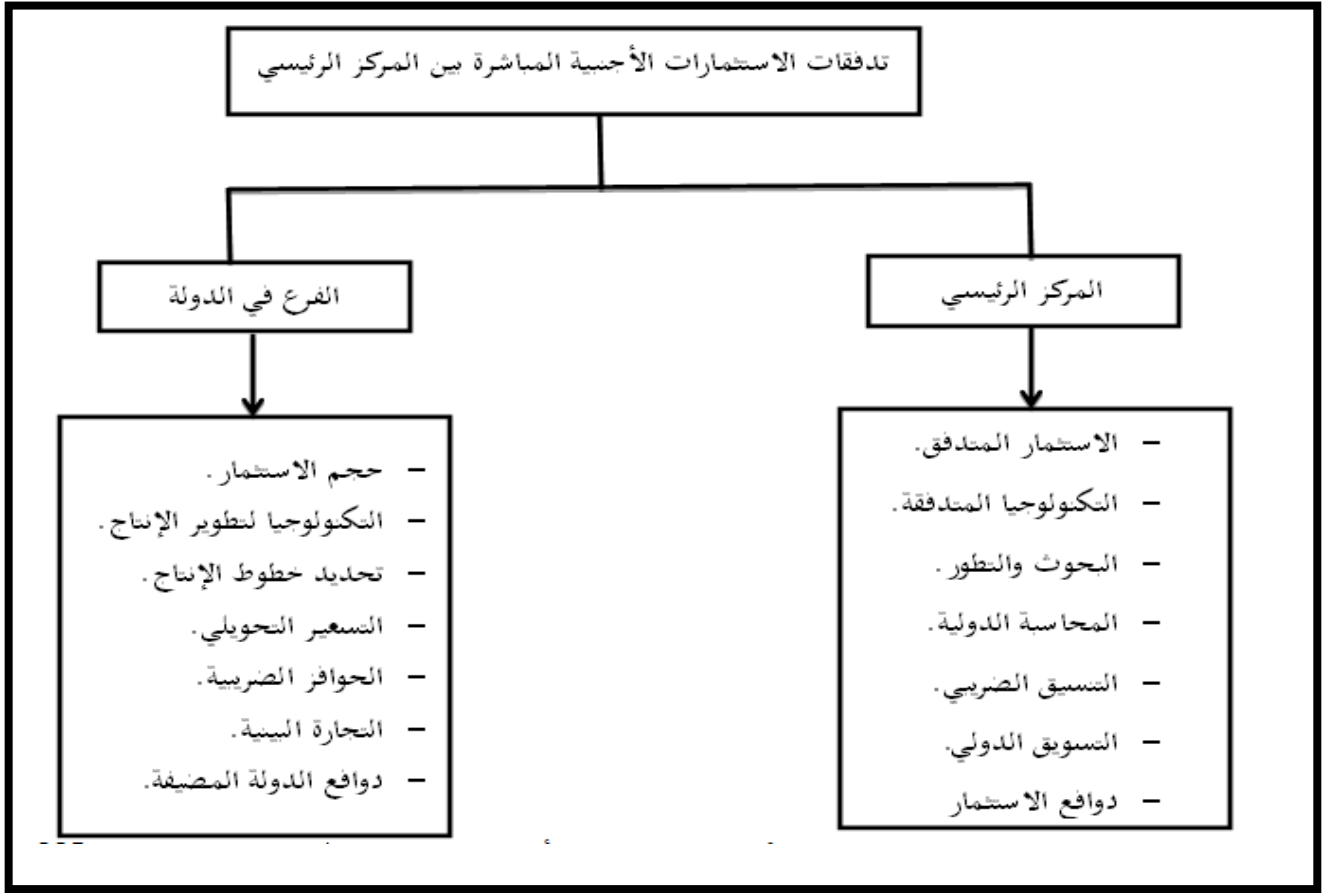
2. المشاريع المملوكة بالكامل للأجنبي:

إن المشروعات المملوكة بالكامل للطرف الأجنبي عادة ما تكون كبيرة إذا ما قورنت بالمشروعات المشتركة، حيث تساهم في التحديث التكنولوجي على نطاق واسع وفعال في الدول المضيفة، وتتميز هذه المؤسسات بالحجم الكبير في رأس المال والتنوع في النشاطات.¹

تمثل المشروعات المملوكة بالكامل أكثر الأنواع تفضيلاً للمؤسسات الأجنبية، وذلك راجع للعديد من الأسباب، ولعل أهمها التحكم وعدم قدرة المنافسين المحليين على فك حزمتهما التكنولوجية التي تعتبر أساس مزاياها التنافسية. وتجدر الإشارة إلى أن هذا النوع من المشروعات يتمثل في قيام المؤسسة الأجنبية بإنشاء فروع إنتاجية أو تسويقية أو أي نوع آخر بالدول المضيفة، وتنظيم العلاقة بين المركز الرئيسي والفرع من حيث اختصاصات وصلاحيات الفرع ونوع النشاط وفق اتفاقيات الدولة المضيفة، وهذا ما يمكن توضيحه في الشكل التالي:

¹ بن حمودة محبوب، بن قالة اسماعيل، أزمة العقار في الجزائر ودوره في تنمية الاستثمار الأجنبي، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد 05، 2007، ص 105.

الشكل رقم (2-1): تدفقات الاستثمارات الأجنبية المباشرة بين المركز الرئيسي والفروع



المصدر: وهيبه بن داودية، واقع وآفاق تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر في دول شمال افريقيا خلال الفترة (1995-2004) مع التركيز على الجزائر، مصر، المغرب، تونس، رسالة ماجستير، كلية العلوم الانسانية والعلوم الإقتصادية، جامعة الشلف، 2005 ن ص 16.

إن قرار المؤسسة اللجوء إلى الاستثمار الأجنبي المباشر يكون وفقا للمفاوضة بين اتجاهين، الأول تجاري والثاني انتاجي، بناء على مجموعة من الأهداف غالبا ما تكون متمحورة حول أهداف مؤسسة، طبيعة المنتجات، مميزات السوق المستهدف¹.

¹ رضوان المحمود العمر، مرجع سبق ذكره، ص 154

الجدول رقم (1-2): المفاضلة بين إنشاء فرع تجاري أو انتاجي.

الفرع الإنتاجي	الفرع التجاري	
<ul style="list-style-type: none"> -الرفع من حجم المبيعات. -حضور متميز على المدى الطويل. -رقابة السوق والسياسة التجارية. -التركيز على أسواق منتقاة بعناية كبيرة. -تخفيض المخاطر من خلال توزيع استثمارات مؤسسة في عدة أسواق 	<ul style="list-style-type: none"> - الوصول إلى حجم معين من المبيعات. - الوصول إلى حصة معينة من السوق. - الرد على سلوك المنافسين. - الحضور الدائم والقوى في السوق الخارجي. - التركيز على عدد من الأسواق الواسعة وذات إمكانات كبيرة. - في حالة غزو عدد كبير من الأسواق موزعة على مناطق جغرافية واسعة. - نشر سريع لابتكار جديد. 	وفقا لأهداف مؤسسة
<ul style="list-style-type: none"> - منتجات الصناعات الثقيلة. - منتجات ذات تكنولوجيا عالية. - منتجات معقدة. - منتجات ذات تكلفة نقل مرتفعة. 	<ul style="list-style-type: none"> - منتجات ذات قيمة مضافة كبيرة. - منتجات تضمن قدرة كبيرة من التمويل الذاتي. - منتجات تسمح بالحصول على هوامش ربح مرتفعة. - منتجات تحتاج إلى خدمة ما بعد البيع. - منتجات تحتاج إلى شبكات توزيع خاصة. 	وفقا لطبيعة المنتجات
<ul style="list-style-type: none"> -يسمح بالحضور في الأسواق المغلقة أمام التصدير بموجب الحماية. -يسمح بتخفيض المخاطر التجارية للمؤسسة إلى أقل قدر ممكن. 	<ul style="list-style-type: none"> - يجب معرفة قنوات التوزيع المتوفرة في البلد المستورد. - قدرة هذه القنوات على الاستيعاب وجودتها وتنظيمها. - جاهزيتها للتعاون مع الشركاء الأجانب. - يسمح هذا الفرع بالتوزيع المباشر. - يسمح بتجنب هجمات قنوات البيع الموجودة في البلد المستورد. 	السوق المستهدف

المصدر: رضوان المحمود العمر، مرجع سبق ذكره، ص 156

المطلب الثالث: الاتفاقيات التعاقدية

الاتفاقيات التعاقدية هي عبارة عن ارتباط طويل الأجل بين مؤسسة محلية وأخرى أجنبية، يتم بمقتضاه نقل التكنولوجيا وحق المعرفة دون استثمارات في أصول مادية من طرف مؤسسة الأجنبية.

تحتوي الاتفاقيات التعاقدية على العديد من الآليات التي من شأنها تسهيل مهمة المؤسسات في الدخول إلى الأسواق الدولية وتحقيق تواجدتها، من أهمها:¹

أولاً: عقود التراخيص أو الامتياز:

تلجأ مؤسسة إلى هذا الأسلوب عندما تشتهر علامتها التجارية، ويصبح الطلب على منتجاتها منتظماً ومتكرراً، حيث يعرّف الامتياز على أنه أسلوب تجاري لمهارة أو معرفة ما، يركز هدفه على خلق البيئة الملائمة للنمو السريع للشركات التي ترتبط ببعضها البعض من خلال العقود طويلة الأجل، ويخلق نوعاً من التعايش ما بين الإيرادات المتكاملة والأشخاص والأموال في إطار من العلاقات المستقلة والمحددة بشكل واضح ودقيق.²

إذا فهذا الأسلوب هو أحد الأساليب التي يمكن للمؤسسة أن تنقل إنتاجها من النطاق المحلي إلى الأسواق الدولية دون الحاجة إلى أي اتفاق استثماري، حيث يعتبر امتياز الإنتاج أو التصنيع بمثابة اتفاق أو عقد بمقتضاه ترخص مؤسسة ما في دولة ما إلى مؤسسة أخرى في دولة أخرى باستخدام براءة اختراعها أو خبراتها الفنية أو نتائج بحوثها... إلخ، مقابل عائد مادي معين، وقد يشمل الترخيص التصميمات الهندسية والصناعية والتدريب وكافة التعليمات المرتبطة بممارسة النشاط محل الترخيص، ويمكن التمييز بين نوعين من التراخيص أو الامتياز.³

1- التراخيص الإجبارية:

يسود هذا النوع من التراخيص في الدول التي ترفض التصريح للأجانب بالتملك الكامل لمشروعات الاستثمار، حيث تضطر إلى الموافقة على بيع براءات الاختراع أو التراخيص للمستثمرين المحليين للاستفادة منها

¹ رضوان المحمود العمر، مرجع سابق، ص 146.

² عبد السلام أبو قحف، مرجع سابق، ص 242.

³ نفس المرجع.

في مقابل عقد مادي، بالإضافة إلى حالات أخرى تضطر المؤسسات إلى الدخول في أسواق أجنبية بطريقة غير مباشرة نذكر منها:

- صغر حجم السوق بالدولة المضيفة وعدم ربحيته في الأجل الطويل.
- الاضطراب السياسي والاقتصادي في الدول المضيفة.
- عدم سماح بعض الدول بدخول أو مساهمة الأجانب في الصناعات الاستراتيجية مثل صناعة الأسلحة والالكترونيات مثلاً.

2- التراخيص الاختيارية:

يستخدم هذا الأسلوب في غزو الأسواق الدولية بطريقة غير مباشرة عن طريق منح تراخيص الإنتاج أو التسويق مقابل عائد مادي بالرغم من توافر فرص الاستثمار المباشر بأشكاله المختلفة في هذه الأسواق، وهذا راجع إلى عدد من الأسباب أهمها:

- عدم توافر الموارد المالية اللازمة للاستثمار المباشر في السوق المضيف.
- ضعف القدرة والخبرة التسويقية بالسوق المضيف.
- ارتفاع كلفة مؤسسة المستثمرة في مجالات البحوث والتطوير مقارنة بقدرتها المالية والتسويقية.
- عدم توافر الرغبة أو المقدرة الخاصة باستغلال سوق جديد وغير معروف.
- الخوف من تسرب براءة اختراعها أو المعلومات الخاصة بطرق التصنيع والتسويق إلى هذا السوق.
- الرغبة في اختيار السوق الأجنبي كمرحلة أولية قبل الدخول الفعلي إليه.
- تعتبر كوسيلة من وسائل غزو الأسواق بحد أدنى من التكاليف والمخاطر.
- الرغبة في بيع التراخيص واستغلالها كبديل للاستثمار المباشر.

ويمكن في بعض الحالات المزج بين النوعين، حيث تقوم مؤسسة ببيع براءة اختراع خاصة بإنتاج منتج معين، وفي نفس الوقت تقوم بالدخول في مشروع الإنتاج لهذا النوع بالدولة المضيفة، وفي هذه الحالة تتلاشى الفروق بين التراخيص والمشروعات المشتركة التي تعتبر كآلية بديلة من آليات غزو الأسواق الدولية.

يتمتع هذا النوع بعدد من المزايا التي يمكن للمؤسسة أن تستفيد منها عند دخولها للأسواق الدولية، ونذكر منها ما يلي¹:

- تعتبر وسيلة سهلة وسريعة للنفوذ للأسواق الخارجية مقارنة بانتقال رؤوس الأموال للخارج.
 - تعتبر بديلا جيدا مقارنة باستيراد نفس المنتج، خاصة في حالة ارتفاع الأسعار عالميا.
 - يمثل مصدرا ثابتا ومضمونا للدخل بالنسبة للمؤسسة المانحة له، مقارنة بالدخل الناتج عن الاستثمار المباشر الذي تتسم عوائده بالتقلب.
 - يزيد من عمر المنتجات في مرحلة النضج، من خلال انتاجها وتسويقها في أسواق جديدة.
 - يفيد المؤسسات المرخص لها من تطوير منتجاتها في الخارج جراء نقل التطويرات الجديدة، مما يسمح لها بتوفير نفقات البحث والتطوير.
 - يعتبر الترخيص أنسب البدائل للنفوذ إلى الأسواق الخارجية، خاصة في حالات التخوف من تأمين الاستثمارات، وارتفاع تكاليف الشحن للسوق المستهدف أو خطر استيراد المنتج المعني.
- في حين تتجلى معظم المخاطر الناتجة عن استخدام عقود التراخيص فيما يلي²:
- إمكانية سرقة حقوق الملكية المتضمنة لعقود التراخيص، والأسرار التكنولوجية.
 - إمكانية سوء استخدام هذه الحقوق وعدم الالتزام باتفاق الترخيص.
 - احتمال تحول مؤسسة المرخص لها إلى أقوى منافسين يهدد وجود مصالح مؤسسة الأصلية في السوق بدلا من أن يكون شريكا مساعدا لها.
 - انخفاض تدفقات رؤوس الأموال³.

¹ علي حسين علي وآخرون، الإدارة الحديثة لمنظمات الأعمال، البيئة والوظائف والاستراتيجيات، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن 1999، ص 86.

² نفس المرجع.

³ عبد السلام أبو قحف، مرجع سبق ذكره ص 245.

ثانيا: عقود التصنيع والادارة:

تعتبر عقود التصنيع من بين العقود التي يتم إبرامها بهدف تحسين منتج ما أو أساليب انتاج معينة، حيث تبرم هذه العقود بين مؤسسة دولية واحدى المؤسسات المحلية عامة كانت أو خاصة، ويتم بمقتضاها قيام الطرف الثاني نيابة عن الطرف الأول بتصنيع وإنتاج منتج معين، أي أنها اتفاقيات انتاج بالوكالة، وعادة ما تكون هذه الاتفاقيات طويلة الأجل، بحيث يتحكم الطرف الأجنبي في إدارة عمليات المشروع وأنشطته المختلفة على أن يقوم بنقل التكنولوجيا والمساعدة الفنية للمؤسسة المحلية.

في حين تعتبر عقود الإدارة كاتفاقيات أو مجموعة من الترتيبات والاجراءات القانونية يتم بمقتضاها التزام الطرف الأجنبي بإدارة كل أو جزء من العمليات والأنشطة الوظيفية الخاصة بمشروع استثماري معين في الدولة المضيفة لقاء عائد مادي معين في شكل أتعاب أو مقابل المشاركة في الأرباح.¹

وعادة ما تبرم عقود إدارة المؤسسات الصناعية في إطار توريد معدات المصانع، وذلك لضمان التسجيل الجيد للمعدات المستوردة، في حين تبرم عقود المؤسسات الخدمية لإدارة العمليات اليومية، وأحسن مثال على ذلك سلسلة فنادق الهيلتون في جميع أنحاء العالم.²

يعتبر هذا النوع من أكثر الأنواع شيوعا في الاستخدام من الاتفاقيات التعاقدية، لكن مثل ما لها من مزايا تميزها عن باقي الأنواع الأخرى لها عيوب يجب أخذها بعين الاعتبار عند استخدامه والجدول التالي يلخص مجمل المزايا والعيوب المرتبطة بعقود الإدارة وعقود التصنيع.

¹ عبد السلام أبو قحف، مرجع سبق ذكره، ص 249.

² يحي سعيد علي، التسويق الدولي والمصدر الناجح، دار الأمين للطباعة والنشر والتوزيع، 1997، ص 85.

الجدول رقم (2-2): تقييم عقود التصنيع والإدارة

العيوب	المزايا	
<ul style="list-style-type: none"> - صعوبة احكام الرقابة على السوق والجودة والسياسات التسويقية في كثير من الأحيان. - توقف المزايا السابقة على مدى توافر الطلب الوطني الذي يتميز بالكفاءة والفعالية في مجال الإنتاج والتسويق بصفة عامة. 	<ul style="list-style-type: none"> - تحتاج إلى حد أدنى من رأس المال. - عدم التعرض للأخطار السياسية. - انخفاض تكاليف الإنتاج والتسويق. - تعتبر كوسيلة تستخدم في التعامل مع الأسواق المغلقة أمام التصدير. - تلائم المؤسسات ذات المزايا التنافسية في المجالات الفنية. - الجمع بين الانتاجية ومزايا الترخيص وبعض مزايا الاستثمار المباشر. 	عقود التصنيع
<ul style="list-style-type: none"> - احتمال تدخل الطرف المحلي في شؤون الإدارة بهدف المحافظة على أمواله المستثمرة. - التضارب في المصالح بين طرفي الاستثمار، مما يؤدي إلى مشاكل وظيفية. 	<ul style="list-style-type: none"> - لا يحتاج إلى رأس مال. - درجة خطورة أقل. - تساعد على الحصول على مشروعات استثمارية في البلد المضيف. - المحافظة على السوق. - تسهيل عملية دخول أسواق أجنبية أخرى محيطة بالدول المضيفة. 	عقود الإدارة

المصدر: عبد السلام أبو قحف، مرجع سابق، ص 251.

أما بالنسبة للدولة المضيفة فتتحلى معظم المزايا والعيوب فيما يلي:

- المساهمة في تحقيق درجة من التقدم التكنولوجي في ميادين الإنتاج والإدارة والتسويق وتنمية مهارات القوى العاملة المحلية.
- انخفاض الآثار السلبية السياسية والاقتصادية خاصة بسبب عدم تملك الأجنبي لأي حصة من رأس مال المشروع.

في حين يمكن تلخيص العيوب فيما يلي:

- التعارض بين مصالح الطرف المحلي والطرف الأجنبي الناشئ عن التحكم الكامل لهذا الأخير في إدارة أنشطة وعمليات المشروع.
- محدودية المنافع المنجزة عن هذه العقود مقارنة بالمنافع المتأتية عن الاستثمار الأجنبي المباشر من خلق فرص العمل وتدفق النقد الأجنبي وغيرها.

ثالثاً: عقود تسليم المفتاح في اليد:

يتم بموجب هذه العقود إبرام اتفاقيات بين مؤسسة أجنبية وطرف محلي، حيث يلتزم الأول بإقامة مشروع استثماري كبناء مصنع مثلاً والاشرف عليه حتى بداية تشغيله وما إن يتم تشغيله حتى يسلم إلى الطرف المحلي، مع تعهده (أي الطرف الأجنبي)، بالالتزام بإمداده بكافة مستلزمات التشغيل من أجهزة ومعدات وأدوات وحتى تدريب العمال الفنيين اللازمين لتشغيل المشروع.

ويتميز هذا النوع بالخصائص التالية:¹

- التزام الطرف المحلي بدفع مختلف الأتعاب للطرف الأجنبي الناتجة عن إقامة المشروع، أو تقديم التصميمات الخاصة به وطرق تشغيله وصيانته وإدارته وتدريب العاملين فيه.
- تحمل الطرف المحلي تكلفة الحصول على التجهيزات والآلات وتكاليف النقل والبناء... إلخ.
- بعد اجراء تجارب التشغيل والإنتاج من حيث الجودة والكمية والأنواع يتم تسليم المشروع للطرف المحلي.

ومن أمثلة هذه الاتفاقيات، الاتفاق المبرم بين مؤسسة اريكيسون للإتصالات والمملكة العربية السعودية، والقاضي بإنشاء مشروع يضم 11 مليون خط جوال (GSM) وتسليمه لمؤسسة الاتصالات السعودية مع التزام مؤسسة اريكيسون بتدريب 280 مهندساً فنياً وموظفاً في مراكز التدريب الخاصة بمؤسسة اريكيسون في مدينة الرياض.²

¹ عبد السلام أبو قحف، مرجع سابق، ص 246.

² بوشنافة الميسوم، مرجع سابق، ص 104.

يتميز هذا النوع بانخفاض آثاره السياسية والاقتصادية غير التجارية، كما أنه يعتبر من الأنواع المحببة من طرف الدول المضيفة خاصة دول العالم الثالث التي ترى في تواجد الطرف الأجنبي حسب هذا النوع على أنه تواجد مؤقت مع امكانية حصولها على مستوى متقدم من التكنولوجيا الحديثة بدون مخاطر التبعية التكنولوجية للدول المتقدمة.

وما يعاب عنه خاصة فيما يتعلق بتحقيق التقدم التكنولوجي وخلق فرص العمل وتحسين ميزان المدفوعات يتوقف إلى حد كبير على حجم وطبيعة نشاط المشروع بالإضافة إلى أنه وفي حالة حدوث مشكلة بعد تسليم المشروع، يبقى المشروع في حالة تبعية وهذا ما يسعى الشريك المحلي إلى تفاديه.

أما من ناحية المزايا التي يوفرها هذا المشروع بالنسبة للمؤسسة الراغبة في دخول الأسواق الأجنبية فيمكن حصرها في النقاط التالية¹:

- انخفاض درجة الخطر السياسي ومحمل الأخطار غير التجارية.
 - العائد المادي المتأتي من عملية إقامة المشروع وعمليات التوريد.
 - عدم استنزاف هذا النوع لرؤوس أموال.
 - ملائمة هذا النوع مع المؤسسات الصغيرة والتي تمتاز بإرتفاع كفاءتها في مجالات البحوث والتنمية مقارنة بقدراتها التسويقية والمالية.
 - الدخول والتعرف التدريجي على السوق الأجنبي.
- ومن أهم عيوب هذا النوع نسجل مايلي:
- لا يوفر هذا النوع أي رقابة على العمليات او الجودة أو السوق.
 - امكانية سوء استغلال المشروع مما يؤثر على سمعة مؤسسة، تقليص فرص الدخول في أسواق آخر.

رابعا: عقود الإنتاج الدولي من الباطن:

في بعض الأحيان يكون من الصعب جدا قيام مؤسسة بجميع مراحل العمليات، فعادة ما يقتصر على بيع الخدمات الهندسية أو الإدارية للمشروع، أو تسويق أو توزيع المنتجات... الخ، لذلك تسعى مؤسسة إلى

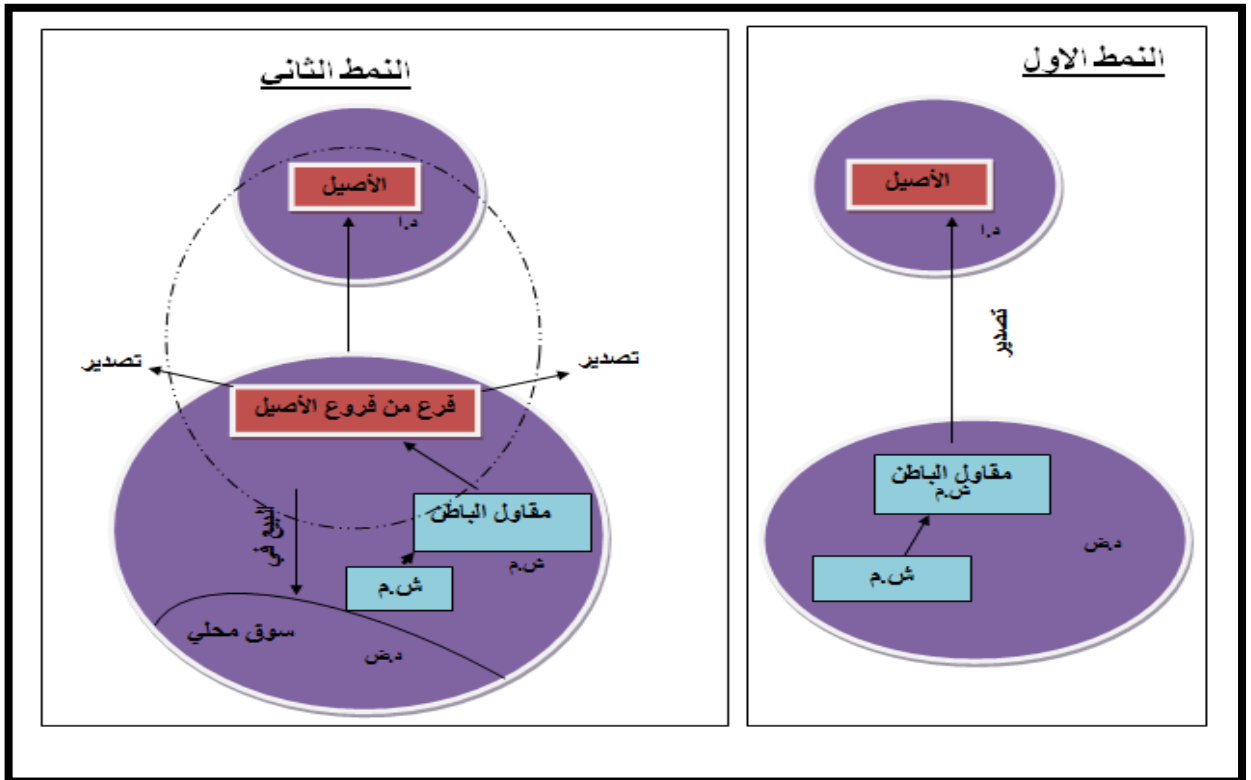
¹ عبد السلام أبو قحف، مرجع سابق، ص 248.

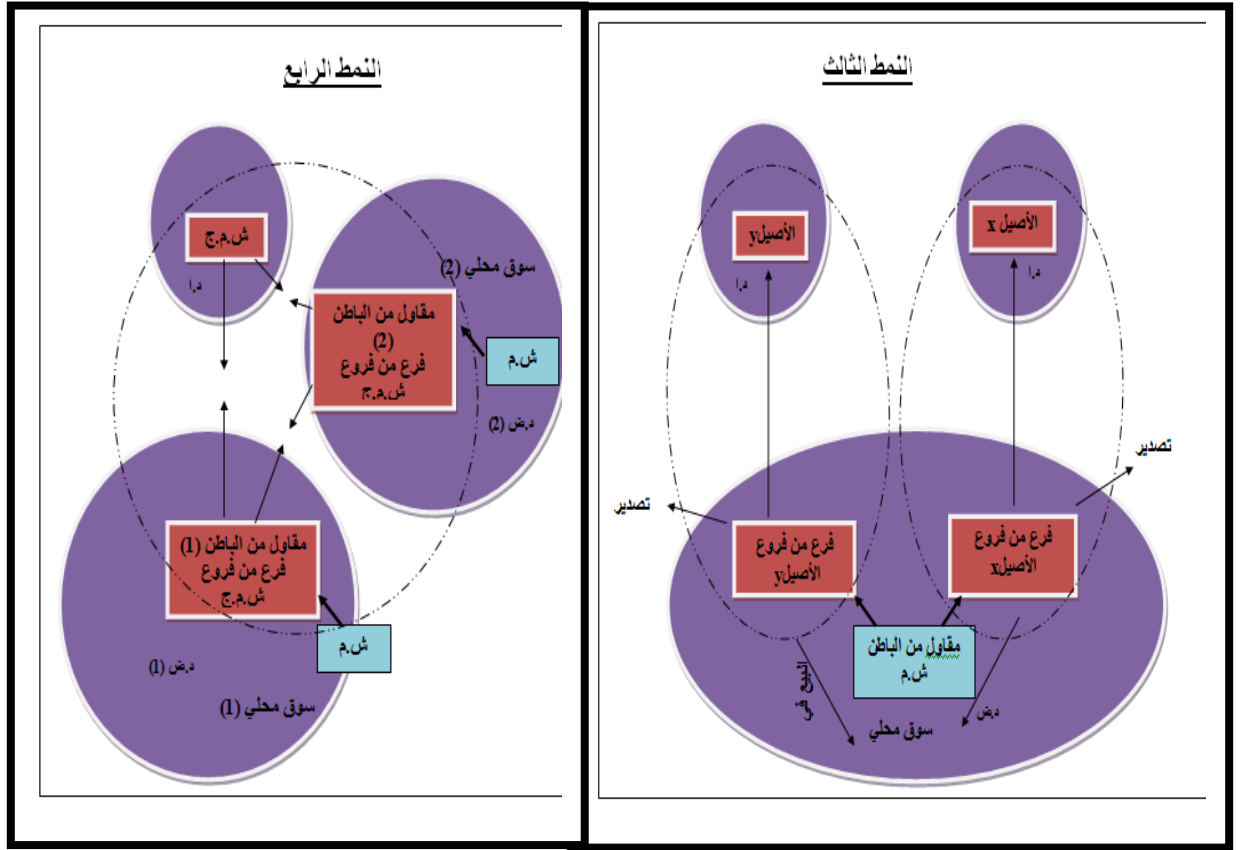
التعاقد من الباطن على الأنشطة التي لا تقوم بتنفيذها مع مقاولين آخرين لتنفيذ مرحلة أو نشاط معين موكل إليهم.

ويمكن تعريف عقود الإنتاج الدولي من الباطن على أنها اتفاقية بين وحدتين إنتاجيتين، بموجبها يقوم أحد الأطراف (مقاول الباطن) بإنتاج منتج معين أو توريد أو تصدير قطع الغيار أو المكونات الخاصة بمنتج معين للطرف الأول (الأصيل) الذي يقوم باستخدامها في إنتاج المنتج بصورته النهائية وبعلامة التجارية، مع احتمال توريد الأصيل المقاول من الباطن بالمواد الخام اللازمة لتصنيع مكونات المنتج ومن ثم تزويدها للأصيل.

وفي هذا المجال يمكن التمييز بين أربعة أنماط عقود الإنتاج الدولي من الباطن.

الشكل رقم (2-2): أنماط عقود الإنتاج الدولي من الباطن





المصدر: عبد السلام أبو قحف، مرجع سابق، ص 253.

✓ النمط الأول: يمثل اتفاقية بين طرفي الاستثمار ويتمتعان بالاستقلال التام عن بعضهما البعض، ويقعان في بلدين مختلفين أحدهما دولة متقدمة (د.أ) (الدولة الأم للأصيل) والأخرى (د.ض) الدولة المضيفة.

✓ النمط الثاني: يمثل اتفاقية بين إحدى فروع مؤسسة الأجنبية وبين مؤسسة محلية داخل الدولة المضيفة، حيث تقوم مؤسسة المحلية (المقاول من الباطن) بتصنيع مكونات السلعة وتوريدها إلى الفرع الذي يقوم بدوره إما بتصديرها كمنتج نهائي للسوق الخارجي أو بيعها في السوق المحلي بالدولة المضيفة أو تصديرها للدولة أو مؤسسة الأم.

✓ النمط الثالث: وفيه يتم الاتفاق بين فرعين من الفروع يكون أحدهما تابع للمؤسسة الأجنبية، أما الآخر يكون تابع للمؤسسة الأجنبية أخرى، بحيث يقعان هذين الفرعين في بلد مضيف واحد، ومن واقع الشكل يمكن إدراك مسار العلاقات التبادلية بين هذين الفرعين والمؤسسات الأم وكذلك مقاولي

الباطن (المؤسسات المحلية) بالدولة المضيفة والسوق المحلي، غير أنه في هذه الحالة يكون أحد الفروع بمثابة الأصيل.

✓ **النمط الرابع:** من خلال الشكل نلاحظ أن الاتفاقية تتم بين أحد المؤسسات الأجنبية (مؤسسة الأم) وبين أحد فروعها أو بين فرعين من فروع هذه مؤسسة في بلدين مختلفين، وفي ظل هذا النمط تستبعد المؤسسات المحلية مقاولي الباطن بالدولة المضيفة.

ومما سبق تجدر الإشارة إلى النقاط التالية¹:

- إن هذا لا يقتصر على الإنتاج أو التصنيع فقط، بل تتعداه إلى النشاط التجاري، ومن هنا ظهر ما يسمى بعقود الاتجار الدولي من الباطن.
- أن عقود الانتاج والاتجار الدولي من الباطن قد تتم داخل الدولة المضيفة أو خارجها، أو بينهما وبين دولة أخرى، أي بين فرعين من فروع إحدى المؤسسات الأجنبية داخل البلد المضيف، أو بين فرع داخل هذه الدولة وفرع آخر في دولة أخرى، أو بين فرع داخل هذه الدولة وفرع آخر في دولة أخرى، أو بين فرع ومؤسسة محلية... الخ.
- ليس بالضرورة أن يكون مقاول الانتاج أو الاتجار الدولي من الباطن من المؤسسات المحلية بالبلد المضيف.
- أن عقود الاتجار الدولي التي تتم داخل البلد المضيف تتمثل في قيام إحدى المؤسسات الأجنبية بالاتفاق مع إحدى فروع مؤسسة أجنبية أخرى أو مع أحد المؤسسات المحلية بتصنيع وبيع منتج معين تحت علامتها التجارية.

أما فيما يخص مزايا وعيوب هذه العقود فيمكن أن نميز بين جهتين: جهة مؤسسة الراغبة في الدخول إلى السوق، وجهة البلد المضيف لهذه مؤسسة، حيث تتجلى معظم المزايا بالنسبة للمؤسسة الراغبة في الدخول إلى السوق في أن هذه العقود تتطلب حجم محدود للغاية من رؤوس الأموال، كما أنها تساعد في التغلب على قيود التصدير وتجمع بين مزايا التراخيص والاستثمار المباشر، فضلا عن أنها تلائم المؤسسات التي تتمتع بمزايا تنافسية في المجالات الفنية والهندسية والتكنولوجية والإدارية، في حين تتميز هذه العقود بمشكلة تدني الرقابة

¹ عبد السلام أبو قحف، دراسات في إدارة الأعمال، مكتبة ومطابع الاشعاع الفنية، مصر، 2001، ص 98.

والسيطرة على السوق وجودة الإنتاج، بالإضافة إلى أن فعالية عقود الانتاج الدولي من الباطن تتوقف على مدى كفاءة وتوافر المقاولين من الباطن في الدولة المضيفة بالدرجة الأولى¹.

أما فيما يخص فوائد هذه العقود بالنسبة للدولة المضيفة فتتجلى في استطاعتها على تجنب الآثار السلبية (السياسية، الاقتصادية والاجتماعية) للاستثمارات المباشرة، بالإضافة على مساعدة هذه العقود أن أحسن توجيهها وتنظيمها في خلق العديد من فرص العمل الجديدة، وزيادة التدفق الداخلى من النقد الأجنبي الناجم عن التصدير ورفع درجة التقدم التكنولوجي، كما يساهم في جذب المزيد من الاستثمارات الأجنبية المباشرة وغير المباشرة.²

المبحث الثاني: تقييم واختيار الأسواق الدولية

إن دراسة واختيار الأسواق الدولية يفترض تقييم مستمر للإمكانيات الكامنة ورجحية كل سوق، واختيار أسلوب دخول الأسواق واختيار الشركاء يعتمد أساسا على الأعراف التجارية وطبيعة المنافسة وأنظمة القوانين الدول المستهدفة، وحتى تتمكن مؤسسة من تقديم منتجات مرغوب فيها من طرف سوق ما يجب أن تتوافر لديها المعلومات الكافية والدقيقة عن سلوك المستهلك وعاداتهم والخدمات التي ينتظرونها من هذه المنتجات بالإضافة لذلك يجب على مؤسسة الرغبة في دخول سوق ما أن تأخذ بعين الاعتبار خصوصيات كل سوق ومتغيرات البيئة الدولية أثناء وضع وتنفيذ استراتيجيات التسويقية، لذلك تلعب دراسة الأسواق الدولية دورا أساسيا في امداد مؤسسة بالمعلومات الحيوية اللازمة لإعداد البرامج الفعالة للتسويق الدولي، وخاصة مع تزايد المنافسة الدولية في أسواق تتميز بالديناميكية.

المطلب الأول: دراسة الأسواق الدولية

تتوقف دراسة الأسواق على تحديد الفرص المناسبة المتاحة فيها، حيث لا يمكن اعتبار كل الفرص فرص مناسبة بل يجب أن تقترن وامكانيات المؤسسة، لذلك تتطلب هذه العملية دراسة مدى ملائمة احتياجات السوق المتوقعة وامكانيات وقدرات المؤسسة على استغلالها.

¹ بوشفاة الميسوم، مرجع سابق، ص 106.

² عبد السلام أبو قحف، ادارة الأعمال الدولية، بحوث التسويق والتسويق الدولي، مرجع سابق، ص 256.

أولاً: مفهوم دراسة الأسواق الدولية:

يرتبط بناء استراتيجية دراسة الأسواق الدولية بنوعين من القرارات والمتمثلة في الاختيار والتوجه، حيث تعرف عملية الاختيار بأنها عملية تصميم الفرص التسويقية التي تنتهي بإختيار الأسواق الأكثر جاذبية حسب إمكانيات وقدرات مؤسسة على استغلالها، وتتطلب هذه العملية دراسة مدى ملاءمة احتياجات السوق المتوقعة وقدرات مؤسسة على تلبية هذه الاحتياجات أو تغيير السوق لصالحها، كما أن عملية اختيار السوق لا يمكن تقريرها على أسس تسويقية بحتة فقط، بل أيضا على اعتبارات أخرى تتضمن مهارات مؤسسة وامكانياتها وأهدافها، بالإضافة إلى توضيح عملية اختيار السوق ضمن محتوى استراتيجي كلي¹

في حين يتمثل القرار الثاني والمتعلق بالتوجه في السوق الدولية بتحديد أهداف ورغبات مؤسسة من هذا السوق، والمتمثلة أساسا في ثلاث حالات وهي البناء، البقاء أو الهدم، إن قرار توجه مؤسسة في السوق الدولي لا ينفصل عن قرار الاختيار، وذلك لأن العوامل التي تحدد مدى جاذبية الدول أو الأسواق تعود بشكل مباشر إلى قرار توجه مؤسسة في هذه الأسواق أو الدول.

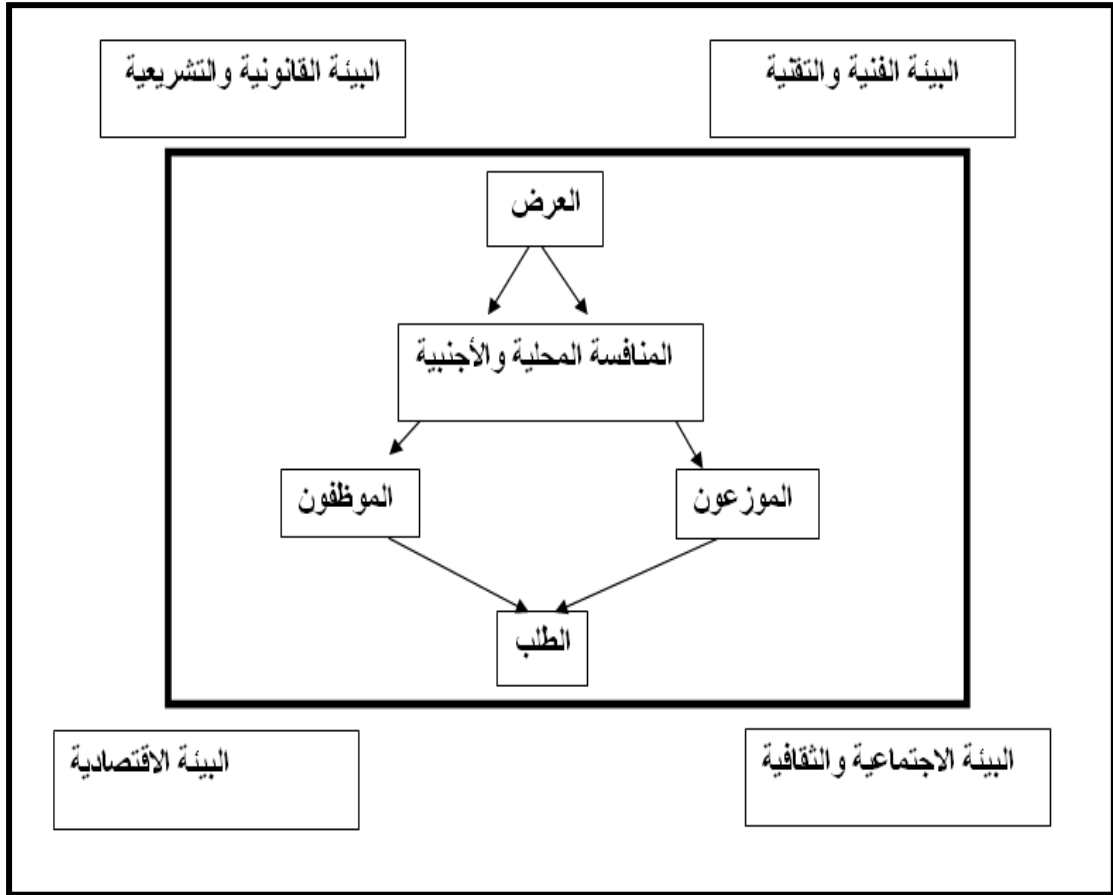
ثانياً: خصوصية دراسة الأسواق الدولية:

تشمل خصوصية وصعوبة دراسة الأسواق الدولية على نقطتين أساسيتين وهما: صعوبة اتساع مجال الدراسة، الصعوبات الفنية والتقنية في جمع المعلومات.

¹ هاني حامد الضمور، مرجع سابق، ص 148.

1- اتساع مجال الدراسة:

الشكل رقم (2-3): مجال دراسة الأسواق الدولية



المصدر: رضوان المحمود العمر، مرجع سابق، ص 96.

من خلال الشكل نلاحظ أن البيئة التي تمارس فيها مؤسسة نشاطها في الأسواق الدولية تختلف عن البيئة المحلية، وحتى تتمكن من التنبؤ بنتائج نشاطها في الأسواق الدولية يجب أن تمتلك معرفة واسعة ومتنوعة في مجالات مختلفة، حيث يتضمن حقل دراسة السوق الدولية المجالات التالية: العرض، الطلب، المنافسة المحلية والأجنبية، الموزعون وقنوات ومنافذ التوزيع، الموظفون والفنيين وأصحاب قرار الشراء في بلد المستهدف.

وبذلك نلاحظ ضخامة حجم العمل المطلوب في دراسة الأسواق الدولية، خاصة إذا ما اعتبرنا أن سلوك كل عنصر من هذه العناصر وديناميكية السوق نفسه يمكن أن يشكل عقبة تحد من نشاط مؤسسة في دخول هذه الاسواق.

2- خاصية جمع المعلومات في الأسواق الدولية:

- أ. إن التقنيات المستخدمة في جمع المعلومات من الأسواق المحلية غير كافية عند استخدامها في جمع المعلومات من الأسواق الدولية وذلك لعدة أسباب منها:¹
- نقص المعلومات الأساسية في بعض البلدان، وإن توافرت فقد تختلف من حيث الكم والكيف من سوق أجنبي إلى آخر.
 - العقبات التي يواجهها جامع المعلومات خاصة القانونية منها، حيث يستلزم في بعض الأحيان رخصة قانونية للقيام بالدراسة الميدانية.
 - المشاكل المتعلقة باللغة وأسلوب طرح الأسئلة في الاستمارة أو المقابلة الشخصية، خاصة إذا كان البلد يمتاز بتعدد اللغات واللهجات.
 - مشكلة التكنولوجيا وسرية المعلومات، حيث كلما زادت درجة التكنولوجيا المستخدمة في الصناعة كلما تعقدت عملية جمع المعلومات.
- ب. مشكلة اختلاف السلوك الإنساني عند استخدام أسلوب المقابلة الشخصية مع الأفراد في جميع المعلومات من الأسواق الدولية وتكمن هذه المشاكل في:
- عدم افشاء بعض المعلومات بسبب الضغوط السياسية في بعض الدول.
 - يمكن الحصول على زيادة في المعلومات من خلال التظاهر بالتعاون من قبل المسؤولين، ما يؤدي إلى جمع معلومات خاطئة هذا ما يؤثر على سلامة القرارات المتخذة بشأن هذا السوق.
 - عدم اهتمام بعض الأفراد بأهمية أو نتيجة الدراسة (بسبب الأمية مثلا)، وإعطاء اجابات غير موضوعية.
- إن أهمية هذه الصعوبات تشكل سببا مقنعا للمؤسسة التي تفكر بدراسة الأسواق الدولية للاعتماد على العناصر الداخلية لها للقيام بهذه الدراسات.

¹ رضوان المحمود، مرجع سابق، ص 98.

ثالثا: تقسيم الأسواق الدولية:

تعتبر الأسواق الدولية أقل تجانسا مقارنة بالأسواق المحلية، وذلك راجع إلى اختلاف البيئات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية من دولة لأخرى، لذلك فإن اختلاف مستويات الدخل وتنوع أنماط الحياة من المحتمل أن تكون ذات أهمية كبيرة في السوق الدولي عنه في السوق المحلي.

يمكن تقسيم السوق على أساس مجموعة من العوامل المختلفة منها العامل الجغرافي، الديمغرافي، الجنس، الطبقة الاجتماعية، أو على أساس العوامل النفسية، ولنجاح استراتيجية تقسيم السوق لابد من توفر الشروط التالية:¹

- إمكانية القياس: يجب أن تكون خصائص القطاع السوقي قابلة للقياس مثل حجم وقدرة الشراء الناتج عن تقسيم السوق، في حين أنه توجد بعض المعلومات يصعب قياسها والمتمثلة في الخصائص الكيفية مثل الخصائص الثقافية والجودة المتوقعة من طرف المستهلك... إلخ.
- إمكانية الوصول إلى القطاع: أي إمكانية خدمة القطاع السوقي بفعالية، حيث توجد بعض القطاعات التي يصعب الوصول إليها خاصة تلك التي تمتاز بتنوع كبير في اللغات واللهجات وبالتالي يصعب حتى تصميم البرنامج الترويجي المناسب له.
- إمكانية تحقيق الربح: إن عملية تقسيم الأسواق خاصة الدولية منها تتطلب تكاليف باهضة، خاصة ما تعلق منها بالخصائص الجمركية للسوق أو خصائص المنتج في حد ذاته، والتي من المحتمل أن تتطلب تعديلا يوافق عادات وتقاليد السوق الموجه له، لذلك على مؤسسة أن تقارن بين التكاليف المحتملة في عملية تقسيم السوق والأرباح الناتجة عنها.
- إمكانية التنفيذ: أي إمكانية تصميم المنتجات والبرامج التسويقية الخاصة بهذه القطاعات والتي يمكن تنفيذها، بحيث لا يمكن اعتبار أي قطاع سوقي قابل للقياس ذو درجة كبيرة من خدمته وقابل لتحقيق الربح ما لم يكن قابل للتنفيذ الفعلي.

إن احسن المعايير المستخدمة في تقسيم السوق الدولي لقطاعات سوقية تلك التي تعتمد على عوامل وظروف السوق وخصائص مؤسسة في حد ذاتها ووفق هذا المعيار يمكن التمييز بين نوعين من متغيرات تقسيم

¹ هاني حامد الضمور، مرجع سابق، ص 151.

السوق والمتمثلة في مؤشرات السوق العام ومؤشرات المنتج بالنسبة للمستوى الكلي للسوق ومستوى العملاء، حيث أن مؤشرات السوق العام لا تتغير بمجرد تغير القوة الشرائية في حين أن مؤشرات المنتج قد تتغير حسب حالة مؤسسة أو المنتج، والجدول التالي يبين أسس وقواعد تقسيم السوق الدولي.

الجدول رقم (2-3): أسس وقواعد تقسيم السوق الدولية

مؤشرات المنتج المحدد	مؤشرات السوق العام	مستوى التقسيم
محددات اقتصادية، قانونية، أحوال وظروف السوق، والخصائص الثقافية والاجتماعية وأسلوب الحياة المتعلقة بتداول السلعة.	خصائص السكان والعوامل الديمغرافية، حجم السوق، توزيع السوق. الخصائص الاقتصادية والاجتماعية، الثقافية والسياسية.	مستوى السوق الكلي "الدولة"
الخصائص السلوكية وأنماط وعادات الاستعمال، الاستهلاك والاتجاهات، الآراء، وأنماط الولاء المرتبطة بالسلعة.	الخصائص الديمغرافية للعملاء، العمر، الجنس... الخ. الخصائص الاجتماعية والثقافية، الدخل، الوظيفة، التعليم... الخ. الخصائص الشخصية.	مستوى السوق الجزئي "العملاء"

المصدر: هاني حامد الضمور، مرجع سابق، ص 153.

رابعا: قرار اختيار الأسواق الدولية:

قبل اقدام مؤسسة عن اختيار العمل في الأسواق الدولية، يجب عليها وكخطوة أولى القيام بتحليل الاستراتيجي لبيئتها بما في ذلك الداخلية والخارجية من حيث نوعية المنتجات التي تقدمها وإمكاناتها المالية والانتاجية ومختلف نقاط قوتها وضعها، ومختلف الفرص التي توفرها البيئة الخارجية، خاصة الدولية منها والتي من المحتمل أن تكون ناتجة عن وجود نوع من التشجيع من قبل الحكومة أو الدولة المضيفة أو لوجود نوع من التعاون بين المصدر المحلي والأجنبي أو لوجود فرص تسويقية في الاسواق الدولية أكثر مما هو متاح في السوق المحلي.

لذا فيتوجب القيام بتحديد الأسواق المستهدفة وفق ما يلائم أهدافها والطريقة التي يتم بها اقتحام الأسواق الخارجية.

إن تحديد الأهداف في المجال الدولي سيتوجب تحديد نوعين من الأسواق¹:

1. **تحديد الأسواق الملائمة:** إن أكبر تهديد يواجهه مؤسسة عند تعاملها مع السوق جديد يتمثل في درجة المخاطرة، لذلك وتجنباً لهذه المخاطرة تقوم بتسويق جزء صغير من انتاجها حتى تستكشف جيداً هذا السوق، بعد ذلك تقوم بالرفع التدريجي لحجم الانتاج المسوق، أما إذا كانت مؤسسة معتادة على التعامل مع الأسواق الخارجية، فتقوم من البداية ادراج امكانية الدخول إلى الأسواق الدولية كل استراتيجية تضعها، لأنها تعتبرها أكثر أهمية من السوق المحلي.

2. **الأسواق القابلة للإقحام:** يمكن للمؤسسة أن تفاضل بين العمل في عدد محدود أو عدد كبير من الأسواق، وهذا حسب امكانياتها وقدرتها على تغطية هذه الأسواق، فمعيار المفاضلة بين العمل في عدد محدود أو كبير من الأسواق يتعلق بخصائص مؤسسة والمنتجات التي تقدمها، وتكمن معظم هذه الخصائص في:

أ. **موارد مؤسسة:** حيث إذا كانت مؤسسة ذات امكانيات محدودة يتحتم عليها هذا تحديداً التعامل مع عدد محدود من الأسواق أو التركيز على قطاع معين من هذه الأسواق، في حين إذا كان العكس تلجأ إلى اقتحام أكبر عدد ممكن من الأسواق.

ب. **دورة حياة المنتج:** إذا كانت المنتجات المقدمة من طرف مؤسسة في مرحلة التقديم ستقوم مؤسسة بالتركيز على قطاعات أو أسواق محددة وذلك لتفعيل الطلب الأولي، أما إذا كانت المنتجات في مرحلة النمو أو النضج، تقوم باقتحام أكبر عدد ممكن من الأسواق.

ج. **تجانس الاسواق:** إذا كانت الأسواق المستهدفة تمتاز بالتجانس، والتجانس هنا نقصد به تجانس مختلف المتغيرات التسويقية، فمؤسسة تقدم على اقتحام أكبر قدر ممكن من هذه الأسواق والعكس صحيح.

¹ مصطفى شلاي، دور التسويق الدولي في اقتحام الأسواق الدولية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 1998، ص 36.

المطلب الثاني: سياسات اختيار الأسواق الدولية:

تعمل سياسات اختيار الأسواق الدولية على تقديم الأسس اللازمة لاتخاذ القرارات المتعلقة بشأن كيفية التعامل معها، وتمثل هذه الكيفية في تحديد مؤسسة وتحليلها لمختلف الأسواق الخارجية، ومن الخصائص والمتطلبات وحتى العدد المحتمل التعامل معه.

أولاً: المدخل الايجابي مقابل المدخل السلبي في اختيار الأسواق

إن أغلبية المؤسسات الناشطة في المجال الدولي تبدأ أعمالها بشكل تدريجي وبأسلوب غير مخطط، وهذا ما يدعى بالمدخل السلبي في اختيار الأسواق، فهي تصف حركة السوق الدولي في اختيار الاسواق، وذلك عن طريق الاستجابة لأوامر الطلب الخارجي بشكل تلقائي أو تلبية لطلبات المستوردين الأجانب، أو من خلال وكلاء التغيير الذين يقع على عاتقهم وبصورة غير مباشرة اختيار السوق، وبهذا فإن عملية اختيار السوق تبقى غير رسمية وغير منتظمة في حالة المدخل السلبي.

يتم استخدام الأسلوب السلبي أو ما يسمى كذلك بالأسلوب غير النشط في اختيار الأسواق عن طريق¹:

- المعلومات الواردة من المؤسسات الأجنبية.
- جذب العملاء عن طريق الإعلان في وسائل الإعلام المحلية للسوق المستهدف.
- وضع أسماء المصدرين وعناوينهم التجارية في دليل المصدرين.
- المشاركة في المعارض التجارية المحلية والدولية.

إن عملية الاختيار السلبي للأسواق غالباً ما يستخدم بشكل رئيسي من طرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تمتلك خبرة قليلة في المجال الدولي، حتى أن بعض المؤسسات الكبيرة تجد هذا المدخل ذو فائدة كبيرة في بعض الحالات، خاصة عندما تأتي طلبيات من أسواق أو دول لم يسبق أن صدرت لها من قبل.

وعلى عكس المدخل السلبي، فإنه وفقاً للمدخل الإيجابي أو ما يسمى بالمدخل النشط في اختيار الأسواق الخارجية، تسعى مؤسسة إلى البحث الدؤوب على الأسواق القابلة لاقتحامها وفق امكانياتها، وتجد

¹ هاني حادم الضمور، مرجع سابق، ص 158.

لذلك أشخاصا ذو كفاءة دولية عالية في التعامل مع الأسواق الدولية من أجل التنقيب والحصول على المعلومات المتعلقة بها.

إن الأسلوب النشط في اختيار الأسواق الخارجية هي عملية رسمية، ويمكن أن تشمل على بحوث السوق المنتظمة وحتى زيادة هذه الأسواق من أجل المعاينة الميدانية لها، ويمكن القول أن هذا الأسلوب يستخدم عادة في إختيار الأسواق الرئيسية، فيما يستخدم الأسلوب السلبي في إختيار الأسواق الثانوية.

عند اتباع تنفيذ سياسة الأسلوب النشط في إختيار الأسواق، يمكن أن نميز بين طريقتين:

1. طريقة التمدد في إختيار الأسواق الخارجية:

وفق هذه الطريقة يتم البدء بإختيار نقطة البداية والتي تكون إما السوق المحلي أو السوق أجنبي متعامل معه حاليا، ثم تمتد إلى الأسواق المشابهة لها من حيث الخصائص من سوق إلى آخر، ويجد أدنى من التعديلات على المنتج وباقي عناصر المزيج التسويقي الأخرى، وفي هذه الحالة تكون الأسواق القريبة للسوق المركزي الإختيار الأول في التمدد وذلك لما لها من تشابه في الخصائص السياسية والاقتصادية والاجتماعية... إلخ¹.

إن هذه الطريقة تفترض أن للمؤسسة سوق وحيد أو منطقة أساسية، حيث تمثل هذه المنطقة مركزا تسويقيا للمؤسسة أو أن النية تتجه أن تكون نقطة انطلاق دولية، وأحسن مثال على ذلك منطقة دول مجلس التعاون الخليجي، وباستخدام طرق أكثر رسمية، فإن الأسلوب الاحصائي متعدد المتغيرات قد يستخدم لتنظيم مجموعات الدول المشابهة، ومثال ذلك استخدام "هانزس وكودنوه" في عام 1940 تسعة وخمسون متغيرا صنفهم في سبعة عوامل وهي: الاستقرار السياسي، فرص السوق، التطور الاقتصادي، الوحدة الثقافية، العوائق القانونية، العوائق النفسية والبعد الثقافي.

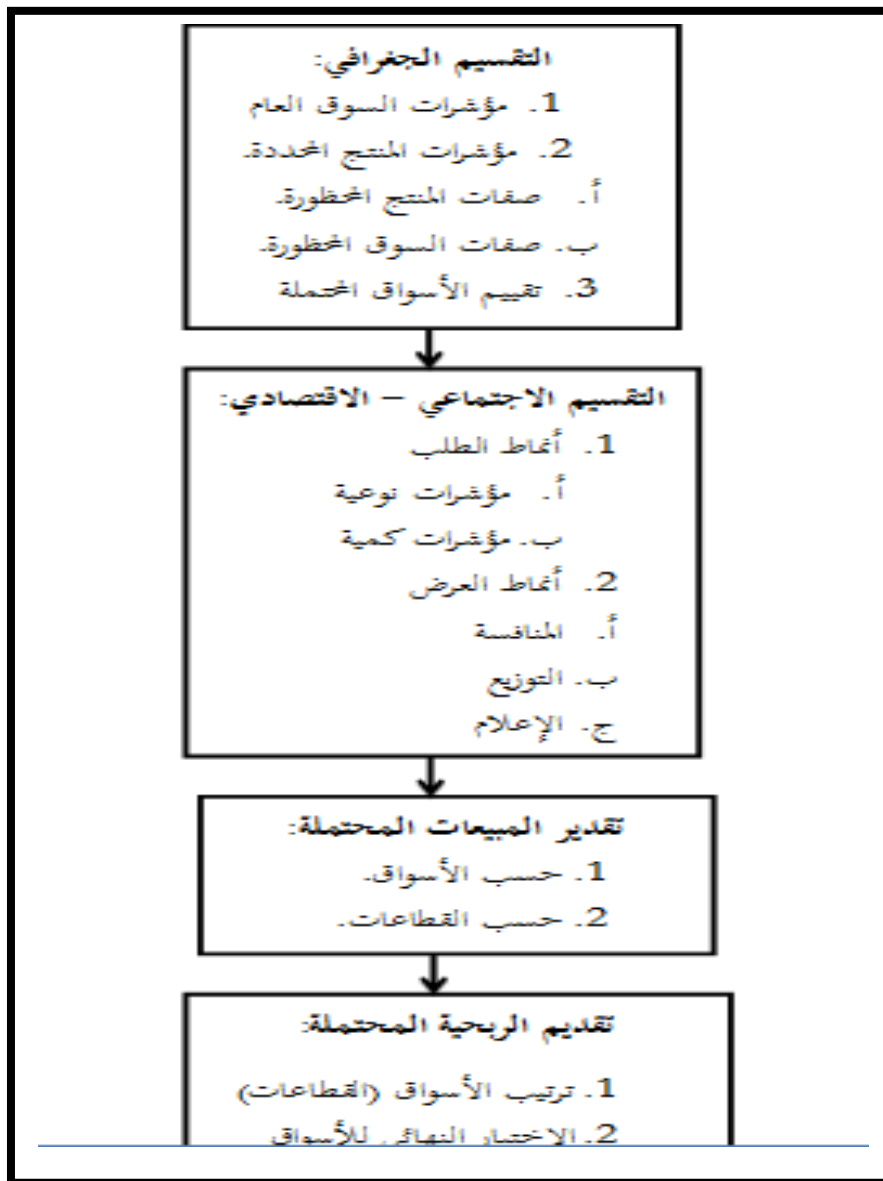
¹ علي عبد الفتاح أبو شرار، الاقتصاد الدولي، نظريات وسياسات، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص

2. طريقة التقلص في اختيار الأسواق الدولية:

وفق هذه الطريقة يتم حصر المجموع الكلي لأسواق مؤسسة وتقسيمها إلى مجموعات اقليمية على أسس سياسية أو اقتصادية أو أي أسس أخرى، ومن ثم يتم حذف الأسواق غير الواعدة والتحري عن أكثر الأسواق الواعدة.

ويمكن غربلة الأسواق وفق هذه الطريقة حسب الشكل التالي:

الشكل رقم (2-4): اجراءات غربلة الأسواق الدولية



المصدر: هاني حادم الضمور، مرجع سابق، ص 161.

وفقا للشكل رقم (2-4) تتم اجراءات غزيلة الأسواق الدولية عن طريق:

أ. التقسيم الجغرافي:

حيث تتم دراسة المؤشرات العامة للسوق ومقارنتها بالمؤشرات المحددة للمنتج، وذلك من أجل ضمان الاختيار الافضل للسوق، حيث يمكن تقسيم العوامل المحددة للمنتج إلى الصفات المحظورة للمنتج والصفات المحظورة للسوق، فمثلا يمكن اعتبار منتج محظور كل منتج يدخل ضمن مكوناته لحم الخنزير بالنسبة للدول الإسلامية، أما عن صفات السوق المحظورة فكل بلد يتعامل مع الكيان الصهيوني يمثل سوق محظور بالنسبة للجزائر، بالإضافة إلى المؤشرات العامة للسوق والمتمثلة عادة في العوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية...إلخ.

إن هذا التقسيم يخفض عدد الأسواق المحتملة أكثر، والأسواق المتبقية تحدد القدرة الكلية السنوية لكل سوق، أي مقدار الطلب المحتمل بكل سوق وذلك من خلال وسائل الانتاج المحلية واحصاءات التجارة الخارجية، هذه الحسابات تقدم للمؤسسة الراغبة في اقتحام الأسواق الدولية قواعد كمية لخدمة أسواق أكثر وذلك من أجل المفاضلة بين الأسواق المتبقية وتحديد أي الأسواق التي تحتاج إلى معلومات أكثر تفصيلا.

ب. التقسيم الاجتماعي - الاقتصادي:

في هذه المرحلة يتم عرض الأسواق الناتجة عن المرحلة الأولى على غزيلة أخرى وتمثلة في تقسيمها على أساس العملاء أي دراسة أنماط الطلب والعرض، يتم قياس كلاهما كميًا ونوعيًا، فمن حيث الطلب، فإن خصائص المستهلك النهائي تختلف عن خصائص المشتري الصناعي، وعلى الرغم من اختلافهما، إلا أنه يمكن قياسهما وفق بعض المؤشرات مثل السلوك الشرائي، الاتجاهات، أنماط الشراء، عملية اتخاذ القرار التي يجب أن يكون لها أهمية كبيرة.

أما عن العرض، يجب تصنيف المنافسين حسب جنسيتهم، قدراتهم التنافسية...إلخ، بالإضافة إلى تحديد قنوات التوزيع حسب مدى توفرها، ووسائل الترويج حسب تكلفتها.

ج. تقدير المبيعات المحتملة:

في هذه المرحلة يتم فحص واستعمال النتائج المتحصل عليها من المراحل السابقة لتحديد الحصة السوقية في الأسواق المحتملة، والتي تؤدي إلى الترتيب النهائي اعتمادا على تقدير الربحية في كل سوق أو قطاع سوقي.

د. الاختيار النهائي للأسواق:

بعد تقدير حجم المبيعات المتوقع والربحية المتوقعة من كل سوق أو قطاع سوقي، يتم اختيار أفضل الأسواق والاحتفاظ بالأسواق الأخرى، وذلك لإمكانية التعامل معها أو اقتحامها مستقبلا.

ثانيا: المدخل التحليلي لتقييم الأسواق:

يعتبر المدخل التحليلي لتقييم الأسواق، أسلوب من أساليب تقييم واختيار الأسواق التي ترغب مؤسسة اقتحامها أو التعامل معها، حيث يمكن من خلاله تقييم الفرص التي يقدمها كل سوق، تحسين الربحية عن طريق إعادة توزيع الموارد والجهود التسويقية عبر مختلف الأسواق أو الدول¹، خطوط الإنتاج وطرق العمل، حيث ظهر في هذا الصدد العديد من النماذج التحليلية منها نموذج مجموعة بوسطن الاستشارية (BCG)، نموذج مجموعة تقييم الأعمال، نموذج مصفوفة السياسة التوجيهية، وسنتطرق في هذا الصدد إلى نموذجين هما الأكثر شيوعا في الاستخدام.

1. نموذج مجموعة بوسطن الاستشارية (BCG):

يركز هذا النموذج على بعدين اثنين في عملية التحليل وهما:

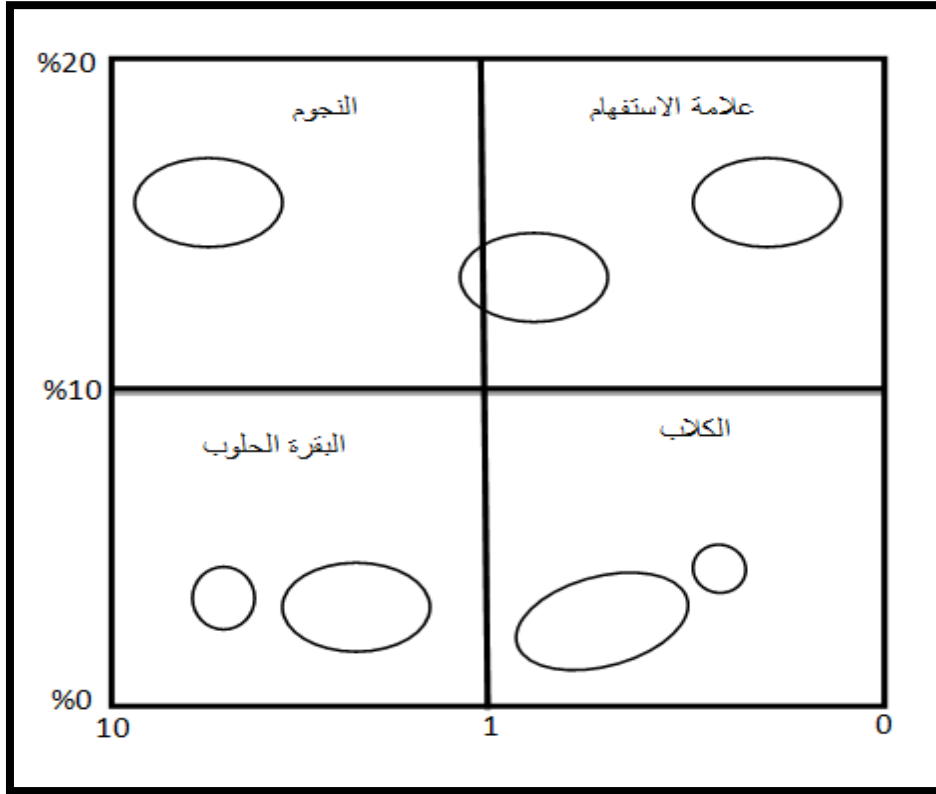
أ. الحصة التسويقية النسبية، أو القوة السوقية وتحسب عن طريق مقارنة مجموع مبيعات مؤسسة بالنسبة لمجموع مبيعات المنافسين.

ب. معدل نمو السوق، أو ما يسمى بالجاذبية السوقية.

¹ هاني حادم الضمور، مرجع سابق، ص 166.

وذلك حسب الشكل التالي:

الشكل رقم (2-5): نموذج مجموعة بوسطن الاستشارية (BCG)



المصدر: هاني حامد الضمور، مرجع سابق، ص 177.

حسب هذا النموذج يتم تصنيف المنتجات في مصفوفة، حيث يمكن من خلالها التمييز بين أربعة أصناف: النجوم، علامة الاستفهام، البقرة الحلوب، والكلاب، فالبقرة الحلوب تعني تدفق النقد إلى الداخل، أما علامة الاستفهام تعني تدفق النقد للخارج وذلك لما تتطلبه المنتجات الواقعة في هذه المرحلة من تكاليف، أما النجوم والكلاب عموماً تمثلان نقطة توازن في تدفق النقد.

إلا أن أكثر ما يعاب على هذا النموذج أنه يأخذ بعين الاعتبار النقاط التالية¹:

- تكاليف الدخول إلى مختلف الدول والأسواق.
- التكاليف المشتركة في الأسواق الدولية.
- الأخطار التي تتضمنها العمليات التجارية الخارجية.

¹ هاني حامد الضمور، مرجع سابق، ص 177.

هذه النقاط ذات أهمية كبيرة عند تعامل مؤسسة مع أسواق خارجية، حيث يجب عليها أن تأخذ بعين الاعتبار عامل التكلفة، فقد تواجه عوامل تضاعف الأسعار مثل تكاليف النقل، تكاليف تعديل المنتجات، محددات المنافسة، إضافة إلى عوامل أخرى مثل اختلاف الأجور، أسعار الصرف، الدعم الحكومي من دولة إلى أخرى.

وبالنسبة للتكاليف المشتركة، فقد تشكل حافزا للمؤسسة عند تعاملها مع أكثر من سوق أو أكثر من بلد، حيث يمكن توزيع تكاليف البحث والتطوير على عدة دول مما يحقق معدل عائد على رأس المال المستثمر أفضل مما لو تم تطوير المنتج لسوق واحد فقط.

أما فيما يتعلق بالمخاطر، فيمكن أن تتعرض مؤسسة للعديد من المخاطر، فيمكن أن تزداد حدتها عند التعامل مع أسواق تختلف باختلاف سياساتها المالية والتجارية والاقتصادية بشكل عام.

2. نموذج جاذبية الدولة والقوة التنافسية:

ظهر هذا النموذج على أثر الاختلال الحاصل في النموذج السابق، حيث استبدل هذا النموذج البعدين المستقلين في نموذج (BCG) ببعدين مركبين يتم تطبيقهما في عملية اختيار وتقييم الأسواق الدولية.

إن مرونة وشمولية هذا النموذج تثير بعض القضايا البارزة في التطبيق، حيث يستوجب:

- تحديد القائمة النسبية حول مدى مساهمة العوامل المعطاة.
- تحديد اتجاه العلاقة وشكلها.
- استخدام بعض الخطط الكيفية سواء الظاهرة أو الكامنة لمعرفة وزن وحجم العوامل المساهمة في كل بعد مركب، والجدول التالي يوضح هذين البعدين:

الجدول رقم (2-4): أبعاد جاذبية الدولة والقوة التنافسية

جاذبية الدولة	القوة التنافسية
- حجم السوق (الكلي أو القطاعات).	- الحصة السوقية.
- نمو السكان (الكلي والقطاعات).	- القدرة السوقية.
- الظروف التنافسية (التركيز، الكثافة، العوائق... إلخ).	- الشهرة.
- ظروف السوق المحظورة (التعريفية الجمركية والعوائق الجمركية).	- الوضع التنافسي.
- تعليمات وأنظمة الحكومة (مراقبة الأسعار، التعويض... إلخ).	- جودة المنتج.
- الاستقرار السياسي والاقتصادي.	- دعم السوق.
	- نوعية الموزعين والخدمات.
	- هامش الربح.
	- ملائمة المنتج

المصدر: هاني حامد الضمور، مرجع سابق، ص 178.

في حين يشتمل أو يصنف هذا النموذج الأسواق أو الدول المستهدفة إلى أربعة أصناف، وفقا ما هو مبين في الشكل التالي:

الشكل رقم (2-6): نموذج جاذبية الدولة والقوة التنافسية

سيطرة / انتهاء استثمار مشترك	منخفضة	عالية
استراتيجيات مختارة	منخفضة	عالية
حصاد انتهاء / تراخيص أو دمج	منخفضة	عالية
	منخفضة	عالية
	القوة التنافسية	عالية

المصدر: هاني حامد الضمور، مرجع سابق، ص 179.

وفقا للنموذج فإن كل سوق أو دولة تقاس وفقا لمقدار النسبة المعطاة من جاذبية الدولة والقوة التنافسية:

1. دول النمو / الاستثمار:

تتطلب الدول التي تقع في هذه الخانة تخصيص موارد مالية وإدارية من أجل الحصول على مركز قوي لأسواقها، كما تتطلب استثمارات مالية وبشرية كبيرة من أجل الحصول على حصة تسويقية كبيرة في سوق سريع النمو أن الدول التي تقع في هذه الخانة تتطلب:

- تخصيص موارد مالية وإدارية من أجل الحصول على مركز قوي لأسواقها.
- استثمارات مالية وبشرية كبيرة من أجل الحصول على حصة سوقية كبيرة في سوق سريع النمو.
- تطوير منتجاتها وتحسينها حتى تتوافق ومتطلبات السوق المحدد.
- دعم أنشطة التسويق بجميع أنواعها.

2. دول الحصاد / التراخيص / الانهاء / الاتحاد.

في هذه الحالة يتميز السوق بصغر الحجم نسبيا ومعدلات نمو منخفضة، لذلك يتوجب على مؤسسة التركيز على الخطط قصيرة الأجل من أجل حصد الأرباح الآنية والتخلي عن التفكير في تنمية حصتها السوقية.

3. الدول المهيمنة/ المجردة:

يتميز هذا السوق بقوة جاذبية عالية جدا، اما بالنسبة للمؤسسة فتميز بالضعف التنافسي، لذلك على مؤسسة خاصة إذا كانت تمتلك منافذ توزيع ذات قوة تنافسية عالية أن توفق بين جودة المنتج وقوة جاذبية السوق.

4. الدول الانتقائية:

تتميز هذه السوق بالربحية الكبيرة، حيث على مؤسسة أن تركز في استراتيجياتها المتبناة على تنمية حصتها السوقية، خاصة إذا كانت تمتلك امكانيات تكنولوجية كبيرة، أي عدم التركيز على الأرباح الآنية وضع خطط طويلة الأجل من أجل التموقع ومحاولة الحصول على أكبر حصة سوقية ممكنة.

المطلب الثالث: طرق ومعايير اختيار الأسواق الدولية:

هناك العديد من الطرق والمعايير التي تستخدم في عملية اختيار الأسواق الدولية والتي نوجزها فيما يلي:

أولاً: طرق اختيار الأسواق الدولية:

إن عملية اختيار الأسواق الخارجية التي تحاول مؤسسة اقتحامها لا يعتمد بالضرورة على استخدام طرق ومؤشرات علمية ودقيقة، بل في الكثير من الأحيان ينجم عن الصدفة كما رأينا في سياسات اختيار الأسواق الدولية وبالضبط بالنسبة للأسلوب غير النشط، أكثر من الاعتماد على دوافع مبنية على ضيق السوق المحلية مثلاً ، لكن الاعتماد على طرق منطقية توضح الرؤية أكثر عند اتخاذ قرار الانفتاح على الأسواق الدولية.

من هذا المنطلق، يجب على أي مؤسسة عند اختيار أسواقها الخارجية أن توفق بين ثلاث معطيات أساسية والمتمثلة في: الامكانيات الكامنة للسوق، حدة المنافسة في السوق وأخيراً امكانيات مؤسسة في حد ذاتها.

1. تحليل الأسواق الدولية:

إن الأسواق الخارجية تختلف في ظروفها ومتطلباتها عن الأسواق المحلية، لذلك أي قرار من مؤسسة يرمي إلى الانفتاح على هذه الأسواق يحتم عليها دراسة العوامل التالية:

أ. الامكانيات الكامنة للسوق:

لمعرفة الامكانيات الكامنة للسوق، يجب دراسة الطلب وعرض المنتج في حالتين¹:

- الحالة الأولى: وجود منتج مشابه لمنتج مؤسسة في السوق، في هذه الحالة يجب قياس حجم الطلب الكلي ومحاولة التنبؤ بحجم الطلب المستقبلي لفترة زمنية محددة، بالإضافة إلى وجوب التعرف على حدة المنافسة من خلال عدد المنافسين وأساس التنافس، بمعنى إذا كانت المنافسة سعريّة، أو من حيث الجودة...إلخ.

¹ رضوان المحمود العمر، مرجع سابق، ص 120.

- **الحالة الثانية:** إذا كان المنتج جديد، في هذه الحالة يجب معرفة قدرة المنتج على اشباع حاجات ورغبات المستهلكين، والقدرات التوزيعية.

ب. سهولة الدخول إلى السوق:

لا يمكن اعتبار سوق ذو امكانية كامنة ما لم يكن يتميز بتكلفة دخول متدنية وبأقصر مدة زمنية ممكنة لكل سوق دولية ثلاث خطوط دفاعية¹:

- الحماية الجمركية والقوانين والأنظمة المتبعة في كل دولة.

- العقبات الناجمة عن القواعد المطبقة على المنتجات في بعض الأسواق، وتتمثل أهم هذه القواعد في مقاييس (ISO).

- مدى توفر الوسطاء و منافذ التوزيع.

ج. درجة تقبل السوق للعناصر الأجنبية:

إن وجود مؤسسة في إحدى الأسواق لا يضمن انضمامها بشكل تلقائي إلى العناصر المكونة لذلك السوق، بل حتما ستتعرض لردود أفعال المؤسسات الناشطة فيه والتي لم تؤخذ بعين الاعتبار أثناء دراسة الأسواق، وبالتالي لابد من تحليل طريقة وأسلوب تقبلهم لعنصر جديد بشكل عام ولسلوك إدارتها بشكل خاص من ناحية الطلب على منتجاتها وأثر عبارة "MADE-IN" على سلوك المستهلك، لذلك يجب أن يتم هذا التحليل من خلال دراسة نقاط قوة وضعف مؤسسة مقارنة ببيئة هذه الاسواق سواء كانت بيئة اقتصادية أو اجتماعية، حيث يمكن أن تفرض هذه البيئة جهود إضافية يصعب تحملها.

د. استقرار الأسواق:

إن المخاطر التي يمكن أن تتضمنها الأسواق الدولية يمكن أن تؤثر على عملية الدخول إليها وعلى نشاط مؤسسة ككل، لذلك قبل الدخول إلى أي سوق يجب تحليل مختلف المخاطر التي يمكن أن تواجهها، وفي هذا الصدد يمكن التمييز بين نوعين من المخاطر:

- **الخطر الاقتصادي:** عند تحليل الأسواق الدولية لأول وهلة يمكن أن تبين أن هذا السوق واعد من خلال حجم الطلب على منتجات المؤسسة أو منتجات مشابهة لها متواجدة حاليا في هذا السوق، لكن الأمر

¹ رضوان المحمود العمر، مرجع سابق، ص 122.

يتطلب دراسة فاحصة حول الطلب المستقبلي ومحاولة التعرف على معدل دوران العملية الشرائية للزبون، حيث إذا كان هذا المعدل منخفض يمكن أن ينجر عليه فقدان إيرادات المؤسسة، وهذا ما يسمى بالعجز الاقتصادي للعميل.

- **الخطر السياسي:** ينجم هذا الخطر من خلال سلوك السلطة الحاكمة اتجاه المؤسسات الأجنبية، حيث عوامل مثل الثورات الشعبية والانقلابات العسكرية، التأميم، الحروب، من شأنها أن تؤدي إلى تغيير جذري للبيئة السياسية لتلك السوق، لذلك يجب أخذ هذا العامل بعين الاعتبار.

2. دراسة وتحليل المنافسة:

في عالم اليوم يستحيل إيجاد سوق خال من المنافسة، لأن كل سوق لديه المكونات الأساسية من مؤسسات ناشطة فيه، هذه المؤسسات تقوم بوضع تنظيمًا اقتصاديًا خاصًا بها يتضمن فرض أنظمة وقوانين على كل مؤسسة راغبة في الدخول إليه التقيّد بها، هذا من جهة، ومن جهة أخرى يتوجب على المؤسسة عند دراسة منافسة أي سوق التنبؤ بمحمل المنافسين سواء كانوا محليين أو أجنبيين، بالإضافة إلى قبولها مبدأ تقاسم فوائد السوق بين المنافسين.

لدراسة منافسة أي سوق يجب أن نتطرق إلى النقاط التالية¹:

- يجب حصر كافة المنافسين وتصنيفهم حسب قوة تنافسيتهم (الأقوى والأضعف).
- تركيب المنافسة من حيث العدد والحصة السوقية لكل منافسين.
- المعايير الأساسية للمنافسة، من حيث السعر، الجودة، الخ.

تسمح دراسة وتحليل المنافسة من طرف المؤسسة، معرفة إذا ما كانت قادرة على الدخول إلى هذا السوق أم لا، فمن أجل دخول سوق يحتوي على منافسين أقوياء يتطلب منها تبني استراتيجية مرتكزة على التميز في تسويق منتجاتها.

¹ هاني حامد الضمور، مرجع سابق، ص 143.

3. تحليل إمكانيات المؤسسة:

تعمل المؤسسة عند تقديم منتج جديد أو الدخول إلى سوق جديد على التحليل الاستراتيجي لبيئتها سواء كانت داخلية أو خارجية، ولا يمكنها دراسة كل بيئة في معزل عن البيئة الأخرى، حيث أن أي قرار يتخذ بهذا الشأن يعتبر استراتيجي، لذلك تعتمد المؤسسة في إتخاذ مثل هذه القرارات على التقاطع بين بيئتها الخارجية والداخلية، أما بالنسبة للبيئة الخارجية، تعمل على تحديد مختلف الفرص والتهديدات التي يمكن أن تواجهها نسبة إلى نقاط قوتها وضعفها الحالية والمستقبلية التي ستعتمد عليها في مواجهة المنافسة العالمية ومعرفة قدرتها التنافسية على المستويات التالية:

- المنتجات المقدمة والتي تعتبر أساس نشاطها.
- الجودة والتي يمكن معرفتها من خلال تطابق المنتج مع المعايير والمواصفات المطلوبة في السوق.
- السعر وهامش الربح.
- التمويل من خلال الامكانيات المالية الخاصة بها.
- أساليب البيع وخدمة ما بعد البيع التي تسمح بقياس قدرة المؤسسة على إرضاء وولاء الزبون.
- العلاقات العامة والتي تمثل كفاءة المؤسسة في إقامة علاقات تعاون مع العناصر المكونة للبيئة الخارجية مثل السلطات العامة، الرأي العام، وسائل الإعلام.
- القدرة على التنبؤ باحتياجات العملاء.

ثانيا: معيار اختيار الأسواق الدولية:

من أهم المعايير المستخدمة في انتقاء واختيار الأسواق الخارجية نذكر ما يلي:

1. معايير عدد الأسواق: (من حيث التركيز أو الانتشار):

إن القرار الذي تتخذه المؤسسة بشأن انفتاحها على الأسواق الخارجية عادة يتم وفق الاختيار أو المفاضلة بين نوعين مختلفين من الأسواق مقارنة بتخصص المؤسسة:

- النوع الأول: يتمثل في اختيار السوق كبير وواسع يتم تصريف مجمل منتجات المؤسسة إليه، وذلك في حالة تخصصها في إنتاج منتجات قابلة للتوزيع في سوق واحد.

- النوع الثاني: يتمثل في اختيار أكبر عدد ممكن الأسواق لتصريف منتج مؤسسة، وذلك في حالة التخصص الدقيق في إنتاج منتج وحيد، حيث أن السوق الواحد لا يشكل بالنسبة لهذا المنتج إلا جزءاً أو قطاعاً من السوق العالمية وفي كلا الحالتين سوف تحاول مؤسسة اختيار بعض الأسواق الهامة والمستقرة أو قليلة المخاطر والمرجحة مالياً. هناك العديد من العوامل التي تمكننا من المفاضلة بين التركيز والتعددية في الأسواق، كما هي مبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم (2-5): عوامل المفاضلة بين التركيز وتعددية الأسواق

عوامل التركيز	عوامل التعددية	
		عوامل مؤسسة:
منخفضة	عالية	- تصور الإدارة العليا للمخاطر
مرتفعة	بسيطة	- مدى توفر المعلومات عن السوق
اتباع سياسة التمكّن (السوقي)	اتباع سياسة تطوير السوق	- تحقيق هدف النمو
		عوامل السلعة أو المنتج:
عامة	محددة	- استخدامات السلعة أو المنتج
مرتفعة	منخفضة	- حجم المبيعات
مرتفع	منخفض	- تكرار الطلب
النمو أو النضج	الظهور والتدهور	- دورة حياة المنتج
تتطلب التعديل	نمطية	- سياسة المنتج
		عوامل السوق:
كبيرة	صغيرة	- حجم الأسواق والقطاعات
مستقرة	غير مستقرة	- الاستقرار
عدد محدد متشابه	عدد كبير متشابه	- درجة التشابه في الأسواق
منخفضة	كبيرة	- درجة المنافسة
مرتفعة	منخفضة	- درجة الالتزام بالمصادر
كبيرة	منخفضة	- درجة الولاء
		عوامل التسويق:
مرتفعة	منخفضة	- تكاليف الاتصالات بإضافة الأسواق
مرتفعة	منخفضة	- تكاليف المناولة بإضافة الأسواق

مرتفعة	منخفضة	- تكاليف التوزيع المادي بإضافة الأسواق
--------	--------	--

المصدر: هاني حامد الضمور، مرجع سابق، ص 168.

2. معايير خصائص الأسواق: (من حيث التشابه والاختلاف)

على مؤسسة عند محاولة اقتحامها للأسواق الخارجية أن تقر وتحدد رغبتها في نوعية والخصائص الواجب توفرها في هذه الأسواق، وذلك من حيث التشابه أو الاختلاف، حيث يتيح التشابه¹:

- استخدام أسلوب تجاري مشابه للأسلوب المستخدم في السوق المحلية.
 - تخفيض مشكلة التنسيق والرقابة على الأسواق.
 - سهولة تطوير وانتشار منتجاتها وعلامتها التجارية على المستوى العالمي.
 - تخفيض تكاليف الإنتاج من خلال استخدام نفس خطوط إنتاجها واستخدام نفس مزيجها التسويقي.
- إلا أنه في غالب الأحيان تتصف الأسواق المستهدفة من طرف مؤسسة بالاختلاف نظراً لما يلي:
- اقتحام مؤسسة لأسواق متعددة خاصة إذا كان هذا الاختيار يتلائم وصفات المنتجات المقدمة من طرفها والمتميز بالدقة في التخصص كما أسلفنا الذكر في معيار تعددية الأسواق.
 - من أجل الحصول على توازن التقلبات الموسمية في الأسواق خاصة بالنسبة للمنتجات الرسمية.
 - تقليل المخاطر من خلال توزيعها على عدة أسواق.

تستخدم مؤسسة عادة في المفاضلة بين اقتحام أسواق مختلفة أو متشابهة عدة مؤشرات أهمها:

- حصة منتج المؤسسة من السوق.
- تأثير بلد المؤسسة المصدرة في السوق المستهدف.
- الاتفاقيات الاقتصادية والمالية بين الوطن الأم للمؤسسة والبلد المحلي.
- زيادة حجم الطلب.
- الموارد الطبيعية (ذهب، بترول، زراعة... إلخ).

¹ رضوان المحمود العمر، مرجع سابق، ص 123.

- الاستقرار السياسي.
- مستوى التطور الصناعي للبلد.

إن التقاطع بين معايير عدد الأسواق وخصائص الأسواق يؤدي إلى أربعة بدائل ممكنة لاختيار الأسواق الأجنبية الجذابة، والشكل التالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (2-7): البدائل المتاحة من تقاطع معايير اختيار الأسواق الدولية



المصدر: رضوان المحمود العمر، مرجع سابق، ص 126.

- ✓ الحالة الأولى "A": في هذه الحالة تحاول مؤسسة اختيار سوق أو عدد أسواق متشابهة أو مشابهة للسوق المحلي، حيث تعتبر خيارا أمثلا لأغلب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي ليس لديها خبرة كبيرة في التصدير أو التعامل مع الأسواق الخارجية.
- ✓ الحالة الثانية "B": في هذه الحالة تحاول مؤسسة اختيار عدد قليل من الأسواق غير المتشابهة، لأن كل سوق من هذه الأسواق يتميز باختلاف مستوى تطوره، بالإضافة إلى سماح قلة عدد الأسواق على مراقبتها.
- ✓ الحالة الثالثة "C": في هذه الحالة تحاول مؤسسة اختيار عدد كبير من الأسواق المتشابهة، وذلك راجع إلى تميز منتجاتها بالنمطية واستخدام ميزة تشابه الأسواق في استخدام أساليب تجارية نمطية في تسويق هذا النوع من المنتجات.

✓ الحالة الرابعة "D": تتناسب هذه الحالة مع المؤسسات الضخمة، حيث تختار عدد كبير من الأسواق المختلفة لتصدير كميات كبيرة من منتجاتها غير النمطية، إلا أن هذا الاختيار مكلفا جدا، نظرا لاختلاف الأساليب التجارية التي تستخدمها مؤسسة من سوق إلى آخر.

3. معيار المخاطر في كل سوق:

يعتبر هذا المعيار من أهم المعايير المستخدمة في تقييم الأخطار الاقتصادية والسياسية في كل بلد، لكن درجة التعرض لهذه المخاطر تختلف باختلاف حجم مؤسسة وطبيعة منتجاتها، فالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة أكثر حساسية لمخاطر السوق من المؤسسات الكبيرة، لأن نسبة كبيرة من صادراتها تتركز في عدد قليل من الأسواق، أما من ناحية طبيعة الصادرات، فنجد أن عقود التصدير للمصانع والتجهيزات الصناعية واستثمارات البنية التحتية أكثر عرضة للمخاطر السياسية من تصدير المنتجات البسيطة نظرا للأهمية الاقتصادية لهذه العقود على مستوى بلد معين بالإضافة إلى طول الفترة بين التفاوض والتنفيذ الكامل للعقد، لذلك يجب على مؤسسة التعرف بشكل دقيق على درجة المخاطر في بلد، فعند اختيار الأسواق الدولية، يتم حذف الدول ذات المخاطر العالية مباشرة من قائمة الأسواق المتاحة ودراسة وتحليل باقي الأسواق التي تمتاز بدرجة منخفضة أو متوسطة.

المبحث الثالث: التسويق الدولي كآلية لغزو الأسواق الدولية:

تنافسي الدول في الأسواق الدولية عبر شركاتها ومؤسساتها خاصة الدولية منها، حيث تعتبر سبب التقدم الاقتصادي المحقق من طرف الدول المتقدمة، من خلال نجاحها في تحقيق البقاء والاستمرار في مختلف الأسواق، وفي كافة الميادين بالإضافة إلى قدرتها على التكيف مع مختلف الظروف الاقتصادية والسياسية والقانونية والتأثير فيها فإذا كانت كذلك، فإن مما لا شك فيه أن وسيلتها لتحقيق ذلك إنما تشمل أساسا في وظائفها وأنشطتها المتنوعة، وعلى رأسها وظيفة التسويق الدولي، من خلال التوفيق بين امكانياتها وإشباع حاجات ورغبات الأسواق بسلع وخدمات مطابقة لها في بيئة متغيرة ومعقدة، أي أن نجاحها ارتكز على نجاحها في تحقيق التكيف البيئي.

المطلب الأول: سياسة المنتج الدولي

إن حجر الأساس لنشاط مؤسسة في الأسواق الدولية هو تلبية حاجات ورغبات المستهلكين في تلك الأسواق، لذلك يجب أن تكون سياسة المنتج الدولي المحور الذي تدور حوله كل أوجه الأنشطة التسويقية، وبالتالي يجب على المؤسسة أن تكيف سياستها منتجاتها التي تباع في السوق المحلي حسب احتياجات الاسواق الجديدة.

أولا: تعريف المنتج

يعرف المنتج على أنه الشيء الذي تبيعه المؤسسات ويتكون من جملة من المنافع والتي تعني كل شيء يحصل عليه المشتري بما في ذلك من منفعة نفسية (معنوية)¹، ويعرف أيضا على أنه مجموع القرارات من أجل بيع تشكيلة منتجات في واحدة أو عدة أزواج (منتجات / أسواق)².

كما يمكن تعريفه كذلك على أنه مجموعة من الخصائص والصفات الملموسة وغير الملموسة المرتبطة بها والتي تشبع احتياجات ورغبات المستهلك، وبالتالي فالمشتري عندما يشتري المنتج فإنه لا يشتريه لذاته كمنتج فيزيائي، وإنما يشتري مجموعة من الخصائص والصفات التي تشبع له حاجة أو رغبة معينة، لذلك يجب على مؤسسة معرفة ماذا يشتري المستهلك وتقديم المنتج بشكل الذي يتوقعه ويشبع رغباته من خلال المنافع التي يحصل عليها.

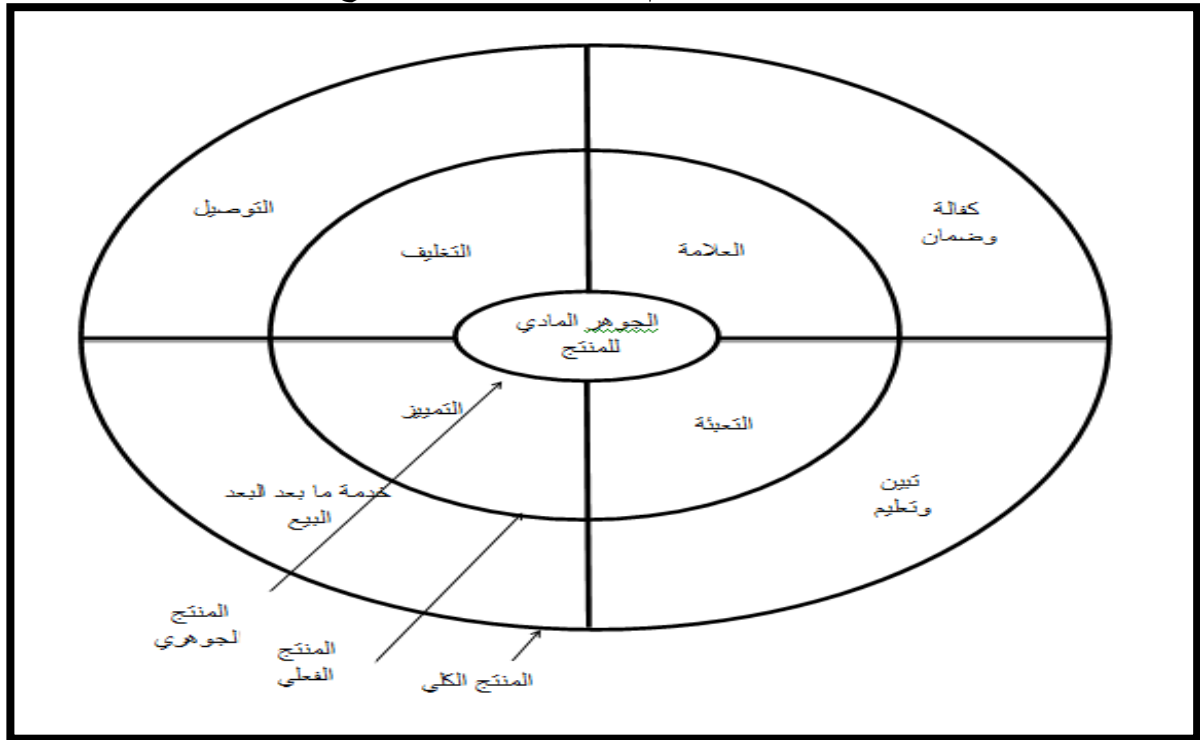
¹ هاني حامد الضمور، مرجع سابق، ص 175.

² CHARLES Grove, marketing international , 3 emme edition, de boeck, bruremes 1999, p 287.

لذا يتوجب على مؤسسة أن تفكر بالمنتج على ثلاث مستويات وهي¹:

- 1- **المستوى المركزي أو الأساسي:** وهو الجوهر المادي للمنتج، وهنا يجب معرفة الميزة التي يبحث عنها الزبون والتي تسمح له بإشباع حاجياته.
- 2- **المستوى الشكلي:** وهو المنتج الفعلي، حيث يجب أن يحيط الجوهر المادي للمنتج بالخدمة المشكلة من خلال الأبعاد التالية: العلاف، العلامة، المواصفات،... إلخ.
- 3- **المستوى الكلي:** وهنا يجب احاطة المنتج الجوهري والمنتج الفعلي بالخدمات المساعدة، وذلك بتوفير منافع وخدمات إضافية للمستهلك مثل: الضمانات، وخدمات ما بعد البيع، التوصيل... إلخ، كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم (2-8): مستويات المنتج



المصدر: رضوان الحمود العمر، مرجع سابق، ص 159.

ومن التعاريف السابقة نستنتج أن المنتج هو مجموعة من القرارات التي تتحمل مسؤولية مزج الخصائص والمواصفات المادية والمعنوية للمنتج الجوهري، بالإضافة إلى مكونات المنتج الفعلي والمنتج الكلي التي يجب أن تتوافق إلى حد ما مع المنافع المتوقعة للمستهلك، لكن يجب إدراك أن هذا يتعلق بتعريف سوق واحد، أما إذا كانت مؤسسة تتعامل مع عدد من الأسواق، فإن تعريف المستهلك الأجنبي لمنتج المؤسسة قد يختلف نوعاً ما

¹ رضوان الحمود العمر، مرجع سابق، ص 57.

عن تعريف العميل المحلي، سواء من حيث الدور الذي تلعبه أو المنفعة التي تقدمها، فإن المنتج يتضمن أي شيء يراه العميل، خاصة إذا كانت الأسواق غير متشابهة، لذلك على المؤسسة المفاضلة بين سياستين في تقديمها للمنتج، سياسة التمييز أو سياسة التكييف.

ثانياً: سياسة التمييز والتكييف:

إن سياسة التمييز تسمح بتخفيض التكاليف الكلية للمنتجات نتيجة لتحقيق وفورات الإنتاج الكبير وتوحيد البرنامج الترويجي لمختلف الأسواق، هذا التخفيض سوف ينعكس على انخفاض الأسعار ومن ثم الحصول على ميزة تنافسية على مستوى الأسعار وزيادة حصتها السوقية من الأسواق الدولية، في حين يمكن أن يكون التكييف الزامي بفعل التباين بين الأسواق غير المتشابهة، خاصة فيما يتعلق باللغة والأنظمة الشرائية والمقاييس ونمو وسائل الإعلام والاتصال المختلفة بين الشعوب وعدم التجانس في الأذواق والحاجيات ما يدعم مؤيدي سياسة التكييف¹.

وهناك عدة عوامل تساعد على انتهاج سياسة التمييز وأخرى تدعم سياسة التكييف:

1-العوامل المشجعة على تمييز المنتجات:

يقوم تمييز المنتجات على فكرة مفادها ان هناك تماثل في ثقافة وأذواق وحاجات العديد من الأسواق، لذلك يجب البحث عن منتجات نمطية بشكل مناسب لكافة الأسواق، ومن أهم العوامل التي تدفع إلى تبني سياسة التمييز ما يلي²:

- أ. تحقيق وفورات في تكاليف البحث والتطوير للمنتجات.
- ب. تحقيق وفورات في تكاليف التسويق من خلال وضع برنامج ترويجي موحد لكل الأسواق الدولية.
- ج. تحقيق اقتصاديات الحجم الكبير التي تؤدي إلى وفورات في تكاليف الإنتاج نظراً لإنتاج منتجات متماثلة مادياً وسهولة التنفيذ للقرارات التسويقية.
- د. احتياج المستهلك لنفس المنتج في حالة سفره إلى دول أخرى.
- هـ. وجود انطباع عالمي جيد عن جودة المنتج أو عن البلد المنتج.

¹ عبد السلام ، أبو قحف، التسويق الدولي، دار الجامعة، الاسكندرية، 2002، ص 257.

² خير الدين عمرو، التسويق الدولي، دار الكتب، مصر، 1996.

- و. المنتجات ذات التقنية العالية تميل إلى أن تكون نمطية عالميا.
- ي. إذا كان نشاط التصدير مؤقتا تميل المنتجات إلى أن تكون نمطية.
- ذ. تجنب الارتباط بين المستخدمين والمتعاملين والزبائن.

2-العوامل المشجعة على تكييف المنتجات:

أما عن العوامل الدافعة لإنتهاج سياسة التكييف يمكن التمييز بين نوعين:

أ. **التكييف الإجباري للمنتجات:** وهو التكييف الذي تفرضه القوانين والأنظمة المحلية على كل مؤسسة أجنبية، لذا يجب الأخذ بعين الاعتبار العوامل التالية¹:

- **معايير الأمان في المنتجات:** مثل وافي الصدمات في السيارة، أو عنصر الأمان في الألعاب الكهربائية للأطفال.
- **المعايير الصحية:** عدم إدخال السيارات الملوثة للبيئة والصحة العامة في بعض الدول، ومعوقات إدخال المواد الغذائية التي لا تحمل مواصفات صحية.
- **المعايير الفنية والتقنية:** مثل ائتلاف الجهد الكهربائي من دولة إلى أخرى (ما بين 110 فولط إلى 220 فولط)، وبذلك تكون المؤسسة مرغمة على تكييف منتجاتها.
- **معايير الصيانة:** مدى الحاجة إلى الخدمة، صيانة، تركيب الأجهزة، توريد قطع التبديل...إلخ.
- ب. **التكييف الضروري للمنتجات:** من أهم العوامل التي تشجع على هذا النوع من التكييف ما يلي²:
- اختلاف ظروف استخدام المنتج كاختلاف المناخ، العادات والتقاليد، مستوى المهارة اللازمة لاستخدام المنتج.
- اختلاف متوسط الدخل الفردي.
- اختلاف أذواق المستهلكين بين الدول.
- التدخل الحكومي في التبادل التجاري، مثل منع استيراد بعض المنتجات وتشجيع المنتج المحلي، فرض الضرائب الجمركية، المقاييس والمواصفات المحددة للمنتجات المباعة في السوق المحلي...إلخ.
- خبرة المؤسسة في بيع المنتجات دوليا واقتناعها بعدم جدوى تسويق المنتجات النمطية لكل دول العالم.

¹ رضوان المحمود العمر، مرجع سابق، ص 162.

² عبد السلام أبو قحف، التسويق الدولي، مرجع سابق، ص 257.

حيث تعتمد هذه السياسة على التعديل الجزئي لبعض خصائص المنتج مثل لون أو حجم أو غلاف أو تركيبة المنتج، أو تعديل كلي لخصائص المنتج حتى يتوافق وحاجات السوق المتعامل معه، وتبقى الاشكالية المطروحة حول أفضلية سياسة التكيف أم التوحيد.

إن لكل سياسة شروط أو معايير لاتباعها وتمثل عامة هذه المعايير في¹:

- **طبيعة المنتج:** حيث أنه إذا كانت المنتجات صناعية فمن الأفضل انتهاج سياسة التنميط عكس المنتجات السلعية والتي تحتاج إلى تعديل أكبر.
- **درجة تطور السوق:** يمكن لدورة حياة المنتج أن تؤثر على اختيار السياسة المناسبة، ففي بعض المراحل يفضل التنميط على التكيف والعكس صحيح.
- **العائد والتكلفة:** تعديل المواصفات التي تميز المنتج مرتبطة بملائمة الظروف المحلية بتكلفة معينة تشمل البحوث والتطوير، فالتنميط يجنب تكاليف البحث والتطوير نظرا لأن التكنولوجيا المستخدمة في الإنتاج والإجراءات تم إرساؤها من قبل.
- **المتطلبات الحكومية:** قد تفرض بعض الدول شروط معينة مرتبطة بالمنتج مثل مستوى أدائه، براءات الاختراع... إلخ.
- **المنافسة:** مع احتدام المنافسة في الأسواق الدولية، تفرض على المؤسسات تعديل منتجاتها حتى تعزز من قوتها التنافسية، عكس غياب المنافسة والتي يمكن انتهاج سياسة التكيف.
- **الخدمات المساعدة:** تعني المنشآت والوظائف الضرورية لخلق وتطوير وخدمة الطلب والمتمثلة في متاجر التجزئة والجملة ووكالات البيع... إلخ.
- **البيئة المادية:** وتمثل أساسا في الطوبوغرافيا والمناخ والموارد، التي تؤدي إلى ضرورة تعديل المنتج.
- **ظروف السوق:** الفروقات الثقافية والنمو الاقتصادي ودرجة تقبل المستهلك للمنتج لها تأثيرات على تكيف المنتج حسب هذه الظروف.

واختصارا لكل ما سبق يمكن توضيح أهم العوامل المشجعة لكل سياسة في الجدول التالي:

¹ خير الدين عمرو، مرجع سابق، ص 243.

الجدول رقم (2-6): التكيف ضد التنميط

العوامل المشجعة لسياسة التكيف	العوامل المشجعة لسياسة التنميط
- اختلاف ظروف الاستخدام.	- الاقتصاد في نفقات بحوث وتطوير المنتج.
- اختلاف أنماط وعادات وسلوك المستهلك.	- الجدوى الاقتصادية في الإنتاج والتسويق.
- المنافسة المحلية.	- الانطباع عن بلد المنتج.
- التأثيرات القانونية والحكومية.	- المنتجات الصناعية.
- المنتجات الاستهلاكية.	- منافسة عالمية.

المصدر: هاني حامد الضمور، مرجع سابق، ص 189.

ثالثاً: خصائص المنتج في الأسواق الدولية:

تمتد سياسة المنتج الدولي إلى أبعد من المنتج نفسه، فصفااته مثل العلامة التجارية، وبلد المنشأ والتعليق والضمان وخدمة ما بعد البيع تمثل مجالات حاسمة لاتخاذ القرارات:

1. سياسة التمييز: المقصود بعملية تمييز المنتج التعرف عليه من بين المنتجات الأخرى المنافسة، وذلك

باستخدام عناصر مثل الاسم التجاري، العلامة التجارية والشعار فضلاً عن بعض العوامل الأخرى

مثل العبوة والغلاف¹، حيث لهذه العملية عدة أهداف منها:

- تمييز منتجات المؤسسة عن منتجات المنافسين.
- تساعد على خلق حرية خاصة للمنتج وزيادة معرفته من قبل الجمهور.
- تساعد على خلق الشعور بالرضى والولاء لدى الجمهور من حيث جودة ونوعية المنتج.
- تساعد على ترسيخ الصورة الذهنية للمنتج.

كل هذه الأهداف تؤدي إلى الرفع من حجم المبيعات والحفاظ على الزبائن، لكن اعطاء علامة تجارية

مثلاً لمنتج معين يرافقه زيادة في التكاليف لحماية هذه العلامة بالرغم من وجود قوانين تحمي حقوق الملكية

¹ يحي سعيدي علي عيد، التسويق الدولي والمصدر الناجح، دار الأمين للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 1997، ص

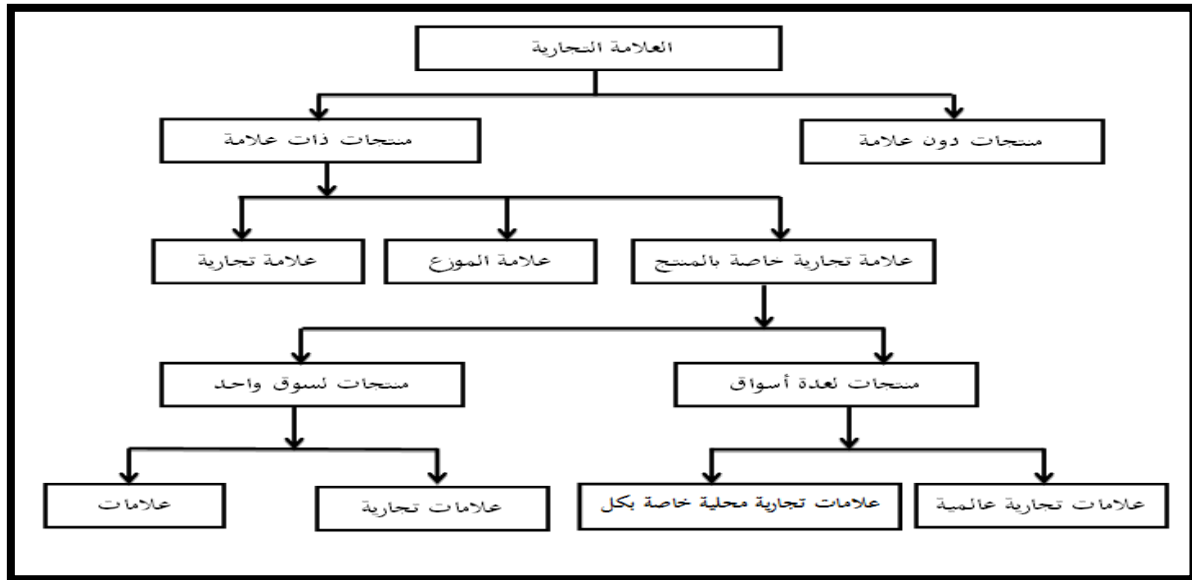
الفكرية والصناعية، إلا أن حمايتها في الأسواق الدولية تمثل أحد المشكلات الرئيسية التي تواجه المؤسسات¹، بالإضافة إلى تعليق المنتجات وتحسين شكلها، كل هذا يؤدي إلى زيادة تكاليف المنتج.

ففي بعض الحالات تجد المؤسسة نفسها أمام عدة اختيارات فيما يتعلق بتمييز المنتج سواء اتباع أسلوب عدم تمييز منتجها وإنتاج منتج دون علامة تجارية وبمواصفات يحددها الموزع في الأسواق الدولية، أو اتباع أسلوب تمييز منتجها بعلامة متبعة أساليب التمييز التالية في الأسواق الدولية بحسب الظروف²:

- وضع علامة تجارية يملكها المنتج.
- وضع علامة الموزع على المنتج.
- استخدام علامات تجارية مختلفة لمنتجات المنتج الذي يضمها خط واحد من المنتجات في نفس السوق.
- استخدام أسماء تجارية محلية داخل كل سوق أجنبي مختلف عن العلامات المستخدمة في دول أخرى.
- استخدام علامة تجارية واحدة للأسواق العالمية كافة.

والشكل التالي يوضح كيفية وأساليب تمييز العلامات التجارية

الشكل رقم (2-9): أساليب تمييز العلامة التجارية



المصدر: رضوان محمود العمر، مرجع سابق، ص 166.

¹ عبد السلام أبو قحف، إدارة الأعمال الدولية، بحوث التسويق والتسويق الدولي، مرجع سابق، ص 373.

² رضوان محمود العمر، مرجع سابق، ص 165.

2. سياسة التغليف:

للتغليف أهمية بالغة، حيث كان ينظر إليه سابقا على أنه أداة تستخدم لحماية المنتج من الاتلاف، أما حاليا أخذ هذا النشاط أبعاد أخرى نتيجة تزايد الاختلاف بين خصائص الدول، سواء الاجتماعية والثقافية بما فيها العوامل المناخية مما يجعل من سياسة التغليف أهمية بالغة¹، إن الغلاف الذي يوضع فيه المنتج هو أقصر طريق للاتصال بين المنتج والمستهلك، أي يعتبر همزة وصل بينهما، وهذا يعني أن الغلاف يتحمل مسؤولية هامة في العمل البيعي، إذ أنه يحل محل رجل البيع كحلقة وصل حيوية بين المنتج والزبون²، بالإضافة إلى العديد من العوامل التي تساعد على الاهتمام بالتغليف وأهمها³:

- انتشار أسلوب خدمة النفس داخل المحلات التجارية الكبرى في مختلف الدول، ويعد الغلاف والتبني بمثابة المرشد للمستهلك بدلا من رجل البيع.
- ارتفاع القدرة الشرائية للمستهلك نتيجة ارتفاع دخولهم، مما أدى إلى تفضيل المنتجات المغلفة.
- ظهور وانتشار مواد تغليف حديثة سهلت مهمة نشاط التغليف.

تعتبر عملية التغليف الطريقة الأرخص والأسرع والأسهل لتكليف المنتج وجعله أكثر ملائمة لمتطلبات الأسواق الدولية، بالإضافة إلى ذلك فإنه يساعد في بيان وحماية العلامة والترويج لها، لذا يجب أن يكون الغلاف مناسباً وسهلاً الاستخدام من قبل المستهلك، وإن يساعد في بيع المنتج عن طريق جذب اهتمام المستهلك ودفعهم للشراء.

3. سياسات ضمان المنتج:

في المفهوم الحديث للتسويق، لا تنقطع العلاقة بين المنتج والمستهلك بمجرد اتمام عملية البيع، بل يتوجب على البائع تحمل بعض المسؤوليات حتى يتأكد من تحقيق الاشباع المتوقع من طرف المستهلك، ومن أهم هذه المسؤوليات، عملية ضمان المنتج، حيث يمكن تعريفه على أنه عبارة عن وعد من البائع للمستهلك بأن المنتج يعمل ما يجب أن يعمل كما تم الترويج له، وهذا يعطي المستهلك الاطمئنان عند الشراء⁴، وتعد

¹ عبد السلام أبو قحف، التسويق الدولي، مرجع سابق، ص 263.

² صديق محمد عفيفي، التسويق الدولي "نظم التصدير والاستيراد"، مكتبة عين الشمس، مصر، 2003، ص 326.

³ رضوان المحمود العمر، مرجع سابق، ص 173.

⁴ نفس المرجع، ص 176.

الضمانات ذات أهمية كبيرة في الأسواق الدولية، حيث يمكن أن تستخدم كميزة تنافسية قوية في مواجهة المنافسين الأجانب، لكن يجب التمييز بين سياستين من الضمانات:¹

أ. سياسة التمييز: تستخدم هذه السياسة في حالة:

- تشابه ظروف الأسواق الدولية.
- سهولة تواجد المنتج في عدة أسواق أجنبية.
- طبيعة المنتج والحاجة إلى زيادة درجة الأمان والسلامة في كل سوق.

ب. سياسة التكييف: تستخدم هذه السياسة في حالة:

- عدم تحقيق وفورات اقتصادية إذا اتبعت مؤسسة سياسة الضمان النمطي.
- إنتاج مؤسسة لمنتجاتها الدولية في دول متعددة تحت ظروف ومقاييس مختلفة للرقابة على الجودة.
- اختلاف ظروف استخدام المنتج بين الأسواق الأجنبية.
- عدم تمكن مؤسسة من انشاء شبكة دولية لخدمة وصيانة المنتج بانتظام.

4. خدمات ما بعد البيع:

يمكن استخدام خدمات ما بعد البيع لتمييز منتجات مؤسسة أو كأداة تنافسية تواجه بها مختلف المنافسين في الأسواق الدولية، حيث تتضمن هذه الخدمات كل من الصيانة والنقل، الفحص، الاصلاح وتغيير الأجزاء المستهلكة...إلخ.

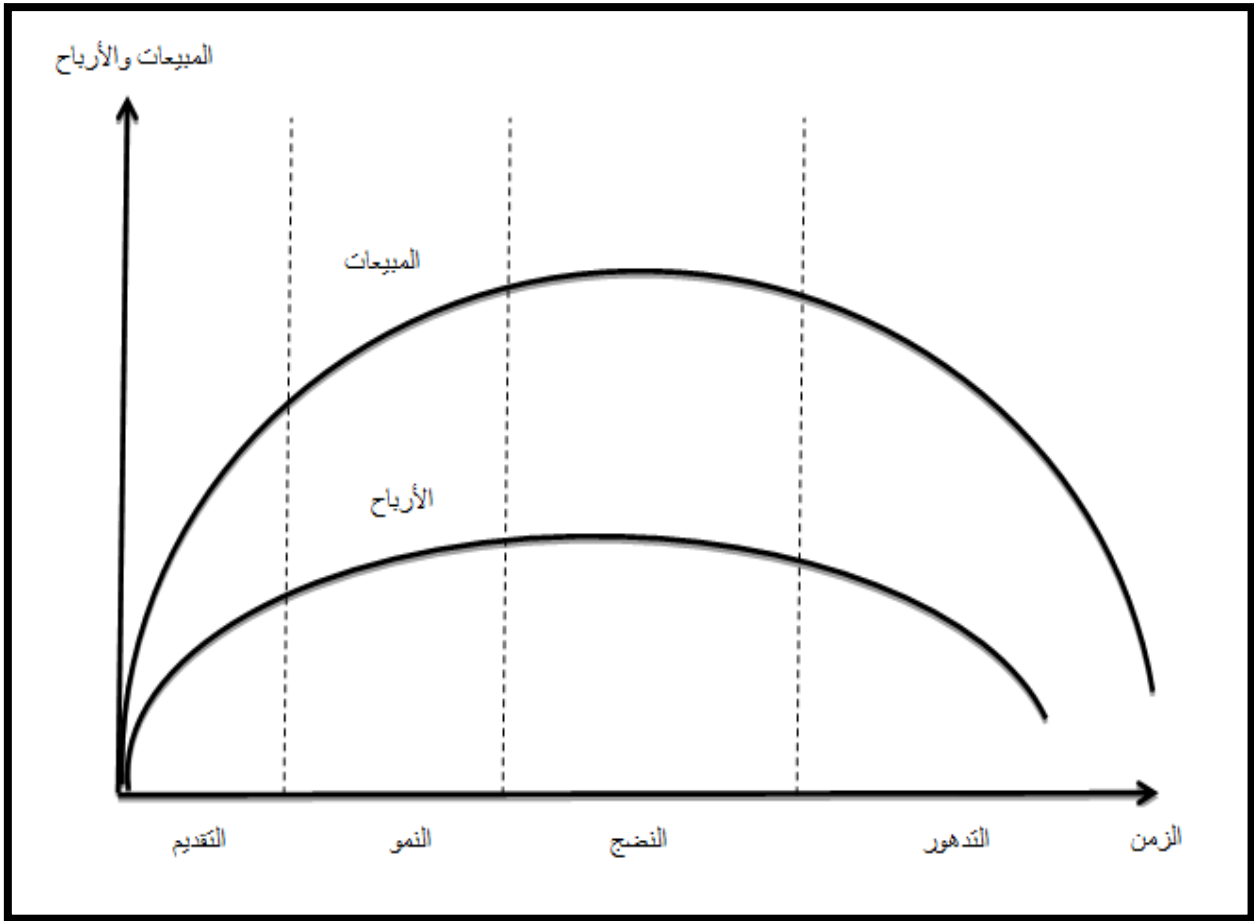
5. دورة حياة المنتج والمنتج الدولي:

تقدم دورة حياة المنتج مدخلا مفيدا لاتخاذ قرارات الإنتاجية المناسبة، حيث تمر سلسلة من المراحل، وكل مرحلة تحدد بإنجاز حجم مبيعات معين ومستويات مختلفة من الربح ودرجات متفاوتة من التنافس وبرامج التسويق.

لكن بطبيعة الحال هناك اختلاف نسبي بين دورة حياة المنتج المحلي والدولي وسنوضح ذلك في شكلين مختلفين:

¹ خير الدين عمرو، مرجع سابق، ص 262.

الشكل رقم (2-10): دورة حياة المنتج المحلي



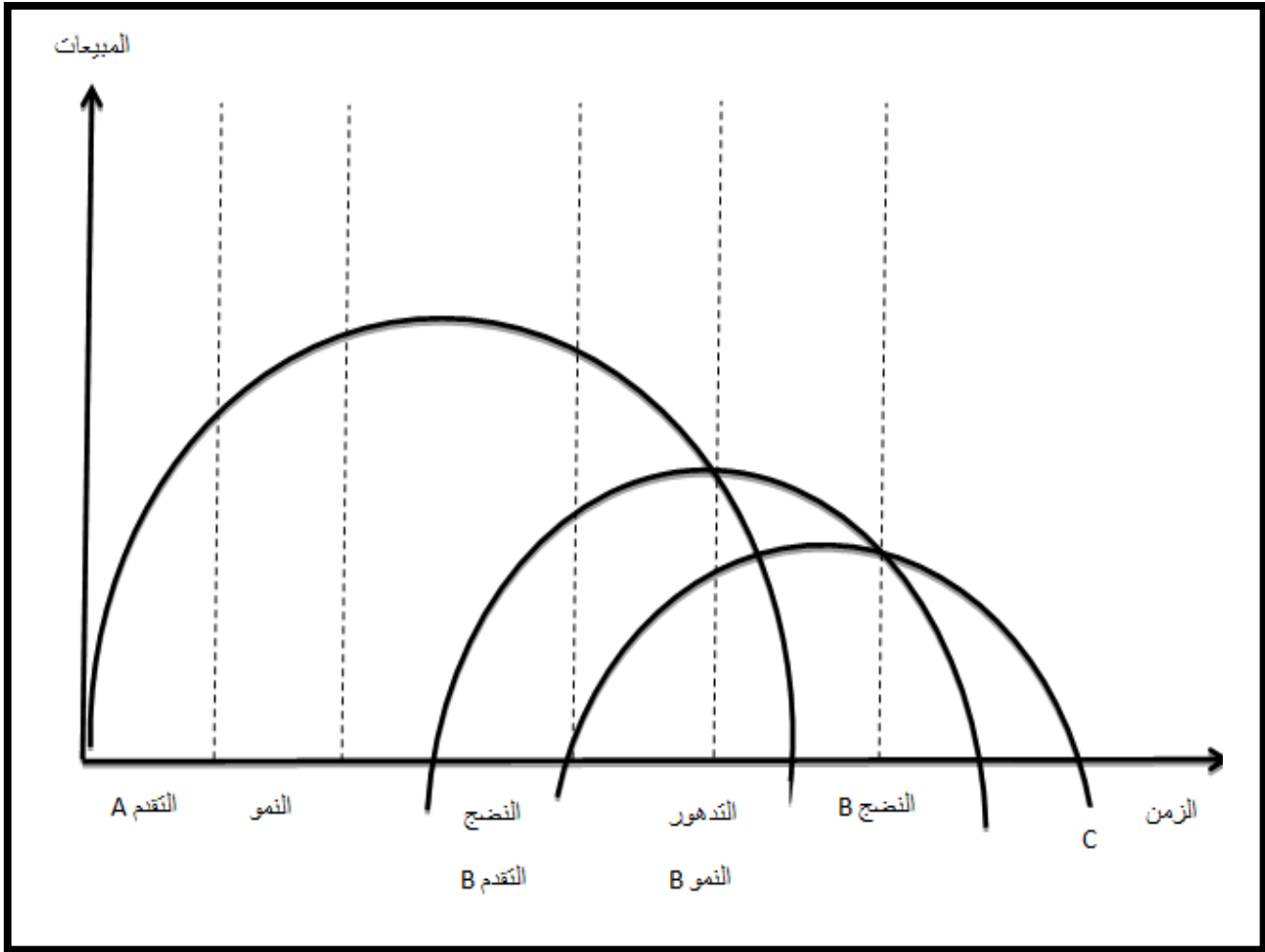
المصدر: صديق محمد عفيفي، مرجع سابق، ص 314.

من خلال الشكل أعلاه نلاحظ ان دورة حياة المنتج المحلي تم بأربعة مراحل :

- مرحلة التقديم: وتمثل هذه المرحلة ميلاد المنتج الذي طرح من طرف مؤسسة في السوق، حيث يتطلب تكاليف مرتفعة مقارنة بحجم المبيعات وذلك من أجل التعريف به.
- مرحلة النمو: إذا وصل المنتج إلى هذه المرحلة يعني أن المنتج قد تلقى قبول من طرف المستهلكين، لذلك نلاحظ ارتفاع في نسبة المبيعات مع بداية تحقيق أرباح.
- مرحلة النضج: وهي اهم مرحلة في دورة حياة المنتج بالنسبة للمؤسسة، حيث تعمل على إطالتها إلى أطول فترة ممكنة وذلك نتيجة تحمله التكاليف منخفضة وفي المقابل ارتفاع كبير في حجم المبيعات وحجم الارباح.

- **مرحلة التدهور:** هي بمثابة مرحلة المرض عند الإنسان، حيث تهيأ مؤسسة نفسها لإيجاد بديل لهذا المنتج لأنه في القريب العاجل سوف يموت و يخرج من السوق، أما دورة حياة المنتج الدولي فيمكن توضيحها في الشكل التالي:

الشكل رقم (2-11): دورة حياة المنتج الدولي



المصدر: صديق محمد عفيق، مرجع سابق، ص 320.

يمكن تفسير هذا الشكل بالنسبة لمنتج وثلاث دول حيث:

- **المرحلة الأولى:** وهي عبارة عن مرحلة التقلد في البلد صاحب الاختراع، حيث تقوم مؤسسة بطرح منتجاتها لأول مرة في السوق المحلي لها وحسب حاجات ورغبات المستهلك المحلي، وبالطبع فحجم المبيعات يكون منخفضاً نتيجة عدم التعرف عليه في السوق.

● **المرحلة الثانية:** يتم في هذه المرحلة التعرف على المنتج في السوق المحلي بالإضافة إلى الأسواق الأجنبية المماثلة للسوق المحلي خاصة من حيث القدرة الشرائية، وهذا ما يفسر الجزء السالب من منحى الدولة .B

● **المرحلة الثالثة:** في هذه المرحلة يبلغ حجم المبيعات أقصى حجم نتيجة بيع المنتج في السوق المحلي بالإضافة إلى تصديره للأسواق المماثلة، لكن لا تنسى أنه في هذه المرحلة يتم إنتاج هذا المنتج من طرف فروع مؤسسة في الدول المشابهة أو تقليده من طرف شركات منافسة.

● **المرحلة الرابعة:** يبلغ المنتج في البلد الاختراع مرحلة التدهور أما في البلد (B) يبلغ مرحلة النمو أو النضج لذلك يحاول البلد المخترع التخلص من المنتج لإيجاد منتج بديل فيما يتم استيراد الجزء المتبقي من الطلب المحلي من البلد (B) وهذا ما يفسر الجزء السالب لمنحى البلد (A)، بالإضافة إلى بداية التعرف إلى هذا المنتج في البلد (C) وهو البلد الذي يكون عادة من البلدان النامية.

المطلب الثاني: سياسة التسعير الدولية:

يعد السعر أهم عناصر المزيج التسويقي للمؤسسة، مستمدا أهميته كونه يمثل الواجهة المعبرة عن مواصفات جودة المنتج في شكل رقمي، حيث دائما ما يقارن المستهلك الأجنبي بين مستوى جودة المنتج بمستوى السعر المعروض به، بالإضافة إلى أن السعر هو العنصر الذي يعول عليه في تحقيق معدلات العائد على الأموال المستثمرة، والذي ترغب مؤسسة تحقيقه من تسويق منتجاتها دوليا، لذا فإن أي خطأ في سياسة التسعير الدولية يعني التضحية بعدد من المستهلكين كان من الممكن أن يقبلوا على شراء المنتج وبالتالي زيادة الحصة السوقية للمؤسسة، كما يعني أيضا القدرة على تحقيق أهداف مؤسسة المرتبطة بمستوى الربحية المستهدف، لذا يجب عليه الاهتمام بالسياسة التسعيرية بالشكل المكاني والأخذ بعين الاعتبار كافة العناصر المؤثرة في السعر عند وضع أسعار منتجاتها المصدرة.

أولاً: مفهوم التسعير:

قبل التعرف على مجمل العوامل المؤثرة على عملية التسعير يجدر التطرق أولاً إلى مفهوم التسعير في حد ذاته.

- يعرف التسعير على أنه مقياس للقيمة المدركة كونه القيمة المعطاة لسلعة أو خدمة معينة والتي يتم التعبير عنها في شكل نقدي¹، فالمنفعة التي يتم الحصول عليها من طرف المستهلك من جراء استهلاكه لهذا المنتج يعبر عنها في شكل قيمة معينة يتم ترجمتها من طرف مؤسسة في كمية من النقود يضحى بها المستهلك مقابل ما يتلقاه من منفعة.

- كما يمكن تعريف عملية التسعير على أنها من ترجمة القيمة في وقت ومكان معينين للمنتجات المعروضة إلى قيمة نقدية وفقاً للعملية المتداولة في المجتمع².

لكن لو تأملنا في التسعير الدولي لوجدنا اختلاف وتباين بينه وبين المحلي خاصة إذا اعتبرنا أنه القيمة التبادلية للمنتج في السوق حيث أن عملية التسعير في الأسواق الخارجية تتم من خلال المزايدات على عقود ضخمة بطريقة طلب عروض أسعار تتقدم بها المؤسسات المنافسة، أو عن طريق إحدى الطرق التالية³:

- التسعير داخل البلد الأم للمؤسسة المصدرة، وهنا السعر يضحى من طرف الوسيط، وتستخدم هذه الطريقة عندما لا يكون للمؤسسة من يمثلها في الأسواق الخارجية.

- التسعير داخل الأسواق الخارجية، حيث تقوم مؤسسة بتحديد السعر الذي يباع به المنتج للمستهلك النهائي، ويستخدم من طرف المؤسسات الكبرى ذات الموارد الضخمة.

إذا فسياسة التسعير الدولية هي عملية تتعلق بتحديد منهجي لمستوى سعر البيع للمنتج حسب ثنائية (السوق / المنتج)، الذي يسمح بتعظيم حجم المبيعات وهامش الربح لكن منتج في كل الأسواق أجنبية المتشابهة أو لكل سوق أجنبي مختلف.

¹ محمد فريد الصحن، التسويق، المفاهيم والاستراتيجيات، الدار الجامعية، الاسكندرية، مصر، 1998، ص 290.

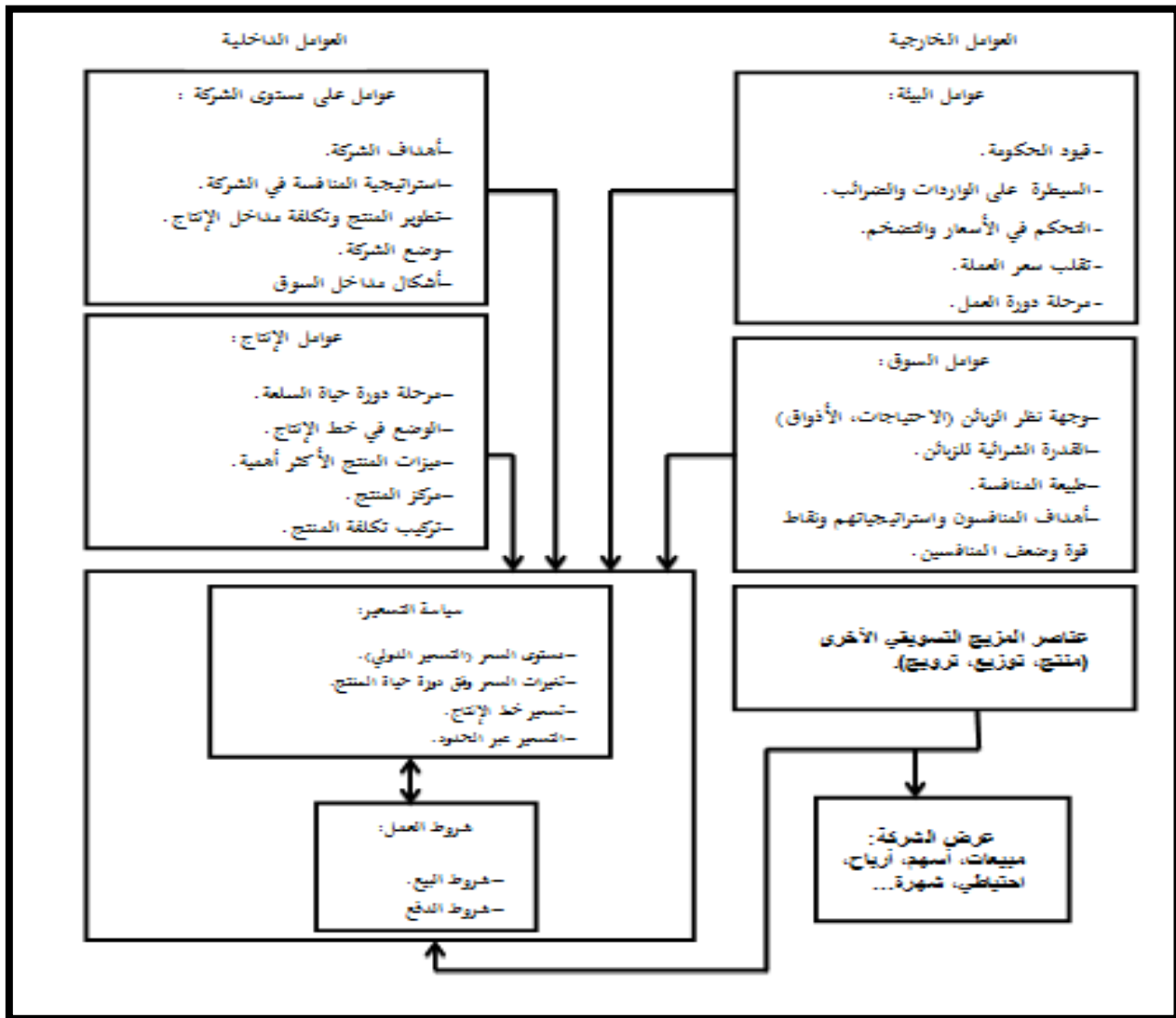
² طلعت أسعد الحميد، التسويق الفعال "الأساسيات والتطبيق"، ط 9، مكتبة عين شمس، القاهرة 1999، ص 384.

³ رضوان المحمود العمر، مرجع سابق ص 194.

ثانيا: العوامل المؤثرة في سياسة التسعير الدولية:

إن معظم المؤسسات خاصة إذا كانت تنشط للمرة الأولى لها في الأسواق الدولية، تسعى إلى تحديد سعر منتجاتها وفق تكلفة العناصر الداخلة في تهيئة المنتج للاستهلاك، لكن يجب أن لا تعتبره المحدد الوحيد عند وضع الأسعار، حيث يمكن اعتبار السياسة التسعيرية كأداة منافسة هامة، لذلك يجب أن تأخذ مختلف العوامل التي من شأنها التأثير في السعر النهائي، والشكل التالي يوضح مجمل هذه العوامل

الشكل رقم (2-12): العوامل المؤثرة في سياسة التسعير الدولية



المصدر: رضوان المحمود العمر، مرجع سابق، ص 196.

1. **العوامل الداخلية:** وهي العوامل التي تكون تحت سيطرة إدارة المؤسسة، ومن ثم يمكن التحكم فيها وتشمل كل من الأهداف التسويقية، عناصر المزيج التسويقي الأخرى، التكاليف الكلية وحتى مستوى التكنولوجيا المستخدمة.

أ. عوامل على مستوى مؤسسة:

يتأثر التسعير الدولي بالسياسات الإدارية للمؤسسة مثل استخدام تخطيطات الأسعار خلال فترة قصيرة، كما تؤثر طريقة دخول الأسواق الأجنبية في سياسة التسعير، فالمنتجون الذين يملكون فروعا في بلدان أجنبية يملكون مستوى أعلى في السيطرة على سياسة التسعير في هذه البلدان¹.

كما يرتبط السعر كذلك بالأهداف التسويقية ارتباطا وثيقا وذلك حسب توجه مؤسسة².

- إذا كان الهدف هو الإغراق فإن مؤسسة سوف تتجه إلى عرض منتجاتها بأسعار منخفضة بحيث تصبح مناسبة لأكبر عدد من المستهلكين.
- إذا كان الهدف هو الحفاظ على الحصة السوقية، فالأسعار ستكون مقارنة لأسعار المنافسين وأي تغيير في أسعار المنافسين يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار.
- أما إذا كان الهدف هو تنمية الحصة السوقية أو الحفاظ على المركز القيادي لها، فالأسعار يجب أن تكون مميزة، والإهتمام بالشرائح السوقية الجديدة أكثر من الإهتمام بالتقيد بأسعار المنافسين.

ب. عوامل الإنتاج:

يعتبر السعر الأداة التي تستخدمها مؤسسة لتحقيق معدلات العائد على الاستثمار المستهدف، الأمر الذي يستوجب أن يغطي السعر إجمالي تكلفة المنتج، بالإضافة إلى هامش ربح معين، وقد تختلف مؤسسة في تحديد أي التكاليف التي يجب أن يسعر بها المنتج وما هو هامش الربح المقبول في المراحل الأولى حيث يمكن أن يغطي³:

¹ رضوان محمود العمر، مرجع سابق، ص 197.

² مصطفى محمود حسن هلال، التسويق الدولي، مراجعة حامد أبو زيد، (ب.ب.ن) (ب.ب.ن) (س.ن)، ص 110.

³ نفس المرجع ص 111.

- التكاليف المتغيرة فقط وجزء من التكاليف التسويقية مع هامش ربح منخفض نسبيا في مرحلة التقديم على أن يزيد تدريجيا مع كل مرحلة.
- تقديم المنتج بسعر مرتفع منذ البداية ويغطي كافة التكاليف بالإضافة إلى هامش ربح مرتفع يضمن استرداداً سريعاً لرأس المال المستثمر، خاصة إذا كان المنتج معقداً تكنولوجياً وقابل للتقليد بكل سهولة، حيث يكون هدف مؤسسة في هذه الحالة إما ترك السوق الأجنبية أو التعامل مع شرائح سوقية محددة ذات الدخل المرتفع.
- أما إذا كانت مؤسسة تستهدف المحافظة أو تنمية الحصة السوقية، فيمكنها اعتماد أسعار منخفضة في المدى القصير حتى يتسنى لها تحقيق الأهداف طويلة الأجل، وباستخدام العديد من الخيارات أهمها¹:
- تخفيض عدد الوسطاء في قنوات التوزيع.
- تخفيض تكاليف الإنتاج.
- الإنتاج داخل السوق الأجنبي مما يخفض التكلفة الكلية للمنتج.
- الضغط على أعضاء قناة التوزيع لقبول هوامش ربح منخفضة.

2. **العوامل الخارجية:** وهي العوامل التي تكون خارج سيطرة إدارة مؤسسة، وبالتالي لا يمكن لها التحكم فيها وإنما عليها أن تتابعها وتتكيف معها، ومن مجمل هذه العوامل مايلي:

أ. **العوامل البيئية:**

تسيطر الحكومات في كل بلد على عملية التبادل الخارجي لاعتبارات سياسية واستراتيجية، فكل بلد يحاول الحد من الاستيراد لحماية صناعته الناشئة أو لتخفيض تسرب العملات الأجنبية إلى الخارج، عن طريق نظام الحصص والتعريفات الجمركية، كل هذه القيود من شأنها الضغط على عملية تسعير المنتج بما لا يتوافق وأهداف مؤسسة، كما أنها تتيح بعض الفرص التي يمكن الاستفادة منها:

- قد تفرض مستويات أسعار منخفضة للمنتج باعتباره يمس الغالبية العظمى من المستهلكين في الدول المستوردة، حيث لا تغطي تكاليف المنتج أولاً تحقيق معدلات العائد المرغوبة.
- قد تفرض مستويات أسعار مغرية، نتيجة تشجيع المصدرين الأجانب لتغطية العجز في السوق المحلية الناتج عن زيادة الطلب على الكمية المعروضة من هذا المنتج.

¹ رضوان المحمود العمر، مرجع سابق، ص 197.

ب. عوامل السوق:

هناك علاقة عكسية بين قدرة مؤسسة في تحريك الأسعار وحدة المنافسة، حيث¹:

- كلما كانت المنافسة حرة، كلما قلت قدرة مؤسسة على تحريك سعر المنتج كوسيلة لمواجهة المنافسين، لأن أي تغيير في أسعار منتجاتها يعرضها لمخاطر المنافسة السعرية، لذلك يفضل أن تتخلى عن فكرة تحريك السعر وتلجأ إلى تغيير عناصر المزيج التسويقي الأخرى لمواجهة المنافسين.
- كلما كانت المنافسة احتكارية، كلما كانت للمؤسسة القدرة على التحكم في الأسعار نتيجة التفاوت الملحوظ بين المنافسين في السوق.

لكن كل زيادة في الأسعار يجب أن يقابلها استجابة من طرف الزبون، لذلك يبقى على عاتق مؤسسة تفسير هذه الزيادة للزبون حتى تتمكن من التأثير على حساسية الزبون.

ولمعرفة كيفية استجابة الزبائن للسعر المعطى اقترح نايجل 1987 عدة عوامل يمكن أن تؤثر على حساسية الزبائن، اتجاه السعر في الحالات التالية²:

- وجود منتج متميز بشكل كبير.
- إدراك أقل من قبل الزبائن للبدائل في السوق.
- صعوبة إجراء المقارنات بين نوعية الخدمات المقدمة.
- زيادة المنفعة المقدمة للزبون.
- استخدام المنتج كمنتج مرافق لمنتج آخر، وعادة تكون أجزاء ومكملات المنتجات ذات اسعار مرتفعة.
- عندما تكون التكلفة مرتفعة مع عناصر أخرى.
- عدم القدرة على تخزين السلعة أو الخدمة.

هذا من ناحية المنافسة وأشكالها، لكن يجب أن لا نهمل عامل آخر ذو أهمية قصوى والمتمثل في حجم الطلب، حيث يعتبر أحد المحددات الهامة لتحديد السعر، فقد يكون حجم الطلب على منتج مؤسسة في السوق الأجنبية صغيراً إلى حد يصعب الوصول إلى نقطة التعادل خلال فترة زمنية محددة لاستيراد رأس المال

¹ مصطفى محمود حسن هلال، مرجع سابق، ص 113.

² رضوان المحمود العمر، مرجع سابق، ص 199.

المستثمر، مما يضطرها إلى تعويض ذلك برفع السعر لزيادة هامش الربح المحقق، وذلك الأمر قد لا يسهل تحقيقه في بعض الحالات، خاصة إذا كان الطلب على المنتج ذو مرونة مرتفعة، حيث أن أي زيادة في سعر المنتج سوف يتبعها إنخفاض في مستوى الطلب، لذا على مؤسسة دراسة أثر الزيادة المقترحة للسعر على حجم الطلب المتوقع وفي ظل درجة المرونة المرتبطة بالطلب على المنتج.

ثالثا: أسس التسعير في الأسواق الدولية:

يمكن التمييز بين ثلاث أسس رئيسية لتسعير المنتجات في الأسواق الدولية.

1. على أساس اجمالي التكاليف:

من أهم خصائص هذا الأسلوب أنه يراعي كافة التكاليف الداخلة في تهيئة المنتج للإستهلاك، مضافا إليه هامش ربح معين، حيث يناسب كثير المنتجات الجديدة تماما والتي لا تقابلها منافسة في الأسواق المستهدفة، حيث يستطيع تحريك الأسعار بكل حرية، لكنه لا يراعي توافقه مع القدرة الشرائية للزبائن.

حيث يتم حساب السعر النهائي للمنتج وفق هذا الأسلوب كما يلي¹:

التكلفة النهائية للمنتج في البلد الأم + تكاليف التعبئة والتغليف الخاصة بالتصدير + المصاريف الخاصة بتخليص البضاعة للتصدير.

= تكلفة المنتجات قبل إرسالها + تكلفة الشحن والنقل الدولي + مصاريف التأمين + تكلفة الدخول للسوق الأجنبي.

= تكلفة المنتج داخل البلد المستهدف + مصاريف التسويق في البلد المستهدف (تخزين ، توزيع، ترويج، خدمات ما بعد البيع) + المصاريف المالية + تكلفة المخاطر .

= سعر التكلفة النهائي للمنتج في البلد المستهدف + هامش الربح.

= السعر النهائي للمنتج

¹ ARMAND Dayan, alain ollivier, le marketing international , que saisje, presse universitaire de France , 1990, p 82.

2. على أساس القدرة الشرائية:

إن المستهلك يعتبر الحجر الأساس لنشاط المؤسسة، لذلك تعمل المؤسسة على محاولة الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات حول القدرة الشرائية للمستهلك، والتي من شأنها توضيح مدى استعدادة للتضحية بكمية من النقود مقابل الحصول على المنافع التي يمكن أن يحققها له هذا المنتج، وهذا الأسلوب يعتبر من أكثر الأساليب منطقيا وأكثرها اعتمادا من طرف المؤسسات.

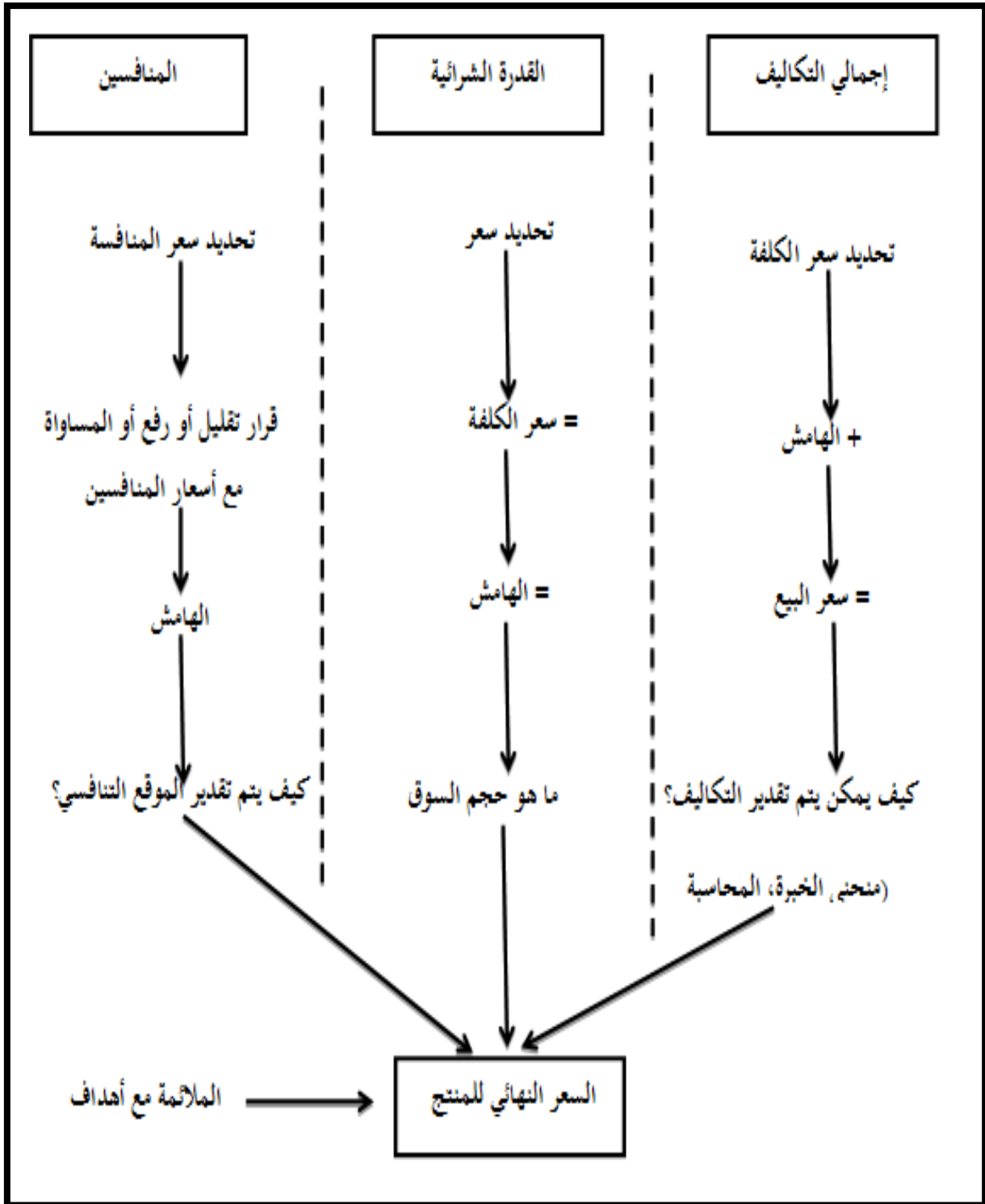
3. على أساس المنافسين:

تعمل المؤسسة في هذه الحالة على دراسة مستوى أسعار المنافسين في الأسواق الأجنبية لأخذها بعين الاعتبار عند صياغة سياسة تسعيرها لمنتجاتها، سواءا بالتزام بها أو تحديد أسعار أعلى منها ففي الحالة الأولى تحاول المؤسسة أن تتفادى مخاطر المنافسة السعرية، أما في حالة تحديد أسعار أعلى من المنافسين، بذلك يعود لتمييز منتجاتها عن منتجات المنافسين، لكن يجب أن تكون هذه الزيادة مدروسة سواءا من طرف مرونة الطلب أو حساسية الزبائن لأي زيادة أو تغيير في السعر.

4. على أساس التوافق بين الأسس السابقة:

في هذا الأسلوب يتم التسعير وفقا للأسس الثلاث السابقة كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم (2-13): أسس التسعير في الأسواق الدولية



Source : Corinne Pasco Berho, Marketing international, 4 emme ED, Paris, 2002, 127.

وتجدر الإشارة في هذا الخصوص إلى أن هناك محاولات لتوحيد الأسعار في الأسواق الدولية، وقد يكون من المفيد أيضا ذكر ما يلي¹:

- توافر المعلومات لدى المستهلك عن المنتجات والأسعار قد يحول دون قيام أي مؤسسة بتحريك أسعارها.
- مع ارتفاع حدة المنافسة تبرز أهمية التنسيق بين فروع المؤسسات العاملة في الأسواق المختلفة.
- يعد التأجير التمويلي (خاصة في حالة المنتجات الصناعية) أحد المكونات الأساسية لسياسة التسعير الدولية للوقوف أمام المنافسة.

رابعا: استراتيجيات التسعير في الأسواق الدولية:

هناك العديد من الاستراتيجيات التي يمكن أن تتبعها المؤسسات لتسعير منتجاتها في الأسواق الدولية، حيث يمكن أن نميز بين ثلاث استراتيجيات.

1. استراتيجية كشط السوق (الحد الأعلى للسعر):

والهدف من إتباع هذه الاستراتيجية الحصول على أرباح سريعة في أقصر وقت ممكن، حيث تتضمن الاستراتيجية وضع أعلى سعر ممكن في فترة زمنية قصيرة دون القلق من وضع المؤسسة في المدى الطويل في السوق الأجنبية²، وتستخدم عادة إذا ما شعرت مؤسسة أن مستقبل منتجاتها غير مستقر أو احتمال ارتفاع التكاليف أو احتمال دخول منافسين جدد للأسواق المستهدفة لكن هناك عدة مشاكل تواجه هذه الاستراتيجية أهمها³:

- مؤسسة التي تملك حصة سوقية صغيرة ستعرض لمنافسة محلية شديدة.
- إن المحافظة على منتج بنوعية عالية يتطلب موارد كبيرة (تسهيلات، خدمات ما بعد البيع) وحضور محلي ملحوظ، وهذه المهمة قد تكون صعبة في الأسواق الدولية البعيدة.
- إذا كان المنتج وحيدا ورخيصا سواءا في البلد الأم أو في بلد آخر، فهذا يمكن أن يؤدي إلى ظهور السوق السوداء وانتقال السلعة من بلد إلى آخر.

¹ عبد السلام أبو قحف، التسويق الدولي، مرجع سابق، ص 306.

² حبيب الله بن محمد رحيم التركستاني، التسويق الدولي، ط3، دار إعلام للنشر والتوزيع، جدة، 2011، ص 320.

³ رضوان المحمود العمر، مرجع سابق، ص 215.

2. استراتيجية اختراق الأسواق الدولية (التغلغل الدولي):

والهدف من اتباع هذه الاستراتيجية الحصول على حصة سوقية كبيرة والأرباح في المدى المتوسط أو الطويل، حيث تتضمن تحديد أسعار بصورة منخفضة من أجل إيجاد أسواق واسعة، حيث تفترض السعر المنخفض يمكن أن يحقق أمرين:

- قد لا يشجع الآخرين على الدخول لهذه الأسواق لأن السعر المنخفض قد يدل على هامش ربح منخفض.
- المحافظة على الحصة السوقية للمؤسسة لأن السعر لا يسمح للمنافقين التأثير على هذا الجزء من السوق.
- لكن الخطر إذا بقيت الأسعار منخفضة جدا، حيث يصبح المنتج غير جدير بثقة المستهلك واعتباره ذو نوعية متدنية، ومن أهم أسباب بقاء الأسعار منخفضة في الأسواق الدولية ما يلي¹:
- تركز قدرة المنافسة في السوق.
- ضعف دخل المستهلكين، وضعف القدرة المالية للعملاء التجاري.
- تعتقد بعض المؤسسات بأن الطلب والعرض والتكلفة الإضافية يمكن أن تغطي بالمبيعات المحلية، وبمثل التصدير نشاطا احتياطيا هدفه الحصول على دخل إضافي، وبالتالي يتم عرض المنتجات بأسعار منخفضة في الأسواق الدولية.

3. استراتيجية التمييز السعرية في الأسواق الدولية:

تعني هذه الاستراتيجية الاعتماد على أسعار غير موحدة للمنتج الواحد في أسواقها الخارجية المختلفة، ويتوقف تحديد السعر الذي يناسب كل سوق على عدة متغيرات أهمها القدرة الشرائية للسوق المستهدف وأسعار المنافسين وطول قنوات التوزيع²، حيث ينعكس كل هذا على هامش الربح المضاف لتكلفة الإنتاج والرسوم الجمركية وغير الجمركية المحصلة في البلد المستورد والمزايا التفضيلية التي تتمتع بها المنتج فمثلا مؤسسة تبيع أجهزة التبريد بسعر منخفض في أسواق الدولة (A) بالنسبة للأسواق الدولية (B)، فإذا كان الفرق كبيرا سيدفع مستوردي الدولة (B) إلى شراء هذه الأجهزة من فروع مؤسسة في الدولة (A) بسعر أرخص من

¹ رضوان محمود العمر، مرجع سابق، ص 116.

² عصام الدين أمين أبو عفلة، التسويق الدولي، الاتجاهات التسويقية المعاصرة، مؤسسة طيبة للنشر، القاهرة، 2003، ص 184.

شرائها من فروع مؤسسة في الدولة (B) لذلك تستطيع مؤسسة مقاومة ذلك بإجراء تعديلات بسيطة في هذه الأجهزة.

المطلب الثالث: سياسة التوزيع الدولية:

إن مسألة الدخول إلى الأسواق الدولية تعد من القرارات الاستراتيجية التي تواجه مؤسسة، فبعد أن تقرر الانفتاح على الأسواق الدولية واختيار الأسلوب أو الألية المناسبة لذلك، يكون أكبر تحدي أمامها هو توزيع منتجاتها عبر مختلف قنوات ومنافذ التوزيع المتاحة في الأسواق الدولية حيث يعتبر التوزيع عموماً عملية اتصال المنتجات من المنتج إلى المستهلك أو المستعمل باستخدام منافذ التوزيع¹، أما على الصعيد الدولي فيمكن تعرفه على أنه ذلك النشاط الذي يحدد الوسيلة المستخدمة لكيفية وصول المنتج من مكان انتاجه إلى المستهلكين، وذلك من خلال الوسطاء العاملين في مجال التوزيع في الأسواق الخارجية².

تعتبر وظيفة التوزيع أكثر الوظائف خطورة وأثراً على نتائج أعمال مؤسسة وذلك للأسباب التالية³:

1. **صعوبة الاختيار:** وترجع هذه الصعوبة إلى أن القرار الخاص باختيار منافذ التوزيع في السوق الخارجي ينطوي على المفاضلة بين العديد من البدائل من حيث ما إذا كانت تستخدم موزعين تابعين لها في الأسواق الخارجية أم موزعين مستقلين، وهل سيكون هؤلاء الموزعين محلين (أي من داخل الدولة التي تقيم فيها مؤسسة) أم موزعين خارجين ولأي نوع من الموزعين سوف تلجأ هل تجار الجملة أم تجار التجزئة أم الوكلاء، وفي حالة الاعتماد على الوكلاء يجب تحديد من سيقوم بعمليات التوزيع المادي من نقل وتخزين وتسليم.

وهو عبارة عن مجموعة من المتدخلين الذين يأخذون على عاتقهم الأنشطة التوزيعية التي تسمح بمرور المنتج من الحالة الإنتاجية إلى الحالة الاستهلاكية⁴.

¹ محمود جاسم الصميدعي، استراتيجية التسويق الدولي، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص 304.

² حبيب الله بن محمد رحيم التركستاني، مرجع سابق، ص 327.

³ P.Koteler, B.Dubois, " marketing management", 8 emme edtion , Paris, 1994, p 503.

⁴ مصطفى محمد حسن هلال، مرجع سابق، ص 126.

إن المفاضلة بين هذه البدائل تستوجب المقارنة بين العائد المتوقع بالتكلفة المتوقعة لكل بديل على حدة وتحديد البديل الذي يحقق أعلى ربحية متوقعة، وهو ما يستلزم تخصيص الكثير من الأموال والوقت والجهد لإنجاز المهمة واختيار البديل المناسب، كما يستوجب كذلك الاسترشاد بعدة عوامل عند تقييم الوسطاء.

2. صعوبة تجنب النتائج المترتبة على الاختيار:

إن النتائج التي تترتب على اختيار بديل معين لا ينحصر أثرها في فترة قصيرة فقط، بل تمتد إلى آجال طويلة، وبالتالي فإن أي خطأ في اختيار منافذ التوزيع المناسبة قد يكلف مؤسسة الكثير الخسائر التي يصعب تجنبها، وعادة ما تلتزم مؤسسة مع وكيل بعقود طويلة الأجل لذلك يكون من الصعب جدا التحول من وكيل إلى آخر، الأمر الذي يؤدي إلى فشل المنتج ليس بسبب انخفاض مستوى جودته أو تسعيرة أو تكلفة ببرامج ترويجية فاشلة بل بسبب قنوات التوزيع التي تعتبر كحلقة تنفيذية بين مؤسسة والمستهلك الأجنبي

استراتيجية التوزيع الدولية:

يمكن للمؤسسة استخدام العيد من الاستراتيجيات التي تمكنها من توزيع منتجاتها في الأسواق الخارجية، حيث يمكن التمييز بين استراتيجيتين رئيسيتين¹.

1- استراتيجية التوزيع المباشر: تعتمد مؤسسة في هذه الاستراتيجية على مواردها الخاصة في إيصال

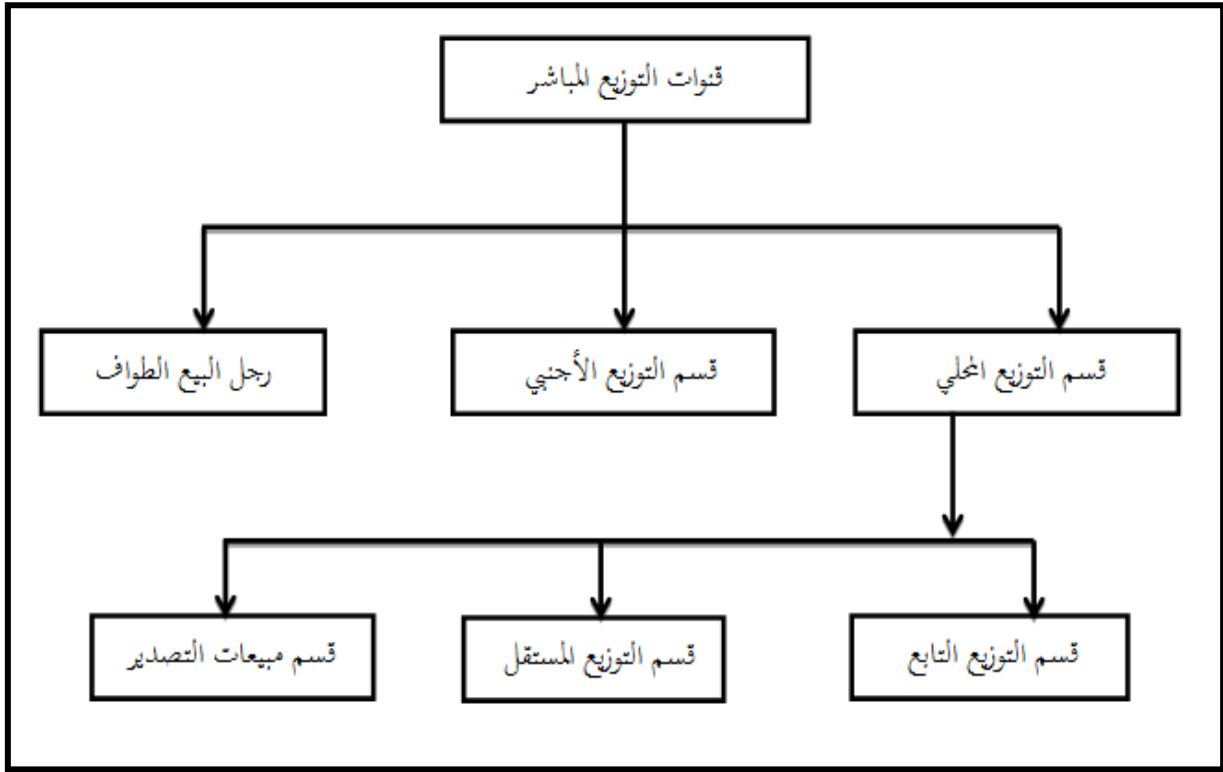
منتجاتها إلى المستهلك الأجنبي دون الحاجة إلى وسطاء، معتمدة في ذلك على طريقتين:

أ. طريقة التكامل العمودي:

تهدف مؤسسة من خلال هذه الطريقة إلى احكام الرقابة على أساليب توزيع المنتج في السوق الخارجي لضمان توافقها مع الاستراتيجية الكلية للمؤسسة دون تدخل أحد الموزعين في هذه الأساليب أو في تغيير السعر أو برامج الترويج، كما هو موضح في الشكل التالي:

¹ مصطفى محمد حسن هلال، مرجع سابق، ص 133.

الشكل رقم (2-14): قنوات التوزيع المباشر



المصدر: محمود جاسم الصميدعي، مرجع سابق، ص 307.

- **قسم التوزيع المحلي:** وهو عبارة عن وحدة تنظيمية تابعة للمؤسسة ويقع في البلد الأم للمؤسسة مهمتها التنسيق والرقابة على نشاطات الأقسام التي تقوم بتوزيع منتجات مؤسسة في الأسواق الخارجية، هذه الأقسام يمكن أن تنقسم إلى:
 - **قسم التوزيع التابع:** هو عبارة عن مصلحة تابعة للمؤسسة تتكون من مدير المبيعات التصديرية بالإضافة إلى بعض العمال لمساعدته في الأعمال المكتبية، والمهمة الأساسية لهذا القسم تتمثل في عملية البيع الفعلي للمنتجات، أما باقي النشاطات التسويقية الأخرى تبقى على عاتق مؤسسة.
 - **قسم التوزيع المستقل:** هو عبارة عن وحدة تنظيمية، يتطلب إنشائه عند ارتفاع حجم المبيعات والفرق بينه وبين القسم الأول أنه يتولى بالإضافة إلى البيع الفعلي باقي النشاطات التسويقية الأخرى، لكن يبقى هذا القسم محلي حيث يتواجد في البلد الأم للمؤسسة.
 - **فرع مبيعات التصدير:** هو عبارة عن قسم توزيع مستقل مثل القسم الثاني ويتولى نفس المهام، إلا أنه يقع في بلد السوق المستهدف، حتى يضمن تواجد مؤسسة في هذا السوق.

● **قسم التوزيع الأجنبي:** يعتبر هذا القسم نقطة انطلاق القناة التوزيعية في الأسواق الخارجية، حيث بالإضافة إلى تولي مهمة البيع الفعلي وباقي النشاطات التسويقية الأخرى، يتولى كذلك مهمة تسهيل عمليات التخزين بالإضافة إلى مهمة عرض جزء أو كل منتجات مؤسسة، إذا فخصائص هذا القسم تشبه إلى حد كبير خصائص الموزعين الأجانب.

● **رجل البيع الطواف:** هو شخص مقيم في البلد الأم للمؤسسة وينتقل إلى الأسواق الخارجية للعمل بوظيفة البيع ومن أهم المهام التي يقوم بها:

- نقل معلومات عن المنتج إلى العملاء والحصول على طلبيات.
- إقامة علاقات مع العملاء والاهتمام بالرأي العام والصورة الذهنية.
- جمع مختلف المعلومات خاصة تلك المتعلقة بنشاط المنافسين، اتجاهات الزبائن أداء المنتج، أداء السوق...إلخ.

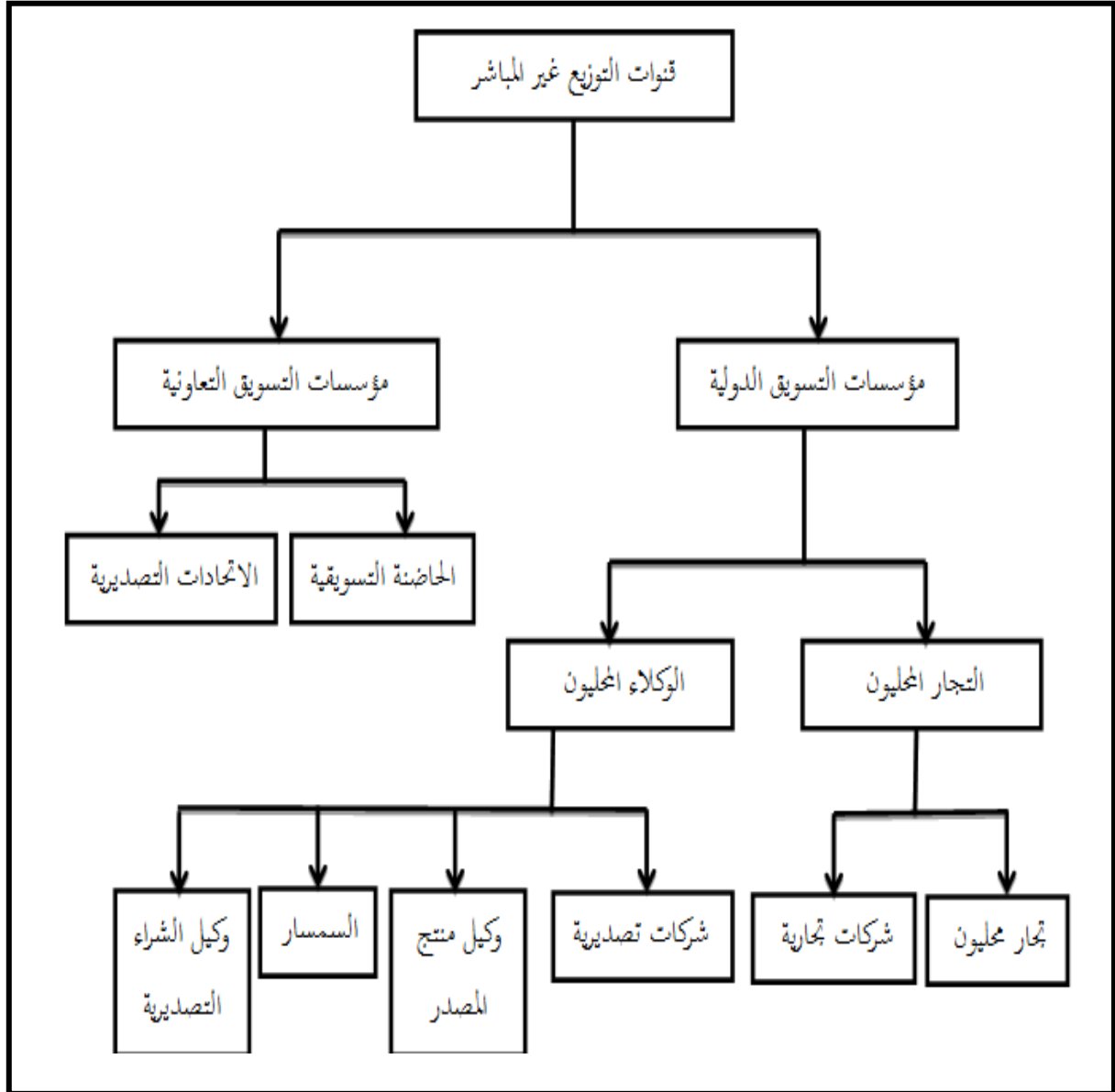
ب. طريقة التكامل الأفقي:

تهدف مؤسسة وفقا لهذه الطريقة إلى الاشتراك مع شركات أخرى بإمتلاك نفس منافذ التوزيع في الأسواق الخارجية، خاصة إذا كانت امكانيات كل مؤسسة على حدى لا تؤهلها إلى امتلاك أو تأجير منافذ توزيع خاصة بها وحدها، كما قد تستخدم في حالة المنتجات التي لا تزال تحت الاختبار التسويقي أو في حالة تقليل المخاطر في المراحل الأولى لدخول سوق جديدة.

2- استراتيجية التوزيع غير المباشر: تختلف هذه الاستراتيجية عن الاستراتيجية الأولى كونها تعتمد

على أجهزة خارجية غير تابعة لها في إيصال المنتج إلى المستهلك النهائي، هذه الأجهزة تسمى بالوسطاء، وتأخذ منافذ التوزيع وفق هذه الاستراتيجية العديد من البدائل وذلك وفق ما هو مبين في الشكل التالي:

الشكل رقم (2-15): قنوات التوزيع غير المباشر



المصدر: حبيب الله بن محمد رحيم التركستاني، مرجع سابق، ص 343.

وفقا للشكل أعلاه يمكن التمييز بين نوعين من المؤسسات التي يمكن أن تستعين بهم مؤسسة كوسطاء لتوزيع منتجاتها إلى الأسواق الدولية:

- أ. **مؤسسات التسويق الدولي:** هناك نوعين أساسيين من الوسطاء من المؤسسات التسويقية الدولية:
- **التجار المحليون:** هم مستقلون عن مؤسسة ومقيمون في البلد المستهدف، وغير ملزمون بإستيراد منتج مؤسسة فحسب بل يهتمون بإستيراد تشكيلة متنوعة من المنتجات .

- **المؤسسات التجارية:** تتكفل بمهمات توزيعية وأخرى غير توزيعية وتشمل كل من شركات التخزين، التمويل، الشحن، التأمين، الاستشارات، العقارات.

أما الوكلاء المحليون فهناك أربعة أنواع، حيث تتمثل في كل من شركات التصدير التي تقوم بمهمة إدارة التصدير للعديد من المؤسسات، كما أنها تمثل المنتجين التي تتعامل معهم في الأسواق الأجنبية بالإضافة إلى تحمل مختلف المخاطر المتعلقة بعمليات التصدير، أما وكيل المنتج المصدر فهو لا يمثل مؤسسة وإنما ينشط في الأسواق بإسمه الخاص، كما أنه لا يقدم للمنتج جميع الخدمات التي تقدمها شركات التصدير، وإنما يقوم بمهمة توزيع مقابل عمولة.

هناك نوع آخر من الوكلاء وهو السمسار، وتتمثل وظيفته الأساسية في الجمع بين المشتري والبائع أو المصدر والمستورد، فهو متخصص في أداء الوظيفة التعاقدية، ولقاء خدماته يحصل على عمولة، كما قد يكون متخصصا في منتجات معينة دون غيرها، أما وكيل الشراء التصديري فيعتبر ممثلا للمشتريين الأجانب في سوق بلد المصدر، حيث يعمل على أساس أوامر تصله من طرف المشتريين.

ب. **مؤسسات التسويق التعاونية:** هذا النوع من المؤسسات عادة ما يتم وفق التحالف بين مجموعة من المؤسسات العاملة في مجال تصدير المنتجات حيث يمكن أن نميز بين نوعين منها:

- **الحاضنة التسويقية:** هذا النوع يحدث عندما يقدم منتج ما (الحاضن) تسهيلات التوزيعية الخارجية لمنتجات مؤسسة أخرى (المزود) بجانب منتجاته، لكن يجب أن لا تكون هذه المؤسسات من بين المؤسسات التي تنتج منتجات منافسة له، بل يجب أن تكون إما منتجات مكملة أم بديلة.
- **الاتحادات التصديرية:** يستطيع المنتج أن يصدر بصورة تعاونية حينما يصبح عضوا في بعض الاتحادات التصديرية ، ومن أبرزها الاتحاديات التعاونية التسويقية للمنتجين الذين يعملون كأعضاء في تسويق المنتجات.

هذه مجمل البدائل التي يمكن للمؤسسة المفاضلة بينها في توزيع منتجاتها للأسواق الدولية، لكن يجب الأخذ بعين الاعتبار عند اختيار أي بديل المعايير التالية¹:

- **العائد الصافي المتوقع:** أي اختيار البديل الذي يكون الفرق بين إيراداته المتوقعة وتكاليفه أكبر ما يمكن.

- **طول قناة التوزيع:** حيث كلما زاد عدد الوسطاء كلما زاد معدل فشل المنتج إذا حدث أي خطأ غير متوقع، وذلك ناتج عن صعوبة الاتصال بهم ومراقبتهم للتأكد من التزامهم بسياسات مؤسسة.

ثالثاً: محددات قناة التوزيع:

هناك العديد من العوامل التي من شأنها التأثير في عملية اختيار الوسطاء وخاصة ما تعلق منها بطول القناة التوزيعية، حيث تنقسم هذه المحددات إلى خمس فئات: محددات خاصة بينه القناة، محددات إدارة قنوات التوزيع، محددات تتعلق بإدارة الإعداد، محددات تجار التجزئة وتجار الجملة الدوليين، وفيما يلي ذكر مختصر هذه المحددات²:

1- المحددات الخارجية للقناة التوزيعية وتشمل كل من :

- خصائص الزبون.

- طبيعة المنتج.

- الطلب المتوقع.

- المنافسة.

- المنظمات القانونية.

2- محددات تتعلق ببنية القناة التوزيعية وتشمل:

- أنواع الوسطاء: قنوات التوزيع البديلة.

- التغطية للسوق: مكثفة، انتقائية، خاصة.

- طول القناة: عدد المستويات (الوسطاء).

¹ مصطفى محمد حسن هلال، مرجع سابق، ص 136.

² رضوان المحمود العمر، مرجع سابق، ص 234.

- معدل الدمج أو تكامل القناة.

3- محددات متعلقة بإدارة ومراقبة قنوات التوزيع:

- اختيار الوسطاء.

- التعاقد: مراقبة الموزع.

- التحفيز.

- الرقابة والسيطرة على القناة.

- إنهاء الاتفاقية مع الموزع.

4- محددات إدارة الامداد:

- معالجة الطلبات.

- التوزيع المادي للمنتجات عبر أنظمة القناة.

- النقل.

- الجرد ومستوى المخزون.

- التخزين والتغليف.

5- تجارة التجزئة وتجارة الجملة الدولية.

المطلب الرابع: سياسة الترويج الدولية:

تعتبر الترويج العنصر الأكثر رؤية والأكثر تأكيداً لثقافة مؤسسة من العناصر الأخرى، ففي بعض العناصر تتصل مؤسسة بالسوق بهدوء وبأسلوب أكثر سلبية، بينما عن طريق الترويج تحاول مؤسسة اسماع صوتها للبيئة المحلية والدولية رغبة منها في أن تكون مسموعة ومرئية من طرف الكل.

أولاً: مفهوم الترويج الدولي:

نظراً لأهمية هذا العنصر في العملية التسويقية حظي بالعديد من التعاريف حيث عرف على أنه: اتصال مؤسسة بجماهيرها المختلفة بهدف مدعم بالمعلومات والتأثير على سلوكهم¹، كما عرف على أساس الأساليب أو المناهج الذي يتبعها في الاتصال بالسوق على أنه الاتصال المباشر وغير المباشر لتقديم المنتجات والتعريف

¹ عمر خير الدين، التسويق الدولي، دار الكتب، مصر، 1996، ص 345.

بما لإيجاد قبولاً نحوها¹، كما عرف أيضاً على أنه الاتصال بال جماهير في الأسواق الدولية المختلفة بهدف بيع منتجات مؤسسة وتعزيز صورتها الذهنية وسمعتها في مختلف الأسواق الدولية²، ومن هذه التعاريف يمكن استنتاج مختلف الأهداف الذي يسعى إليها والتي يمكن تحديدها في ثلاث أهداف رئيسية³:

1. إظهار الصور الذهنية المناسبة للمؤسسة: حيث تسعى كل مؤسسة إلى إظهار صورتها الذهنية لكافة المتعاملين معهم، خاصة في المراحل الأولى لدخول السوق الأجنبي حتى تشجع الزبائن والوسطاء وكل من تتعامل معهم على التعامل معها، فعملية إظهار الصورة الذهنية تعتبر أول هدف يسعى إليه الترويج، فقبل البدء بترويج منتج مؤسسة، يجب التعريف بمؤسسة نفسها وبأهدافها وشهرتها السابقة في الأسواق الأخرى.

2. التعريف بمنتج مؤسسة: إذا كانت المهمة الأولى وذات الأهمية القصوى للترويج الدولي التعريف أو إظهار الصورة الذهنية للمؤسسة، فإن ثاني هدف يسعى إليه هو تعريف المستهلك بالمنتج وخصائصه وسعره الذي يتوافق وجودته بالإضافة إلى أماكن توزيعه وكيفية استخدامه وحتى أماكن الحصول على الصيانة وخدمات ما بعد البيع، وتعتبر هذه المهمة من أصعب المهام في الأسواق الدولية، حيث لا بد من دراسة خصائص المستهلك والعوامل المؤثرة في سلوكه واتجاهاته ومراكز اتخاذ القرار الشرائي حتى تتمكن من تصميم الحملة الترويجية بالشكل الذي تؤثر سلوكه الشرائي اتجاه منتجاتنا.

3. تنمية الحصة السوقية: تعتمد مؤسسة على الترويج كأحد أهم الأدوات المستخدمة في إقناع المستهلك بالمنتج وجذب زبائن المؤسسات المنافسة إلى الإقبال على منتج مؤسسة مما يزيد من الحصة السوقية.

ثانياً: عناصر المزيج الترويجي الدولي:

يتكون المزيج الدولي من مجموعة من العناصر التي تستخدمها مؤسسة في إقناع المستهلك أو المتعاملين معها بصفة عامة بخصائص ومميزات المنتج عن منتجات المؤسسات المنافسة من بينها:

¹ محي الدين الأزهرى، إدارة النشاط التسويقي، مدخل استراتيجي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1998، ص 137.

² رضوان المحمود العمر، مرجع سابق، ص 267.

³ مصطفى محمد حسن هلال، مرجع سابق، ص 142.

1. **الإعلان الدولي:** يعد الإعلان الشكل الرئيسي للترويج في التسويق الدولي والمحلي، وسواء كان دوليا أو محليا فإن الهدف منه يتلخص في إيصال المعلومات المتعلقة بالمنتج إلى الجمهور المستهدف وحثه على شراء المنتج المعلن عنه، فالإعلان الدولي هو عبارة عن النشاط الذي يتم من قبل مؤسسة المنتجة مقيمة في بلد معين، إلا أن الرسالة الإعلامية تكون موجهة إلى مشترين محتملين مقيمين في بلد آخر أو أكثر¹، كما يمكن اعتباره الجهود غير الشخصية التي يدفع عنها مقابل عرض أفكار أو سلع أو خدمات ويفصح فيها عن شخصية المعلن².

هناك عدة أنواع من الإعلان التي يمكن تصنيفها كما يلي³:

أ. **الإعلان الانطباعي:** يوجه هذا النوع لعامة الناس وكذا المستثمرين ومالكي الأسهم التجارية من اجل تحسين سمعة مؤسسة وسياستها اتجاه المجتمع.

ب. **إعلان الخدمات العامة:** يعمل هذا النوع على رفع مستوى الوعي للخدمات العامة والمنتجات ذات الطابع الاجتماعي، ومثال ذلك المنظمة العالمية للحفاظ على البيئة التي تقدم مجموعة من الإعلانات والتي تدعو من خلالها إلى الحفاظ على البيئة.

ج. **الإعلانات ذات الاستجابة المباشرة:** يوجه هذا النوع لإحداث تغييرات فورية خاصة في مجال الشراء، من خلال التلفاز في غالب الأحيان للطلب من الجمهور الاتصال مباشرة على رقم هاتف معين.

د. **الإعلان المهني (المقارن):** يستخدم هذا النوع لتمييز منتجات مؤسسة عن منتجات منافسيها من خلال المجالات والدوريات التجارية أو البريد، حيث ترسل إلى المشتريين المستهدفين خاصة الصناعيين وأصحاب الأعمال، أو عن طريق التلفاز للعامة.

هـ. **الإعلان التعاوني:** يتضمن هذا النوع تعاون الموزعين مع المنتجين في تحمل تكاليف الإعلان.

وهناك أنواع أخرى تصنف حسب معايير محددة كعيار الجمهور المستهدف، المناطق الجغرافية، الوسائل الإعلانية، الغرض من الإعلان... الخ، والجدول التالي يوضح ذلك.

¹ رضوان المحمود العمر، مرجع سابق، ص 267.

² عمر خير الدين، مرجع سابق، ص 345.

³ رضوان المحمود العمر، مرجع سابق، ص 280.

الجدول رقم (2-7): معايير تصنيف الإعلان

المعيار	النوع	الهدف
غرض الاعلان	الإعلان للمنتج	بهدف تنشيط حركة المنتجات
	الإعلان التأسيسي	بهدف بناء سمعة جيدة للمؤسسة أو دعم رسالتها وفلسفتها.
	الإعلان التجاري	بهدف دعم منتجات مؤسسة أو الأفكار التي تطرحها.
	الإعلان غير التجاري	له أبعاد غير تجارية كرعاية مؤسسة خيرية أو اجتماعية أو سياسية
	الإعلان التنشيطي	بهدف تسريع الاجابة للأحداث الفورية.
	الإعلان الادراكي	بهدف بناء الانطباع الراهن عن المنتج أو جعله مألوفا من خلال الإسم.
الوسائل الاعلانية	الإعلان المطبوع	الجرائد والمجلات.
	الإعلان عبر البث	الراديو والتلفاز.
	الإعلان بالبريد	البريد.
	الإعلان الرقمي	الأنترنت.
المناطق الجغرافية	الإعلان المحلي	الموجه نحو زبائن في منطقة معينة.
	الإعلان الاقليمي	الموجه نحو زبائن في إقليم معين وليس في كل البلد.
	الإعلان الوطني	الموجه نحو زبائن في مختلف الأقاليم في بلد واحد.
	الإعلان الدولي	الموجه إلى الأسواق الدولية.
الجمهور المستهدف	اعلان المستهلك	يوجه للأفراد الذين يشترون المنتج لأنفسهم أو لغيرهم.
	أصحاب الأعمال	يوجه المستثمرون من أجل استخدامه في التصنيع.
	الأعمال التجارية	يوجه للبائعين وتجار التجزئة من أجل إعادة بيعه.
	الأعمال الزراعية	يوجه للمزارعين والعاملين في المجال الفلاحي.
	المحترفون	يوجه للأشخاص المحازفون في مهنة معينة.

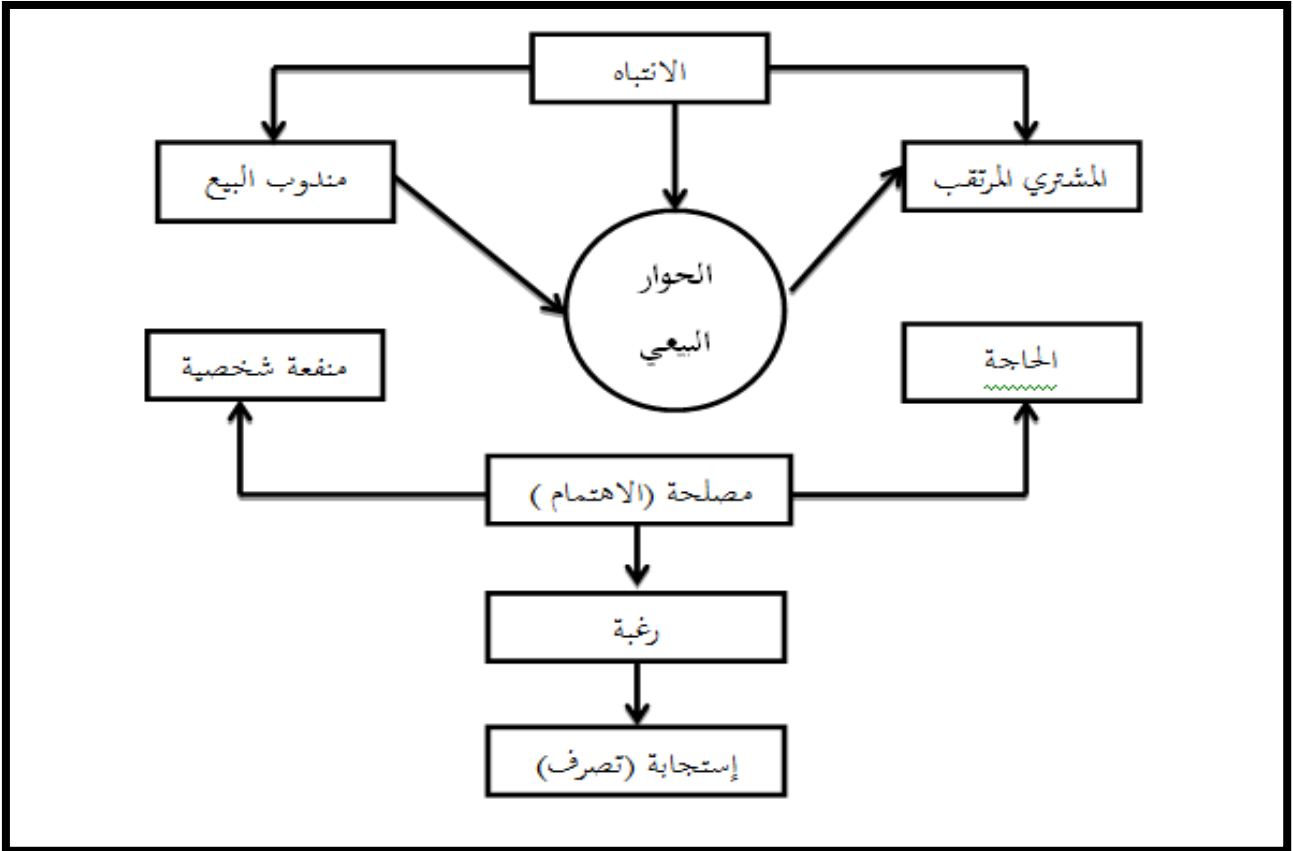
المصدر: رضوان المحمود العمر، مرجع سابق، ص 279.

2. البيع الشخصي: تتضمن عملية البيع الشخصي الكثير من الجهود التي يجب أن يقوم بها مندوب المبيعات لنجاح واطمام عملية البيع، ويعد نشاطا ترويجيا معقدا، حيث يعرف على أنه عملية اتصال

شخصي يستهدف اقناع المشتري المرتقب وحمله على شراء المنتج الذي يروج له¹، كما يمكن تعريفه أيضا على أنه اتصالا شخصيا للمؤسسة مع عملائها وجها لوجه أو عن طريق الهاتف أو الكتابة وتظهر في المهارات الفنية وقنوات التوزيع²، حيث يهدف البيع الشخصي إلى تحقيق ما يلي:

- نقل المعلومات عن المنتج المراد بيعه.
- اقناع المشتري المرتقب بشراء المنتج الذي يروج له مندوب البيع من خلال أبرز الجوانب الرئيسية في المنتج والتي تعكس اهتمام المشتري، بالإضافة إلى تقديم دليل كافي في كل مرحلة من مراحل الحوار البيعي، والشكل التالي يوضح بالتفصيل مراحل الحوار البيعي:

الشكل رقم (2-16): مراحل الحوار البيعي



المصدر: رضوان المحمود العمر، مرجع سابق، ص 313.

¹ رضوان المحمود العمر، مرجع سابق، ص 311.

² محي الدين الأزهرى، مرجع سابق، ص 141.

3. **النشر والدعاية:** وهو عبارة عن اتصال ترويجي غير شخصي وغير مدفوع الأجر، وهو أحد المكونات الأساسية لنشاط العلاقات العامة للمؤسسة الدولية أو التحدث مع أحد المكونات الأساسية لنشاط العلاقات العامة للمؤسسة الدولية أو التحدث مع أحد مسؤولي مؤسسة أو نقل توصيات مؤتمر ما قامت به مؤسسة، كما تقوم مؤسسة الواعية ببعض الأحداث في بعض المناسبات و المراسيم المعنية لدفع وسائل الإعلام للتحدث عنها¹.

4. **تنشيط المبيعات:** وهو عبارة عن نشاط يقوم بالتأثير المباشر على المبيعات عن طريق تقديم قيمة أو حافز إضافي للمنتج، ومن بين أهم الوسائل المعتمدة في ذلك²:

أ. **الكتالوجات الأجنبية:** وهي الوسيلة الصامتة والدقيقة، حيث عند إعدادها يجب أن تكون فعالة وقادرة على جذب الانتباه والاهتمام وملء الفراغ بين البائع والمشتري، كما يجب أن تسهل العمل بها، وذلك عن طريق تقديم جميع المعلومات المطلوبة من حيث الحجم، الشكل، اللون، الكمية، التعبئة والتغليف، الوقت التقريبي للشحن وشروط التسليم والدفع، وباختصار فإنها تهدف إلى:

- خلق الاهتمام وجذب الانتباه.
- عكس وتصوير شخصية المنتج أو المصدر.
- نقل سمعة وشهرة المنتج أو المسوق الدولي في الأسواق الدولية.
- تسهيل مهمة وعملية الشراء.
- خلق الرغبة في تلك المنتج.
- دعم جميع الحقائق التي يقدمها البائع أو المصدر للمشتري أو المستورد.

ب. **العينات:** يمكن للعينة أن تعطي للزبون المرتقب فكرة عن شكل والكمية التي لا يمكن الحصول عليها ولا حتى عن طريق الصور والرسومات البيانية.

ج. **الأفلام والشرائح:** وهي إحدى أفضل الطرق لتنشيط البيع في الأسواق الأجنبية، حيث أن الصورة المتحركة أو أشرطة الفيديو وبالرغم من كلفتها المرتفعة إلا أنها تؤدي دورا هاما في سرد القصة الكاملة لعمليات نضج المنتج للعملاء الأجانب الذين لم يسبق لهم رؤية المنتج في المصنع ولربما لم يزوروا بلد المصنع.

¹ عبيدات محمد إبراهيم، استراتيجية التسويق، دار المستقبل للنشر والتوزيع، الأردن، 1997، ص 83.

² هاني حامد الضمور، مرجع سابق، ص 306.

د. الأسواق والمعارض: تعد المشاركة في المعارض التجارية وسيلة إعلامية أخرى ذات أهمية كبيرة لبعض الصناعات والدول، حيث تعطي هذه المعارض فرصة لعرض المنتجات خاصة بالنسبة للشركات ذات الإمكانيات المنخفضة، كما يتم خلال العرض بيع وشراء المنتجات، وتوقيع العقود وترتيب علاقات التوزيع العالمية والتوكيل.

بالإضافة إلى مختلف الوسائل الأخرى التي تتضمن التخفيضات والحوافز والمشاركة بالحوافز في السابقات... إلخ.

ثالثاً: إدارة الترويج الدولي:

إن تحقيق أهداف إدارة الترويج الدولي يتطلب تصميم حملة ترويجية تراعي مختلف الخصائص التي تتميز بها الأسواق الدولية، هذه العوامل يمكن حصرها في:¹

1. العوامل المؤثرة في صياغة الحملة الترويجية:

أ. خصائص ومميزات المستهلك الأجنبي: تختلف خصائص ومميزات المستهلكين باختلاف الأسواق، لذلك فإن دراسة هذه الخصائص تعتبر أولى مراحل تصميم الحملة الترويجية، حيث تركز هذه الأخيرة على أهم النقاط المؤثرة في سلوك المستهلك من سوق إلى آخر حتى تدفعه للاقتناع بالمنتج .

ب. طبيعة المنتج: تعتبر طبيعة المنتج من أهم العناصر التي تركز عليها عملية تصميم الحملة الترويجية، حيث إذا كانت طبيعة المنتج تتمثل في كونها سهلة المنال فسيتم التركيز في الحملة الترويجية على الإعلان وتنشيط المبيعات، أما إذا كانت من المنتجات الانتقائية أو الخاصة وخاصة إذا كانت تمتاز بالتعقيد فأحسن وسيلة يمكن للمؤسسة استخدامها هي البيع الشخصي حتى تتيح لها الاتصال إلى أقرب حد ممكن بالمستهلك من أجل تعليمه كيفية الاستخدام وإقناعه بالمنتج ومن ثم دفعه إلى الشراء.

¹ طارق الحاج، علي ربايعه، محمد الباشا، التسويق من المنتج إلى المستهلك، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 165.

ت. مراحل دورة حياة المنتج: تختلف الاستراتيجية الترويجية المتبعة من طرف مؤسسة من مرحلة إلى

أخرى من مراحل دورة حياة المنتج وذلك:

- في مرحلة التقديم تحتاج إلى جهود ترويجية مكثفة لتعريف بالمنتج لدى المستهلك الأجنبي من خلال الإعلان الإرشادي الذي يرشد المستهلك لأماكن بيع المنتج وخصائصه وكيفية استخدامه.
- في مرحلة النمو تسعى إلى زيادة الحصة التسويقية من خلال تحفيز الطلب وتمييز المنتج عن المنتجات المنافسين، باستخدام كل عناصر المزيج التسويقي لمواجهة المنافسين.
- في مرحلة النضج تسعى إلى الحفاظ على الحصة السوقية لأطول فترة ممكنة بإعتبارها من أكثر المراحل مردودية، من خلال الإعتماد على الإعلان التذكيري وتنشيط المبيعات، حتى يتسنى لها إما تطوير المنتج حتى يبدأ دورة حياة جديدة أو منح الوقت اللازم للمؤسسة حتى يتسنى لها طرح منتج جديد والجدول التالي يوضح المصفوفة التي تشمل الاستراتيجية الترويجية المناسبة في كل حالة:

الجدول رقم (2-8): مصفوفة الاستراتيجيات الترويجية الدولية

منتج معروف وله منافسين	منتج جديد تماما	درجة حداثة المنتج الهدف التسويقي
<ul style="list-style-type: none"> - إعلان مكثف لتعريف المستهلك الأجنبي بمنتج مؤسسة وسعره مقارنة بأسعار المنتجات المنافسة وأماكن توزيعه. - تنشيط المبيعات من خلال المسابقات والجوائز لترغيب المستهلك الأجنبي وإقناعه. 	<ul style="list-style-type: none"> - إعلان ارشادي لتعريف المستهلك الأجنبي بالمنتج وسعره وخصائصه وأماكن بيعه. - جهود البيع الشخصي مكثفة لتعليم المستهلك الأجنبي كيفية استخدام المنتج والاستفادة من مميزاته. 	الدخول إلى الأسواق الأجنبية
<ul style="list-style-type: none"> - إعلان تنافسي بغرض استغلال نقاط ضعف المنافسين وإقناع المستهلكين بالتحول إلى منتج مؤسسة. - زيادة جهود البيع الشخصي لتعليم المستهلك الأجنبي استخدام المنتج. - استخدامات جديدة للمنتج. 	<ul style="list-style-type: none"> - تنشيط المبيعات من خلال زيادة فترات التخفيض (Les promotion) وتقديم العينات المجانية. - زيادة جهود البيع الشخصي لتعليم المستهلك الأجنبي استخدام جديد للمنتج. - توجيه الإعلان لشرائح تسويقية 	زيادة الحصة التسويقية

- توجيه الجهود الترويجية لشرائح تسويقية جديدة.	جديدة	
- التركيز على عناصر المزيج الترويجي (الإعلان تنشيط المبيعات، البيع الشخصي، الدعاية والنشر) بشكل متوازن لمواجهة المزيج الترويجي للمنتج المنافس.	- إعلان تذكيري لتذكير المستهلك بوجود المنتج وفوائده. - تنشيط المبيعات من خلال المسابقات والهدايا وغيرها.	الحفاظ على الحصة التسويقية

المصدر: مصطفى محمود حسن هلال، مرجع سابق، ص 149.

لكن صياغة الاستراتيجية الترويجية وفقا لهذه الاعتبارات لا يكون مجديا في معزل على دراسة الاستراتيجيات الترويجية للمنافسين، حيث تسمح هذه الدراسة بتحليل مختلف نقاط القوة والضعف التي تتضمنها، من خلال محاكاة نقاط القوة لإدراجها ضمن الاستراتيجية الترويجية للمؤسسة بالإضافة إلى استغلال مختلف نقاط الضعف لتمييز منتجها عن منتجات باقي المنافسين.

2. ميزانية الترويج الدولي:

تخضع ميزانية الترويج الدولي إلى العديد من المحددات أهمها، مقارنة العائد المتوقع للحملة الترويجية مقارنة بالتكاليف، لكن تحديد هذه المقارنة ليس بالأمر الهين لأن أثر العائد المتوقع على حجم المبيعات أو نسبة الأرباح يكون في الأجل الطويل خاصة في الأسواق الدولية .

لذلك وكنتيجه لهذه الصعوبات تعتمد مختلف المؤسسات في وضع ميزانية الترويج لأحد الأساليب التالية:

- أ. تحديد نسبة من رقم الأعمال المتوقع: تعد هذه الطريقة من أكثر الطرق شيوعا وسهولة، وهنا يتم ربط ميزانية الترويج الدولي بحجم المبيعات في الدولة المستهدفة يناسب هذا الأسلوب المؤسسات التي تتبع المركزية في الإشراف على الاستراتيجية الترويجية ومن محدداته:
 - هذا الأسلوب لا يصلح استخدامه في المرحلة الأولى من دخول مؤسسة إلى السوق أو عندما تريد ترسيخ صورة ذهنية جيدة لنفسها في الأسواق الخارجية.

- عند تقديم منتج جديد فالمنتج بحاجة إلى جهود ترويجية كبيرة كي تستطيع السيطرة على الأسواق الخارجية مما لا يناسبها استخدام هذا الأسلوب.
- صعوبة استخدام هذا الأسلوب في حالة اختلاف المركز التنافسي للمؤسسة من سوق لأخر.
- ب. المساواة مع المنافسين الأجانب: وفقا لهذا الأسلوب تقوم مؤسسة بدراسة ميزانيات المنافسين وتحديد ميزانية موافقة لهم.
- ت. الاحتياجات الفعلية للحملة الترويجية: وفق هذا الأسلوب تقوم مؤسسة برصد ميزانية موافقة للاحتياجات الفعلية للحملة الترويجية، خاصة إذا كانت تمارس نشاطها في عدة أسواق دولية مختلفة.
- ث. أساليب وفقا اعتبارات أخرى:
- قد تحتاج بعض الأسواق ذات الدخل المحدود إلى ميزانية صغيرة بالرغم من عدم صحة هذه العلاقة في كل الأسواق.
- كلما كان نوع التنظيم داخل مؤسسة لا مركزيا، كلما اختلفت طريقة تحديد ميزانية الإعلان بين الفروع الدولية للمؤسسة.
- يختلف أسلوب تحديد الميزانية الترويجية باختلاف نوع النشاط الدولي للمؤسسة (موزع، مانع ترخيص، مشروع مشترك...إلخ).
- يساعد التحليل التنافسي للأسواق الأجنبية على اختيار أفضل طريقة لتحديد ميزانية الترويج الخاصة بمؤسسة المصدر في المجموعات المتشابهة من الأسواق المستهدفة.

3. الرقابة على استراتيجية لترويج الدولة:

تعتمد الرقابة على استراتيجية الترويج الدولية على اعتبارات متعددة مثل الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، مدى توفر المعلومات عن البدائل الترويجية الممكنة بما في ذلك الوسائل المعتمدة، خبرة مؤسسة وكذا درجة اشراف مؤسسة على الترويج، حيث أن طبيعة الأهداف التي تعتمد عليها مؤسسة قد تقترح استخدام رقابة مركزية على مستوى مؤسسة، أما إذا كانت تحمل المعلومات متوفرة خاصة تلك المتعلقة بوسيلة الإعلان المتوفرة فقط على المستوى المحلي فإن الرقابة اللامركزية هي الأجدر، فالرقابة المركزية تعني قيام مؤسسة بالإشراف المباشر على البرنامج الترويجي في الأسواق الخارجية ومن أهم الأسباب التي تدعو إلى انتهاجها عدم الثقة في قدرة الأجانب على تخطيط وتنفيذ البرنامج الترويجي بنفس الفعالية التي يمكن أن تحققها مؤسسة، أما بالنسبة

للرقابة للامركزية، فتعني أن مؤسسة تتولى فقط التطبيق النظري للبرنامج الترويجي فيما يتولى شركاء مؤسسة الأجانِب بالتطبيق الفعلي.

في حين أنه يمكن استخدام النموذجين في نفس الوقت من خلال التعاون بين مؤسسة وشركائها في الاشراف على تطبيق البرنامج الترويجي والجدول التالي يوضح أهم الحالات التي يفصل فيها انتهاج كل نوع من أنواع الرقابة.

الجدول رقم (2-9): المقارنة بين المركزية واللامركزية

حالات المركزية	حالات اللامركزية
- إذا كان حجم الأعمال صغيرا جدا مما لا يستدعي التدخل الشخصي للمؤسسة.	- إذا كانت مؤسسة تتعامل مع وكيل دولي واحد وله فروع تغطي كافة أسواق مؤسسة.
- إذا كانت مؤسسة تعاني من مشاكل في الاتصال مع فروعها في الأسواق المختلفة.	- إذا كانت للمؤسسة برنامج ترويجي موحد لكافة أسواقها.
- إذا كانت مؤسسة تشعر ان السماح للفروع المحلية باتخاذ القرارات يخلق نوعا من الحافز للأفراد العاملين في تلك الفروع.	- إذا كانت ظروف السوق والوسيلة متشابهة بين الأسواق.

المصدر: هاني حامد الضمور، مرجع سابق، ص 331.

خلاصة:

بعدما تم التطرق في هذا الفصل إلى كل من أشكال غزو الأسواق الدولية، وكيفية تقييمها واختيارها من خلال الدراسة المعمقة لمختلف الجوانب المؤثرة على هذا النوع من الأسواق، وسياسات وطرق ومعايير اختيارها، بالإضافة إلى التطرق إلى التسويق الدولي كآلية لغزو هذه الأسواق، توصلنا إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- هناك ثلاث أشكال رئيسية لغزو الأسواق الدولية وتتمثل في التصدير، الاستثمار الأجنبي المباشر والتحالفات التعاقدية.
- يعتبر التصدير من أقل الأشكال الأخرى إحتياجاً لرؤوس الأموال الكبيرة في غزو الأسواق الدولية، بالإضافة إلى إتسامه بالمرونة في التكيف والمتغيرات التي يمكن أن تطرأ في البيئة الدولية، أما بالنسبة للإستثمار الأجنبي المباشر، فله أهمية كبيرة في الحصول على مختلف أنواع التكنولوجيا والأساليب التنظيمية المستخدمة، خاصة ما تعلق منها بالمشاريع المشتركة مع الشريك المحلي.
- للأشكال الثلاثة لغزو الأسواق الدولية منافع متعددة ومختلفة على الاقتصاد الوطني، فبالنسبة للتصدير، فيعتبر من أقل الأشكال الأخرى إحتياجاً لرؤوس الأموال الكبيرة في غزوه للأسواق الدولية بالإضافة إلى إتسامه بالمرونة في التكيف والمتغيرات التي تطرأ فيها، في حين أن للاستثمار الأجنبي المباشر أهمية بالغة في التغلغل العميق في الأسواق الدولية والقدرة على خلق الطلب على المنتجات من الداخل، أما بالنسبة للإتفاقيات التعاقدية وباعتبارها إرتباط طويل أجل مع المؤسسة المحلية، فتمكنها من الحصول على نقل التكنولوجيا اللازمة وحق المعرفة دون استثمارات في الأصول المادية.
- تتميز الأسواق الدولية بحالة عدم اليقين والتغيير المستمر في متغيرات بيئتها، لذلك قبل الدخول إلى أي سوق يجب القيام بدراسة معمقة للأسواق الدولية المستهدفة وفق طرق ومعايير محددة مع تحديد مجموعة من البدائل للحصول على هامش راحة دون مواجهة المفاجآت.
- يعتبر التسويق الدولي أهم آلية من آليات غزو الأسواق الدولية، خاصة وأنه يتطرق إلى جميع جوانب المنتجات المصدرة للأسواق الدولية، بما في ذلك استراتيجيات المنتج في حد ذاته، بإعتبار أن المنافسة المفروضة في مثل هذه الأسواق شديدة جداً.

الفصل الثالث

عقود نقل التكنولوجيا وتعزيز

تنافسية الصادرات

تمهيد:

إذا كانت عملية اختيار الأسواق الدولية واختيار الأكثر جاذبية منها تشكل المحور الأساسي لتعزيز صادرات أي بلد، فإن الحصول على حصص سوقية والمحافظة عليها يشكل أكبر التحديات، حيث لا يمكن تحقيق ذلك إلا بالإهتمام برفع أداء تنافسية المنتجات الداخلة في العملية التصديرية ليس فقط وفق العوامل الظرفية، بل ووفق العوامل عميقة الأثر، هذه الأخيرة تتمثل في عناصر الإنتاج الكامنة والمتمثلة أساسا في التكنولوجيا، هذه التكنولوجيا التي لا تتوافر لغالبية البلدان، لذلك تسعى مختلف الدول للحصول عليها عن طريق نقلها من مواطن توأجدها لإستغلالها في اقتصادياتها وتعزيز صادراتها خاصة من المنتجات غير الريفية، وهذا ما يسمى بالنقل الأفقي للتكنولوجيا، والذي يتميز بشرط اختلاف المعيار الجغرافي للتكنولوجيا المنقولة، في حين يعمل النقل الرأسي للتكنولوجيا على محاولة فهم وإستيعاب التكنولوجيا المنقولة لتوطينها وتوليد الملائمة منها للمساهمة في خلق ميزة تنافسية للمنتجات المحلية، وعلى هذا الأساس سنتناول في هذا الفصل المباحث التالية:

✓ المبحث الأول: مفاهيم حول نقل التكنولوجيا.

✓ المبحث الثاني: عقود نقل التكنولوجيا.

✓ المبحث الثالث: التكنولوجيا المنقولة وتعزيز تنافسية الصادرات.

المبحث الأول: مفاهيم حول نقل التكنولوجيا

مما لا شك فيه أن للتكنولوجيا دورا بارزا في استراتيجية التنمية التي تضعها مختلف الدول في وقتنا الراهن، حيث صارت من ضمن العناصر الهامة التي تحدد نجاح أو فشل خطط التنمية، بل أن البعض قد أرجع فشل بعض محاولات التنمية في الدول النامية إلى عدم قدرة هذه الأخيرة على السيطرة على التكنولوجيا اللازمة هذا من جهة ومن جهة أخرى، فإن الثورة التكنولوجية قد أعادت تشكيل حلقة الإنتاج والمالية معًا مما أعطت لكل منها أبعادا تتعدى البعد الوطني التقليدي الضيق، بل أنها غيرت أيضا في طبيعة الاستراتيجيات الموضوعية ليس في مداها الزمني وحسب بل حتى الجغرافي، كل ذلك راجع إلى هذه الثورة التكنولوجية ونقلها إلى مواطن أخرى.

المطلب الأول: مفهوم التكنولوجيا:

قد يتبادر إلى الذهن أن المفهوم البسيط للتكنولوجيا يتمثل في تحويل العمل اليدوي إلى عمل آلي، وهو ذات المفهوم الذي ساد منذ اكتشاف المحراث والطواحين الهوائية، غير أن هذا المفهوم لبساطته لا يمكن أن يتوقف مع الحياة المعاصرة بالنظر إلى التطور الذي وصلت إليه إذ يمكن أن يتساءل المرء عن التسمية التي يمكن إطلاقها على تحويل العمل الآلي إلى آخر أكثر آلية، ومن ثم يستوجب تناول هذا المفهوم بدقة.

أولا: تعريف التكنولوجيا:

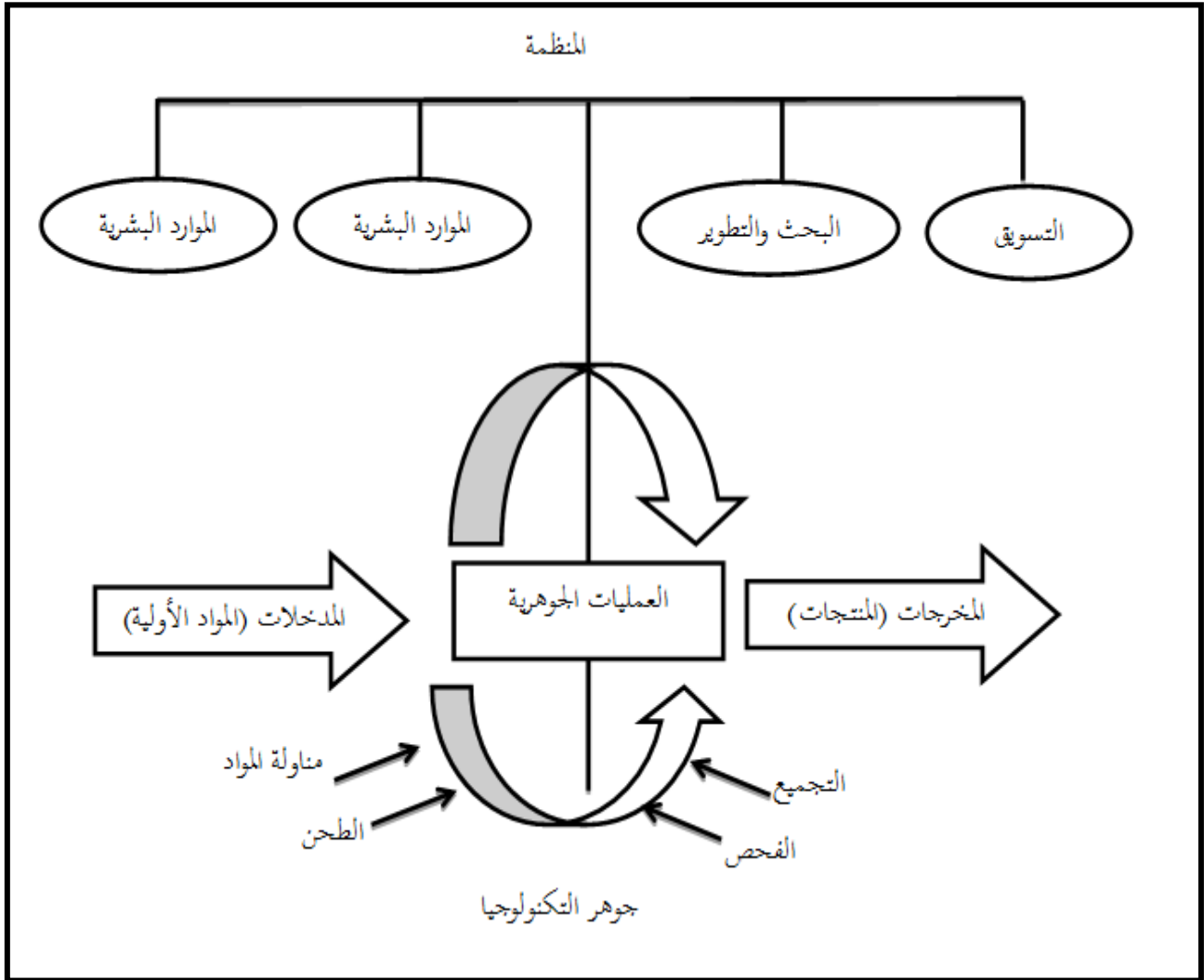
إن مصطلح تكنولوجيا "Technology" هو كلمة يونانية الأصل تتكون من جزأين Techno وlogy، حيث يعني الأول الفن أما الثاني العلم وعليه فإن هذا المصطلح يربط ذهن الإنسان وابداعه الفكري أو خياله العلمي بالتطبيق المادي، أي يربط النتاج النظري بالتجهيزات الرأسمالية، وكل ذلك يكون من خلال معالجة هادفة لإحداث تحولات في كل من الأسلوب والوسيلة معا، وقد يمتد هذا المفهوم بنطاق اهتمامه يعني توجيه العلوم البحثية أو المعرفة المقننة بيئة الإنسان في مجالها الشامل من حيث تكويناتها وخصائصها واستخداماتها وما يستلزم هذا التوجه من استثمار لرأس المال بكافة عناصره وتعبئة للكوادر البشرية بقدراتها اللازمة لعملية التحول¹.

¹ هوشيار معروف، تحليل الاقتصاد التكنولوجي، دار جرير للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص 24.

كما يعرفها معجم Webster على أنها اللغة التقنية، والعلم التطبيقي والطريقة الفنية لتحقيق غرض علمي، فضلا عن كونها مجموعة الوسائل المستخدمة لتوفير كل ما هو ضروري لمعيشة الناس ورفاهيتهم، أما التقنية كما يوردها نفس المعجم بأنها أسلوب أو طريقة معالجة التفاصيل الفنية، أو طريقة لإنجاز غرض منشود¹.

لذا يشار للتكنولوجيا على أنها العمليات والتقنيات والأجهزة والأعمال المستخدمة لتحويل المدخلات (المواد والمعلومات والأفكار)، إلى مخرجات (المنتجات) والشكل التالي يوضح الملامح الجوهرية للتكنولوجيا في المنظمة.

الشكل رقم (3-1): الملامح الجوهرية للتكنولوجيا في مؤسسة صناعية.



المصدر: غسان قاسم الامي، مرجع سابق، ص 24.

¹ غسان قاسم الامي، إدارة التكنولوجيا، مفاهيم ومدخل وتقنيات، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص 22.

ويمكن تعريفها أيضا على أنها التطبيق الفعلي للأبحاث العلمية الوسيلة للحصول على أفضل التطبيقات لهذه البحوث، أو مجموعة من المعلومات المتعلقة بكيفية تطبيق عملية أو اختراع¹.

أي أنها الجانب التطبيقي للعلم هذا من جهة ومن جهة أخرى فيمكن تعريفها على أساس عناصرها المتداولة أو أثارها على الإنتاج أو بأنها ابتكار وسائل أو أساليب جديدة في الإنتاج².

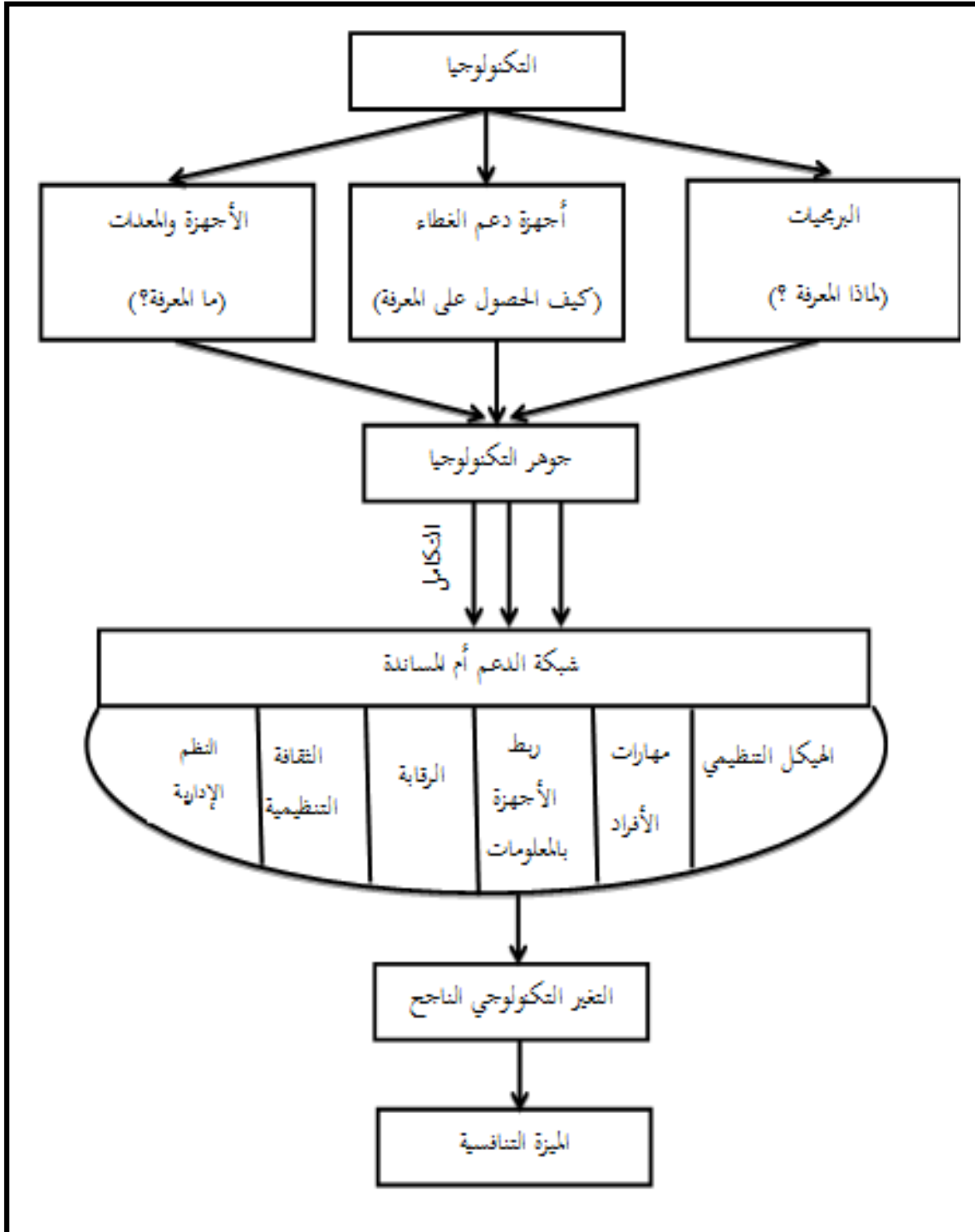
كما يمكن النظر للتكنولوجيا بمفهوم ثلاثي الأبعاد (HSB) متكونا من الأجهزة والمعدات (Hardware) والبرمجيات (Software) ونظم دعم الذكاء (Brainware) إذ تحتوي الأجهزة والمعدات على وسائل مادية ومنطقية مختلفة والتي تعني باختيار المعدات لتحقيق الأهداف والغايات، أما البرمجيات فهي مجموعة قواعد واجراءات تهتم بإستخدام الأجهزة والمعدات، وتساهم أجهزة الذكاء في أداء وتشغيل الأجهزة والبرمجيات³، والشكل التالي يوضح المكونات الثلاث لهذا المفهوم .

¹ نداء كاظم محمد جودا المولى، الأثار القانونية لعقود نقل التكنولوجيا، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2003، ص 33.

² صلاح الدين جمال الدين، عقود نقل التكنولوجيا، دراسة في إطار القانون الدولي الخاص والقانون التجاري الدولي، دار الفكر الجامعي، 2005، ص 31.

³ غسان قاسم اللامي، مرجع سابق، ص 25.

الشكل رقم (3-2): التكنولوجيا ومكوناتها



المصدر: غسان قاسم اللامي، مرجع سابق، ص 26.

أما عن اتفاقية حقوق الملكية الفكرية الصناعية، فعرفت التكنولوجيا على أنها كافة الطرق الصناعية والمعرفة المكتسبة اللازمة لتشغيل واستغلال فن صناعي معين ووضعه موضع التنفيذ، بينما توسع المنظمة العالمية للملكية الفكرية Wipo من معطيات التكنولوجيا على أنها كافة المعرفة والخبرة المكتسبة ليس فقط للتطبيق العلمي لتقنية ما بل أيضا للاستغلال الإداري والمالي والتجاري والصناعي لمشروع ما.

ومما سبق يمكن استنتاج تعريف للتكنولوجيا على أنها عبارة عن عناصر معنوية تعني ببلوغ درجة عالية من المهارة في جانب علمي معين استلزم تطورها بذل جهود مستمرة ونفقات مالية كبيرة بحيث أصبحت موضوع انتفاع ضروري لازم في الحياة سواء من حيث الاستغلال أو الاستعمال لمن يحوزها وبهذا المفهوم تصبح التكنولوجيا محلا للملكية.

ثانيا: تصنيفات التكنولوجيا:

لقد أسهمت العديد من الدراسات والأبحاث خاصة في مجال دراسة المؤسسات والسلوك التنظيمي في تشخيص عدة أصناف للتكنولوجيا منها:

ج. التصنيف الأول: وتنقسم إلى نوعين¹:

1. التكنولوجيا المجسدة: والتي تتجسد إما في العمالة أو المعدات والآلات والتجهيزات الرأسمالية بل وحتى في المنتجات الاستهلاكية المعمرة كالسيارة، الراديو، التلفزيون...إلخ.

2. التكنولوجيا غير المجسدة: وتتمثل في المعرفة وتحويل نتائج وخلاصات البحوث العملية إلى تطبيقات مفيدة للاقتصاد والمجتمع على حد سواء.

ح. التصنيف الثاني: وتنقسم التكنولوجيا حسب هذا التصنيف إلى ثلاث أنواع²:

1. تكنولوجيا متقدمة كثيفة رأس المال كالموجودة في الدول المتقدمة.

2. تكنولوجيا تقليدية كثيفة العمالة، كالموجود في الدول النامية.

3. تكنولوجيا متوسطة، وهي التي تحاول الدول الوصول إليها.

¹ الزهرة بن بخلف، رقيقة بوسالم، تحليل الأثر المزدوج لحدود حماية الملكية الفكرية في مجال نقل التكنولوجيا، ورقة بحثية، الملتقى الدولي الأول حول "الاستثمار الأجنبي المباشر ونقل التكنولوجيا إلى الدول النامية"، المركز الجامعي بشار، جانفي 2008، ص 10.

² نفس المرجع.

خ. **التصنيف الثالث:** وحسب هذا التصنيف تنقسم التكنولوجيا إلى تكنولوجيا ملائمة وأخرى غير ملائمة¹:

1. **التكنولوجيا الملائمة:** وتتمثل في ملائمة هذه التكنولوجيا من حيث:

أ. **الملائمة الهندسية والفنية:** بحيث تتمثل في ملائمة عمل الأساليب الفنية والتنظيمية والآلات والمعدات المستخدمة في عمل ما على اتمامه بأعلى درجة ممكنة من الدقة في التشغيل وأقل هدر ممكن للموارد والوقت ومدى صلاحيتها وجودتها والمنتجات المنتجة.

فعلى سبيل المثال المحراث الخشبي في يومنا هذا لا يشكل تكنولوجيا ملائمة لحراثة الأرض، وأصابع اليد كذلك بالنسبة لمسح الأذنين.

ب. **الملائمة مع الظروف الجغرافية والبيئة المحلية:** أي تكيفها مع الظروف البيئية والجغرافية، حيث أنه من أهم أسباب نجاح الحضارات العريقة قدرتها على التكيف مع ظروف البيئة المحلية، واستحداث الأساليب التكنولوجية والمعدات التي تتناسب معها.

ج. **التكنولوجيا غير الملائمة:** وهي التكنولوجيا التي لا تتلائم والمعطيات المحلية للبلد مما تؤثر عليه سلبا سواء على البيئة أو على المنتج.

د. **التصنيف الرابع:** وهو تصنيف وود وارد (Wood Ward، 1965)، حيث يصنف التكنولوجيا إلى ثلاث أنواع على أساس درجة التعقيد الفني للعمليات الإنتاجية المستخدمة في المؤسسات الصناعية²:

أ. **إنتاج الوحدة أو الدفعة الصغيرة:** يعد هذا النوع من أقدم أنواع التكنولوجيا وأبسطها التي تستخدمها المؤسسات وتسمى أحيانا بالإنتاج حسب الطلب وتشمل أغلب الصناعات الحرفية وورش التجارة والحدادة والخياطة.

ب. **تكنولوجيا الإنتاج الواسع:** ويقصد به الإنتاج النمطي المكون من عدة مراحل تؤدي إلى خطوط تجميعية مثل صناعة السيارات، وأجهزة التلفزيون والمبردات والثلاجات وغيرها من المنتجات الاستهلاكية ذات الطب الكبير.

¹ أنطونيوس كرم، العرب أمام تحديات التكنولوجيا، عالم المعرفة، 1982، ص 63.

² غسان قاسم اللامي، مرجع سابق، ص 30.

ج. تكنولوجيا الإنتاج المستمر: ويقصد بهذا النوع سلسلة العمليات أو المعالجة للمواد الأولية التي يمر بها المنتج ليصبح منتجا تاما الصنع، ويستخدم في الصناعات التحويلية كما في النفط وصناعة الغاز...إلخ.

أثبتت دراسة Wood Ward وجود علاقة ترابط بين التكنولوجيا والهيكلة التنظيمية وفاعلية المنظمة، لذا تكون المؤسسات التي تطور هيكلها لتتكيف مع التكنولوجيا التي تستخدمها أكثر نجاحا وفاعلية.

ذ. التصنيف الخامس: تصنيف تومبسون (Thompson, 1967)، حيث يركز هذا التصنيف على موضوع عدم التأكد التكنولوجي، وقد حدد ثلاث أنواع¹:

1. التكنولوجيا طويلة مترابطة: (LLT)

وتتمثل بوجود اعتماد متبادل تتابعي بين المهام والعمليات، وتتصف بتسلسل ثابت للخطوات المتكررة، فمثلا إذا كان هناك ثلاث أنشطة، حيث ينجز النشاط (A) قبل النشاط (B)، والنشاط (C) لا ينجز حتى تنتهي من إنجاز النشاط (B)، أي حسب مراحل تدفق العمل، وهذه سمة أساسية لهذا النوع من التكنولوجيا، كما هو الحال في المؤسسات التي تستخدم نظام الإنتاج الواسع.

2. التكنولوجيا الوسيطة (MT)

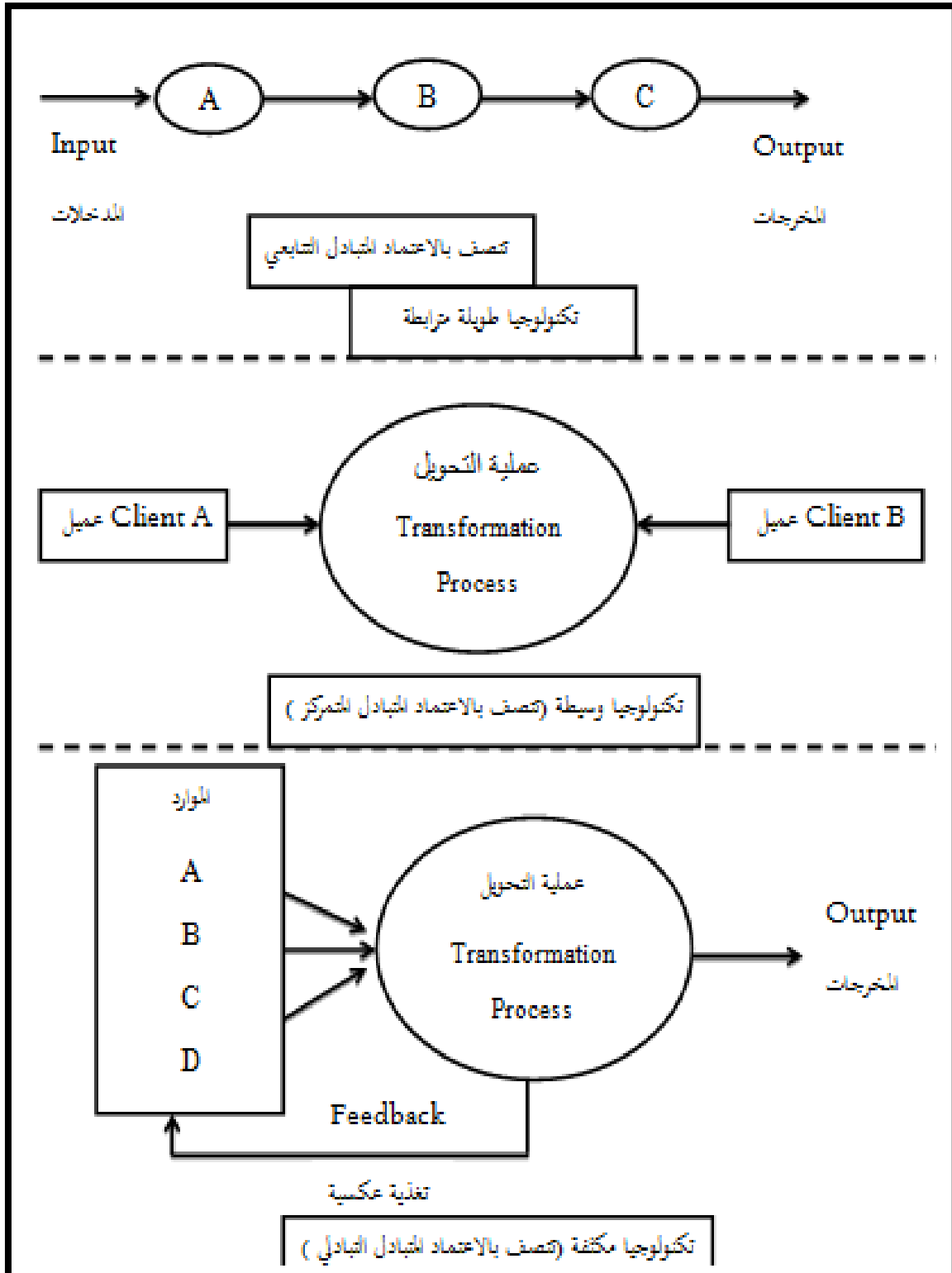
ويتضمن هذا النوع طرق وأساليب نمطية تربط بين الزبائن، ويتعامل بها بغض النظر عن الزمان أو المكان الذي توجد فيه المؤسسة، وتعد المصارف مثلا مناسبة لممارستها هذا النوع من التكنولوجيا، إذ تربط بين عمليات الاقتراض والإيداع لكافة الزبائن.

3. التكنولوجيا المكثفة: IT

وهي استجابة موحدة لمجموعة من المواقف المختلفة، إذ تعتمد الإستجابة الصحيحة على طبيعة المشكلة ومدى تنوعها، والتي لا يمكن التنبؤ بها بدقة، وتعد المستشفيات والجامعات أحسن مثلا لهذا النوع من التكنولوجيا، والشكل التالي يوضح الأنواع الثلاثة للتكنولوجيا حسب تصنيف تومبسون.

¹ غسان قاسم اللامي، مرجع سابق، ص 33.

الشكل رقم (3-3): تصنيف تومبسون للتكنولوجيا



المصدر: غسان قاسم اللامي، مرجع سابق، ص 35.

كما يمكن إيجاد تقسيم آخر والذي يصنف التكنولوجيا الى تكنولوجيا المعلومات والتكنولوجيا الفنية¹:

1. تكنولوجيا المعلومات: وتمثل في المعرفة المسجلة أو المسموعة والتصاميم والمواصفات والاجراءات

والأساليب الخاصة بتطوير التكنولوجيا واستعمالها وتشغيلها وإدارتها وتمويلها والتدريب عليها.

2. التكنولوجيا الفنية: وتمثل في الاستخدام السليم للمعلومات والاتصالات الشخصية اللازمة

لتشخيص المشكلات وتقديم الحلول لها.

المطلب الثاني: مفهوم نقل التكنولوجيا

اختلفت الآراء حول نقل التكنولوجيا وتحديد تعاريفها حسب الجهة المصدرة للتعريف والهدف منه.

أولاً: مفهوم نقل التكنولوجيا

تعرف علمية نقل التكنولوجيا على أنها²:

- نقل وسائل إنتاج، مصنع أو وحدة صناعية كاملة- منتج أو عدة منتجات والتدريب على تشغيلها وتسويق منتجاتها وفق عقد ترخيص قانوني، يحدد عددا من الممارسات فيما يتعلق بتعديل عملية الإنتاج في السوق المتاحة وفي الموارد المستعملة وطرق تأمينها.
- عملية أو عمليات نقل التكنولوجيا المتاحة من مكان إلى مكان آخر، مع إجراء بعض التعديلات عليها أو نقلها لمقابلة احتياجات محددة، وفي هذه الحلة تتعلق بإستيراد التكنولوجيا إما في شكل مشروع أو إنتاج مرخص به، أو في شكل اقتراض التقنية مع إستيراد محدد للآلات، الخبرات، المستشارين، المواد وتكثيف ذلك مع الظروف المحلية.
- نقصد بعملية نقل التكنولوجيا تلك العملية الفكرية التي تقوم ما بين المورد للتكنولوجيا والمستورد لها، إذ على المورد أن يتيح فرصة للمستورد للوصول إلى معلوماته وخبراته، كما عليه أن يقرها ويوفرها للمستورد، وهذا يقتضي قيام تعاون وتبادل فيما بينهما تمهيدا لإتمام هذا النقل.

¹ عبد الله بن صالح الضويان، مخان في طريق نقل التقنية والتخلف التقني من العالم الإسلامي،

19/19% (17) Html.consultte le juin 2013. www.aloofokmag.net/

² الزهرة بن يخلف، مرجع سابق، ص 12.

- هي استعارة الأساليب الفنية والاجتماعية المطبقة في البلاد الصناعية المتقدمة لتوظيفها النمو والتقدم، ويجب ألا ينصرف هذا المفهوم إلى نقل الجانب المادي فقط، وإنما يجب أن ينظر إليها على أنها عبارة عن نقل المعرفة والخطة والإجراءات المتعلقة بها، فالتكنولوجيا قد تنقل في شكل مادي (منتجات) أو في شكل معرفة أو معلومات أو خطط وإجراءات مختلفة¹.
- كما يمكن تعريفها من وجهتين، وجهة نظر الدولة المصدرة للتكنولوجيا ووجهة نظر المستوردة لها:²

أما من ناحية الدولة المصدرة لها فتعني تصدير المعدات والوسائل الصناعية المختلفة وبيعها للدولة المستوردة مقابل عائدات على طرق التصنيع من جهة، وعلى المواد والمعدات من جهة أخرى، أما بالنسبة للطرف الثاني، فإن نقل التكنولوجيا يعني له استيراد وسائل التصنيع والمعدات وتشغيلها أساسا بالخبرة الأجنبية.
- وهو نقل معلومات فنية لاستعمالها في إنتاج سلعة أو في تطبيق طريقة فنية أو في تقديم خدمات فنية معينة³.
- كما يشمل مفهوم نقل التكنولوجيا وفقا لمنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية OCDE، النشاط الذي بواسطته يتم انتقال مجموعة المعارف المنظمة من مجموعة أو مؤسسة إلى أخرى بهدف عمل أو خلق أشياء معينة، وهذا يمكن أن يكون نقلا لمعرفة عملية أساسية إلى تقنية معينة، وإما اعتماد تقنية موجودة في استخدام جديد⁴.
- وهي عملية التطابق والنمو للعوامل التي تولد وتنشئ تكنولوجيا مناسبة للبلد، أو المكان الذي يتم نقلها إليه، وهذه الحالة أشمل، حيث تتعلق بالنواحي والعوامل التي تساعد البلد المتلقى على أن يصبح مستقلا تكنولوجيا.

ويمكن كذلك التطرق إلى تعريف نقل التكنولوجيا من جانبين هما:

¹ بن علي بلعوز، نبيل بوفليح، القنوات البديلة لنقل التكنولوجيا في الدول النامية الأقل جذبا للاستثمار الأجنبي المباشر، ورقة بحثية، المنتدى الدولي الأول، الاستثمار الأجنبي المباشر ونقل التكنولوجيا إلى الدول النامية، المركز الجامعي بشار، جانفي 2008، ص 08.

² عبد القادر بوعزة، محمد مسعود الشراكة الأجنبية ودورها في نقل التكنولوجيا، نفس المنتدى، ص 09.

³ علاء عزيز الجبوري، عقد الترخيص، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص 26.

⁴ ابراهيم قادم، الشروط المفيدة في عقود نقل التكنولوجيا ودورها في تكوين التبعية التكنولوجية على المستوى الدولي، رسالة دكتوراه، جامعة عين الشمس، 2002، ص 23.

ر. **المستوى المحلي:** حيث أن عملية نقل التكنولوجيا في هذا المستوى تعرف على أنها خلاصات البحوث العلمية التي تقوم بها الجامعات والمعاهد إلى منتجات، ويطلق على هذا النوع من النقل بالنقل الرأسمالي للتكنولوجيا.

ز. **المستوى الدولي:** أما في هذا المستوى يتم نقل التكنولوجيا من دولة قادرة على تحقيق النقل الرأسمالي للتكنولوجيا إلى دولة أخرى، ومثل هذا النقل بأخذ في أبسط أشكاله نقل طرق وأساليب التكنولوجيا دون إجراء أي تعديلات لتكييفها (الطرق والأساليب) مع الظروف الاجتماعية والاقتصادية والبيئية السائدة في الدول النامية، ويطلق على هذا النوع من النقل (النقل الأفقي للتكنولوجيا) ويقدر ما يتم تعديل أو تكييف النقل الأفقي مع الظروف المحلية، بقدر ما يكتسب درجة أعلى من نمط النقل الرأسمالي وبالتالي درجة أعلى من النجاح في التوطين.

إن نقل التكنولوجيا من الدول المتقدمة إلى الدول النامية يتطلب فترة أطول من نقلها بين الدول المتقدمة فيما بينهما، حيث أن عمر التكنولوجيا المنقولة من الو. م. أ إلى دولة متقدمة أخرى مثل بريطانيا هو ستة 06 سنوات، وهي المدة بين إنتاج منتج معين بالو. م. أ ونقلها إلى الدول المستوردة للتكنولوجيا، وتصل هذه المدة إلى 13 سنة، حينما لا يتم النقل عن طريق شركات أمريكية ولكن بطرق أخرى، أما بالنسبة للدول النامية، فيتطلب الأمر فترة تتراوح بين عقدين إلى ثلاث عقود¹.

إن نقل التكنولوجيا معناه نقل معلومات فنية لاستعمالها في إنتاج المنتجات أو في تطبيق طريقة فنية أو في تقديم خدمات، ومن الأشياء التي تجوز أن تكون محلا لاتفاق نقل التكنولوجيا مايلي²:

- أ. الملكية الصناعية بكل أنواعها.
- ب. المعلومات الفنية التي تشملها اتفاقيات التعاون الصناعي والفني.
- ج. المعلومات الفنية اللازمة لتركيب أو تشغيل أجهزة أو آلات أو معدات.
- د. المعلومات الفنية التي تمكن المشتري أو المستأجر من التعرف على حقيقة الآلات أو الأجهزة أو المنتجات التي يشتريها أو يستأجرها وعلى كيفية تركيبها أو استعمالها.

¹ عبد الله بن صالح الضويان، مرجع سابق، ص 12.

² عبد الرؤوف جابر، الوجيز في عقود التنمية التقنية، منشورات الحلبي الحقوقية، 2005، ص 29.

ويتضح من هذا أن جوهر اتفاق نقل التكنولوجيا ليس هي العناصر المادية التي قد يشتملها عنصر الاتفاق، وإنما هو العنصر المعنوي الذي يتمثل في حقوق الاختراع أو حق المعرفة أو المعلومات أو خدمات فنية.

كما يمكن تعريفها أيضا على أنها قيام جهة ما (وحدة عمل أو مؤسسة أو بلد... إلخ) بإكتساب أو تنمية استخدام ابتكار أو معرفة ما تكون قد نشأت في جهة أخرى (وحدة عمل، مؤسسة، أو بلد آخر...)¹. ويذكر SEURAT أنه يوجد نقل للتكنولوجيا عندما تصبح مجموعة من الأفراد تنتمي إلى هيئة ما قادرة على القيام بالعديد من الوظائف المترابطة ببن معين، وذلك بتوافر ظروف بعينها².

ومن كل ما سبق يمكن استنتاج أن عملية نقل التكنولوجيا، هي القدرة على تحويل تقنية أو أسلوب من أساليب الإنتاج سواء كان في شكل اسقاط لنتائج البحوث والدراسات أو عن طريق الاستيراد من بلد آخر وتكييفها مع الظروف المحلية من أجل تحسين وتطوير الأداء والمنتجات في البلد المتلقي لها.

ثانياً: أنواع نقل التكنولوجيا

غالباً ما تتم عملية نقل التكنولوجيا على النحو التالي³:

1. النقل الرأسي للتكنولوجيا: حيث يعرف بأنه محاولة تجسيد الفكرة والمعرفة الجديدة والمبتكرة إلى واقع ملموس ضمن قطاع اقتصادي واحد، بمعنى أن المنتجات عادة تتكون من شقين، شق نظري وشق علمي.

فالشق النظري هو ثمرة الجهود التي بذلتها الجامعات و المعاهد ومراكز البحث في سعيها إلى ابتكار منتج فكري أو معرفي جديد.

أما الشق العلمي، فهو الشق الخاص بالمؤسسات الإنتاجية، حيث يلقي على عاتقها مهمة إكمال أو اتمام العمل لتجسيد ثمرة لجامعات والمراكز البحثية وتحويلها من منتج نظري إلى منتج اقتصادي في صفته

¹ عبد القادر بوعزة، محمد بن مسعود، الشراكة الأجنبية ودورها في نقل التكنولوجيا، ورقة بحثية، المنتدى الدولي الأول حول "الاستثمار الأجنبي

المباشر ونقل التكنولوجيا إلى الدول النامية"، المركز الجامعي، بشار، جانفي 2008، ص 10

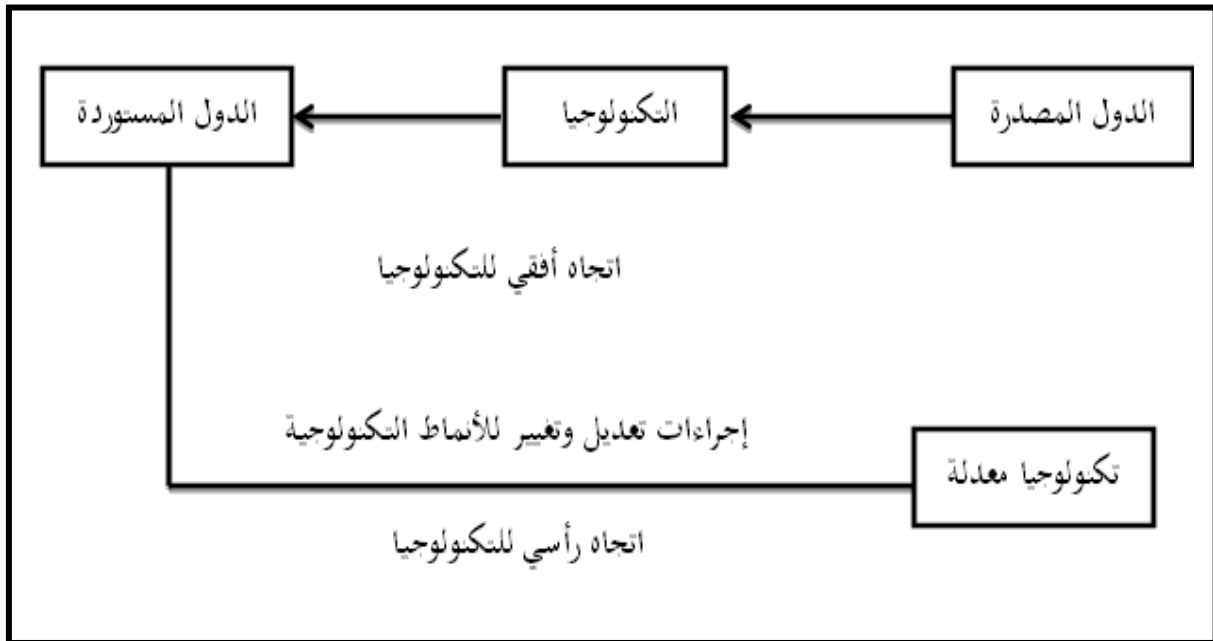
² نفس المرجع

³ نفس المرجع، ص 09.

النهائية أو نصف نهائية، ويتم ذلك ضمن قطاع اقتصادي واحد، أي في الدولة الواحدة، وهذا ما يسمى بالنقل الرأسمالي للتكنولوجيا من مراكز البحث إلى المؤسسات الانتاجية داخل البلد الواحد.

2. النقل الأفقي للتكنولوجيا: ويعرف هذا النوع على أنه انتقال أو حركة التكنولوجيا من قطاع اقتصادي إلى آخر، ومثل هذا النقل يأخذ في أغلب نقل الطرق والأساليب التكنولوجية دون إجراء أي تعديلات لتكييفها مع الظروف الاقتصادية والاجتماعية والبيئية السائدة في الدول النامية¹، والشكل التالي يوضح مسار نقل التكنولوجيا.

الشكل رقم (3-4): مسار نقل التكنولوجيا



المصدر: محمد علي منصور، مبادئ الإدارة، الأسس والمفاهيم، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 1999.

وينقسم النقل الأفقي للتكنولوجيا إلى نوعين²:

أ. النقل التبادلي: تتم هذه العملية بين الدول المتقدمة صناعيا، وهي في الغالب تكون مبنية على أسس متوازنة ومتكافئة، حيث تهدف هذه العملية إلى تطوير نوعية الإنتاج وزيادة كميته، وذلك بالاعتماد على ما وصلت إليه فروع التكنولوجيا في كل دولة على حدى من هذه الدول المتقدمة.

¹ محمد علي منصور، مبادئ الإدارة، الأسس والمفاهيم، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 1999، ص 64.

² نفس المرجع، ص 66.

ب. النقل أحادي الطرق: وتتم هذه العملية بين الدول المتقدمة صناعيا المالكة للمصدرة للتكنولوجيا، والدول النامية التي تفتقر أو المستوردة لها، وهي عملية باتجاه واحد، وتكون في غالب الأحيان مشروطة بشروط الدول المصدرة وبالأسعار التي تحددها.

ولا يمكن اعتبار عملية النقل ناجحة إلا بقدر ما يتحول النقل الأفقي إلى النقل الرأسي، إذ يرتبط ارتباطا ديناميكيا بياكل المجتمع المحلي بالبيئة التي تحيط به، ويمكن التمييز بين نمطين متميزين لنقل التكنولوجيا عن طريق المؤسسات متعددة الجنسيات:

- **النقل الداخلي:** يتم داخل المشروع متعدد الجنسيات، أي من مؤسسة الأم إلى فروعها أو شركاتها الوليدة، أو فيها بين المؤسسات الوليدة، حيث تبقى التكنولوجيا حبيسة المجال الاقتصادي للمشروع رغم انتقالها عبر الحدود الجغرافية.
- **النقل الخارجي:** وهو النقل الذي تنتقل فيه التكنولوجيا من مؤسسة إلى مؤسسة أخرى مستقلة في دولة أخرى.

إن نقل التكنولوجيا ببساطة هو انتقال المعرفة من البلد الأم (أي حيث تم التوصل إليها واكتسابها) إلى بلد آخر للاستخدام هناك، ويختلف هذا المفهوم عن مفهوم انتشار الابتكار، إلا أنه يمكن اعتبار نقل التكنولوجيا حالة خاصة من انتشار الابتكار عندما تصبح التكنولوجيا هي الابتكار الذي يتم تبنيه.

والافتراض وراء نقل التكنولوجيا أن الفجوة بين الدول الصناعية المتقدمة والدول النامية هي فجوة تاريخية، فالدول النامية في مركز مماثل لما كانت عليه الدول المتقدمة في بدايات ثورتها الصناعية، لذا فإن اللحاق بالركب يتطلب دفعة نمووية عالية، والتكنولوجيا هي الوسيلة المؤهلة للقيام بهذا الدور، ومن ثم فإن سد الفجوة التاريخية يتطلب تحفيز الاستثمار الأجنبي المباشر وتنشيط التجارة الدولية بحيث تدفق التكنولوجيا من الدول المتقدمة مقابل صادرات الدول النامية التي سترتفع نتيجة استخدام التكنولوجيا¹.

وفي هذا الإطار تركز الدول النامية على تحسين شروط التبادل وضمان انسياب التكنولوجيا إليها، وتصبح المشكلة هي اختيار التكنولوجيا الملائمة لظروفها، والملبية لإحتياجاتها الاقتصادية، بحيث تبدأ في الإعتماد تدريجيا على الذات في إنتاج واستخدام التكنولوجيا.

¹ ثناء جوهر ، مرجع سابق، ص 22.

ثالثا: آليات وأساليب نقل التكنولوجيا:

يعد نقل التكنولوجيا من الطرق الهامة في تحسين المستوى التكنولوجي وزيادة النمو الاقتصادي واطافة طبعاً إلى التجديد والإبداع الداخلي الذي لا يتم بدوره دون وجود النقل الداخلي للتكنولوجيا وتوطينها، والانتشار العالمي للتكنولوجيا من أسباب زيادة النمو التكنولوجي للدول.

1. آليات نقل التكنولوجيا: تنتشر التكنولوجيا عبر الدول وفق آليات عديدة أهمها¹:

- س. استعمال منتجات وسيطية مبتكرة في الخارج ومستوردة ضمن الإنتاج المحلي.
- ش. الحصول على المعلومات المدونة في النشرات والوثائق عبر المتابعة المستمرة.
- ص. التواصل مع الخبراء الأجانب والتعلم بالممارسة، خاصة المعلومات غير القابلة للتدوين في النشرات والوثائق، وتأخذ هذه القناة لنقل التكنولوجيا أحد الأشكال التالية:
- التدريب على الخبرات بشكل غير رسمي عن طريق التفاعل غير المنتظم مع الخبرات الأجانب والتواصل مع أساتذة الجامعات الأجنبية والحصول على النشرات الفنية.
- التدريب الرسمي كالتدريب بالممارسة والتعليم المدرسي وتبادل الخبراء.
- التفاعل بين المؤسسات الأجنبية المنشأة وفق آلية الاستثمار الأجنبي المباشر والمؤسسات الوطنية المحلية وخاصة لنقل التكنولوجيا عبر القنوات.

2. قنوات نقل التكنولوجيا: وتتمثل في كل من²:

- أ. حلقات لربط الخلفية والأمامية: وتنتقل التكنولوجيا عبر هذه القناة عن طريق قيام المؤسسات الأجنبية بدعم المؤسسات المحلية، وذلك بتحويلها بصنع المراحل الأخيرة من منتجاتها، مما يجعلها قادرة على استيعاب تكنولوجيا المنتج جزئياً أو كلياً.
- ب. نقل التكنولوجيا بالإقتداء: وتنتقل التكنولوجيا عبر هذه القناة عن طريق قيام المؤسسات المحلية بتقليد وإعادة هندسة التكنولوجيات الجديدة، وعن طريق اقتباس طرق إدارة الإنتاج وطرق التسويق الجديدة ذات المردودية الأعلى.

¹ شهر زاد زغيب، لمياء عماني، الاستفادة من الاستثمار الأجنبي في النقل التكنولوجي وتشجيع الإبداع، ورقة بحثية، الملتقى الدولي الأول حول الاستثمار، الاجنبي المباشر ونقل التكنولوجيا إلى الدول النامية، المركز الجامعي بشار، جانفي 2008.

² الزهرة بن يخلف، مرجع سابق، ص 13.

ج. نقل التكنولوجيا بالتنافس: وتنتقل التكنولوجيا عبر هذه القناة عندما تشعر المؤسسات المحلية بضغوط المنافسة الذي تقوم به المؤسسات الأجنبية.

- فتسعى إلى التغلب على ذلك بثقل التكنولوجيا وأساليب الإدارة والتسويق بشتى الوسائل ومن ناحية أخرى يمكن تحليل القنوات التي تستوعب تلك الآليات وتفعيلها فيما يلي¹:
- التجارة الدولية والحياسة المباشرة للتكنولوجيا خاصة المادية المحسدة منها.
 - الاستثمار الأجنبي المباشر وفروع المؤسسات الأجنبية.
 - التراخيص الصناعية بأشكالها المختلفة (المصنع، المنتج، السوق... إلخ).
 - الاندماجات الأفقية والعمودية بين المؤسسات المحلية ودولية.
 - التحالفات الاستراتيجية بين المؤسسات والتركيز على أعمال البحث والتطوير.
 - الشراكة بين المؤسسات الأجنبية والمحلية.
 - التكامل التكنولوجي الإقليمي والجهوي.
 - اعتماد صيغ تعاون معينة المناولة الصناعية التي قد تساعد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المحلية من الاستفادة من التقنيات العالمية في الإنتاج والتسويق التي تعتمد عليها المؤسسات الكبرى.
 - المساعدات الفنية التي توفرها المؤسسات الدولية ومكاتب الدراسات والاستشارات ومن أهم القنوات التي يتم نقل التكنولوجيا من خلالها من الدول المتقدمة إلى الدول النامية هي²: القنوات المرتبطة بنشاطات الاستيراد والاستثمارات الخارجية المباشرة وعقود التراخيص وبراءات الاختراع والعلامات التجارية وخدمات المنظمات الاستشارية والمعارض الدولية، كذلك فإن الأفلام والمنشورات ووسائل الإعلام الأجنبية تنقل أنواعا من التكنولوجيا، وبالأخص تلك التي تؤثر على أذواق المستهلكين في الدول النامية وأنماط حياتهم وثقافتهم، وهو ما يسمى بتكنولوجيا التهيئة.

بالنسبة للنشاط، فمن الواضح أن الآلات والمعدات والتجهيزات والمصانع الجاهزة في بعض الأحيان والكثير من المنتجات الاستهلاكية التي تحصل عليها الدول النامية من الخارج، تتجسد فيها إلى حد بعيد التكنولوجيا التي انتجت بها، وهكذا ومن حيث المبدأ تستطيع الدول النامية الكشف عن هذه التكنولوجيا

¹ شهرزاد زغيب، مرجع سابق

² أنطونيوس كرم، مرجع سابق، ص 55.

المجسدة بطرق شتى، من بينهما فك الآلات والأجهزة إلى أجزائها ودراستها وإعادة تركيبها، كما فعلت اليابان بنجاح من قبل، في حين أن درجة من هذا التقليد أمر حاصل في الكثير من الدول النامية، وبالأخص في جنوب آسيا (تايبان، هونغ كونغ، كوريا الجنوبية)، فإن الكثير من الدول النامية لا تمتلك القدرة على التفكيك وإعادة التركيب مثل هذه المنتجات، كما أن تجربة اليابان في هذا المجال لم تكن مجرد تقليد أعمى، بل جاءت جزءاً من مشروع حضاري متكامل النهضة.

أما القناة الثانية التي يتم من خلالها نقل التكنولوجيا فتأخذ شكل الاستثمارات الأجنبية المباشرة في الدول النامية، ومعظم هذه الاستثمارات تتم عن طريق المؤسسات المتعددة الجنسيات، وعندما تقوم هذه المؤسسات باستثماراتها في الدول النامية دون مشاركة من أي طرف محلي، فإنها تجلب معها معداتها الكاملة لإقامة مشاريعها بما في ذلك الحزمة التكنولوجية التي تحتاج إليها، والتي تشمل دراسة الجدوى الفنية والاقتصادية للمشروع المراد إقامته، والقيام بالأعمال الهندسية والتصاميم المطلوبة، وبإحضار الخبراء والفنيين والإداريين للإشراف على إنجاز المشروع ومباشرته في الإنتاج والتسويق.

إلا أن الكثير من الدول النامية، وبالأخص في دول الخليج (قطر) تفضل أسلوب الدخول في المشاركة مع المؤسسات متعددة الجنسيات، وهذا الأسلوب يتم عادة بين مؤسسة عالمية معروفة وطرف محلي في دولة نامية، ويمكن أن يكون الطرف المحلي هو حكومة الدولة النامية نفسها أو أحداث مؤسساتها، أو مؤسسة تنتمي إلى القطاع الخاص، وتبدأ المشاركة أولاً في اقتسام رأس المال بين الطرفين، وقد أصبح عدد من الدول النامية وبالأخص النفطية تلح على امتلاك أكثر من 30% من أسهم المشروع المشترك أملاً بأن يمنحها ذلك قدرة أكبر على التأثير في سياسة مؤسسة وخصوصاً في مجال الاستفادة من المعرفة التكنولوجية التي يقدمها الطرف الأجنبي، وقد يقدم الطرف المحلي الخدمات الأساسية التي يتطلبها المشروع من كهرباء، ماء، هاتف،... إلخ بأسعار رمزية أو مدعومة والإعفاءات الضريبية والسياسات الخاصة بإستقطاب الاستثمارات الأجنبية المباشرة، أما الطرف الأجنبي فيأخذ على عاتقه مهمة إقامة المشروع وتشغيله وصيانته وإدارته وتسويق منتجاته.

والقناة الثالثة التي يتم بموجبها يتم نقل التكنولوجيا إلى الدول النامية تأخذ شكل إبرام عقود ورخص براءات الإختراع وعلامات تجارية بين مؤسسة متعددة الجنسيات في الغالب غير قادرة أو غير راغبة في القيام باستثمارات مباشرة في إحدى الدول لأسباب معينة وبين مؤسسة محلية خاصة أو عامة، حيث تسمح الأولى للثانية بإستغلال التراخيص أو براءة الإختراع أو العلامة التجارية حسب شروط يتفق عليها مسبقاً، فعلى سبيل

المثال، حرمان مؤسسة محلية من الحق في التصدير والإكتفاء بالسوق المحلية، لكي لا يترتب على ذلك منافسة للمنتجات المثلثة لها للمؤسسة الأم أو لفروعها في الدول الأخرى، أو منعها من الجمع بين علامات تجارية لشركات متنافسة كذلك تقدم المعارض الدولية للمنتجات الاستهلاكية والرأسمالية قناة أخرى لتعريف المستوردين والمؤسسات الأخرى بما هو متاح في الأسواق الدولية من منتجات بأنواعها، وبعض المنشورات التي تحتوي على بعض المعلومات عن خصائص هذه الآلات والأجهزة، وقد أخذ دور المعارض الدولية يزداد أهميته في مجال تعريف الدول النامية بما تنتجه الدول الأخرى الأمر الذي يساعد في المقارنة بين مختلف المنتجين، سواء بالنسبة لجودة ما يقدمونه من منتجات أو بين مختلف المنتجين أو بالنسبة لأسعارها.

كما تعتبر الخدمات التي تقدمها المكاتب الاستشارية كقناة لنقل التكنولوجيا، حيث إذا كانت المؤسسات الإنتاجية الأجنبية تسوق المنتجات والأساليب الإنتاجية التي لا تتعارض مع مصالحها على المدى البعيد، فإن المكاتب الاستشارية تقدم تكنولوجيا أخذ القرار، أي أنها لا تقوم بإجراءات دراسة الجدوى الاقتصادية للمشروع وبمك القبول بأن المكاتب الاستشارية تشكل القاعدة التي تجمع الأجزاء المختلفة لعملية نقل التكنولوجيا مع بعضها البعض، لأنها تقدم في نفس الوقت القناة والآلية¹.

وسواء تم نقل التكنولوجيا عن طريق الاستيراد أو من خلال الاستثمار المباشر في الدول النامية، والذي يأتي في معظمه على أيدي المؤسسات الأجنبية، أو من خلال المكاتب الاستشارية أو مزيج من هذه القنوات، فإنه من الواضح أن السوق الدولية للتكنولوجيا هي سوق أقرب ما يمكن وصفها بسوق احتكار القلة، والمتمثلة في وجود عدد قليل من المؤسسات الإحتكارية للمعرفة التكنولوجية تعرض تكنولوجيتها ودراساتها للحدوى الاقتصادية على حكومات الدول النامية وشركاتها الخاصة.

ومثل هذا السوق يقوم على المساومة غير المتكافئة بين طرفين، بحيث تأتي النتيجة حتما لصالح الطرف الأكثر معرفة لظروف السوق، والأكثر قدرة على التحكم بهذه الظروف، وهذا يعني أن الصفقة التكنولوجية تكون عادة لصالح المؤسسات الأجنبية العملاقة.

¹ انطونيوس كرم، مرجع سابق، ص 56.

3. أساليب نقل التكنولوجيا: هناك أساليب عديدة لنقل التكنولوجيا نلخص أبرزها فيما يلي:

أ. الأسلوب التنظيمي: أتبع هذا الأسلوب في السبعينات والثمانينات من قرن 20، ويهدف إلى تشجيع نقل التكنولوجيا من خلال التعاون بين الدول المتقدمة والدول النامية انطلاقاً من واقع عدم التكافؤ بينهما، مما يعطي البلدان النامية الحق في الحصول على مزايا نقل التكنولوجيا إليها، والحق في إصدار قوانينها المحلية مما يخدم تنميتها الاقتصادية، وقد أثبت هذا الأسلوب جدواه من خلال آثاره الإيجابية على البلدان النامية، سيما ما يتعلق بفعاليات المؤسسات الدولية العابرة للحدود.

ب. الأسلوب القائم على أساس تطوير قاعدة السوق: وهذا الأسلوب هو الذي تضمنه مواد اتفاقية TRIPS، الذي جاءت في المادة "07" منها الاسهام في حماية وانفاذ حقوق الملكية الفكرية في تشجيع روح الابتكار ونقل التكنولوجيا، مما يحقق المنفعة المشتركة لمنتجي المعرفة التكنولوجية ومستخدميها، بالأسلوب الذي يحقق الرفاهية الإجتماعية والاقتصادية، والتوازن بين الحقوق والواجبات بالاتفاق بين الدول المتقدمة والدول النامية على شروط التعاون التقني والمالي لصالح هذه الأخيرة، مع تأكيدها على أن تكون على أساس قاعدة تنافسية السوق ومراعاة حقوق الملكية التجارية الأصلية.

المطلب الثالث: إدارة نقل التكنولوجيا:

لا يمكن بأي شكل من الأشكال اعتبار ادارة نقل التكنولوجيا على انها نقلا للتكنولوجيا، وانما هي عبارة عن سيرورة انسياب التكنولوجيا من مواطن انتاجها الى مواطن استغلالها.

اولا. مكونات ادارة نقل التكنولوجيا

إن مفهوم إدارة نقل التكنولوجيا ينطوي على مختلف العمليات التي تصاحبها عملية نقل وتوطين وتوليد التكنولوجيا وبالتالي فبمفهومها أوسع من مفهوم نقل التكنولوجيا.

إذ أن توطين واستيعاب التكنولوجيا يتم عندما يتمكن المختصون المحليون من فهم عمليات الإنتاج ومواصفات المواد المستعملة ، ويكتسبون المقدرة على تطويرها وتحسينها بما يجاري التطور العلمي لهذا التطور التكنولوجي، بحيث تبقى المؤسسات المحلية قادرة على الاستمرار والتنافس العالمي الناجم عن التطور التكنولوجي للمواد والمعدات الداخلة في تصنيع مختلف المنتجات، ولا يتحقق هذا التوطين دون تحقيق النقل

الداخلي للتكنولوجيا والذي لا يتم بدون قيام علاقات تواصل بين مركبات منظومة العلم والتكنولوجيا المحلية¹، أو بتعبير آخر دون وجود نظام وطني للإبداع والابتكار والتجديد، أما توليد التكنولوجيا فيتم عن طريق إيجاد تكنولوجيا جديدة مبتكرة أو مطورة محليا، يمكن بواسطتها تصنيع منتجات مستحدثة محليا منافسة عالميا.

ويمكن القول أن توليد التكنولوجيا في بلد ما يؤثر على أن هناك تطورا تنمويا على الصعيد البنى العلمية والتكنولوجية التي لا بد لها من حاضنة اقتصادية تتفاعل معها، ينتج عن ذلك كله معدلات نمو اقتصادي متسارعة قياسا إلى تجارب البلدان التي لم تبلغ مرحلة توليد التكنولوجيا بعد.

ويجدر الإشارة هنا إلى التفرقة بين الاختراع والابتكار، حيث²:

الاختراع: هو فكرة علمية تعتمد قواعد محددة لمعرفة جديدة، أو أنه معلومات منظمة لنشاط أو مجال جديد ضمن قطاع الإنتاج، وعليه فإن الاختراع هو ابداع فكري جديد يتضمن تصاميم أو نماذج أو قوانين تسجل رسميا في صيغة براءات بعد التأكد من عدم تكرارها.

الابتكار: أما الابتكار فهو إدخال مكائن أو مواد أو أساليب أو منتجات جديدة، وتعتمد في ذلك على التطبيق الإنتاجي والتجاري لبراءات الاختراع السابقة أو تطوير حالة عادية دون اللجوء إلى انتاج فكري سابق، وإذا كان الاختراع والاكتشاف العلمي لأي منتج يعد المرحلة الأولى، فإن الابتكار هو المرحلة الفعلية للتحويل التكنولوجي وتطبيقه التجاري.

وتشمل إدارة التكنولوجيا على النقاط التالية³:

ض. إدارة نقل التكنولوجيا:

- اختيار التكنولوجيا
- اقتناء التكنولوجيا.
- استخدام التكنولوجيا.

¹ هوشيار معروف، مرجع سابق، ص 231.

² نفس المرجع، ص 249.

³ محمد مزياني، التطور التكنولوجي لاستدامة الصناعة في ظل منافسة عالمية واقتصادية المعرفة

ط. إدارة توطين التكنولوجيا أو استيعابها:

- الهندسة العكسية.
- التطويع التكنولوجي.
- فك الحزمة التكنولوجية.
- ملائمة التكنولوجيا مع البيئة.

ظ. إدارة توليد التكنولوجيا:

- البحث والتطوير.
- براءات الاختراع وحقوق الملكية الفكرية.
- توليد مصانع أو شركات جديدة.
- توليد تكنولوجيا جديدة

ثانيا: الشروط والضمانات الواجب توفرها لنجاح إدارة نقل التكنولوجيا وتوطينها:

إن نجاح إدارة نقل وتوطين وتوليد التكنولوجيا يتطلب توفر مجموعة من الشروط والضمانات والتي تتمثل في:

1. شروط نجاح إدارة التكنولوجيا وتوطينها: وتتمثل فيما يلي¹:

أ. سوق عمالة وأجور مرنة: أي أن يسمح سوق العمالة بانتقال العمالة الخبيرة والماهرة بين المؤسسات بحرية معقولة، بالإضافة إلى انتقال الباحثين والمهندسين والعلماء من القطاع العام إلى القطاع الخاص وبالعكس، هذا من جهة ومن جهة أخرى مرونة الأجور مهمة جدا لنمو العمالة الخبيرة والماهرة، ذلك أن سماح سوق الأجور بإرتفاع أجور العمالة الماهرة إلى مستوى أعلى عن مستوى العمالة العادية، يسمح بجذب ونمو هذا النوع من العمالة، مما يؤدي إلى زيادة القدرات الاستيعابية للعلم والتكنولوجيا، ولا شك أن قبول المجتمع للمرونة في الأجور من المتطلبات الأساسية لنشر التكنولوجيا وطنيا أي توطينها.

ب. أسواق مالية كفؤة ومرنة: إن توفير التمويل الخاص لرعاية الإبداع والتجديد وتشجيع إنشاء شركات قائمة على منتجات مبتكرة محليا، والتي تستعمل تكنولوجيا جديدة، هو من متطلبات نقل التكنولوجيا،

¹ عبد الحفيظ مازري، محمد سعدوني، البحث العلمي في الوطن العربي ودوره في نقل وتوظيف التكنولوجيا، ورقة بحثية مقدمة للملتقى الدولي الأول بعنوان الاستثمار الأجنبي المباشر ونقل التكنولوجيا إلى الدول النامية، المركز الجامعي بشار، جانفي 2008، ص11.

ولا يمكن لطرق التمويل التقليدية لصناديق التنمية الصناعية التي توفر القروض قصيرة المدى، أن تدعم الابداع والتجديد، فالمطلوب إيجاد تمويل مرن مثل رأس المال المخاطر، أو رأس المال المشارك.

ج. وجود بيئة أعمال مناسبة: إن قيام المؤسسات القائمة على التكنولوجيا الحديثة غير ممكن دون وجود بيئة أعمال مناسبة تسهل بل تشجع قيامها، فالقوانين اللازمة والمؤسسات المساعدة كحاضنات التكنولوجيا وحدائق التكنولوجيا ومراكز المعلومات والتعليم اللازم الذي يجمع بين الاقتصاد والادارة والتكنولوجيا وغيرها تشكل متطلبات أساسية لنقل التكنولوجيا.

د. تدخل الدولة لنشر التكنولوجيا: هناك إجماع شبه تام على أن للدولة دورا هاما في نشر التكنولوجيا الوطنية بما تعتمد من سياسات واستراتيجيات، حيث يصنف عادة دورها في:

- سياسة التدخل الأدنى: والتي تتمثل في إيجاد الإطار السياسي والقانوني والإداري والمالي والتعليمي للقطاع الخاص حتى يتحرر من كل العقبات.

- سياسة التدخل الفعال: والتي تتمثل في تبني مشاريع وطنية مدعومة من الحكومة.

هـ. الانفاق على البحث والتطوير: وتتمثل في وجود نشاطات بحث وتطوير محلية مهمة ومترابطة مع الاقتصاد الوطني، إن هذا بالطبع يتطلب زيادة الانفاق على تلك النشاطات من الدولة بالإضافة إلى تشجيع القطاع الخاص على الانفاق على البحث والتطوير.

و. تعليم العلوم والتكنولوجيا بلغة القوى العاملة: معظم الدراسات التي تطرقت لعلاقة الاقتصاد باللغة، تؤكد على هذا الدور، حيث أنه لا يمكن تحقيق التنمية إلا بالتنمية البشرية المستدامة التي لا تتحقق دون الاستثمار في الانسان وخاصة معرفته، وبالتالي بلغته العلمية والتكنولوجية.

2. الضمانات الواجب توفرها لإنجاح إدارة نقل التكنولوجيا:

هناك مجموعة من الضمانات الواجب توفرها لإنجاح إدارة نقل التكنولوجيا وتتمثل في¹:

- السرعة في تأسيس المعاهد البحثية المحلية، بما يوفر السرعة في نقل التكنولوجيا.
- قوانين ضمان نقل التكنولوجيا في عقود الاستثمار.

¹ فاطمة بكدي، اشكالية استيعاب التكنولوجي في الدول العربية، ورقة بحثية، الملتقى العلمي الثاني حول الاستثمار الأجنبي ومهارات الأداء الاقتصادي جامعة بومرداس، أكتوبر 2007.

- تحسين القدرة التفاوضية في نقل التكنولوجيا.
 - سياسة تطوير المعارف والخبرات، وليس فقط في المنتجات ووسائل الإنتاج.
 - سياسة شراء تكنولوجيا غير مصحوبة بحقوق الملكية الفكرية قدر المستطاع.
 - تحفيز البحث والتطوير لدى القطاع الخاص، وتقويته في القطاع العام.
 - تنمية نخبة تكنولوجية محلية.
 - تبني سياسات تحسن الوضع التفاوضي لنقل التكنولوجيا.
 - تضافر جهود البحث والتطوير، وإثراء المعرفة التقنية.
 - تحسين وضع شركات وخبرات وتشريعات إدارة نقل التكنولوجيا.
 - توفير ميزة روح الإبداع والابتكار في المجتمع، والاعتماد على الموارد المحلية، ومحاربة كل أشكال البيروقراطية.
- ومن أجل تعظيم فوائد التكنولوجيا خاصة المنقولة عبر آلية الاستثمار الأجنبي المباشر¹:
- تحديد الأولويات بالإعتماد على المنهجيات العلمية والعملية، ووضع الخطط التي تحدد نوع التكنولوجيا المنقولة وطرق وأساليب نقلها.
 - دعم مؤسسات البحث العلمي وأجهزة البحث والتطوير، وخلق الأجواء الملائمة للعاملين فيها، وتوفير مستلزمات عملهم.
 - توسيع التبادل العلمي مع المؤسسات مشابهة في الخارج في شكل عقود التبادل للخبرات.
 - تشجيع تأسيس بيوت الخبرة والاستشارة، وتسهيل توفير المعلومات العلمية والتكنولوجية باستخدام أنظمة معلوماتية حديثة.
 - تطوير أساليب تكوين الإطار بما يعزز قدرتها على استيعاب وتوطين وتطوير التكنولوجيا الحديثة.
 - وضع التشريعات الخاصة بنقل التكنولوجيا من خلال تنفيذ عقود الشراكة ونقل التكنولوجيا مع المؤسسات الأجنبية.

¹ ثناء جوهر، مرجع سابق، ص 14.

المبحث الثاني: عقود نقل التكنولوجيا:

يقصد بعقود نقل التكنولوجيا تلك العقود المستعملة في النقل الدولي للتكنولوجيا حيث تعتبر العقود الدولية بشكل عام الوسيلة الأكثر استعمالاً في مجال المعاملات الاقتصادية الدولية، وذلك لمزايا هذه الوسيلة، ولم تخرج عمليات نقل التكنولوجيات عن هذا السياق حيث أن أغلبها تتم عبر العقود.

المطلب الأول: مفهوم عقود نقل التكنولوجيا

نمت وتطورت التجارة الدولية بشكل ملحوظ لدرجة أن مفهومها بدأ بالتغير بنفس النمو والتطور، فإلى جانب أشكالها وصورها تقليدية، ظهرت علاقات تعاقدية جديدة تركز أساساً على الأموال المادية والمعنوية مثل المعرفة والعناصر التي يحتويها مفهوم التكنولوجيا ونقلها، وتجدر الإشارة إلى أن ظاهرة نقل التكنولوجيا لم تكن حديثة، بل وجدت منذ القدم، حيث يعتبر سلوك الصينيين في تلقين العرب فن الطباعة في سمرقند نقلاً للتكنولوجيا، وحتى قبل ذلك، منذ اكتشاف الإنسان لسر النار، حيث قام بإطلاع الآخرين على هذا الاكتشاف، وهذا من قبل نقل التكنولوجيا¹.

غير أن عملية نقل التكنولوجيا لم تأخذ بعدها التنظيمي في السابق، لكن مع تنامي أهمية نقل التكنولوجيا كونها أصبحت أهم العمليات التجارية الدولية لاحتوائها على نقل المعرفة وخدمات متعددة، وحقوق براءات الاختراع أصبح وجود هذا التنظيم أمر ضروري، لذلك ظهرت في شكل ما يسمى بعقود نقل التكنولوجيا.

حيث يعرف عقد نقل التكنولوجيا على أنه إتفاق يتعهد بمقتضاه مورد التكنولوجيا بأن ينقل مقابل معلومات فنية إلى مستورد التكنولوجيا لاستخدامها في طريقة فنية خاصة لإنتاج سلعة معينة أو تطويرها، أو تركيبها، أو تشغيل آلات، أو أجهزة، أو تقديم خدمات، ولا يعتبر نقلاً لتكنولوجيا مجرد بيع أو شراء أو تأجير أو استئجار السلع ولا بيع العلامات التجارية أو الأسماء التجارية أو الترخيص بإستعمالها، إلا إذا ورد ذلك كجزء من عقود نقل التكنولوجيا أو كان مرتبطاً به².

¹ وليد عودة الهمشري، عقود نقل التكنولوجيا، الالتزامات المتبادلة والشروط التقييدية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 33.

² محمود الكيلاني، عقود التجارة الدولية في مجال نقل التكنولوجيا، مصر 1988، ص 63.

إن عقود نقل التكنولوجيا هي مجموعة من العقود التي تشكل كلا مترابطة ومتداخلاً، فكل منها طبيعته الخاصة، وما يجمعها بالرغم من تنوعها واختلافها، أنها تؤدي إلى نقل المعارف التكنولوجية التي يحوزها أحد طرفي العقد إلى الطرف الآخر¹.

وعند بيان عقود نقل التكنولوجيا كعقود البحث وعقود الهندسة أو أي عقود أخرى تنتج آثاراً في مجال النقل، لا يمكن وضعها في قالب عقدي معين مما يخالف التكييف القانوني لهذه العقود باعتبار الالتزام أصلي أم تبعي، وإنما يتوقف على مضمون الالتزام وطبيعة الأداءات التي يلتزم بها المورد للتكنولوجيا².

فعقود نقل التكنولوجيا تأخذ طابعاً مختلطاً أو مركباً طبقاً للقواعد العامة، فوجود عناصر عقود متنوعة كعقد بيع معرفة فنية، وعقد الصيانة والتدريب وعقد الهندسة كلها تنطبق عليها أحكام العقود المختلفة، وفي حالة اختلاف هذه الأحكام، يتم اللجوء إلى الأحكام التي على أهم العناصر المكونة للعقد³.

وبالرغم من أن عقود نقل التكنولوجيا تخضع للأحكام القانونية العامة إلا أن البعض يعتبرها من العقود التجارية التي تخضع للقواعد الخاصة بالعقود التجارية⁴.

ونستطيع القول أن عقد نقل التكنولوجيا يتميز عن باقي العقود الأخرى من حيث طبيعة أهدافه والتزامات وطبيعة الأداء التي تفرض على الأطراف المتعاقدة التي تهدف إلى تحقيق التمكين التكنولوجي للمستورد بالحصول على المعرفة والخبرة معنويًا كانت أم ماديًا، وحصول المورد على المقابل.

وبالرغم من شيوع هذه العقود، إلا أن عملية تحديد طبيعة العقد الدولي للتكنولوجيا ليست بالأمر الهين، ويعود السبب في ذلك إلى تداخل وتشابه عقود نقل التكنولوجيا مع بعض الاتفاقيات الدولية الأخرى، وبشكل عام انقسمت الآراء حول ذلك إلى اتجاهين⁵.

¹ حسام محمد عيسى، نقل التكنولوجيا، دراسة في الآليات القانونية للتبعية الدولية، دار المستقبل العربي، مصر، ط3، 1996، ص 319.

² نداء كاظم محمد جواد المولى، الآثار القانونية لعقود نقل التكنولوجيا، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن 2003، ص 58.

³ نفس المرجع، ص 59.

⁴ إبراهيم مجني، عقد نقل التكنولوجيا، التنظيم القانوني لعقود نقل التكنولوجيا والتجارة الإلكترونية، دار المعارف، مصر 2002، ص 44.

⁵ صلاح الدين جمال الدين، عقود نقل التكنولوجيا في إطار القانون التجاري الدولي، دار الفكر الجامعي، مصر 2005، ص 250.

ع. **الاتجاه الأول:** يركز هذا الاتجاه على خصائص الاتفاقيات الدولية، حيث يرى أن هذه العقود هي عبارة عن اتفاقيات دولية وكلاهما يشترك في مجموعة من الخصائص العامة، مستخدما في ذلك مجموعة من الحجج لتبرير آراءه منها:

1. أن التعريف البسيط للاتفاقيات الدولية لا يفرق بين العقود الدولية والاتفاقيات الدولية، حيث ينص هذا التعريف على أنها اتفاقيات تعقدها الدول فيما بينها بغرض تنظيم العلاقة الدولية وتحديد القواعد التي تخضع لها هذه العلاقة.

2. يرى BOKSTEGEL أن العقد الدولي لنقل التكنولوجيا هو اتفاقية دولية وذلك بسبب أنها:

أ. تبرم هذه العقود في شكل اتفاقية دولية.

ب. تنتج آثاره على الدولة المتعاقدة مثل الاتفاقية الدولية.

ج. يعود الفصل في النزاعات الناشئة عن هذه العقود في أغلب الأحيان إلى التحكيم الدولي، ويستبعد التحكم الداخلي للدول.

3. عقود نقل التكنولوجيا هو عبارة عن عقود تنمية بالدرجة الأولى وهذه الخاصية من واجبات الدول وتبرم اتفاقيات دولية بخصوصها حتى التسمية الحقيقية لعقود نقل التكنولوجيا حسب الهدف منها هي عقود التنمية التقنية أو التكنولوجية في حين يرى البعض في هذا التيار أبعد من ذلك، حيث يعتبرون أن كل عقد دولي يسعى إلى تحقيق المصلحة العليا للدولة هو اتفاقية دولية، وباعتبار عقود نقل التكنولوجيا تسعى إلى نقل وتوليد التكنولوجيا أي تطوير وتنمية القاعدة التكنولوجية للدولة فهي تسعى إلى المصلحة العليا للدولة وبالتالي فيمكن اعتبارها اتفاقية دولية¹.

غ. **الاتجاه الثاني:** تأسس هذا الاتجاه كإتجاه معاكس للإتجاه الأول، حيث لا يرى أن عقد نقل التكنولوجيا من الاتفاقيات الدولية، حتى وإذا كان هدفه المصلحة العليا للدولة بإعتباره يسعى إلى تحقيق التنمية التكنولوجية محليا، بل يرى أن عقد نقل التكنولوجيا هو عبارة عن شكل متطور من العقود المعرفة في النظم القانونية الداخلة للدول، دعت إليه الحاجة الملحة للتنمية سواء كانت تنمية تكنولوجية أو اقتصادية بشكل عام².

¹ Ph. Labolager, les contrats entre etats et entreprises etrangeres, economica, Paris, 2005, p 25

² صلاح الدين جمال الدين، التحكيم والتاريخ في عقود تنمية التكنولوجيا، دار الفكر العربي، مصر 2005.

حيث انقسم رواد هذا التيار في تحقيق نوع عقد نقل التكنولوجيا بإعتبارها شكل متطور من العقود المعرفة في النظم القانونية الداخلية إلى قسمين:

✓ **القسم الأول:** يرى هذا القسم ان عقد نقل التكنولوجيا من بين العقود الإدارية بإعتبار يتيح للطرف المستوردة للتكنولوجيا تعديل شروطه بإدارته المنفردة، وهذه الميزة تعتبر كأداة فعالة في وجه الطرف المورد للتكنولوجيا الذي يطمح إلى السيطرة على مستورد التكنولوجيا وخصوصا في حالة عدم التكافؤ بينهما.

✓ **القسم الثاني:** يرى هذا القسم أن عقد نقل التكنولوجيا من بين عقود القانون الخاص بإعتباره أن مجمل العقود التي تعمل على نقل التكنولوجيا من بلد إلى بلد آخر تبرم بين أشخاص طبيعيين أو معنويين في شكل شركات مستندا في ذلك إلى¹:

- فكرة التعاقد الدولي المبنية على أساس مبدأ الحرية الدولية للإتفاقيات والعقود.
- التحكم التجاري الدولي الذي يعتبر أن العقود الدولية لم تعد عقودا ترتبط بالمرافق العامة وتقديم الخدمات، وإنما صارت ذات طبيعة خاصة تنظمها مبادئ القانون الخاص الذي ينظم العقود التي تبرم بين الأشخاص سواء كانوا طبيعيين أو معنويين.

ثانيا: خصائص عقد نقل التكنولوجيا

بإعتبار أن عقود نقل التكنولوجيا من عقود التنمية الاقتصادية بالإضافة إلى ادراجها من ضمن عقود التجارة الدولية، فإن هناك مجموعة من الخصائص الأخرى التي تميز هذه العقود عن باقي العقود الدولية الأخرى منها:

1. عقود ذات نظام قانوني خاص:

من أهم خصائص عقد نقل التكنولوجيا، أنه ذو نظام قانوني خاص به، ويعرف هذا النظام على أنه مجموعة من القواعد الموضوعية المعروفة في إطار التجارة الدولية للتكنولوجيا، والتي تحدد كيفية التعاقد وكيفية تنفيذ العقد، وكيفية إنقضاء العقد، وما يتبعه من آثار بعد ذلك²، وعليه فإن هذه الخاصية وإن كانت تعتبر

¹ Ph. Labolager, o. p. cit 118.

أهم ميزة لعقود نقل التكنولوجيا، إلا أنه يترتب عليها مجموعة من الآثار خاصة تلك المتعلقة بالشروط التعاقدية المقيدة للمتلقى والتي تفرض عليه من طرف المؤسسات أو الدول المتقدمة والتي تعد الطرف الأقوى في العقد، باعتبار أنها المالكة للتكنولوجيا، أما المتلقى فلن يجد عنها سبيلا سوى الخضوع لهذه الشروط بإعتباره في حاجة ملحة لها من أجل تعزيز قدراته الإنتاجية والتصديرية من جهة وقدراته التكنولوجية من جهة أخرى.

2. خصوصية أطراف عقد نقل التكنولوجيا:

يتميز عقد نقل التكنولوجيا من حيث الأطراف بعدم وضوح الوصف لأطرافه، حيث لا يمكن اعتبار الناقل مجرد بائع والمنقول إليه مجرد مشتري كما هو الحال في العقود الأخرى المنظمة للتجارة الدولية من تصدير واستيراد المنتجات بين مختلف الدول، حيث تتجاوز هذه الأطراف التزاماتهم وحقوقهم في عقود نقل التكنولوجيا عنها في عقود التجارة الدولية، كما لا يمكن اعتبارها مجرد مؤخر ومستأجر كما هو الحال في عقود التأجير الدولي، فجدد مثلا الناقل يوصف بأنه : المجهز أو المرخص أو الناقل، أو المصدر، والمنقول إليه يوصف بـ: المكتسب أو المستورد أو المرخص له أو المتلقى¹.

ولقد عرفت المادة الأولى لمشروع التقنيين الدولي الطرف بأنه اصطلاح يشمل كل من الشخص الطبيعي أو الاعتباري سواء كان فردا أو جماعة مثل المؤسسات والمنشآت وغيرها من أنواع المشاركة، سواء أنشأتها أو امتلكتها أو تولت ادارتها الدول أو الهيئات التابعة، وكذلك الدول والوكالات الحكومية والمنظمات الدولية حين تشارك في صفقة النقل الدولي للتكنولوجيا ذات الطابع التجاري².

وقد نصت المادة الثانية على أن الطرف المستورد هو صاحب الحق في استعمال أو استغلال تكنولوجيا معينة وكذلك استعمال أو استغلال الحقوق المتصلة بهذه التكنولوجيا، حيث يشترط لصحة هذا الاتفاق أن تكون ملكية التكنولوجيا محمية بحق خاص والمتمثلة عادة في حق من حقوق الملكية الفكرية، أما الفقرة الثالثة فقد عرفت المورد على انه الطرف الذي ينقل بموجب اتفاق كعقد الترخيص أو عقد البيع أو عقد آخر، التكنولوجيا والحقوق المتصلة بها أو احدهما³.

¹ صلاح الدين جمال الدين، عقود نقل التكنولوجيا، ص 299.

² محمود الكيلاني، مرجع سابق، ص 158.

³ نفس المرجع، ص 161.

ويلاحظ من كل هذا أنه يعتبر طرفا في العقد الدولي للنقل التكنولوجي الشخص الطبيعي او المعنوي بما في ذلك فروع هذا الشخص وشركات الفرعية كما يشمل كذلك كل من الدول والمؤسسات العامة والمنظمات الدولية حيث أعطت للمستورد الحق في الاستعمال والاستخدام وفي المقابل الزمت المورد للتكنولوجيا بنقل عن طرق عقد البيع أو أي عقد من العقود التجارية الدولية للتكنولوجيا للمستورد لها.

3. دولية وتجارية عقود نقل التكنولوجيا: يمكن التمييز في هذه الخاصية بين أمرين¹:

أ. أن تكون عملية نقل التكنولوجيا ذات طابع دولي: حيث تعتبر عقود نقل التكنولوجيا من العقود الدولية بغض النظر عن جنسية كل من المتلقي أو المورد لها، حيث يمكن أن تبرم عقود نقل التكنولوجيا بين مستورد لها ومورد لها مقيمان في نفس البلد، أو مقيمان في بلدين مختلفين، ومثال ذلك المورد مقيم في الجزائر والمستورد ذو جنسية فرنسية لكن مقيم في الجزائر.

ب. أن تكون عملية نقل التكنولوجيا ذات طابع تجاري: يعتبر عقد نقل التكنولوجيا من العقود التجارية، وممارسته تعد عملا تجاريا، ذلك طبعا للصيغة التي يتم التعاقد بها، حيث تكون في غالب الأحيان عملية بيع وشراء للتكنولوجيا.

4. عقود ذو خصوصية في الأهداف:

تختلف عقد نقل التكنولوجيا عن باقي العقود الدولية من حيث الأهداف في هذا النوع من العقود غالبا ما تكون بعيدة الأجل، ويمكن التمييز بين هدفين أساسيين هما²:

أ. رغبة المتلقي للتكنولوجيا في تحقيق تنمية جزئية والتي تكون في نفس مجال اختصاص التكنولوجيا، أو كلية التي تؤدي إلى تنمية اقتصادية وتكنولوجية، لذلك تفضل معظم الدول المتخلفة في مجال التكنولوجيا هذه العقود حيث تضمن لها:

- نقل سريع وفعال لتكنولوجيا بعيد عن الاجراءات المعهودة في الاتفاقيات الدولية.
- حرية الطرف الباحث عن التكنولوجيا في المفاضلة بين التكنولوجيا المطروحة والملائمة مع احتياجاته التنموية.

¹ وليد عودة الهمشري، مرجع سابق، ص 44.

² عبد الرؤوف جابر، الوجيز في عقود التنمية التقنية، دار الحلبي، لبنان، 2005، ص 20.

ب. رغبة ناقل التكنولوجيا في ضمان احتكاره الدائم للتكنولوجيا رغم عملية النقل، بإعتبارها مصدر قوته التنافسية خاصة في الأسواق الدولية.

5. سرية المعرفة والجدة:

تكمّن أهمية عقود نقل التكنولوجيا أو المعرفة بصفة عامة في مدى سريتها وجدتها، حتى قوانين حقوق الملكية الفكرية تركز على سرية المعرفة وجدتها حتى يتمكن مالكيها من شملها بالحماية اللازمة، لذا يسعى مالكو التكنولوجيا إلى الحفاظ على سريتها ويحتاطون بكل الوسائل لضمانها ضد كل من يحاول افشاءها او ايصالها إلى المنافسين أو الجمهور، لأنها تجسد صمام الأمان للمعرفة الفنية ذات القيمة الاقتصادية لمالكها الذي أنفق الجهد والمال الكبيرين للتوصل إليها¹.

المطلب الثاني: أنواع عقود نقل التكنولوجيا

تتنوع عقود نقل التكنولوجيا بتنوع أشكالها ومضامينها، وتفاوت احتياجات الدول للتكنولوجيا اللازمة في عمليات التنمية، فهناك من صنفها إلى نوعين أساسيين الصنف الأول والمتمثل في عقود تحويل التكنولوجيا بمعنى انتقالها فقط، ومن أهم هذه العقود عقد بيع الآلات وقطع الغيار، عقد بيع الوحدات الصناعية، وعقود التعاون الصناعي، أما الصنف الثاني فيتمثل في عقود التمكين التكنولوجي أو التوليد لعقود تنظيم المشروعات، عقود التكوين والتدريب الفني، عقود المساعدة الفنية وعقود البحث والتطوير.

في حين ذهب البعض الآخر إلى تصنيف أنواع عقود نقل التكنولوجيا إلى أساس لبناء القانوني لها، حيث صنفت إلى ثلاث أنواع ومتمثلة في²:

- العقود البسيطة.
- العقود المركبة.
- عقود التعاون الصناعي.

¹ وليد عودة الهمشري، مرجع سابق، ص 47.

² صلاح الدين جمال الدين، عقود نقل التكنولوجيا، مرجع سابق، ص 89.

وفيما يلي شرح لكل نوع على حدى:

أولاً: العقود البسيطة لنقل التكنولوجيا:

يقصد بالعقد البسيط لنقل التكنولوجيا، ذلك الاتفاق الذي يلتزم بموجبه مصدر التكنولوجيا اتجاه المتلقى لها بنقل المعرفة التقنية وفق أشكال مختلفة¹، وتمثل أهم العقود المصنفة في هذا النوع كل من عقد ترخيص استغلال التكنولوجيا، عقد المساعدة الفنية، عقد التأهيل والتدريب، عقد التنظيم.

1. عقد ترخيص استغلال التكنولوجيا:

يعتبر عقد ترخيص استغلال التكنولوجيا من أكثر العقود شيوعاً في مجال نقل التكنولوجيا، ويقصد به الترخيص لطرف محلي بإستغلال من مملوك لطرف أجنبي، وقد تكون طريقة عمل استحدثها في صناعة ما او تصميماً لآلة أو اختراعاً ابتكره أو نموذجاً ابتدعه، سواء كان هذا الحق مشمولاً بالحماية المقررة للملكية الصناعية أم لا²، حيث يركز هذا التعريف على عنصرين أساسيين هما³:

- أ- تحديد الأطراف التي يتكون منها العقد والمتمثلة في الطرف المرخص وهو المالك للمعرفة التقنية والطرف الثاني المتلقي لها والمتمثل في من يقوم باستغلال هذه المعرفة في مجال اقتصادي.
- ب- تحديد مكونات هذا العقد والمتمثلة في أحد عناصر التكنولوجيا والمتمثلة في براءات الاختراع، المعرفة الفنية، التصميم الهندسية، سواء كانت مشمولة بالحماية أم لا.

لقد عرفت هذه العقود تطوراً في مجال النقل الدولي للتكنولوجيا، حيث لم تبقى عقوداً بين الدول المتقدمة والنامية فقط، بل حتى بين الدول المتقدمة فيما بينهما والدول النامية فيما بينهما، نظراً لانخفاض تكلفة هذه العقود، إلا أن بعض الدراسات المختصة في مجال التكنولوجيا ونقلها تفيد أن هذا النوع لا يحقق النتائج المرجوة منه إلا بتوفر شرط مهم في الطرف المتلقي للتكنولوجيا وهو قدرة وكفاءة هذا الأخير من

¹ صالح بن بكر الطيار، العقود الدولية لنقل التكنولوجيا، مركز الدراسات العربي، الأوروبي، ط2، لبنان، 2003، ص 68.

² صلاح الدين جمال الدين، عقود نقل التكنولوجيا، مرجع سابق، ص95.

³ نفس المرجع، ص 54.

استغلال الترخيص التكنولوجي ومعرفة جميع تفاصيله والسيطرة عليه وتطويره، وهذا ما تفتقر إليه الدول النامية لذلك فإن هذه العقود تزيد من تبعية هذه الدول للدول المتقدمة في المجال التكنولوجي¹.

ومما تقدم نستخلص أن هذه العقود لا تعتبر من عقود نقل التكنولوجيا إذا لم يرافقها التزام الطرف المالك لها بالمساعدة الفنية، لأن الهدف منها هو تنظيم العلاقة الناشئة عن تملك واحتكار التكنولوجيا وليس اكتساب التمكّن التكنولوجي، كون هذه العقود تهتم بالتكنولوجيا ليس باعتبارها عنصراً في هذه العملية الانتاجية وإنما سلعة كأى سلعة أخرى، بمعنى نقل الحق في استعمالها وليس القدرة على استعمالها.

2. عقد المساعدة الفنية:

تهدف هذه العقود إلى اكتساب التكنولوجيا والسيطرة عليها من طرف المتلقي لها، كونها تنصب على نقل المعارف والخبرات الفنية في مجال تخصص معين، لذلك أظهرت حاجة الدول النامية ومشاريعها للمساعدة الفنية الأجنبية بهدف إعداد وتأهيل الكوادر الفنية القادرة على استيعاب التكنولوجيا المنقولة والسيطرة عليها، لذلك عرفت المساعدة الفنية على أنها تقديم الخدمات اللازمة لوضع المعرفة الفنية المنقولة موضع التنفيذ².

يقصد بعقد المساعدة الفنية ذلك العقد الذي يلتزم فيه الناقل للتكنولوجيا بمساعدة المتلقي لها في التحكم في التكنولوجيا المنقولة، وهذا ما جسده بعض المواد الواردة في بعض العقود الدولية لنقل التكنولوجيا مثل الفقرة الرابعة من المادة الأولى من العقد المبرم بين مؤسسة السعودية لصناعة المحاور ومؤسسة فولكس فاغن الألمانية، التي جاء فيها أنه من المتفق عليه أن تعهد مؤسسة فالكس فاغن بنقل المعلومات اللازمة للطرف السعودي بهدف تقديم المساعدة لخطّة بناء وإنشاء وحدة صناعية، بالإضافة إلى المادة الخامسة من العقد المبرم بين مؤسسة رونو الفرنسية ومؤسسة Industriel import التي نصت على انه تقدم مؤسسة رونو المساعدة الفنية اللازمة لصنع السيارات موضوع العقد بالكمية والنوعية المتفق عليها³.

إن مضمون المساعدة الفنية يتمثل في نقل القدرة الفنية والتكنولوجية إلى مستخدمي المتلقى الخليلين، وهذا لا يتحقق إلا من خلال مجموعة من الالتزامات والأداءات المتنوعة التي تقع على عاتق المورد، من أبرزها

¹ وليد عودة الهمشري، مرجع سابق، ص76.

² سعيد عبد الغفار أمين شكري، القانون الدولي العام للعقود، دار الفكر العربي، مصر، 2007، ص 205.

³ صلاح بن بكر الطيار، مرجع سابق ص 67.

تكليف الطاقم الفني التابع له بتعليم وتدريب مستخدمي المتلقى على اكتساب تلك الخبرات والمهارات من أجل تطبيقها في عملية الإنتاج.

3. عقد التأهيل والتدريب:

يعد هذا العقد من أفضل الوسائل العلمية لإكتساب التقنيات والمعارف الفنية، كونه يسمح بتوفير الكوادر الفنية المحلية المؤهلة والمدربة للسيطرة على عمليات تشغيل إدارة وحدة انتاجية معينة، بمعنى تمكين فريقا من مستخدمي المتلقى خلال فترة زمنية محددة من إكتساب قدرة فنية معينة ومستقلة تؤهله لاحقا لتولي وظيفة توليد التكنولوجيا، وينقسم هذا التأهيل إلى تأهيل أساسي وتأهيل جزئي مهني والذي يعد الأكثر تقدما بطريقة تمكن الطاقم الفني المحلي من إتمام المهام المطلوبة منه بصورة جيدة¹، كون هذا العقد يستجيب لفكرة دعم وتقوية القاعدة التكنولوجية للدول النامية ومشاريعها عن طريق تطوير المعارف والخبرات الفنية لدى العمالة المحلية في إطار تنمية الموارد البشرية²، وهذا ما يتم من خلال استراتيجية تتبناها العديد من الدول النامية مثل الجزائر الراغبة في ملاحقة التقدم التكنولوجي بمختلف صورته وأشكاله.

4. عقد التنظيم:

يهدف هذا النوع من العقود إلى تمكين الكوادر المحلية من التحكم في تكنولوجيا تسيير الهياكل الصناعية وتسيير المؤسسات المتلقية للتكنولوجيا، حيث تلجأ بعض الدول إلى محاولة الاستفادة من الخبرات والمعارف التقنية للدول المتقدمة تكنولوجيا في مجال التسيير والتنظيم، وعقد التنظيم يتميز عن باقي العقود الأخرى أنه لا يبرم إلا بعد اجراء معاينة ميدانية من طرف مورد التكنولوجيا حول الامكانيات التنظيمية ووسائل وأهداف الطرف المتلقي لها³.

¹ وليد عودة الهمشري، مرجع سابق، ص79.

² صلاح الدين جمال الدين، عقود نقل التكنولوجيا، مرجع سابق، ص106.

³ صلاح بن بكر الطيار، مرجع سابق ص 70.

ثانيا: العقود المركبة لنقل التكنولوجيا:

لقد تطورت عقود نقل التكنولوجيا بتطوير الاحتياجات التنموية خاصة بالنسبة للدول النامية، التي تركزت احتياجاته ليس فقط حول نقل التكنولوجيا، وإنما تعدت ذلك إلى المطالبة بالتزامات أخرى لتشغيل هذه التكنولوجيا لضمان صدور الإنتاج وحتى تسويق هذه المنتجات ، ومن بين هذه العقود:

1. عقد تسليم المفتاح في اليد:

يعود ظهور هذا النوع من العقود إلى نهاية الحرب العالمية الثانية، حيث استعملت في التعاقد بين الولايات المتحدة الأمريكية والدول الأوروبية الفائزة في هذه الحرب من أجل إعادة بناء القاعدة الصناعية الأوروبية ضمن ما يعرف بمشروع مارشال الاقتصادي عام 1947¹، ثم انتشر بعد ذلك وأصبح يستخدم في عمليات نقل التكنولوجيا بين المالكين لها والمتلقين بشكل عام.

ويقصد بعقد المفتاح في اليد الذي يلتزم فيه مورد التكنولوجيا بتقديم مجمع صناعي في حالة التشغيل للمتلقي، مع تحمله المسؤولية الكاملة من تشييد للمصنع وضمان التشغيل²، كما عرف أيضا على أنه العقد الذي يلزم المنشئ لقاء عائد معين بإنجاز وتوريد منشأة صناعية في حالة التشغيل³، وينقسم عقد المفتاح في اليد إلى⁴:

- أ. **عقد تسليم المفتاح في اليد الجزئي:** حيث يهدف هذا النوع إلى انشاء وحدة صناعية من طرف مورد التكنولوجيا مع احتفاظ الطرف المتلقي ببعض الأعمال التي يرى أنه قادر على القيام بها في ذلك المشروع وفق قدراته التكنولوجية المحلية، مثل التحضير لإنجاز الوحدة الصناعية.
- ب. **عقد تسليم المفتاح في اليد الشامل:** يهدف هذا النوع إلى الإنشاء المتكامل للوحدة الصناعية بما في ذلك تدريب وتأهيل العمالة المحلية فنيا وتقديم المعلومات والوثائق العلمية اللازمة لتشغيل وإنتاج الوحدة الصناعية، دون الالتزام بتسليم المنتج، وإلا أصبح عقد من نوع آخر.

¹ عمر معاشر، النظام القانوني لعقود المفتاح في اليد، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1995، ص 39.

² صلاح الدين جمال الدين، التحكيم وتنازع القوانين في عقود التنمية التكنولوجية، مرجع سابق، ص 201.

³ صلاح الدين جمال الدين، عقود نقل التكنولوجيا، مرجع سابق، ص 106.

⁴ نصيرة بوجمعة سعدي، عقود نقل التكنولوجيا في مجال التبادل الدولي، رسالة دكتوراه جامعة الاسكندرية، مصر، 1987، ص 72.

يعتبر هذا العقد من بين العقود الأكثر إيجابية في مجال نقل التكنولوجيا للدول النامية حيث يوفر التكنولوجيا الملائمة للتنمية الاقتصادية دون تحمل الجهود المبذولة في البحث والتطوير والتجريب للحصول عليها والتي يمكن أن تكلف الوقت والمال الكبيرين، وأكثر ما يعاب عليه أنه لا ينقل التكنولوجيا اللازمة في عملية الإنتاج وإنما فقط الموارد والأدوات والأجهزة الداخلة في عملية الإنتاج.

2. عقد تسليم الإنتاج في اليد:

في إطار البحث عن صيغة جديدة تكون أكثر فاعلية وتتجاوز السلبات التي أحاطت بعقد تسليم المفتاح في اليد، وتضمن نقلا فعليا للتكنولوجيا، من خلال تحميل الطرف المورد مسؤولية تحقيق نتيجة معينة، تم اللجوء إلى صيغة عقد تسليم الإنتاج في اليد، والذي يعتبر امتداد للصيغة السابقة، بحيث لا يلتزم المورد بإقامة الوحدة الصناعية فقط في تشكيل تزويد التجهيزات والآلات وطريقة التصنيع وإنما بتدريب مستخدمي الطرف المتلقى، وضمان الحصول على إنتاج معين، أي لا تنتهي التزامات المورد بمجرد تسليم الوحدة الصناعية، بل إلى غاية قيام الوحدة الصناعية بإنتاج المنتج المرغوب فيه، وبذلك يضمن هذا النوع من العقود¹:

أ. التدفق المستمر للتكنولوجيا والتطورات التي تلحق بها.

ب. الاحتكاك لأكثر فترة ممكنة مع مورد التكنولوجيا مما يكسب الطرف المحلي مزيدا من الخبرة.

ج. ضمان نتائج العقد.

د. كل المسؤوليات من مرحلة الإعداد إلى مرحلة الإنتاج تقع على عاتق مورد تكنولوجيا أما أهم ما يعاب

على عقود تسليم الإنتاج في اليد²:

أ. ارتفاع تكلفتها بشكل كبير، كون تنفيذها يمتد خلال فترة زمنية طويلة.

ب. التواجد الدائم للمساعدة الفنية الأجنبية يؤدي إلى استنزاف أموال إضافية من حيث إقامة

العاملين الأجانب وأجورهم وغيرها من النفقات.

ج. التبعية التكنولوجية من خلال الاعتماد المستمر على الطرف المورد للتكنولوجيا.

د. السرعة في التنفيذ من قبل المورد وما ينجر عليها من أخطاء فنية التي من المحتمل أن تؤثر على

سير الوحدة الصناعية.

¹ صلاح الدين جمال الدين، عقود نقل التكنولوجيا، مرجع سابق، ص 140.

² وليد عودة الهمشري، مرجع سابق، ص 73.

وبالتالي يمكننا القول أن عقد تسليم الإنتاج في اليد يتضمن بالتأكيد جوانب وعناصر من شأنها المساهمة في نقل التكنولوجيا، غير أن تطبيقه علميًا يثير العديد من السليبات خاصة تلك المتعلقة بالتبعية التكنولوجية والتكاليف الباهضة.

3. **عقد تسليم السوق في اليد:** يعد هذا النوع الصيغة التكميلية لعقد تسليم الإنتاج في اليد، حيث أنه تتجاوز التزامات المورد نقل التكنولوجيا إلى العمل على تسويق الإنتاج، ويقصد بهذا النوع من العقد ذلك الاتفاق الذي يلتزم فيه المورد بتقديم الدراسات، وإقامة الوحدة الصناعية، وتأمين الإدارة الأولية ثم تسويق الإنتاج¹، وبالتالي فالمورد للتكنولوجيا وفق هذا العقد يحكم سيطرته على كل مراحل المشروع بإمتداده عن السابق من تسليم المنتج إلى عملية تسويقه في الأسواق سواء كانت محلية داخلية أو أجنبية تستهدف الدول النامية من خلال استخدامها لهذا النوع في مجال نقل التكنولوجيا الاحتكاك التكنولوجي في جميع مراحل المشروع، إلا أن الاستراتيجيات التي يتبعها بعض موردي التكنولوجيا في غالب الأحيان تحول دون ذلك من خلال تقزيم دور الطرف المحلي في المشروع حتى يبقى دائما في تبعية تكنولوجية لهم².

ثالثا: عقود التعاون الصناعي:

بالرجوع إلى عقد تسليم السوق في اليد، يتضح لنا التزامات المورود للتكنولوجيا قد توسعت من الإنتاج إلى المساعدة التجارية وحتى يضمن المورد تحقيق هذه المساعدة يسعى إلى التدخل في الأساليب الإنتاجية بحجة عدم كفاءة المتلقى وضمانا للمواصفات المناسبة للمنتج الذي يتولى تسويقه، وكنتيحة لهذا التدخل ظهرت عقود من نوع آخر تسمى بعقود التعاون الصناعي أو عقود الشراكة³، حيث تعرف هذه العقود على أنها صورة خاصة من صور التعاون الاقتصادي الدولي، تتعاون فيها مشروعات مستقلة من دول مختلفة بهدف إنتاج منتج معين بمزيد من الفاعلية في استخدام الامكانيات التكنولوجية بزيادة التخصص والتعاون في الإنتاج والبحث والتطوير من أجل تحقيق الآثار الاقتصادية المستهدفة⁴، كما تعرف أيضا على أنها العلاقة التي تنطوي

¹ صلاح الدين جمال الدين، عقود نقل التكنولوجيا، مرجع سابق، ص 143.

² نفس المرجع، ص 145.

³ سميحة القليوبي، شرح العقود التجارية، دار النهضة العربية، ط 4، مصر، 1999.

⁴ صلاح بن بكر الطيار، مرجع سابق ص 77.

على عدة عناصر منها التعاون التقني ويشمل الترخيص بإستغلال التكنولوجيا، والتعاون في الإنتاج والتعاون في البيع والتسويق مع استقلالية كل طرف والمساواة بينهم كشركاء¹.

أما اللجنة الاقتصادية الأوروبية فقد عرفت على أنها عمليات تهدف إلى انشاء شراكة مستمرة طويلة الأجل بين أطراف منتمين إلى دول مختلفة التحقيق مصالحهم في الحصول على نقل التكنولوجيا والخبرة الفنية والتعاون في مجال الإنتاج والبحث والتطوير، وتنمية المصادر الطبيعية، التسويق المشترك في الأطراف المتعاقدة وغيرها²، لذلك عرف هذا النوع اقبالا كبيرا من طرف الدول النامية إلا أن الطرف المورد يتفادى هذا النوع كحرمان الطرف المتلقي من فك حزمته التكنولوجية وعدم تمكنه من الإطلاع على الأسرار التكنولوجية المنقولة، بالإضافة إلى أن أهم ما يعاب على هذا النوع من العقود أنه لا يمكن الطرف المتلقي من تعزيز قدرته وقاعدته التكنولوجية بإعتبار أن جميع العمليات ومراحل نقل التكنولوجيا ينفرد بها المورد، ونظرا لطول مدة تنفيذ هذا النوع من العقود، فكثيرا ما تكون عرضة للمخاطر، وذلك نتيجة لعدم استقرار الظروف السياسية والاقتصادية خاصة في الدول النامية³.

والشكل التالي يوضح مجمل الفروقات بين أنواع عقود نقل التكنولوجيا

¹ صلاح الدين جمال الدين، عقود نقل التكنولوجيا، مرجع سابق، ص 153.

² Guide pour la redaction de contrats internationale de cooperation industrielle lindoc/ ece/ trade/ 124 dara.

³ سعيد عبد الغفار أمين شكري، مرجع سابق، ص 208.

الجدول رقم (3-1): الفرق بين مجموع أنواع نقل التكنولوجيا

الفرق	النوع	الفئة
نقل التكنولوجيا	عقود تراخيص استغلال التكنولوجيا	العقود البسيطة
عقود تراخيص استغلال التكنولوجيا + التدريب على استغلالها	عقود المساعدة الفنية	
عقود المساعدة الفنية + التدريب على استغلال وتوليد التكنولوجيا	عقود التأهيل والتدريب	
عقود التأهيل والتدريب + التكنولوجيا تسيير إدارة الوحدات الصناعية.	عقود التنظيم	
التشييد للوحدات الصناعية (توريد التكنولوجيا المعرفة الفنية).	عقود تسليم المفتاح في اليد الجزئي	العقود المركبة
عقود تسليم المفتاح في اليد الجزئي + التدريب والتأهيل	عقود تسليم المفتاح في اليد الشامل	
عقود تسليم المفتاح في اليد الشامل + ضمان الإنتاج (المساعدة الإنتاجية)	عقود تسليم الإنتاج في اليد	
عقود تسليم الإنتاج في اليد + المساعدة التجارية.	عقود تسليم السوق في اليد	
عقود تسليم السوق في اليد + التدخل في أساليب الإنتاج.	عقود التعاون الصناعي	عقود التعاون الصناعي

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على: سعيدي عبد الغفار أمين شكري - مرجع سابق -

المطلب الثالث: سيورة عقود نقل التكنولوجيا.

إن عقد التكنولوجيا هو عبارة عن اتفاق بين طرفين كأبي عقد آخر، حيث يتعهد بمقتضاه مورد التكنولوجيا بنقل معلومات فنية إلى المتلقي لها لاستخدامها في طريقة فنية خاصة لإنتاج منتج معين أو تطويره أو تركيب أو تشغيل الآلات أو الأجهزة أو تقديم خدمات، ولا يعتبر نقلا للتكنولوجيا مجرد بيع أو شراء أو تأجير أو استئجار المنتجات، ولا بيع العلامات التجارية أو الترخيص باستعمالها إلا إذا ورد ذلك كجزء من عقد نقل التكنولوجيا أو كان مرتبطا بها، وفي ما يلي نستعرض أهم الاجراءات المتخذة في عقد نقل التكنولوجيا:

أولا: التفاوض على نقل التكنولوجيا:

يسبق إبرام عقد نقل التكنولوجيا إجراء آخر والمتمثل في المفاوضات والمشاورات، يعرف التفاوض على أنه قيام تبادل الاقتراحات والمساومات والدراسات والتقارير الفنية، ومناقشة الاقتراحات التي يمنحها سوية أو ينفرد بوضعها أحدهما، ليكون كل منهما على بينة مما يقدمان عليه للوصول إلى أفضل النتائج التي تحقق مصالحهما، وللتعرف على ما يسفر عنه الاتفاق بينهما من حقوق لهما والتزامات عليهما¹، كما يعرفها التحكيم التجاري الدولي على أنها مرحلة تسبق إبرام العقد يتعهد فيها الطرفان بمناقشة مختلف العروض وإعادة مناقشتها بغرض الوصول إلى إبرام عقد لم يتحدد موضوعه بطريقة جزئية لا تكفي في جميع الأحوال لانعقاده²، وبالتالي فإن عملية التفاوض هي العملية التي يتم من خلالها التفاوض والمناقشة بين الأطراف، متضمنة تبادل الأفكار ووجهات النظر بغية الوصول إلى اتفاق حول مصلحة معينة و العثور على حل لمشكلة ما فتدور هذه المفاوضات بين طالب التكنولوجيا ومالكها حول المسائل التي يتضمنها العقد، كتعيين نوع المعرفة المطلوبة وحجمها ومكان توريدها، وما يحتاجه تطبيقها من أبنية وأجهزة ومعدات، ثم التزامات الطرفين وجزاء مخالفتها وغير ذلك من العناصر الداخلة في العقد المزمع إبرامه وتستغرق هذه المفاوضات عادة وقتا طويلا³، وقد تستلزم اتصالات وانتقالات بين الطرفين، وإجراء بحوث واختبارات وعمل رسوم أو نماذج.

¹ سمحة القليوبي، التفاوض في عقود نقل التكنولوجيا، ورقة بحثية، ندوة التراخيص في الملكية الفكرية وتسوية المنازعات، WIPO مركز القاهرة للتحكيم التجاري الدولي، القاهرة، 1998، ص 08.

² عبد الرؤوف جابر، الوجيز في عقود التنمية التقنية، مرجع سابق، ص 73.

³ شيراز عزيز سليمان، حسن النية في إبرام العقود، دار دجلة، عمان، 2008، ص 336.

وقد تتغير هذه المفاوضات في بدايتها بسبب تشبث كل طرف بما تضعه من شروط، ثم تستقيم بعد أن يزيد تعارف كل طرف بالأخر والاطمئنان إليه، فيتنازل كل منهما عن جزء من شروطه حتى تتلاقى الارادتان¹.

إن أكثر ما يميز المفاوضات التي تسبق إبرام عقد نقل التكنولوجيا عن غيرها من المفاوضات في إبرام العقود الدولية، أنها تضفي حساسية خاصة، هذه الحساسية تكمن في السرية والمقصود بالسرية ليست سرية جريان المفاوضات بين الطرفين، فهذه أمرها هين، وغالبا ما يحتفظ بها الطرفان من تلقاء نفسيهما لإتحاد المصلحة، وإنما نعني بها السرية المتضمنة في التكنولوجيا في حد ذاتها²، تحتوي كل تكنولوجيا على جزء سري، وهو بالذات ما يسعى طالبها في الحصول عليها ويدفع فيه أثمنا غالبا ما تكون باهضة.

قد يكمن هذا السر في تصميم الآلة أو الجهاز أو كيفية استعماله، أو في تركيبة المادة، أو في طريقة التعليب أو التبريد، أو مزج السوائل أو غير ذلك من الأسرار الصناعية، وعندما يتصل الطرفان ببعضهما لأول مرة في مستهل المفاوضات، فإن كل منهما يجهل الآخر، ويتوجس منه خيفة، ويأخذ له كل الحيلة والحذر، فمالك التكنولوجيا لا يرغب في أن يطلع طالبها على سرها خشية أن تفشل المفاوضات، فتضيع قيمتها المادية³، ومن هنا تنشأ الحساسية التي ترتفع درجتها كلما استعان المتلقي بخبير لفحص التكنولوجيا محل المفاوضات، وتقدير قيمتها، لأن الخبير قادر على اقتناص السر من غير الخبير، وإذا ما حدثت أي مخالفات فإن جزاء المخالفة يكون بالتعويض وما قد يتبعها من جزاءات تكميلية منصوص عليها في العقد.

وينشأ نهاية هذه المفاوضات مجموعة من الاتفاقيات منها: خطاب إعلان النية، والوعود بالتفصيل، الاتفاق المبدئي⁴.

1. خطاب إعلان النية:

يعد هذا الخطاب عقدا مستقلا يركز عليه عقدا أو عقود أخرى لاحقة لتحديد العناصر الفرعية والفنية منها على وجه الخصوص، والتي لم يستطع الطرفان فحصها بشكل دقيق، حيث يكون هذا الخطاب ذا محتوى متنوع ودقيق للغاية في أغلب الأحوال، وهو يعبر بصورة مبدئية وعامة عن الرغبة في التعاقد، فالهدف منه

¹ رجب كرم عبد الله، التفاوض على العقد، دراسة مقارنة أطروحة دكتوراه، جامعة القاهرة، 2000، ص 235.

² وليد عودة الهمشري، عقود نقل التكنولوجيا، مرجع سابق، ص 84.

³ عبد الرؤوف جابر، مرجع سابق، ص 74.

⁴ نصيرة بوجهة سعدى، عقود نقل التكنولوجيا في مجال التبادل الدولي، مرجع سابق، ص 129.

الالتزام ببذل كل الجهود لفتح مجال المفاوضات للوصول إلى نتيجة وليست إبرام العقد، كما يمكن أن يتضمن كذلك على التعهدات الجوهرية للطرفين كدور كل منهما، وقيمة الأداءات المختلفة، وأوقات التنفيذ، وجزاءات التعويض... إلخ.

ويطلق على هذا الخطاب اسم "الاتفاق التمهيدي" حيث يعني محضر لمؤتمر ديبلوماسي.

2. الاتفاق المبدئي:

يتعهد الأطراف في هذا الاتفاق على البدء أو متابعة التفاوض لإبرام عقد معين، ونظرا لعدم هذا الاتفاق نصوصا محددة، فإنه يهدف إلى تشجيع الأطراف على متابعة الاتصالات فيما بينهم.

3. الوعد بالفضيل:

الوعد بالفضيل هو اتفاق يتعهد بموجبه أحد الطرفين بأن يفضل الطرف الآخر غيره كمتعاقد في عقد يتم إبرامه فيما بعد، لعل الدخول في مفاوضات مع أكثر طرف لنفس العقد لا يعتبر مخالفا لخطاب حسن النية في التفاوض، إلا أن لأحد الطرفين حرية الاتفاق على خلاف ذلك¹.

إن هذه الاتفاقيات في مجملها عبارة عن اجراءات تمهيدية للوصول إلى إبرام عقد نهائي باعتبارها انتقالية تتبلور فيها إرادة الأطراف المتفاوضة نحو الهدف المقصود لإبرام عقد نقل التكنولوجيا من خلال وضع المحاور الرئيسية والأهداف العامة لهذا العقد.

ثانيا: إبرام عقد نقل التكنولوجيا:

في حالة ما إذا تلاقحت الإرادتان بين مورد التكنولوجيا ومتلقيها، ونجحت المفاوضات بينهما، حينئذ يتم الانتقال إلى ثاني مرحلة والتي نقصد بها إبرام عقد نقل التكنولوجيا، حيث أن مهمة تحرير عقد نقل التكنولوجيا تقع على عاتق القانونين وحدهم، ويشتمل العقد على ثلاثة أجزاء²، حيث يتضمن الأول تعيين أطرافه ومدته وتحديد التكنولوجيا المراد نقلها وقيود استعمالها، والثاني التزامات الأطراف المتعاقدة وجزاءات مخالفتها للعقد، والثالث كيفية انقضاء العقد، وتضاف أحكام ختامية تتعلق بالقانون الواجب تطبيقه، وطرف فض النزاعات.

¹ هاني سري الدين، المفاوضات في العقود التجارية، دار النهضة العربية، مصر، 1998، ص 24.

² عبد الرؤوف جابر، مرجع سابق، ص 75.

ولما كانت التكنولوجيا دائمة التطور، فمن الأفضل أن يراعي في تحرير العقد أن يكون مفتوحاً لاستقبال التعديلات والتحسينات التي يمكن أن تدخل عليه، وقد تنشأ هذه التعديلات أو التحسينات من المورد، وقد يضيفها المستورد خلال استعماله للتكنولوجيا، وفي كلتا الحالتين، يستحسن أن يتضمن العقد من الشروط ما يمكن كل طرف من الاستفادة مما يضيفه الآخر.

هذا ويفتح العقد بتعيين أطرافه والغالب أن يبرم العقد بين شركتين تحوز أحدهما التكنولوجيا وتطلبها الأخرى، وغالبا ما تكون مؤسسة المورد مؤسسة متعددة الجنسيات ومقرها في دولة متقدمة، اذا كان العقد بين شركتين متعاقدين وجب تعيينهما وذكر الوثائق التي تخول لهما سلطة التوقيع، وكثيرا ما يعقب تعيين الأطراف بيان عن مصدر حيازة المورد للتكنولوجيا محل العقد ومدى أحقيته في التصرف فيها، وإذا وجدت من بين عناصر التكنولوجيا براءة اختراع، وجب أن يشمل العقد على بيان نوعها وتاريخها وجهة تسجيلها¹.

والموضوع محل العقد، فهو الذي يريد المستورد الحصول عليه، وتعيين حدود هذا الحق من البيانات الأساسية التي يوجه إليها العقد عناية قصوى فيعين نوع التكنولوجيا وأوصافها والعناصر التابعة لها، ومدى أحقية المستورد في استعمالها، والأصل أن يضمن العقد للمستورد الحق في استعمال التكنولوجيا بالكيفية التي يراها، وتعيين حجم الإنتاج الذي يحصل عليه من استعمالها وبيعه في الأماكن التي تناسبه بالأسعار التي يحددها.

أما بالنسبة للغة التي يتم تحرير العقد بها، فإن لطرفي العقد الحرية في اختيار اللغة التي يتفق عليها، وعادة ما يتفق على اللغة الإنجليزية، إلا أنه لا يمنع أن يتم التحرير بعدة لغات، وفي حالة حدوث نزاع يلتزم القاضي بفض النزاع بلغة الأم، مع التزام المدعي بتقديم ترجمة رسمية للعقد، وعند الاعتراض من الطرف الآخر، يتم اللجوء إلى الخبرة². وفي هذا الصدد سوف نتطرق إلى كل من كيفية تحرير عقد نقل التكنولوجيا والمطابقة مع الشروط اللازمة للتعاقد.

¹ عبد الرؤوف جابر، مرجع سابق، ص 76.

² طالب حسن موسى، قانون التجارة الدولية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص 120.

1. كيفية تحرير عقد نقل التكنولوجيا:

يتبع في صياغة معظم عقود نقل التكنولوجيا الأسلوب الانجلو سكسوني، إذ يتضمن تحرير العقد وفق هذا الأسلوب¹:

ف. **الديباجية:** وتتضمن كل من:

- أهداف العقد.
- موضوع العقد.
- الرغبة المشتركة في التعاون لنقل التكنولوجيا.

ق. **المصطلحات:** تحديد قائمة بمجمل المصطلحات التي يتضمنها العقد مع شرح كل منها.

أ. **الديباجية:** إن لهذه الديباجية دورا كبيرا في الوقوف على نية الطرفين وتفسير بنود العقد في حالة عدم كشف نصوص العقد لتلك النية، ففي حالة عدم التعرف على نية المتعاقدين من خلال عبارات العقد بسبب تفسيرها بعدة أوجه، فإنه يتم العودة إلى الديباجية لتحديد المعنى المقصود²، وبذلك تصبح كمرجع يستند إليه تفسير مجمل عبارات العقد، حيث أول شيء يسهل به العقد هو الديباجية والتي تشير إلى مجمل الأهداف المتعلقة بالعقد وخبرة المورد في نوع التكنولوجيا بالإضافة إلى حاجة المستورد لها، مع ضرورة الإشارة إلى وجوب الاحتفاظ بسرية المعلومات التي تتضمنها هذه التكنولوجيا³.

أما بالنسبة لالزامية هذه الديباجية لطرفي العقد، ومدى اعتبارها جزءا منه، فإنه متروك لإدارة الطرفين، وعليه فإنه يجب أن ينص العقد مثلا على أن تلك الديباجية هي جزءا من العقد لكن تكون ملزمة للطرفين⁴.

ب. **شرح المصطلحات:** يتم تحديد مجمل المصطلحات التي يتضمنها العقد وشرحها، حيث يتمتع هذا الشرح بأهمية بالغة في تفسير محتوى العقود كما تعتبر هذه القائمة مكملة للديباجية بإعتبار ورودها في بداية وثيقة العقد، وبهذا الشكل تكون الديباجية وقائمة المصطلحات عبارة عن ملخص متكامل

¹ جلال وفاء محمد، الإطار القانوني لنقل التكنولوجيا في ظل الجهود الدولية، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2001، ص 23.

² علاء عزيز الجبوري، عقد الترخيص، دراسة مقارنة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن 2011، ص 111.

³ محمد الكيلاني، مرجع سابق، ص 204.

⁴ علاء عزيز الجبوري، مرجع سابق، ص 112

للعقد، لذلك ينبغي الاهتمام بشكل كبير بالجانب اللغوي والقانوني والاقتصادي في تحريرها ما دام يعتبران كمرجع إليها في تفسير العقد وأهدافه وأسبابه عند نشوب أي نزاع.

كما أن كل عقد لنقل التكنولوجيا يتضمن تحديدا دقيقا لمصطلحات العقد والديباجية يكون أقل احتمالا في ظهور النزاعات بين الطرفين، وهذا ما هدف إليه Deleuze عند إعدادة قائمة المصطلحات والتي توضح معاني الألفاظ المستخدمة في العقود الدولية لنقل التكنولوجيا¹.

2. مطابقة الشروط الموضوعية اللازمة للتعاقد:

نظرا لتطوير عقود نقل التكنولوجيا على اختلاف صورها ونماذجها وخصوصياتها، ولكون الإدارة هي الجوهر الحقيقي للعقد، فلا بد من حدوث التوافق بين طرفي العقد حتى يبرم، وهذا التراضي يجب أن يحدث لتحقيق هدف مشروع وهو سبب العقد، وهذا الهدف لا يتحقق إلا في محل التزام لطرفي العقد.

أ. التراضي: يعتبر شرط التراضي شرطا أساسيا لإبرام العقد، حيث يعبر عن إدارة الأطراف في إتمام عقد نقل التكنولوجيا، حيث أن القاعدة العامة فيها تتعلق بإبرام العقد هي قاعدة الرضائية²، لأن الرضا يدفع الطرفين إلى الالتزام بكامل شروط التي يتضمنها العقد.

هذا ويمكن أن ينوب عن أحد الطرفين شخص آخر في إبرام العقد وهنا يجب أن يكون الرضا صادرا عن النائب وليس الطرف الأصيل وبذلك تحل إرادة النائب محل إدارة الطرف الأصيل في إبرام العقد.

ب. موضوع العقد: ((التكنولوجيا المنقولة في حد ذاتها) (بماذا أو يلتزم الأطراف))

تتسم عقود نقل التكنولوجيا بتنوع مواضيعه، فبعضها يقتصر على مجرد تقديم التكنولوجيا المتفق عليها، أو تقديم الخبرات الفنية اللازمة لاستخدام التكنولوجيا كما هو الحال في العقود البسيطة، في حين أن العقود المركبة فلا تقتصر مواضيعها على نقل المعارف التكنولوجية، بل يشمل أيضا توريد الآلات والمعدات لوضع هذه المعارف موضع التطبيق.

ويشترط في موضوع عقود نقل التكنولوجيا ما يلي¹:

¹ علاء عزيز الجبوري، مرجع سابق، ص 113.

² أنور سلكان، الموجز في مصادر الالتزام، منشأة المعارف، مصر، 1996، ص 57.

- أن تكون موضوع عقد نقل التكنولوجيا معيناً أو قابلاً للتعين، فتذكر عناصر المعرفة التكنولوجية في متن العقد مع كافة الوثائق التي تتجسد فيها المعرفة من تعليمات وتصاميم ورسوم هندسية... إلخ، أما فيما يخص قابلية تعيين موضوع عقد نقل التكنولوجيا، فذلك للقضاء على احتمالية حدوث نزاع حوله لكي يستطيع المتلقي للتكنولوجيا استيعاب عناصر المعرفة التكنولوجية وتوابعها من تحسين وتعديل.
 - أن تكون موضوع العقد ممكن وغير تعجيزي، حيث يمكن إبرام عقد نقل التكنولوجيا إذا كانت موضوعاته غير ممكنة أو مخالف للقوانين سواء كان الموضوع القيام بعمل ما أو الامتناع عن القيام به.
- فموضوع عقد نقل التكنولوجيا هي التكنولوجيا المنقولة نفسها، أي حق المعرفة الذي يسعى المستورد إلى الحصول عليه، فيعين نوع التكنولوجيا وأوصافها والعناصر التابعة لها، ومدى أحقية المستورد لها في استعمالها.

ج. السبب (لماذا التزام الأطراف؟):

يعتبر السبب في عقود نقل التكنولوجيا هو عملية النقل لهذه التكنولوجيا، يعني الالتزام بنقل التكنولوجيا إلى المستورد، وهو عنصر مستمر، حيث ينشأ وقد إبرام العقد ويستمر لأخر لحظة من الالتزام، فموضوع العقد هو جواب على (بماذا التزم الطرف؟) أما السبب فهو جواب على (لماذا التزم الطرف؟)، وفي هذا الصدد يمكن التفرقة بين ثلاث أنواع من الأسباب²:

- **السبب الإنشائي:** ونقصد به مصدر الالتزام، وهو الذي أدى إلى نشوء الالتزام، حيث أن العقد هو سبب التزام المورد بنقل التكنولوجيا وسبب التزام المستورد بدفع المقابل.
- **السبب القصدي:** وهو الهدف المباشر للالتزام، حيث أن السبب القصدي للمورد هو الحصول على المقابل، في حين أن السبب القصدي للمستورد هو الحصول على التكنولوجيا.
- **السبب الدافع:** حيث يتمثل في حصول المستورد على التكنولوجيا من أجل استخدامها لتطوير منتجاته أو لتنمية تكنولوجيا قائمة أو إعادة بيعها، أما المورد فيسميه الدافع هو الحصول على الثمن من أجل حاجته لنفقات جديدة في مجال البحث والتطوير لإبداع تكنولوجيا جديدة.

¹ وفاء مزيد فلحوط، المشاكل القانونية في عقود نقل التكنولوجيا إلى الدول النامية، رسالة دكتوراه، جامعة دمشق، 2005، ص 74.

² نفس المرجع، ص 75.

ثالثا: الالتزامات:

بعد كل المفاوضات التي تتم حول نقل التكنولوجيا وتحريم العقد، فإن هناك بعض الإلتزامات التي يجب على كلا الطرفين الإلتزام بها ويمكن تقسيم هذه الإلتزامات إلى ثلاث أنواع كما يلي:

1. الإلتزامات المورد:

إن الإلتزام الجوهرى الذي يقع على عاتق المورد هو نقل التكنولوجيا محل العقد إلى المستورد، وفضلا عن هذا الإلتزام الأساسى فإن العقد المبرم بين الطرفين يلزم المورد بضمان نتيجة التكنولوجيا أيضا او تقديم المساعدات الفنية اللازمة أو المحافظة على أسرار هذه التكنولوجيا محل النقل، وسوف نحاول توضيح هذه العناصر بنوع من الإيجاز كما يلي¹:

أ. الإلتزام بنقل عناصر التكنولوجيا: في هذا الصدد يلتزم المورد بنقل مختلف العناصر المكونة للتكنولوجيا محل العقد، حيث ينقسم هذا الإلتزام إلى نوعين:

- الإلتزام بنقل العناصر غير المادية للتكنولوجيا: وتشمل هذه العناصر كل من المهارة الصناعية، المعارف والمهارات اللازمة، الخرائط والرسومات والنماذج، بالإضافة إلى الوثائق الفنية اللازمة لاستيعاب التكنولوجيا، والتي تعد نوعا من الملكية الفكرية لتعلقها بمتكبرات ذهنية وقدرتها على تقديم حلول متقدمة لمشكلات تقنية، ومن الممكن أن يكون كل منها حقا منفصلا في إطار عملية النقل التكنولوجى، بمعنى يجوز نقل حق التصنيع او الاستخدام أو الترخيص دون أن يشمل العقد الحق في البيع².

إن السر الحقيقى لعدم التمكين التكنولوجى للدول النامية يكمن في نقلها للآليات التكنولوجية فقط أو مع القليل من المعلومات والمعارف غير الكافية، كونها تركزت على العناصر المادية، دون المعنوية التي تشكل المحور الأساسى للسيطرة على التكنولوجيا المنقولة، وإحتوائها على العديد من المعارف والمهارات والتدريبات التقنية اللازمة للتعامل معها وإحتوائها، وما ينجم عن ذلك من فهم عميق للتكنولوجيا الذي يمنح التمكين الذي يعد الهدف الذي من أجله أبرمت هذه العقود.

¹ عبد الرؤوف جابر، مرجع سابق، ص 76.

² وليد عودة الهمشري، عقود نقل التكنولوجيا، مرجع سابق، ص 93.

- الالتزام بنقل العناصر المادية للتكنولوجيا: يطلق على هذا النوع النقل المكاني للتكنولوجيا، والذي يركز على نقل أو استيراد الآلات والمعدات من الخارج دون أن يرافق ذلك المعارف الفنية والتقنية اللازمة، كما تسمى أيضا بالنقل الأفقي للتكنولوجيا¹، بإعتبار أنها تنتقل من الخارج وليس من التكنولوجيا المحلية.

تجدر الإشارة إلى أن النقل الأفقي للتكنولوجيا عن السائد في الدول النامية وليس التكنولوجيا الرأسية، حيث أن هذه الأخيرة هي التي توفر المعارف الأساسية التي تكون القاعدة التكنولوجية المحلية، والتي تشمل الخبرات العلمية والأسرار الصناعية بالإضافة إلى الآلات والمعدات اللازمة لتشغيل هذه التكنولوجيا، والتي تمنح في النهاية السيطرة والابتكار وتوليد أنماط جديدة للتكنولوجيا المحلية، لأن تنمية المجتمع وتحقيق استقلاله يتطلبان من الدول النامية أن لا تسعى إلى نقل المنتجات التكنولوجية فقط، بل ينبغي توفير المناخ المناسب لتجذير التكنولوجيا وابتكارها محليا.

ب. الالتزام بالضمان: عندما يبرم العقد بين طرفين متكافئين من حيث العلم والمعرفة الفنية والتنظيم

الإداري يكون هدف المتلقي من إبرام العقد هو مجرد الحصول على المعلومات الفنية لتطبيقها في شركته، أما إذا أبرم العقد بين طرفين غير متكافئين وهو ما يقع عادة بين عندما يبرم بين طرف من دول متقدمة وآخر عن دولة نامية، فقد تشترط تعديلات في التكنولوجيا المنقولة لتلائم مع ظروفها الجغرافية والاجتماعية والاقتصادية، وقد تشترط تدريب العاملين على استعمال التكنولوجيا، وهنا يثور السؤال عن مدى التزام المورد بضمان نوعية التكنولوجيا في تحقيق أهداف المتلقي، لذلك يجب أن يتضمن العقد مجموعة من الضمانات والتي يجب أن يلتزم بها المورد لضمان التكنولوجيا المرغوبة، بمعنى شروط تحمي المتلقي، من الأمور التالية²:

- عدم احترام شرط منصوص عليه بوضوح.
- عدم ملائمة تنفيذ العقد لما هو منصوص عليه، أي النتيجة الفنية وبالتالي ضمان حسن التنفيذ الذي يقع على عاتق المصدر.

¹ نفس المرجع، ص 94.

² صالح بن بكر الطيار، مرجع سابق، ص 169.

- ضمان المورد عدم التعرض للمتلقي و ضمان حيازة مستقرة، وبالتالي يعتبر الضمان من أهم الالتزامات التي يجب أن يقدمها المورد للمتلقي، حيث يشتمل في¹: ضمان تحقيق النتيجة، و ضمان بذل العناية والاهتمام اللازم لانتقال التكنولوجيا المرغوب فيه من طرف المتلقي له.

ج. الالتزام بتقديم المساعدة الفنية: يضاف هذا الالتزام عادة كلما احتاج تطبيق التكنولوجيا إلى أخصائيين لا يتوافرون في مؤسسة المتلقية، فيتعهد المورد بتزويد بعدد مفهم لتدريب عماله على استعمال التكنولوجيا، وهذه المساعدة تمكن المتلقي من حصوله على الاستقلالية، لذلك يجب أن يراعي ضرورة صياغة شروط الزام المورد بالمساعدة الفنية بدقة شديدة وأن ينص عليها صراحة في عقد نقل التكنولوجيا.

تجدر الإشارة إلى أن المساعدة الفنية تختلف عن كل من المعرفة الفنية والتعاون الصناعي²:

- **الفرق بين المساعدة الفنية والمعرفة الفنية:** المساعدة الفنية هي عنصر من العناصر التي تحويها المعرفة الفنية، وهي أحد الأداءات التي يتوجب على المورد الالتزام بتقديمها من خلال تدريب العمال المحليين خلال مدة زمنية محددة.

- **الفرق بين المساعدة الفنية والتعاون الصناعي:** عادة ما يتم التعاون الصناعي بين طرفين متكافئين، خاصة بين الدول المتقدمة، والشرط الأساسي لتوفر ذلك هو تحقيق المصلحة المشتركة من خلال رفع المستوى المشترك لكل الطرفين، وهذا لا يمنع قيامه بين دولة متقدمة وأخرى نامية، لكن دائما تبقى المصلحة المشترك هي السمعة الأساسية، حيث في هذه الحالة تستفيد الدولة النامية من التكنولوجيا في حين تستفيد الأخرى من ميزة تمتلكها الدولة النامية، بمعنى اتجاه تدفق المنفعة متبادل.

أما بالنسبة للمساعدة الفنية فتتم بين طرفين غير متكافئين وفي اتجاه واحد.

2. التزامات المتلقي:

كما يترتب على العقد التزامات تقع على عاتق المورد، تترتب كذلك التزامات على المتلقي، وتتكون هذه الالتزامات:

¹ محمود الكيلاني، مرجع سابق، ص 237.

² وليد عودة الهمشري، عقود نقل التكنولوجيا، مرجع سابق، ص 98.

أ. الالتزام بأداء المقابل: حيث أن هذا المقابل قد يكون نقداً أو عينا أو مقايضة تكنولوجيا بتكنولوجيا أخرى في شكل مقايضة.

*.المقابل النقدي: يشكل المقابل النقدي الشكل الأكثر شيوعاً لما يمنحه من مزايا إيجابية تسهم في التحليل من احتمالات النزاع، حيث يتم دفع المقابل من طرف المتلقي مباشرة للمورد، كما أن المتلقي يستفيد من هذا الشكل كونه يتمكن من مراقبة النقد وتقلب الأسعار في بلده، كما يمكن أن يؤدي في ثلاث صيغ¹:

- المبلغ الإجمالي: بمعنى أن المقابل حسب هذه الصيغة يؤدي مباشرة وبأسلوب المرة الواحدة، ويتم تحديده بصورة جزافية يشمل نقل المعرفة الفنية والرسومات والنماذج والتدريب والمواد الأولية اللازمة والتكيبات والتشغيل، ويلاحظ على هذا الأسلوب أن طريقة الدفع تبدأ تصاعدياً بمبلغ قليل ثم تأخذ بالارتفاع التدريجي أو العكس، أي دفع مبلغ كبير ثم تأخذ بالهبوط أولاً بأول مع تقدم الأعمال، أو بطريقة الأقساط على الحساب.

- المبلغ المستمر: وهو مبلغ دوري يتم الاتفاق على دفعه بمقدار معين ومنتظماً، يحدد على أساس طاقة الإنتاج الفعلي، وتكون في الغالب نسبة من عائد تشغيل التكنولوجيا محسوبة على أساس حجم المبيعات، أو المنتج النهائي، بحيث يستمر المتلقي على دفع هذه الدفعات طيلة مدة العقد بغض النظر عن تقلبات التكلفة والأسعار وأسعار صرف العملات.

- المبلغ المختلط: وهو عبارة عن مزيج من الطريقتين السابقتين، حيث يتم دفع مبلغاً جزئياً عند إبرام العقد مقابل كشف المورد للمعلومات السرية التي يمتلكها خاصة في مرحلة المفاوضات والتي تمكن المتلقي من تقييم التكنولوجيا، بالإضافة إلى التزامه بالدفعات الدورية الأخرى والتي تكون في شكل نسبة معينة من عائدات تشغيل التكنولوجيا.

*.المقابل العيني: يمكن أن يكون المقابل كمية معينة من المنتجات التي استخدمت في إنتاجها التكنولوجيا أو مادة أولية ينتجها المورد ويتعهد بتصديرها إلى المورد².

¹ عودة الممشري، مرجع سابق، ص 144.

² إبراهيم سيد أحمد، عقد نقل التكنولوجيا، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2004، ص 47.

حيث تعد هذه الطريقة أكثر الطرق شيوعاً في العقود المبرمة بين المؤسسات متعددة الجنسيات مع فروعها في الدول الأخرى، كما يتم اللجوء إليها في حالة عدم استطاعة المتلقي على الحصول على العملة الأجنبية في بلده.

*. **المقابلة مقايضة بتكنولوجيا أخرى:** يمكن أيضاً أن يكون الدفع مقايضة بتكنولوجيا أخرى، خاصة بين الدول الصناعية التي تمتلك مخزوناً كبيراً من التكنولوجيا والاختراعات، والتي تسعى إلى اكتساب المزيد منها أو عناصرها التي هي بحاجة إليها، وإدراكها أن الوصول إلى هذه التكنولوجيا في مختبراتها سوف يحتاج إلى جهد ومال ووقت قد تكون في غنى عنه إذا ما قامت بمبادلة ما لديها من تكنولوجيا بأخرى وليس بمعنى هذا أن هذه الدول أو شركاتها غير قادرين على التوصل إلى ما تحتاج إليه، بل بغية إهدار المال والوقت والجهد في سبيل الحصول على تكنولوجيا متوفرة لدى غيرها من المؤسسات.

ب. الالتزام بتهيئة البيئة الملائمة للتكنولوجيا: حتى تأتي عملية نقل التكنولوجيا بشمارها، يتوجب على المتلقي أن تنفذ التزامه بتهيئة المناخ المناسب للتكنولوجيا المنقولة، وذلك من خلال اختيار التكنولوجيا الملائمة التي تسبقها دراسة تحليلية متخصصة منه، وإفرازها نتائج تؤكد ملائمتها للبيئة التي تنقل إليها¹، إضافة إلى تسهيل مهمة المورد في تنفيذ التزاماته من خلال السعي إلى توفر عوامل يلتزم المتلقي بتنفيذها حتى يتمكن المورد من المساعدة، وأبرز هذه العناصر ما يلي²:

- تهيئة العناصر المادية من أراضي، مباني، طاقة وغيرها من العناصر التي تتطلبها التكنولوجيا المنقولة.
- تهيئة العناصر المعنوية من خلال تهيئة الكوادر البشرية التي توكل إليها مهمة التعامل مع هذه التكنولوجيا، والتي لا بد أن يتم اختبارها وفق آلية تحدم هذه الغاية وهذا ما أكدته منظمة Unictad على أن نقل التكنولوجيا لا ينبغي فقط أن يتضمن معنى استيراد آلات وأساليب إنتاج حديثة، وإنما ينبغي أن يسعى إلى نقل التكنولوجيا استناداً إلى توطين حركة التكنولوجيا ذاتها³، بمعنى تنمية قدرات الدولة على تصنيع التكنولوجيا المستوردة، وهذا ما يتطلب من المتلقي تحديد احتياجاته التكنولوجية بصورة دقيقة وبما يتلائم مع خططه التنموية الشاملة، وسعيه إلى توفير شروط نجاحها واستيعابها عن طريق تطوير قدراته الذاتية

¹ وليد عودة الهمشري، مرجع سابق، ص 167.

² نفس المرجع، ص 168.

³ نداء كاظم، الأثار القانونية لعقود نقل التكنولوجيا، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن 2003، ص 138.

وظروفه المادية، واسهامه في تنمية الموارد الطبيعية والبشرية اللازمة لذلك، والتي تتولى عملية التنفيذ وتطوير التكنولوجيا المنقولة حسب ظروف بيئة المتلقي.

ج. **الالتزام بعدم الترخيص من الباطن:** إلى جانب التزام المتلقي بدفع مقابل التكنولوجيا المنقولة، والتزامه بتهيئة البيئة الملائمة لها، فإنه يقع على عاتقه أيضا التزامه بعدم الترخيص من الباطن، وهي من أهم الشروط التي يحرص المورد على ادراجها في مختلف أنواع عقود نقل التكنولوجيا، سواءا تمثلت في براءة اختراع أو معرفة فنية أو غيرها من أشكال الملكية الصناعية، التي يكون محلها نقل مهارات أو تقنية تقدم حلا لمشكلة صناعية أو تسهم في تطوير الإنتاج وتحسينه¹، لذلك يحرص عليها المورد حتى لا يتم انتشارها دون علمه، أما إذا ما أراد المتلقي الترخيص لها من الباطن، فيجب أن يأخذ موافقة المورد أولا.

3. الالتزامات المشتركة:

هي مجموعة من الالتزامات والتي يلتزم بها كلا من المورد والمتلقي عند إبرام عقد نقل التكنولوجيا، هذه الالتزامات تتمثل في كل من:

أ. الالتزام بالملاحظة على سرية التكنولوجيا المنقولة:

انطلاقا من فكرة أن التكنولوجيا تعد أحد أهم الاسباب التي تمنح لمنتجها ميزة التقدم والتفرد والتواجد الدولي، والقدرة التنافسية في الأسواق الدولية، فإن الاتجاه الطبيعي لمنتجها هو محاولة الاحتفاظ بإحتكارها، عن طريق الالتزام بالمحافظة على سريتها، لذلك تلعب السرية دورا هاما في إطار توفير الضمانات في عقود نقل التكنولوجيا لكونها إحدى الركائز الأساسية في عالم التقنيات التكنولوجية المتطورة، ونتيجة لذلك يحرص كلا الطرفين على الحفاظ على سرية هذه المعارف بهدف منع وصولها إلى الغير، حيث يشكل هذا الأداء المشترك التزاما جوهريا يهتم به كلا الطرفين سواء قبل إبرام العقد أي في مرحلة التفاوض أو بعدها.

تجدر الإشارة إلى أن هناك اختلاف بين الأسرار الصناعية والمعرفة الفنية، حيث يمكن التفرقة بينهما من حيث المضمون والهدف²:

¹ جلال وفاء محمد، مرجع سابق، ص 76.

² محمود الكيلاني، مرجع سابق، ص 109.

- من حيث المضمون: السر الصناعي هو طريقة فنية معينة، ويعتبر السر الصناعي عنصراً في المعرفة الفنية، لذا فإن هذه الأخيرة أشمل من السر الصناعي.
- من حيث الهدف: السر الصناعي هو عبارة عن تكنولوجيا تقتصر حركتها بين مؤسسة واحدة وفروعها، أما المعرفة الفنية فتلعب دوراً مهماً في الاقتصاد بعد تكرار الأبحاث والتجارب، وانفاق المال للوصول إليها لكل المؤسسات والمصانع في مختلف بلدان العالم.

ب. الالتزام بالتبصير ودرء المخاطر:

يعد الالتزام بالأدلاء بالمعلومات والبيانات أحد المبادئ الهامة التي تحكم المفاوضات حيث يتضمن هذا المبدأ التزاماً مشتركاً بين طرفي العقد للإدلاء كل للأخر في مرحلة المفاوضات أو عند إبرام العقد بكافة المعلومات والبيانات المتوفرة لديه، أو تلك التي يطلبها الطرف الآخر، وتكون ذات صلة بالظروف التي تمس التكنولوجيا المتوقع نقلها من خلال ذلك العقد، والهدف من هذا الالتزام هو تبصير الطرف الآخر بما قد يعزز أو يؤثر على إنشاء العقد، سيما أن أحد الأطراف وهو المتلقي يقبل على إبرامه وهو غير متكافئ مع الطرف الآخر، الأمر الذي يتطلب حاجته إلى معرفة المزيد عن هذه التكنولوجيا من خلال تبصيره بما يعلمه الطرف المورد¹.

لذلك ومن أجل حماية الأطراف المتعاقدين، يجب أن يلتزم كل منهما قبل إبرام العقد، بالإدلاء بكافة المعلومات والبيانات المتعلقة بالتكنولوجيا المنقولة، ومن أهم ما يلتزم به الطرفان ما يلي²:

- تزويد المتلقي بالمعلومات اللازمة لتمكنه من الوقوف على عناصر التكنولوجيا، وتقدير قيمتها، على أن تكون المعلومات مفصلة قدر المستطاع.
- التصريح بكل ما أبرمه الطرفان من اتفاقيات سابقة تؤثر في عقد نقل التكنولوجيا التي تجري المفاوضات بشأنها وذلك بالقدر الذي لا يحدث ضرراً.
- التزام المستورد بتزويد المتلقي بالمعلومات المتاحة له خاصة ما تعلق منها بالظروف الفنية في دولته وأهدافه التنموية وتشريعاتها ذات الصلة بنقل التكنولوجيا وذلك بالقدر اللازم لتمكين المورد من تنفيذ التزاماته.

¹ حمدي بارود المبادئ التي تحكم المفاوضات في عقود نقل التكنولوجيا، مجلة القانون والاقتصاد، العدد 74، القاهرة، مصر، 2004، ص 14.

² وليد عودة الهمشري، مرجع سابق، ص 167.

- يتعهد المورد بإطلاع المستورد على ما لديه من أسباب أو معلومات (مخاوفه) تجعله يعتقد أن استعمال التكنولوجيا أو المنتجات الناتجة عن تطبيقها، لا يناسب بيئة المستورد، أو أنه يمثل خطراً على الصحة العامة.

- تعهد المورد بإطلاع المستورد على ما يعلمه من قيود أو منازعات تتعلق بالحقوق التي تشملها التكنولوجيا محل النقل.

ج. الالتزام بتبادل التحسينات:

في ظل التطور الدائم والمستمر للتكنولوجيا، ووجود وجهات أخرى منافسة غير أطراف العقد المبرم، تسعى وبشكل دائم للوصول إلى تكنولوجيا أكثر تطوراً واستجابة لمتطلبات السوق من التكنولوجيا القديمة، يفرض على أطراف عقد نقل التكنولوجيا السعي لإدخال التحسينات اللازمة وبشكل دائم على تلك التكنولوجيا المنقولة، لذلك تنشأ العديد من المسائل المتعلقة بتحسين التكنولوجيا المنقولة وتطويرها، والتحسينات التي تطرأ على التكنولوجيا المنقولة قد يتوصل إليها الطرف المورد أو المتلقي أو تحدث من قبل الغير، لذلك يرغب الأطراف تبادل تلك التحسينات لما في ذلك من زيادة في أطر التقدم والتطور التكنولوجي التي يسعى كلا الطرفين ادراجها في عقد نقل التكنولوجيا والالتزام بها¹.

لكن كيف يمكن التمييز بين التكنولوجيا المنقولة وبين ما توصل إليه المورد أو المتلقي من تكنولوجيا جديدة، لذلك وفي هذا الصدد يجب أن نميز بين التكنولوجيا المنقولة والتحسينات المضافة، حيث تنقسم التحسينات المضافة إلى قسمين²:

- التحسينات الجوهرية: وهي تلك التحسينات التي من شأنها أن تغير من طبيعة التكنولوجيا المنقولة، كونها تقع على تعديلات أساسية على التقنية التي تم التعاقد عليها، لكن دون أن ترقى إلى درجة التجديد أو الابتكار.

- التحسينات الثانوية: وهي تلك التحسينات التي لا تغير من طبيعة التكنولوجيا المنقولة وإنما تقتصر على الجوانب الثانوية المتعلقة بزيادة كفاءة أو فاعلية التكنولوجيا المنقولة بنسبة محددة.

¹ وليد عودة الهمشري، مرجع سابق، ص 245.

² نداء كاظم، مرجع سابق، ص 214.

المبحث الثالث: التكنولوجيا المنقولة وتعزيز تنافسية الصادرات في الأسواق الدولية:

من أهم التحديات التي تواجه صادرات مختلف دول العالم التغيرات والديناميكية الكبيرة التي تتصف بها الأسواق الدولية، حيث لا يمكن الحفاظ على مستوى وحجم صادرات أي بلد في مثل هذه الأسواق إلا من خلال كل الجهود من أجل تحقيق البقاء واستمرارية تواجد صادراتها فيها، وذلك عن طريق تحقيق مزايا تنافسية مستدامة أو متجددة تتكيف ومختلف الظروف، سواءً عن طريق إنتاج منتجات جديدة أو تحسين الحالية منها، أو تغيير أساليب الإنتاج، ولا يأتي هذا إلا بالإهتمام بالميدان التكنولوجي والاستثمار فيه من أجل تكوين قاعدة تكنولوجية من خلال الإعتماد على استراتيجيات من شأنها أن تدفع بعجلة التطور كبناء مراكز البحث التطبيقي، وتمويل مشاريع البحث والتطوير الجادة والملائمة لاحتياجات الاقتصاد الوطني حتى تكون المنتجات الداخلة في العملية التصديرية أكثر تنافسية.

المطلب الأول: مفهوم التنافسية:

يعتبر مفهوم التنافسية من المفاهيم التي لا تزال يشوبها الكثير من الغموض والإبهام في تحديد معالمها وتعريفها، فأصل التنافس المنافسة، حيث تعرف لغويا على أنها بذل الجهد في سبيل تحقيق التفوق، وفي القرآن الكريم، نجد التصوير القرآني للنعم التي يلقاها المؤمنون، حيث يثنا سبحانه وتعالى على التنافس في العبادات، التنافس في فعل الخير في قوله تعالى، ﴿وَفِي ذَلِكَ فَايْتِنَافَسِ الْمُتَنَافِسِينَ﴾¹ سورة المطففين الآية 26، أما اصطلاحاً فمصطلح Concurance مشتق من الاصطلاح اللاتيني CUM-LUDERE والتي تعني اللعب في الجماعة أو اللعب الجماعي وما يوفره ذلك من صراع واحتدام بين اللاعبين¹.

يختلف مفهوم التنافسية اقتصادياً باختلاف محل الحديث عنها، إذا ما كان مؤسسة أو قطاعاً أو دولة، فالمؤسسة تسعى من خلال التنافسية إلى كسب حصة في السوق، تختلف عن تنافسية القطاع متمثل بمجموعة من المؤسسات العاملة في صياغة معينة، وهاتان بدورهما تختلفان عن تنافسية دولة تسعى لتحقيق معدل مرتفع ومستدام لدخل الفرد فيها.

فالتنافسية على مستوى المؤسسة تعرف على أنها القدرة على تزويد المستهلك بمنتجات وخدمات بشكل أكثر كفاءة وفعالية من المنافسين الآخرين في السوق، مما يعني نجاحاً مستمراً لهذه المؤسسة على الصعيد

¹ محرز أحمد محمد، الحق في المنافسة المشروعة في مجالات النشاط الاقتصادي، دار الكتب القانونية، مصر، 2004، ص 07.

العالمي في ظل غياب الدعم والحماية من قبل الحكومة، ويتم ذلك من خلال رفع إنتاجية عوامل الإنتاج الموظفة في العملية الإنتاجية¹.

كما تعني المهارة أو التكنولوجيا المستعملة أو المورد المتميز الذي يتيح للمنظمة إنتاج قيم ومنافع للمستهلكين تزيد كما يقدر لهم المنافسون ويؤكد تميزها واختلافها عن هؤلاء المنافسين من وجهة نظر العملاء الذين يتقبلون هذا الاختلاف والتميز.

أما على مستوى القطاع أو النشاط، فتعني التنافسية قدرة المؤسسات المتميزة لنفس القطاع لدولة ما على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق الدولية دون الاعتماد على الدعم والحماية الحكومية، وهذا ما يؤدي إلى تمييز تلك الدولة في هذا المجال وتقاس تنافسية صناعة معينة من خلال الربحية الكلية للقطاع².

في حين أن التنافسية على مستوى الدولة تعني قدرة البلد على تحقيق معدل مرتفع ومستمر لمستوى دخل أفرادها مما يوفر مستوى معيشة أفضل للفرد، الأمر الذي يؤدي في النهاية إلى الرخاء والازدهار، أو هي القدرة التي يمتلكها الاقتصاد الوطني لكي يطرح منتجاته وخدماته بمستوى راق يتمكن من خلالها أن ينمو ويرفع مستوى المعيشة للمواطنين.

عرفها كذلك جيفري ساكس JEFFRY SACKS على أنها قدرة المؤسسات الاقتصادية للدولة وسياساتها على تحقيق النمو على ضوء الهيكل الكلي للإقتصاد العالمي، وهذا دل على شيء فإنما يدل على أن الاقتصاد يكون منافسا عالميا إذا كانت مؤسساته وسياساته تدعم النمو الاقتصادي السريع³، تجدر الإشارة إلى أنه عند الحديث عن التنافس الدولي ليس المقصود به أن الدول تتنافس مثلما تتنافس المؤسسات الاقتصادية وفيما بينها، وإنما المقصود به هو تنافس الدول اقتصاديا عبر مؤسساتها الاقتصادية الناشطة في مجالات معينة وهذا ما اعترضه جملة وتفصيلا الاقتصادي الأمريكي Poul Kruguman (بول كروغمان) حيث يبين أن الدول

¹ مصطفى أحمد الوطي، عبد المطلب مفتاح أحمد، أثر الانضمام لمنظمة التجارة العالمية على القدرة التنافسية للاقتصاد الليبي، ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر رفع القدرة التنافسية للمنتجات المحلية، اللجنة الشعبية العامة للاقتصاد والتجارة والاستثمار، طرابلس، 08 أوت 2007.

² كمال رزيق، فارس مسدور، تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، المتلقي الوطني الأول حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وتحديات المناخ الاقتصادي الجديد، جامعة ورقلة، 22-23 أفريل 2003، ص 201.

³ عبدوس عبد العزيز، دور الميزة التنافسية في تحسين أداء المؤسسات (دراسة حالة الجزائر)، ماجستير، جامعة تلمسان، 2006، ص 85.

عندما تتنافس تتنافس من خلال اختياراتها للسياسات والمؤسسات التي تحفز النمو في الأجل المتوسط أو الطويل، أما الأداء التنافسي فيقع على المؤسسات من خلال تبني أفضل التطبيقات الإدارية والتكنولوجية.

عرفت التنافسية كذلك من طرف Laura Dandra Taysar على أنها القدرة على إنتاج السلع والخدمات التي تواجه اختبار المنافسة الدولية بشكل يتمتع فيه مواطنو الدولة بمستوى معيشة متنام ومستدام¹.

عرفها Aldington على أنها قدرة الدولة على توريد الموارد اللازمة لمواجهة الحاجات اللازمة، أو على خلق ونتاج وتوزيع المنتجات والخدمات في التجارة الدولية بينما يكسب عوائد متزايدة لموارده².

كما يمكن تعريف التنافسية على أساس التجارة الخارجية ومستوى المعيشة كالتالي:

1- على أساس وضعية التجارة الخارجية: حيث تعرف وفق هذا التصنيف على أساس وضعية الميزان

التجاري للدولة، إذ تعتبر حالة الفائض قوة تنافسية للدولة، أما حالة العجز، فهي دلالة على تدهور القوة التنافسية لها لكن هذا المفهوم لا يمكن تعميمه، باعتبار أن الفائض في الميزان التجاري قد يدل في بعض الأحيان على تدهور تنافسية الدولة، كما يمكن أن يدل العجز على قوة اقتصاد الدولة في بعض الأحيان، ومن الممكن كذلك بلوغ مستويات معيشة مرتفعة من خلال وجود عجز تجاري متنامي والعكس صحيح³.

2- التصنيف المعتمد على أساس مستوى المعيشة: حيث تعرف التنافسية وفق هذا التصنيف على

أنها قدرة الدولة على تحقيق مستويات معيشية متزايدة من خلال تحقيق معدلات مرتفعة من النمو الاقتصادي مقاسا بمعدل نمو نصيب الفرد من الناتج المحلي للإجمالي⁴.

¹ أحمد بلالي، استراتيجية التنافس كأساس لميزة تنافسية مستدامة، المؤتمر العلمي حول الأداء المتميز، جامعة ورقلة، مارس 2005، ص 461.

² وديع محمد عدنان، القدرة التنافسية وقياسها، مجلة خبير التنمية، المعهد العربي للتخطيط الكويت العدد 24، 2003، ص 09.

³ عطا الله وراذ خليل، دور التنافسية في دعم قرارات اقتصاد المعرفة والتنمية الاقتصادية (دراسة محاسبية مقارنة)، المؤتمر الدولي الخامس، اقتصاد المعرفة والتنمية الاقتصادية، جامعة الزيتونية الادرنية، عمان، 27/28 أبريل 2005 ص 04.

⁴ زايري بلقاسم، بلحسن هواري، تحليل بيئة الأعمال وتنافسية الاقتصاد الجزائري، المتلقي الدولي الأول حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي، ومساهمته في تكوين المزايا التنافسية للدول العربية، جامعة الشلف 27/28 نوفمبر 2007، ص 04.

3- التصنيف المعتمد على وضعية التجارة الخارجية ومستويات المعيشة:

يعتمد هذا التصنيف في تعريف التنافسية على التوافق بين وضعية الميزان التجاري ومستويات المعيشة المحققة، حيث تعرف:

- أ. تعريف الأونكتاد (Unctad): القدرة التنافسية هي الوضع الذي يمكن الدولة في ظل شروط السوق الحرة العادلة من إنتاج السلع والخدمات التي تلائم الأذواق في السوق العالمية، وفي نفس الوقت تحافظ وتزيد الدخول الحقيقية لأفرادها في الاجل الطويل¹.
 - ب. تعريف معهد التنافسية الدولية: تعني التنافسية قدرة البلد على²:
 - ك. انتاج سلع وخدمات أكثر وأكفاء نسبيًا، ويقصد بالكفاءة:
 - تكلفة أقل: من خلال تحسينات في الإنتاجية واستعمال الموارد بما فيها التكنولوجيا والتنظيمية.
 - جودة عالية: وفقا لأفضل معلومات السوق والإنتاج.
 - أكثر ملائمة: وهي الصلة مع الحاجات العالمية وليس فقط المحلية، في المكان والزمان ونظم التوريد، بالاستفادة من المعلومات الحديثة عن السوق ومرونة كافية في الإنتاج، التخزين والإدارة.
 - ل. التحول نحو السلع عالية التصنع والتكنولوجيا ذات القيمة المضافة العالمية في السوقين المحلي والدولي، وبالتالي الحصول على عوائد أكبر متمثلة في دخل وطني أعلى للفرد وذو نمو مطرد، وهو أحد عناصر التنمية البشرية.
 - م. استقطاب الاستثمارات الأجنبية المباشرة من خلال خلق بيئة مناسبة لرفع المزايا التنافسية التي تضاف إلى المزايا النسبية.
- وقد أوجز هذا المعهد التعريف كما يلي: "تتعلق التنافسية الوطنية بالأداء الحالي والكامن للأنشطة الاقتصادية المرتبطة بالتنافس مع الدول الأخرى"
- وبالتالي وضع لهذا التعريف مجالاً يتناول من خلاله الأنشطة التصديرية ومنافسة الواردات والاستثمار الأجنبي المباشر.

¹ علي عبد الله، الأداء المتميز، المؤتمر الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة 08/09/09، مارس 2005 ص 230.

² مصطفى أحمد الوطني، عبد المطلب مفتاح أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 04.

ج. تعريف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OCDE:¹ تعرف OCDE التنافسية وفق مجموعة من الداخل:

- إن التنافسية على مستوى الاقتصاد الوطني تعني الدرجة التي تمكن وفي شروط سوق حرة وعادلة إنتاج السلع والخدمات التي تواجه أذواق الأسواق الدولية في الوقت الذي تحافظ فيه على توسع الدخول الحقيقية للشعب على المدى الطويل.

- القدرة على إنتاج السلع والخدمات التي تواجه اختيار المزاومة الخارجية في الوقت الذي تحافظ فيه على وتوسيع الدخول الحقيقي.

د. تعزيز التنافسية العربية عرفها على أنها الأداء النسبي الحالي والكامن للاقتصاديات العربية في القطاعات والأنشطة التي تتعرض للمزاومة من قبل الاقتصاديات الأجنبية².

عرفت التنافسية كذلك من طرف المجلس التنافسية الصناعية الأمريكي معتمدا أربعة مؤشرات والاستثمار، الانتاجية، التجارة ومستوى المعيشة، حيث تشكل مجتمعة التنافسية، حيث عرفها على أنها قدرة الدولة على إنتاج السلع والخدمات التي تقابل الأذواق العالمية وفي نفس الوقت تحقيق مستوى معيشي متزايد على المدى الطويل، أو هي مقدرة البلد على توفير وطرح سلع وخدمات تكون مستوفية لشروط الأسواق العالمية وتسمح في حينها بتنمية المداخل الحقيقية التي تعتبر الوسيلة الأساسية لتحقيق الرفاهية للسكان والتنافس فقط³.

كما عرفها المجلس الأوروبي في إجتماعه ببرشلونة عام 2000 على أنها القدرة على التحسين الدائم لمستوى المعيشة وتوفير مستوى تشغيلي عالي وتماسك اجتماعي، وهي تغطي مجالا واسعا وتخص كل السياسة الاقتصادية⁴.

¹ تقرير التنافسية العربية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 2003، ص 21.

² نفس المرجع، ص 22.

³ عمر محمد عماني، مرى تأثير برنامج الإصلاح على القدرة التنافسية على الاقتصاد، مجلة البحوث والدراسات العلمية، القاهرة، 1997، ص 204.

⁴ Debonneuil Michelle et fontagne Tidiel – comitivité conseil d'analyse economique- Paris, 2003 . p 13.

للتنافسية درجة بالغة الأهمية خاصة بالنسبة للدول النامية حيث تمكنها من الاستفادة من الامكانيات التي تتمتع بها مؤسسات الدول المتقدمة، حيث يشير تقرير التنافسية العالمي إلى أن الدول الصغيرة أكثر قدرة على الاستفادة من مفهوم التنافسية من الدول الكبيرة، حيث يتيح لها فرصة الخروج من محدودية السوق الصغيرة إلى رحابة السوق العالمي، وتجدر الإشارة إلى أن المؤسسات هي التي تتنافس وليست الدول وعليه فإن المؤسسات التي تمتلك قدرات تنافسية عالية تكون قادرة على المساهمة في القوة الاقتصادية للدولة من خلال نجاحها في منافسة المنتجات سواء المحلية أو الأجنبية في السوق المحلية وقدرتها على اقتحام الأسواق الدولية من خلال التصدير والاستثمار الأجنبي المباشر، فالقدرة التنافسية للمؤسسة تتجلى في تميز منتجاتها عن باقي منتجات منافسيها وهذا ما يسمى بالميزة التنافسية.

تعريف الميزة التنافسية:

إن الدخول في دائرة التنافس لا يعني القضاء على المنافسين، وإنما تقديم منتجات ترضي المستهلكين تختلف عما يقدمه لهم المنافسين، ومن أهم التعاريف التي حضيت بها الميزة التنافسية نذكر منها¹:

- هي القدرة على تحقيق حاجات المستهلك أو القيمة التي يتم الحصول عليها من ذلك المنتج.
- هي ما تختص به المؤسسة دون غيرها ويعطي قيمة مضافة للمستهلكين بشكل يزيد أو يختلف كما تقدمه المؤسسات المنافسة في السوق.
- هي مجموعة المهارات والتكنولوجيا والموارد والقدرات التي تستطيع الإدارة تنسيقها واستثمارها لتحقيق أمرين أساسيين:

✓ إنتاج قيم ومنافع لعملاء أعلى مما يحققه المنافسون

✓ تأكيد حالة من التمييز والاختلاف فيما بين المؤسسة ومنافسيها.

ومن خلال كل ما سبق نستنتج أن الميزة التنافسية هي القدرة على تحقيق حاجات ورغبات المستهلكين باعتبار أن المستهلك هو حجر الأساس في السوق وإرضاءه يعتبر الهدف الأساسي لكل مؤسسة تسعى للحصول على الزيادة أو أقل شيء تحقيق البقاء في السوق، ومنه فإن الميزة التنافسية تعني تقديم منتجات متميزة عما يقدمه المنافسون في السوق وإرضاء الزبائن بشكل يختلف أو يفوق عنهم، ومن أهم الوسائل التي

¹ عبد الستار محمد العلي، إدارة الإنتاج والعمليات، مدخل كمي، رويال للطباعة والنشر، الأردن، 2000.

تحقق للمؤسسة هذا المسعى امتلاكها لتكنولوجيا متطورة لا تستطيع المؤسسات المنافسة لها امتلاكها وهذا ما يسمى بالقدرات الاستراتيجية، وليس المقصود بالتكنولوجيا فقط براءات الاختراع في هذا الصدد، بل كل التقنيات والمهارات والأساليب الإنتاجية التي من شأنها تغيير طريقة العمل نحو إنتاج منتجات بتكاليف أقل وجودة أعلى وتكون مطابقة أو على الأقل تقلل من الفجوة بين القيمة المتوقع للمنتج في ذهن المستهلك والقيمة المدركة بعد استهلاك أو استعمال المنتج، وبالتالي فللتكنولوجيا درجة بالغة الأهمية في تعزيز تنافسية منتجات المؤسسة في السوق وهي العامل الأساسي الذي عن طريقه تحقق الدخول إلى الأسواق الدولية سواء كان طريق التصدير أو الاستثمار الأجنبي المباشر.

المطلب الثاني: التكنولوجيا المنقولة والقوى التنافسية

تعمل التكنولوجيا غالباً على تكثيف القوى التنافسية في الأسواق الدولية، وتنبثق قوة التكنولوجيا على إثارة المنافسة من خلال:

- التأثير على القوة التنافسية بين المنافسين في نفس القطاع.
- التأثير على الدخلاء المحتملين.
- التأثير في قوة تهديد السوق بالمنتجات البديلة.
- التأثير في قوة التنافسية للزبائن.
- التأثير في قوة التنافسية للمنافسين.

أولاً: تأثير التكنولوجيا على القوة التفاوضية للمنافسين:

يتجلى أثر التكنولوجيا في التأثير على القوة التفاوضية للمنافسين في القطاع في:

1- تخفيض تكلفة المنتجات: حيث أن ادخال التكنولوجيا في العمليات الإنتاجية خاصة إذا كانت تكنولوجيا جديدة تؤدي إلى تخفيض تكلفة الإنتاج، مما يؤثر على الأسعار النهائية للمنتجات، وبذلك تستطيع المؤسسات استخدام هذه الأسعار كسلاح لجذب العملاء، مما تنشأ ما تسمى بالمنافسة السحرية، حيث تنحى المؤسسات المنافسة نفس منحى تخفيض الأسعار، إلا أنها تواجه مشكلة انخفاض هامش الربح، وبالتالي فإن التكنولوجيا منخفضة التكاليف تدعم الاستراتيجية التنافسية التي تستهدف الإنتاج بأقل تكلفة ممكنة في وجه المنافسين سواء المحليين أو الأجانب،

خاصة وأن عقود نقل التكنولوجيا ومن بين الالتزامات المشتركة لها بين الأطراف تتميز بسرية المكونات التكنولوجية المنقولة، فإن المنافسين لن يتمكنوا من الحصول عليها أو تقليدها.

2- الرفع من جودة المنتجات: فالتكنولوجيا تؤدي إلى ابتكار منتجات جديدة ومبتكرة، خاصة إذا

كانت تكنولوجيا ملائمة لبيئة مؤسسة، حيث تستطيع هذه الأخيرة ابتكار منتجات وفقا لحاجات ورغبات المستهلكين المحليين وبالجودة المطلوبة، فإذا ما نجحت محليا تسعى مؤسسة إلى تمديد هذا النجاح إلى الأسواق الخارجية من أجل جذب عملاء جدد في هذه الأسواق وبالتالي اكتساب حصة سوقية في الأسواق الدولية.

3- التعلم والخبرة: إن لإستخدام الأمثل للتكنولوجيا المنقولة سواء كانت أفقية أو رأسية تؤدي إلى

اكتساب الخبرة لدى عمال مؤسسة، مما يؤدي إلى التوطين الصحيح لهذه التكنولوجيا، الأمر الذي يؤدي الى توليد تكنولوجيا إما عن طريق إضافة تحسينات للتكنولوجيا القائمة، أو توليد تكنولوجيا جديدة تماما عن طريق التعلم والخبرة المكتسبة من التكنولوجيا المنقولة، الأمر الذي يؤدي تكون قاعدة تكنولوجية جيدة ومستمرة تستطيع مؤسسة من خلالها مواجهة مختلف المنافسين المحليين والناشطين على المستوى الدولي وبالتالي الرفع من صادراتها وارتفاع الحصة السوقية في تلك الأسواق.

ثانيا: تأثير التكنولوجيا على القوة التفاوضية للداخليين للجدد للأسواق الدولية:

إن عقود التكنولوجيا توفر للمؤسسة المتلقية تكنولوجيا تستطيع عن طريقها التفرد في إنتاج وتسويق منتجات مبتكرة ومتوافقة وحاجات ورغبات المستهلكين، الأمر الذي يساعدها في بناء الولاء لعلامتها التجارية، ما يؤدي إلى تقليص المخاطر المرتبطة بدخول منافسين جدد، بذلك فعلي المؤسسات المتلقية أن تختار التكنولوجيا التي من شأنها زيادة العوائق في وجه الداخليين الجدد، خاصة في الأسواق الدولية، حيث تستفيد المؤسسات المحلية في هذه الأسواق من مختلف أنواع الدعم (لتعزيز موقعها)، أما إذا كانت مؤسسة المصدرة تمتلك تكنولوجيا من شأنها توفير التفرد في منتجاتها، فلا يمكن لها دخول هذه الأسواق حتى لو كانت أسواق محلية بالنسبة لها (أي بالنسبة للشركات المحلية)، حيث توفر التكنولوجيا العديد من الآليات التي من شأنها إعاقاة الداخليين الجدد منها:

- **التفرد في الإنتاج:** حيث توفر التكنولوجيا خاصية التفرد في الإنتاج من خلال استحواذ مؤسسة على حقوق ملكية تكنولوجية معينة.

- **التفرد بالسوق:** حيث توفر التكنولوجيا إنتاج منتجات مبتكرة وجديدة، الأمر الذي يؤدي بمؤسسة المنتجة فرض أسعار مرتفعة نتيجة إنعدام المنافسة في الأسواق المحلية أو الدولية.

وبذلك فإن التكنولوجيا توفر خاصية التفرد التي من شأنها إقامة عوائق تحول دون دخول منافسين جدد.

ثالثا: تأثير التكنولوجيا على القوة التفاوضية للمنتجات البديلة:

تتميز الأسواق الدولية بخاصية الديناميكية، حيث تنمو حركتها وتطور بشكل كبير، خاصة من حيث تنافسية منتجاتها، لذلك فإن عقود نقل التكنولوجيا من شأنها توفير نقل التكنولوجيا التي تواكب هذه التطورات، فهذه التكنولوجيا يمكن لها أن تؤثر على المنتجات البديلة بطريقتين:

ن. **الطريقة الأولى:** يمكن للتكنولوجيا أن تساهم في تخفيض مؤسسة على إحلال أحد المدخلات محل مدخل آخر يكون دالة في كل من الأسعار النسبية للمدخلات وأداء المدخلات الجديدة، وتكلفة الإحلال بين المدخلات، وبالتالي تسمح التكنولوجيا المنقولة بخلق بدائل قوية ودقيقة تمثل تمهيدا تنافسيا كبيرا.

هـ. **الطريقة الثانية:** يمكن للتكنولوجيا أن تنتج منتجات غير قابلة للإحلال، بمعنى أنه لا يمكن للشركات المنافسة إحلال مدخل محل مدخل آخر، مما يعزز تنافسية منتجاتها في الأسواق المحلية والدولية، وبالتالي زيادة حجم الصادرات إلى هذه الدول.

رابعا: تأثير التكنولوجيا على القوة التفاوضية للزبائن:

تعمل التكنولوجيا عن طريق خاصية التفرد التي تضيفها على منتجات مؤسسة على تخفيض القوة التفاوضية للزبائن حيث أن إذا كانت منتجات مؤسسة المصدرة إلى أسواق تتواجد فيها منتجات يمكن للزبائن المفاضلة بينهما وبين منتجات مؤسسة، كلما زادت القوة التفاوضية للزبائن، أما إذا عملت هذه التكنولوجيا على إضافة خصائص جديدة للمنتج وكانت هذه الخصائص تمثل الأساس الذي يعتمد عليه الزبون في اختيار المنتج، فإن نطاق المفاضلة بين المنتجات يقل مما يؤدي إلى تخفيض القوة التفاوضية للزبائن.

المطلب الثالث: دور التكنولوجيا المنقولة في تحقيق الاستراتيجيات التنافسية:

يتوجب على المؤسسات حفاظا على بقاءها وتفوقها في الأسواق الدولية التي تمتاز بشدة المنافسين من جهة وللتكيف مع المتغيرات التكنولوجية المتسارعة من جهة أخرى، أن تمتلك مزايا تنافسية وذلك بإتباعها لاستراتيجيات مدروسة تمكنها من تعزيز تنافسيتها وفي الأسواق الدولية أصبحت التكنولوجيا تمثل حافزا قويا للإبتكار والتجديد، حيث يدفعها ذلك لمبادرة منتجات جديدة وعمليات جديدة تمكنها من تحقيق أرباح معتبرة، وبالتالي تعد التكنولوجيا أحد أهم الركائز الأساسية في بناء تنافسية مؤسسة في الأسواق الدولية، أي أنه إذا اردت أن لا تتخلف عن السباق التنافسي، فيتعين عليها إتخاذ خطوات وإجراءات لتقديم منتجات أو لتطوير تقنيات جديدة لإنتاج هذه المنتجات بكل ثقة وبتكاليف منخفضة تلي مختلف حاجات العملاء الحاليين والمتوقعين.

اولا. الدور الاستراتيجي للتكنولوجيا:

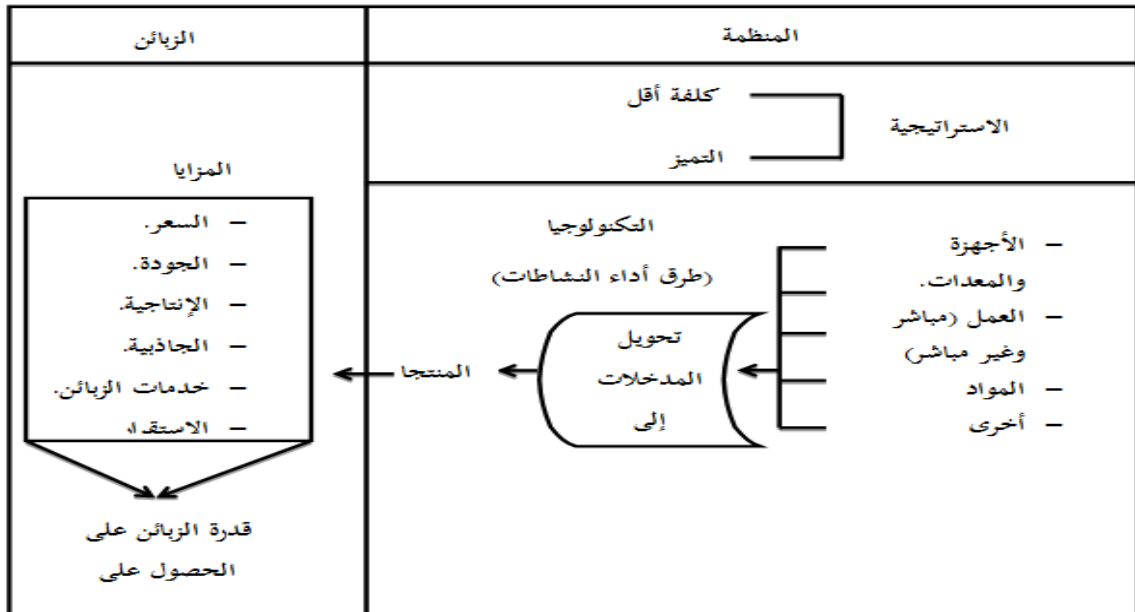
تمثل التكنولوجيا دورا هاما في مختلف اقتصاديات الدول والمؤسسات لمساهمتها في تحقيق الأداء المتميز وتحسين وتعزيز ديمومة مراكز التنافسية سواء في الأسواق المحلية أو بالنسبة لصادراتها في الأسواق الدولية، مما يؤكد ضرورة مواكبة التغيرات التكنولوجية السريعة والهائلة في ميادين العمليات من خلال تطبيق التكنولوجيا الملائمة لتعظيم مواردها، حيث تعمل التكنولوجيا على تحقيق العديد من الفوائد أهمها¹:

1. تقليل التكاليف الإنتاجية والتوزيعية والتسويقية بصفة عامة.
2. المساهمة في زيادة المبيعات من خلال الاعتماد وعلى الابداع التكنولوجي، حيث اكتشفت مؤسسة (MCI) للإتصالات بأن تحديث نظم الحاسوب ساهم في تقديم خدمات هاتفية مبتكرة، مما أثر بشكل مباشر في زيادة مبيعاتها وبشكل كبير.
3. المساهمة في تحسين الجودة من خلال الاعتماد على التكنولوجيا، الأمر الذي يؤدي إلى تخفيض نسب الأخطاء في العمليات الانتاجية وإنتاج منتجات بشكل متميز.
4. تؤدي التكنولوجيا المتطورة إلى تسريع أوقات التسليم من خلال ضبط أوقات التشغيل والتأخيرات في العمل.

¹ غسان قاسم اللامي، مرجع سابق، ص 42.

5. تحسين الظروف البيئية، إذ تساهم التكنولوجيا الحديثة في القضاء على الضوضاء من خلال تقليل الحاجة لأدوات الحماية من الأصوات، بالإضافة إلى تقليل من نسب التلوث البيئي.
6. تبرز أهمية التكنولوجيا لعدة عوامل مثل الابداع التكنولوجي وطبيعة المنافسة العالمية والتحول من الإنتاج الواسع للمنتجات النمطية إلى منتجات وفقا لطلبات الزبائن التي تتطلب الاعتماد على نظم إنتاج ذات مرونة عالية تساعد في تقديم منتجات متميزة.
7. تمثل التكنولوجيا ظاهرة اجتماعية تكيفيه بإعتبارها تهتم بمجموعة من الوسائل التي يستخدمها الأفراد للسيطرة على المتغيرات البيئية المحيطة بهم وإشباع احتياجاتهم، مما يتطلب تجسيدها بالاختراعات والتجديدات والابداعات في المنتجات والوسائل والعمليات.
8. تساهم في تقديم طرق وتقنيات جديدة تمكن من تحقيق مستويات أداء عالية، كما هو الحال في تقنيات إدارة التصنيع اليابانية مثل رقابة الجودة الشاملة، والإنتاج في حينه (just intime) والتي ترتبط بثلاث مزايا تنافسية وهي السعر المنخفض، والجودة العالية، والتسليم في الوقت المحدد إذ تحقق التقنيات الجديدة زيادة قيمة المنتجات لدى الزبائن كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم (3-5): التكنولوجيا والميزة التنافسية



المصدر: غسان قاسم اللامي، مرجع سابق، ص 45.

ثانيا. التكنولوجيا واستراتيجيات التنافسية.

يمكن التمييز في هذا الصدد بين نوعين رئيسيين من استراتيجيات التنافسية استراتيجية السيطرة بالتكاليف واستراتيجية التميز.

1. التكنولوجيا واستراتيجية السيطرة بالتكاليف:

إن استراتيجية التكلفة الأقل تعد مدخلا تنافسيا في الأسواق الدولية التي يمتاز عملائها بحساسية نحو الأسعار، حيث تمتلك التكنولوجيا قدرة متميزة في إحداث ثورة في هيكل المنافسة، وقد أثبتت التجارب نتائج تلك العملية من خلال خفضها لتكاليف الإنتاج الثابتة، ومن ثم تخفيض عوائق الدخول إلى الأسواق الدولية وإعاقة دخول منافسين جدد، بل وتشجيعها على منافسة المنافسين الحاليين اختلاف قوتهم التنافسية، مما يستوجب ضرورة توجيه مختلف الجهود إلى اقتناء التكنولوجيا المناسبة لتحسين طرق الإنتاج أو خلق وتحديث منتجات أكثر قدرة على المنافسة قصد تخفيض التكاليف، بدلا من التركيز على إنتاج منتجات غير تنافسية خاصة إذا كانت ذات تكاليف مرتفعة وذلك فإن البعد الحقيقي للتكنولوجيا هو التخفيض في التكاليف الخاصة بصفة عامة والتكلفة الوحودية بشكل خاص

وفي ظل احترام المنافسة تتسابق مختلف المؤسسات على احداث تحسينات أو تغييرات من أجل تسهيل عملية التصنيع، وذلك بتقليص عدد الأجزاء المكونة للمنتج والتخفيض من الوقت اللازم للإنتاج بما يساعد على رفع مستوى انتاجية العامل وتخفيض تكلفة الوحدة الواحدة، حيث يظهر أثر التكنولوجيا على التكلفة النهائية عندما يتم ادخال تقنيات جديدة في عملية الإنتاج فيكون تأثيرها الأساسي على كمية الإنتاج حيث ترفع هذه التقنيات من عدد الوحدات المنتجة، كما تمكن من الاسراع في عملية الإنتاج، وذلك بمعالجة أكبر كمية من المدخلات ضمن فترة زمنية معينة، هذه الزيادة في الإنتاج غالبا ما تؤدي إلى التخفيض من تكاليف الإنتاج عامة وتكلفة الإنتاج الوحودية، الأمر الذي يضمن للمؤسسة أحسن مردودية وبالتالي فإن البلد الحقيقي للتكنولوجيا يتمثل في تخفيض التكاليف عن طريق ترشيد العملية الإنتاجية والاستخدام الامثل لعوامل الإنتاج.

تساهم كذلك التكنولوجيا في تعزيز تنافسية مؤسسة من خلال دعمها في بلوغ مستوى الريادة في تطوير عمليات التصنيع، حيث تساعد عمليات التطوير في إكتساب مؤسسة ميزة تنافسية، وتجدر الإشارة إلى

المنافسة السعرية بين المنافسين تكسب مؤسسة الرائدة في مجال التكلفة عن طريق استخدام التكنولوجيا أرباحاً أكبر من المنافسين الآخرين

وبالتالي فإن المزايا التي تحصل عليها مؤسسة في مجال التكاليف من خلال الاعتماد على التكنولوجيا تساهم في ارساء عوائد الدخول، ومن ثم تدعيم التنافسية وتحقيق البقاء في الأسواق الدولية.

2. التكنولوجيا واستراتيجية التمييز:

تسعى مختلف المؤسسات العاملة في الأسواق الدولية من خلال اتباعها استراتيجية التمييز وذلك بتقديم منتجات تختلف بطريقة أو بأخرى عن تلك التي تقدمها المؤسسات المنافسة، حيث يدرك الزبائن تفرداً إذ يمكن تلبية حاجاتهم ورغباتهم بدرجة أعلى وأفضل من باقي المنتجات المنافسة.

خلاصة:

من خلال ما تم التطرق إليه في هذا الفصل، والذي حاولنا فيه إبراز دور عقود نقل التكنولوجيا في الرفع من الأداء التنافسي للصادرات، نستنتج مجموعة من النتائج:

- لا يمكن بأي شكل من الأشكال حصر التكنولوجيا في نوع معين، بل تتكون من الأجهزة والمعدات والبرمجيات ونظم دعم الذكاء، حيث تحتوي الأجهزة والمعدات على وسائل مادية ومعنوية مختلفة والتي تهتم بإختيار المعدات اللازمة لتحقيق الاهداف والغايات، أما البرمجيات فتتمثل في مجموعة من القواعد والإجراءات التي تهتم باستخدام هذه الأجهزة والمعدات، في حين تساهم نظم دعم الذكاء في أداء وتشغيل الأجهزة والبرمجيات.

- تحظى التكنولوجيا بأهمية بالغة، من خلال تقليل تكاليف الإنتاج والزيادة في المبيعات والمساهمة في جودة المنتج بالإضافة إلى مساهمتها في تقديم طرق وتقنيات حديثة وبصفة دورية ومستمرة تمكن من تحقيق مستويات اداء عالية جدا.

- هناك نوعان من عقود نقل التكنولوجيا والمتمثلة في عقود النقل الرأسي للتكنولوجيا، وعقود النقل الأفقي للتكنولوجيا، حيث يتجلى الأول في التكنولوجيا المنقولة ضمن قطاع اقتصادي واحد، أو هي التكنولوجيا المنقولة في مراكز البحث والتطوير إلى المؤسسات والمؤسسات الاقتصادية في حين يتمثل النوع الثاني في نقل التكنولوجيا من بلد إلى آخر والمتمثل في نقل الطرق والأساليب التكنولوجية دون أي تعديلات لتكييفها مع الظروف المحلية للبلد المضيف.

- تعمل التكنولوجيا على تعزيز تنافسية المنتجات الداخلة في عمليات التصدير من خلال توفر أساليب إنتاج جديدة وبراءات إختراع يمكن المنتجات من الإستفادة من السبق التسويقي.

الفصل الرابع:

واقع مساهمة عقود نقل

التكنولوجيا في صادرات

الدول العربية

تمهيد:

تسعى مختلف الدول العربية على غرار باقي دول العالم تعزيز صادراتها من خلال الحصول على أكبر الحصص السوقية في الاسواق الدولية، وفي سبيل تحقيق ذلك يستوجب عليها الإهتمام برفع الأداء التنافسي لصادراتها خارج قطاع المحروقات أساسا، ليس فقط وفق العوامل الظرفية، بل ووفق العوامل عميقة الأثر، هذه الأخيرة تتمثل في عناصر الإنتاج الكامنة والمتمثلة في التكنولوجيا، هذه التكنولوجيا التي لا تتوفر لغالبية البلدان العربية، لذلك تعمل مختلف هذه الدول على الحصول عليها عن طريق إبرام عقود لنقلها من مواطن تواجهها لإستغلالها في النهوض بمختلف القطاعات الاقتصادية ومن ثم تعزيز تنافسية صادراتها، وهذا ما يسمى بالنقل الأفقي للتكنولوجيا، والذي يشترط باختلاف المعيار الجغرافي للتكنولوجيا المنقولة وعلى هذا الأساس سنتطرق في هذا الفصل إلى المباحث التالية:

✓ المبحث الأول: الواقع الاقتصادي للدول العربية.

✓ المبحث الثاني: واقع نقل وتوطين التكنولوجيا في الدول العربية.

✓ المبحث الثالث: تنافسية الصادرات العربية.

المبحث الأول: الواقع الاقتصادي للدول العربية:

تتميز مختلف اقتصاديات الدول العربية سواء كانت نفطية أو غير نفطية على أنها اقتصاديات ريعية، لذلك تسعى جاهدة إلى تنويع اقتصاداتها وتعزيز صادراتها من المنتجات خارج المحروقات.

المطلب الأول: خصائص ومراحل تطور اقتصاد الدول العربية:

لقد عانت مختلف الدول العربية من التدخلات الأجنبية والخارجية على مر الزمن، سواء كان استعماراً أو انتداباً، ورغم تحقيقها الاستقلال السياسي إلا أنها لا تزال تعاني من عدم تحقيق انطلاقة للتخلص من التبعية الاقتصادية، فالملاحظ للمؤشرات الاقتصادية للدول العربية، يرى أن الناتج المحلي الإجمالي مثلاً للاقتصاديات الدول العربية مجتمعة لم يستطع متارعة الناتج المحلي الإجمالي لفرنسا وهذا رغم المكانة الجغرافية التي تقع فيها الدول العربية، فهي تعتبر همزة وصل بين العديد من التكتلات الاقتصادية الكبرى سواء في آسيا أو أوروبا، بالإضافة إلى مختلف الإمكانيات التي تساعدها في إنشاء كتل اقتصادي لا يقل أهمية عن التكتلات المعروفة خاصة ما تعلق منها بالحدود المشتركة، اللغة، الدين، التكامل بين إمكانياتها الاقتصادية... إلخ

أولاً: مراحل التطور الاقتصادي للدول العربية:

عرف اقتصاد الدول العربية العديد من التغيرات، فالمتبع للشؤون الاقتصادية يستطيع التمييز بين ثلاث محطات أساسية تختلف الواحدة عن الأخرى:

1. مرحلة الوفرة النفطية:

امتدت هذه المرحلة طوال سنوات السبعينات، حيث حققت مختلف الدول العربية معدلات نمو مرتفعة خاصة الدول النفطية منها بسبب ارتفاع أسعار البترول من 03 دولارات أمريكية عام 1974 إلى 34 دولار عام 1981، حيث تميزت هذه المرحلة ب¹:

- سيطرة النشاط الاستراتيجي على الاقتصاد العربي، حيث أصبح النفط مصدراً لما يزيد عن 50% من الناتج الوطني، ليصل في بعض الدول إلى 90 % من صادراتها.

¹ بوزلحة سامية، واقع اقتصاديات الدول العربية في ظل التحولات الاقتصادية العالمية، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، 2005، ص 11.

- زيادة الانفاق الحكومي في الدول العربية سواء النفطية أو غير النفطية، وذلك عن طريق القروض والإعانات التي تقدمها الدول العربية النفطية للدول غير النفطية.
 - زيادة الأصول الأجنبية لدى البنوك المركزية، أي زيادة الاحتياطي من العملات الأجنبية التي كانت تمثل الشكل المالي للبتروول.
 - ارتفاع معدل الاستهلاك وتحول الدول العربية إلى سوق استهلاكي للمنتجات الأجنبية نتيجة ارتفاع متوسط الدخل الفردي، الأمر الذي أدى إلى زيادة الواردات.
- هذه مجمل النقاط التي تميز بها اقتصاد الدول العربية خلال هذه المرحلة.

2. مرحلة الركود الاقتصادي:

امتدت هذه المرحلة على مر سنوات الثمانينات، وأهم ما ميزها الانخفاض الحاد لسعر البترول، الأمر الذي أدى إلى كشف حقيقة الوضع الاقتصادي للدول العربية والذي خلفته المرحلة الأولى، حيث أصبحت تعاني من:

- تبعية مطلقة للدول الأجنبية.
- اختلالات عميق في الهيكل الاقتصادي.
- ارتفاع معدلات التضخم.
- تدهور أسعار الصرف.
- عدم تأمين الأمن الغذائي.
- ارتفاع حجم المديونية للخارج.
- تعميق التوجه الاستهلاكي للاقتصاد المحلي.

كل هذا المظاهر كانت ناتجة بالإضافة إلى الأزمة النفطية عن الاستراتيجيات التنموية التي تبنتها الدول العربية والتي كانت تعتمد بالأساس على الاقتصاديات الغربية، حيث لم تستطع بناء اقتصاد قوى ومنتج بالرغم من توفر كل الامكانيات اللازمة للإقلاع الاقتصادي، خاصة ما تعلق منها بالجانب المالي، والذي كانت تستطيع تأمينه من الوفرات المالية المحققة خلال مرحلة الوفرة النفطية التي تميزت بارتفاع أسعارها.

3. مرحلة الاصلاحات الاقتصادية:

نتيجة للإخفاقات المحصل عليها في المرحلة السابقة، إيماناً منها أن السياسات التنموية التي تم تطبيقها والتي تندرج ضمن الاقتصاد الموجه، قد فشلت في تحقيق الأهداف التنموية المنشودة، قامت معظم الدول العربية في مطلع التسعينات بإحداث مجموعة من الاصلاحات في سياساتها التنموية من أجل تدارك هذه الاخفاقات، والتحول إلى اقتصاد السوق، وتحقيق نهضة اقتصادية، ومن أهم هذه الاصلاحات نذكر منها:

أ. الخوصصة:

ظهرت آلية الخوصصة كخيار استراتيجي وحتمية اقتصادية لعلاج الاختلالات الهيكلية التي برزت في اقتصاديات الدول العربية، نتيجة لاعتمادها على القطاع العام لتحقيق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية لفترة طويلة، ورغم أن هناك تفاوت نسبي بين الدول العربية من حيث سيطرة القطاع العام على النشاط الاقتصادي بدول الخليج على سبيل المثال اعتمدت ولو بشكل صغير جدا على القطاع الخاص إلى جانب القطاع العام مقارنة بالدول عربية أخرى كالجائر ومصر مثلاً هناك اعتماد كلي على القطاع العام في تحقيق التنمية الاقتصادية وتغيب كلي للقطاع الخاص.

لذلك ورغبة منها للتخلص من الاخفاقات الاقتصادية المسجلة تكونت قناعة عند أغلب الدول العربية بأن الكفاءة الاقتصادية والاستغلال الأمثل للموارد لا يتم إلا عن طريق فتح المجال أمام مبادرات القطاع الخاص، حيث توفر الملكية الخاصة المبادرة الشخصية وحرية اتخاذ القرار الاقتصادي، وهذا يمثل الدافع الأهم الذي دفع بالدول العربية نحو إعادة تأهيل القطاع العام وإعادة اصلاحه بإحلال القطاع الخاص محله في مختلف الأنشطة عن طريق تحويل الملكية العامة إلى الملكية الخاصة¹.

وقد أقدمت الدول العربية وبدرجات متفاوتة على تحويل ملكية العديد من مؤسسات القطاع العام إلى القطاع الخاص وخاصة المؤسسات الإنتاجية فمصر قامت بتحويل ملكية 85 مؤسسة إلى القطاع الخاص خلال فترة 1992-1997 وبلغت حصيلة البيع 25 مليار جنيه، كما بلغت حصيلة عمليات الخوصصة ما يقارب 7.9 مليار جنيه²، وفي الجزائر تم خوصصة 117 مؤسسة عام 1996 وتصنيفه 827 مؤسسة عامة عام

¹ كسرى مسعود، التحرير الاقتصادي والخوصصة، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة العدد 12، منشورات الجزائر، 2005، ص 215.

² سميرة إبراهيم أيوب، صندوق النقد الدولي وقضية الإصلاح الاقتصادي والمالي، مركز الاسكندرية للكتاب، مصر، 2000، ص 289.

1998 مقابل 1400 مليار دينار، كما تم تقدير مختلف عمليات التطهير المالي للمؤسسات العمومية بـ 50% من الناتج المحلي لعام 1998.

أما المملكة العربية السعودية وتطبيقا لسياسة الخوصصة، قامت بتحويل ملكية الخطوط الجوية السعودية للقطاع الخاص عام 1992، وتحويل وزارة البرق والهاتف إلى مؤسسة سعودية خاصة تحت إسم مؤسسة الاتصالات السعودية عام 1998، اشترك القطاع الخاص في إدارة المؤسسة العامة للموانئ عام 1999¹.

ب. تحرير الأسعار:

تستخدم سياسة تحرير الأسعار قصد إزالة التشوهات السعرية وتحرير قيمها وحركتها بإلغاء الدعم وكافة أشكال التدخل الأداء السعري قصد المساهمة في قيام وتطور اقتصاد السوق، وإلى ضغط الطلب الكلي وترشيد استخدام الموارد وتصويب توجيهها وتوظيفها وإلى زيادة الإنتاج المحلي والصادرات وتقليص الواردات بما يؤثر إيجابا على ميزان المدفوعات وإلى تعبئة الموارد المالية للدولة لخفض العجز الموازي، وزيادة مخصصات التنمية وصولا في النهاية إلى السيطرة على التضخم².

وقد تبنت الدول العربية أسلوب التحديد الإداري للأسعار في الأسواق العينية والنقدية على نحو يتعد كثيرا عن المستوى التوازني لتلك الأسعار، بحيث أصبح تقدير أسعار تقل عن التكلفة الحقيقية للإنتاج من جهة، وتنخفض عن مستوى الأسعار السائدة في الأسواق العالمية من جهة أخرى ظاهرة عامة في الدول التي تتبنى هذه السياسة بغرض تخفيف أعباء المعيشة على الطبقات ذات الدخل المحدود، وبالرغم من الجوانب الإيجابية لهذه السياسة فيما يتعلق بآثارها على توزيع الدخل والعدالة الاجتماعية، إلا أنها أفرزت العديد من الآثار السلبية التي أسهمت في ظهور وتعميق الاختلالات التي واجهت الدول العربية، إذ ترتب عليها تعطيل جهاز الثمن وآليات السوق، وتثبيط الحافز على إنتاج المنتجات المدعمة محليا، وهو ما أدى إلى تراجع الإنتاج المحلي ومن ثم تزايد الواردات على نحو أسهم في خلق المزيد من الضغوط على الميزان التجاري، أضف إلى ذلك انخفاض إيرادات البيع في معظم مؤسسات القطاع العام، وتعرض الكثير منها للتعثر وتحقيق خسائر مالية تقوم

¹ بظاهر علي، سياسات التحرير والاصلاح الاقتصادي في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، جامعة شلف، العدد (8)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2004، ص 207.

² قدي عبد المجيد، المدخل إلى السياسات الاقتصادية الكلية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص 247.

الدولة بتعويضها، بالإضافة إلى تزايد بنود الدعم ومخصصاته، ومن ثم تفاقم معدلات العجز¹، لذلك وعملاً بمبدأ أحداث اصلاحات، قامت معظم الدول العربية بإحداث تشريعات من شأنها رفع الدعم عن المنتجات المدعومة محلياً، وتحرير أسعار مختلف السلع والخدمات، واضعة بذلك المؤسسات أمام الإعتماد على نفسها في تحقيق الربح ومواجهة المنافسة.

ج. تحرير التجارة الخارجية:

تعرف التجارة الخارجية التبادل التجاري الذي يتم بين الدولة والعالم الخارجي في صوره الثلاث، والمتمثلة في انتقال السلع والخدمات الأفراد ورؤوس الأموال، في حين أن تحرير التجارة الخارجية يتضمن إزالة مختلف القيود والعراقيل التي من شأنها إعاقة تدفق السلع والخدمات بالنسبة للصادرات أو الواردات على حد سواء²، وقد تبنت الدول العربية هذا المنهج وأخذت بهذه الإجراءات التي تمثلت في تخفيض التعريفات الجمركية على الصادرات والواردات، بالإضافة إلى إلغاء القيود الكمية ونظام حصص الاستيراد وتخفيض معدلات الحماية الجمركية، والسماح لعمليات التصدير والإستيراد في مختلف السلع سواء الاستهلاكية أو الوسيطة أو الكمالية، وكذا الاستثمارية لكل من القطاع الخاص والعام.

د. إصلاح القطاع المالي:

يعبر القطاع المالي عن الهيئات والآليات التي تسمح لبعض الأعوان خلال فترة زمنية معينة بالحصول على موارد التمويل، والأخرين بإستخدام وتوظيف مدخراتهم، وتتوقف فعالية القطاع المالي على قدرته على تعبئة الإدخار وضمان أفضل التخصصات للموارد ولتحقيق هذا الهدف بادرت الدول العربية إلى اصلاح هذا القطاع بما يتناسب ومتطلبات اقتصاد السوق، حيث تركزت في مجملها على³:

- مواصلة الحد من عجز الميزانية.
- تقوية الوضع المالي للبنوك وفتح مجال المنافسة بينها.

¹ سميرة ابراهيم أيوب، مرجع سابق، ص 36.

² أحمد بليح، الاقتصاد الدولي، الاسكندرية، 1993، ص 237.

³ عبد المجيد قري، مرجع سابق، ص 260.

- انتهاج سياسة مالية ونقدية مرنة وخاصة استمرار تحرير سعر الصرف والحفاظ على معدل مقبول للتضخم، وإعتماد سعر فائدة محفز للإستثمار.
- النهوض بسوق الأوراق المالية والبورصات وعمليات الوساطة المالية.
- تعميق السوق الثانوية للأوراق المالية الحكومية وتقويتها.
- الإعداد الجيد للدخول في التعامل مع الأدوات المصرفية الحديثة.

ثانيا: خصائص إقتصاديات الدول العربية:

إطلاعاً على مختلف التقارير الاقتصادية العالمية، نلاحظ أن كل الدول العربية سواء كانت نفطية تقبع أو تنديل قوائم التصنيف الاقتصادي لدول العالم، وذلك ناتج عن مجموعة من الميزات والخصائص التي اتصفت بها إقتصاديات هذه الدول والتي نوجزها فيما يلي:

1. الطابع الاستهلاكي:

لم تتمكن الدول العربية من تحقيق نهضة اقتصادية من خلال تنويع مصادر دخلها وإرساء قواعد علمية وقوية لإقتصاد قادر على مجابهة مختلف الصدمات الداخلية والخارجية، الأمر الذي أدى إلى ضعف الإنتاج المحلي والتوجه لتلبية الطلب الداخلي المتنامي إلى الإستيراد من الخارج وبتكلفة باهضة، بالإضافة إلى عمل الدول الرأسمالية على إجبار الدول العربية على التصدير المتزايد لرأس المال من خلال سياسات النقود والائتمان العالمية، لذلك تعتمد الدول النفطية اعتماداً كلياً على عائدات النفط، بينما يعتمد الدول غير النفطية على تحويلات المهاجرين وتدفقات الرأسمال الأجنبي¹.

2. ضعف الكفاءة الإنتاجية:

إن التطور الاقتصادي الصناعي لا يعتمد على كمية العمل ورأس المال المستعمل فقط يقدر ما يعتمد على الكفاءة الإنتاجية للعمل ورأس المال، وإذا أهمل عامل الكفاءة فسيؤدي إلى الحد من عملية التطوير

¹ أكرم عبد الرحيم، التحديات المستقبلية للتكتل الاقتصادي العربي، دار العربية، مصر، 2002، ص 81.

الصناعي ، وبالتالي الحد من عملية النمو وكذا التنمية الشاملة، فالاقتصاديات العربية تعاني من هدر الموارد نتيجة ضعف الكفاءة الانتاجية والاختناقات الاقتصادية والاختلالات الهيكلية¹.

3. عدم مرونة القطاع المالي:

نقصد بمرونة القطاع المالي قدرة الاقتصاد على إيجاد البدائل التمويلية، فغالبية الاقتصاديات العربية تتصف بعدم مرونة هذا القطاع، باعتبار أن الدولة هي المالكة والممولة والمنتجة والحامية والموزعة، إلا أنه وبعد انتهاج مختلف الدول العربية إصلاحات اقتصادية، قامت بالتخلي عن هذا الدور في بعضها واستمرار البعض الآخر في اعتماده بدرجات أقل، غير أن القدرة على التمويل مازالت ضعيفة نتيجة أن الدولة هي الممول الوحيد لحد الساعة أو عن طريقها بسبب أحادية التصدير وأحادية التداين، وضعف الأسواق المالية².

4. ضعف الترابط فيما بينها:

إن التماثل القائم بين اقتصاديات الدول العربية من حيث التركيب المشوه وتشابه الأنشطة الاقتصادية في معظمها، بالإضافة إلى مشكلة عدم التوازن الموجود في مستويات التطور كالاختلاف الواضح في الدخل الفردية ومستويات التنمية الاقتصادية بين القطاعات أدى إلى خلق التبعية الاقتصادية للدول الغربية، وما هي إلا نتيجة منطقية نظرا للتشابه وضعف الترابط واختلال التوازن بين اقتصاداتها من جهة وتكامل لكل دولة عربية على حدى مع الاقتصاد الأجنبي من جهة أخرى³.

5. محدودية الاستثمار:

تشير مختلف التقارير إلى انخفاض نسبة الاستثمار بنوعيه المحلي والأجنبي، وضعف قدرة المدخرات المحلية على تغطية الإنفاق الاستثماري، إضافة إلى قصور التمويل المحلي للإستثمار الوطني في أغلب الدول العربية، الأمر الذي يضطرها إلى اللجوء إلى الاستثمارات الأجنبية، ولا تزال الأهمية النسبية للإستثمار العربي البيئي محدودة مقارنة مع مجمل الاستثمارات العربية الخارجية، حيث تشير التقارير إلى أن الإستثمار العربي البيئي يقل

¹ كساب علي، راتول محمد، التكامل الاقتصادي العربي في إطار التدافع الاقتصادي والشراكة، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، جامعة الشلف، العدد (10)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2004، ص 12.

² كساب علي، راتول محمد، مرجع سابق، ص 15.

³ مجيد ضياء الموسوي، العولمة وإقتصاد السوق الحرة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 139.

عن 2 % من مجموع التدفقات الاستثمارية العربية خارج المنطقة العربية ومن جهة أخرى فإن حصة الاستثمارات الخارجية المباشرة في الدول العربية ليست متوافقة مع أهداف وغايات النمو المطلوب تقديمها¹، تعتبر الاستثمارات الأجنبية من أبرز التحديات التي تواجه التنمية الاقتصادية في الدول العربية، خاصة في ظل الظروف الحالية من عدم استقرار السياسي والفوضى التي تعم معظمها والتي لا تشجع على جذبها.

6. التخلف العلمي والتكنولوجي:

عمدت مختلف الدول العربية بعد الاستقلال إلى بذل الكثير من الجهود من أجل الارتقاء بالمستوى التعليمي والتكنولوجي، خاصة في الجزائر والتي لا زالت لحد كتابة هذه السطور تبذل المزيد من الجهود لضمان مجانية الخدمات التعليمية والبحث لمواطنيها، إلا أن الفجوة العلمية مقارنة بالدول المتقدمة لا زالت كبيرة جداً، فقد أنفقت 300 مؤسسة تكنولوجية ومعلوماتية في العالم مبلغ 216 مليار دولار على البحث والتطوير عام 1998، في حين أن هذا المبلغ أكبر بثلاثمائة مرة مما تخصصه الدول العربية مجتمعة لكل أنواع البحث والتطوير²، وتبقى الدول العربية ذات تبعية شبه مطلقة للخارج فيما يخص مختلف التكنولوجيا الحديثة.

7. ضعف البنية التحتية:

تعاني مختلف الدول العربية من ضعف كبير في البنية التحتية، سواء تعلق الأمر بوسائل النقل البري أو البحري، أو الجوي، السدود ووسائل الاتصالات المحلية والعالمية أو الموانئ والطرق والمطارات، حيث تعتبر من العوامل الأساسية في دفع عجلة النمو الاقتصادي.

8. طبيعة الاقتصاد العربي:

الملاحظ لطبيعة الاقتصاديات العربية يلاحظ أن معظمها يتصف بأنها اقتصاديات ريعية وخاصة الجزائر وليبيا والدول الخليجية، حيث يُعرَّفُ الريع في النظرية الاقتصادية على أنه كافة أشكال الدخل العائدة إلى هيئات الطبيعة، وبالتالي فهو ظاهرة عامة تعرفها جميع الاقتصاديات، لكن الاختلاف بينها يكمن في مدى

¹ حسين عبد القادر صالح، التوجه الجغرافي للتنمية الوطنية والإقليمية، دار وائل، عمان، 2002، ص 148.

² حسين عبد القادر صالح، مرجع سابق، ص 115.

الأهمية النسبية التي تمثلها بالمقارنة مع بقية مصادر الدخل الأخرى¹، حيث تمثل إيرادات النفط للدول النفطية أكثر من 90 % من إجمالي الصادرات، ويؤول هذا الدخل مباشرة إلى الدول التي تصبح وسيطا بين قطاع النفط وباقي القطاعات الأخرى، أما الدول غير النفطية، فتعتمد مصر مثلا على ربيع قناة السويس، وسوريا رسوم أنابيب البترول... إلخ، وهذا ما يعرضها لمختلف الأزمات الداخلية والخارجية، هذا بالإضافة إلى سوء استغلال الموارد الاقتصادية وارتفاع حجم المديونية من خلال القروض الأجنبية التي جلبت لهدف التنمية في حين وجهة للمحالات الاستهلاكية، حيث بلغ حجمها للدول العربية مجتمعة 151 مليار دولار عام 2004 أي ما يعادل 42 % من الناتج المحلي الإجمالي، حيث يرجع تفاقم حجم المديونية إلى إعادة بناء الهياكل الاقتصادية من جهة والافتراض من المؤسسات التمويلية الدولية وبشروطها التعجيزية من جهة أخرى².

ويمكن تلخيص كل ما ورد في القطاعات التالية³:

و. القطاع الصناعي: يتسم القطاع الصناعي بـ:

- ارتفاع تكلفة الإنتاج.
- انخفاض القيمة المضافة للصناعات.
- انخفاض نسبة التوظيف في الصناعة.
- ضعف التمويل المحلي للصناعة.
- ضعف الكفاءات الفنية المدربة.
- ضعف التمويل المحلي للصناعة.
- هيكل الصناعة يعتمد على الصناعات الصغيرة والمتوسطة.
- ضعف السوق المحلي.
- ضعف الصادرات الصناعية.

ي. القطاع الزراعي:

- انخفاض الأجور في القطاع الزراعي.

¹ مشدن وحمية، أثر تغيرات أسعار البترول على الاقتصاد العربي، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، ص 67.

² صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد، العدد 2002، ص 147.

³ خليل عليان عبد الرحيم، الاقتصاديات النامية في ظل OMC، حالة السعودية، معهد الإدارة العامة، 2003.

- انخفاض الانتاجية.
- انخفاض القيمة المضافة.
- انخفاض مستوى دعم هذا القطاع.
- ندرة مصادر التمويل.
- تفتت ملكية الأراضي الزراعية إلى وحدات صغيرة.
- ظاهرة التصحر.
- ضعف استغلال الثروات السمكية.

أ. القطاع التجاري:

- معظم المنتجات المصدرة مواد أولية خام.
- عجز الميزان التجاري نتيجة زيادة الواردات على الصادرات.
- انخفاض نسبة التجارة البينية.
- شروط التجارة الخارجية لغير صالح الدول العربية نتيجة ارتفاع أسعار السلع الصناعية المستوردة.
- ضعف مصادر التمويل لترويج صادرات الدول العربية وتسديد وارداتها.
- عجز تمويل التجارة الخارجية يزيد من مديونيتها.

ب. قطاع الخدمات:

- غياب التنظيم القانوني لقطاع الخدمات في معظم الدول العربية.
- يعاني قطاع الخدمات مشكلة عدم وجود سياسات وقواعد تحكم التسعيرة، مما يخلق الفوضى.
- يجتذب قطاع الخدمات عمالة غير نظامية، وهي عمالة غير مسجلة رسمياً، ولا تقوم بدفع الضرائب.
- سهولة الدخول للقطاع مقارنة بقطاعات أخرى بسبب انخفاض رأس المال عند التأسيس.
- تدني نوعية الخدمات المقدمة لعدم وجود معايير صارمة للجودة.
- عدم توافر ضمانات كافية على حسن جودة الأداء للخدمة المقدمة.

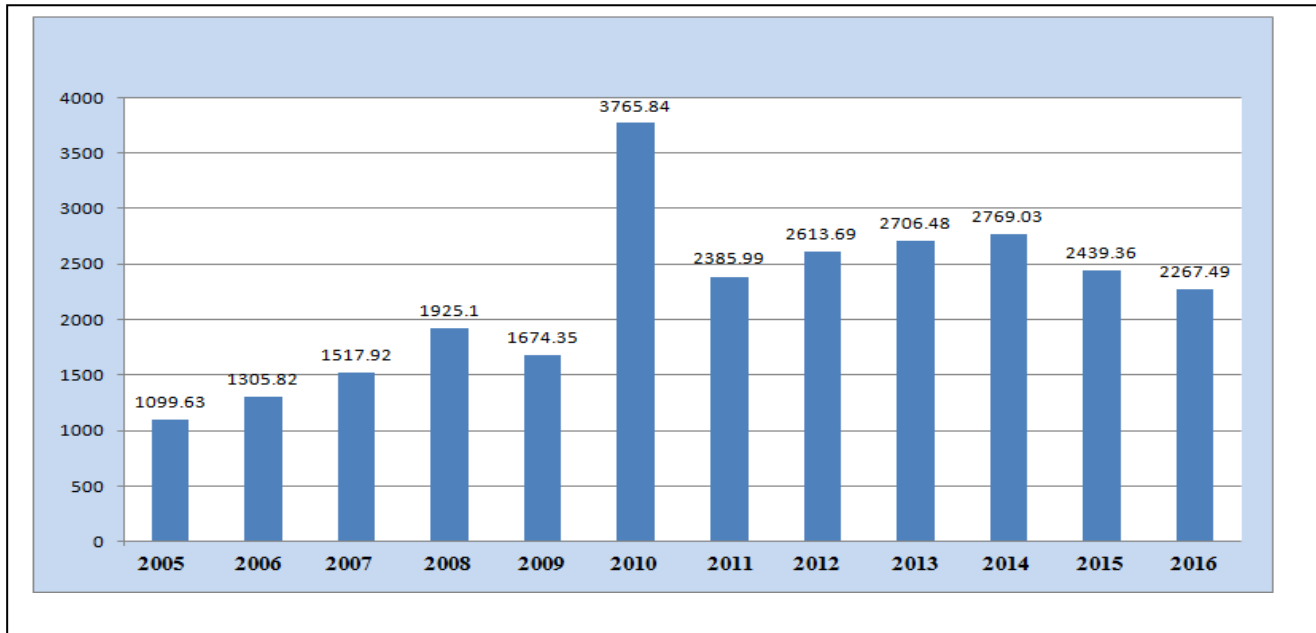
المطلب الثاني: المؤشرات العامة للاقتصاديات الدول العربية:

شهدت اقتصاديات الدول العربية العديد من التغيرات الناتجة عن الاصلاحات الاقتصادية التي باشرتها وخاصة بعد التسعينات وبرزت ظاهرة العولمة والاتجاه المتسارع للدول نحو آلية اقتصاد السوق كحتمية اقتصادية من أجل إدارة أحسن للإقتصاد الوطني، وفيما يلي نستعرض بعض المؤشرات الاقتصادية.

أولاً: الناتج المحلي الإجمالي:

يقصد بالناتج المحلي الإجمالي مجموع السلع والخدمات التي يوجهها الاقتصاد خلال فترة زمنية عادة ما تكون سنة، وهو بالتالي يعكس حجم النشاطات الاقتصادية ويوضح مدى التطور أو التقدم المحقق في هذه النشاطات وهذه التغيرات تدل على الجهود المبذولة.

الشكل رقم (04-01): الناتج المحلي الإجمالي بالأسعار الجارية للدول العربية (2000-2016)



Source: data.albankaldawli.org

من الشكل اعلاه نلاحظ ان اقتصاديات الدول العربية حققت نتائج متذبذبة طوال فترة الدراسة في الناتج المحلي الاجمالي، حيث بعدما حققت عام 2005 ما يقارب 1100 مليار دولار، وصل الى ما يقارب 4000 مليار دولار عام 2010.

ومن خلال نفس الاحصائيات المسجلة في الشكل رقم (4-01) نلاحظ ان اقتصاديات الدول العربية حققت نموا متصاعدا في الناتج المحلي ابتداء من 2005 الى 2008 محققة في ذلك ما يقارب 2000 مليار دولار في حين انخفض سنة 2009 بما نسبته 13.02% متؤثرا بانعكاسات الازمة الاقتصادية العالمية ما ادى بمختلف المستثمرين الى التوجه نحو الدول النامية من اجل النفي باستثماراتهم وممتلكاتهم من خسائر حتمية في اقتصادية الدول المتقدمة والدليل على ذلك النسبة المحقق سنة 2010 حيث فاق الناتج المحلي الاجمالي للدول العربية كل التوقعات، حيث سجل اعلى نسبة له على الاطلاق خلال فترة الدراسة مقاربا بذلك عتبة 4000 دولار امريكي، لكن هذا التطور لم يعمر طويلا حيث ان الاضطرابات الاجتماعية التي شهدتها المنطقة العربية القت بظلالها على النتائج المسجلة على اقتصادياتها، حيث سجلت انخفاضا بما نسبته 36.64%، اما الانخفاض الاخر فقد سجل ابتداء من سنة 2015 نتيجة الضغط الرهيب المفروض من طرف انخفاض اسعار البترول انطلاقا من منتصف 2014 من جهة ومن جهة اخرى الاتفاق المبرم بين دول الوبك والرامي الى تخفيض كمية انتاج البترول سعيا منها الى تحقيق التوازن في اسواق النفط العالمية.

ثانيا: متوسط نصيب الفرد من الدخل الوطني:

يعتبر متوسط نصيب الفرد من أهم مؤشرات أداء اقتصاديات الدول، إذ هناك ارتباط بين انخفاض الدخل وعقبات النمو الاقتصادي، فكلما كانت الدخول شديدة الانخفاض كلما زادت المشاكل التي تتعرض لها عملية النمو الاقتصادي¹.

حيث شهد متوسط نصيب الفرد من الدخل الوطني نموا مستمرا في نهاية الألفية الثانية وبداية الألفية الثالثة، فقد ارتفع المتوسط العالم للدول العربية من 9989 دولار امريكي عام 2005 إلى حوالي 15000 دولار عام 2008، ثم سجل انخفاضا في سنة 2009 بنسبة 5.83% متاثرا بانعكاسات الازمة المالية العالمية لسنة 2008 ليعاود الارتفاع بعد ذلك بصفة مستمرة ابتداء من سنة 2010 الى غاية عام 2013 اين سجل اكبر نسبة، حيث بلغ حوالي 17000 دولار امريكي ليصطدم مرة اخرى بانخفاض اسعار البترول ويبد في تسجيل سلسلة من الانخفاضات، غير أن نصيب الفرد يتباين بشكل ملحوظ من دولة عربية إلى أخرى، إذ يقدر أن حوالي 80% من إجمال سكان الدول العربية يقل متوسط نصيبهم من الدخل الوطني عن المتوسط العام للدول العربية،

¹ عبد العزيز عجيبة، فصول في الاقتصاد العربي، الدار الجامعية، بيروت، 1988، ص 28.

إذ تقع 11 دولة دون المتوسط العام، وهي: لبنان، الجزائر، الأردن، تونس، العراق، المغرب، مصر، السودان، اليمن، موريتانيا، جزر القمر.

الجدول رقم (4-1): متوسط نصيب الفرد من الدخل الوطني لبعض الدول العربية (2005-2016)

الوحدة: دولار امريكي

Colonne1	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
قطر	38280	51430	59430	67810	63730	66360	69820	75850	81810	82750	75660	59331
الإمارات	37570	39810	40400	41040	36140	34530	36010	40390	44200	44870	42910	40480
الكويت	34400	41350	47590	51790	46000	42060	43510	49950	51990	49520	41680	
عمان	10620	11500	14460	17380	17700	18170	17000	19560	20580	19490	18080	14982
البحرين	16550	17890	19660	20860	18830	18970	18270	20000	21650	21080	22740	22355
السعودية	12610	14120	15760	18420	17880	18750	20900	24050	25440	25570	23810	21750
المتوسط	9989	11722	13130	14550	13702	13728	14183	15776	16771	16659	15454	11486
لبنان	5710	5650	6250	6960	7830	8450	8610	8450	8190	7980	7720	7680
الجزائر	2700	3090	3580	4200	4270	4460	4580	5140	5480	5470	4820	4270
الأردن	2340	2520	2760	3110	3370	3470	3560	3680	3790	3870	3890	3920
تونس	3170	3340	3530	3860	4070	4130	3980	4090	4130	4130	3930	3690
العراق	1296	2020	2510	3540	4030	4430	4810	6140	6850	6700	5960	5430
المغرب	2060	2240	2370	2690	2880	2930	3000	2970	3080	3040	3000	2850
مصر	1210	1300	1510	1810	2090	2330	2520	2850	3050	3250	3360	3460
السودان	580	730	910	1110	1170	1250	1480	1720	1220	1830	2000	2140
اليمن	690	790	880	990	1080	1180	1060	1240	1410	1440	1140	1040
موريتانيا	700	840	930	1050	1080	1130	1200	1310	1410	1380	1230	1120
جزر القمر	630	660	680	730	780	790	800	810	830	830	790	760
	169820	199280	223210	247350	232930	233390	241110	268200	285110	283200	262720	195258

Source: data.albankaldawli.org

ثالثاً: التجارة الخارجية:

تتسم التجارة الخارجية العربية بالعديد من الخصائص والسمات ذات الصلة بإقتصاديات الوطن العربي، والمرتبطة بكونها اقتصاديات نامية ذات هيكل إنتاجي مرتبط بالإنتاج الدولي، وبالذات الزراعة في بعض الدول والصناعة الاستخراجية في دول عربية أخرى، وبهما معا في عدد أقل من الدول العربية، وأهم هذه الخصائص، ارتفاع أهمية التجارة الخارجية في اقتصاديات الدول العربية، حيث تشكل هذه التجارة نسبة معتبرة جدا من الناتج الوطني¹، ولكن الملاحظ هو بطء نموها بين عامي 1980 و 1999 تضاعف حجم التجارة العالمية مرتين في حين تراجع حجم التجارة الخارجية العربية، ففي بداية هذه الفترة كانت تجارة الدول العربية تشكل 85 %

¹ فليح حسن خلف، اقتصاديات الوطن العربي، دار الوراق، عمان، 2004، ص 180.

من ناتجها المحلي الإجمالي، ثم وصلت في نهايتها إلى 45 % حيث تراجعت بشكل ملحوظ، في حين حدث العكس تماما على الصعيد العالمي، خاصة الدول الصناعية الكبرى والآسيوية ودول أمريكا اللاتينية، وخلال تلك الفترة ارتفع الناتج المحلي الإجمالي للدول العربية 52% انخفضت التجارة الخارجية بنسبة 24 %، أي لم تؤدي زيادة الإنتاج إلى تحسين المبادلات الخارجية، في حين حدث العكس على الصعيد العالمي، حيث نسبة زيادة التجارة الخارجية تفوق نسبة زيادة الإنتاج العالمي¹.

وفي عام 2010 انعكس النمو الاقتصادي العالمي على أداء التجارة الخارجية العربية فبعد أن شهدت التجارة العربية تراجعاً ملحوظاً خلال عام 2009 نتيجة للتبعات السلبية اللازمة الاقتصادية والمالية والعالمية، استعادت الصادرات العربية الإجمالية نموها في عام 2010، حيث سجلت زيادة بنسبة 25.58% لتبلغ حوالي 850 مليار دولار بعدما كانت لا تتعدى 650 مليار دولار عام 2009، وانطلاقاً من عام 2011 تخطت إجمالي الصادرات العربية 1000 مليار دولار لتصل إلى 1218 مليار دولار سنة 2013²، وتعزى هذه الزيادة بشكل رئيسي إلى ارتفاع أسعار النفط العالمية واستقرارها النسبي.

أما بالنسبة للواردات الإجمالية للدول العربية، فقد سجلت ارتفاعاً مستمراً حيث بلغت حوالي 900 مليار دولار عام 2013 متأثرة بارتفاع أسعار المواد الغذائية عالمياً وارتفاع أسعار استيراد النفط الخام بالنسبة للدول المستوردة له.

رابعاً: رأس المال البشري:

كان التركيز في تكوين الثروة ومنذ الكلاسيك على عوامل الإنتاج، خاصة ما تعلق منها برأس المال، هذا الأخير كان يمثل نواة تكوين الثروة إلى أن جاء اختبار نظرية هيكشر وأولين من طرف ليونتياف الذي وقع في تناقض لم يلقي له جواب نافع، هذا التناقض تمثل في ملاحظة انسياب مخرجات الدورة الإنتاجية الأمريكية إلى دول القسم الشمالي من الكرة الأرضية بدل القسم الجنوبي، وهو ما خلصت إليه نظرية هيكشر وأولين، الأمر الذي استدعى إعادة النظر في هذه النظرية، حيث تبين أنه ليست عوامل الإنتاج المتمثل في رأس المال والمواد الأولية والعمل الحاكمة أو الفيصل في تصنيف الدول، وإنما هناك عنصر انتاجي آخر أكثر أهمية، ألا

¹ أحمد عارف العساف ومحمود حسين الوادي، اقتصاديات الوطن العربي، دار المسيرة، عمان، 2010، ص 217.

² التقرير الاقتصادي العربي الموحد، 2015، ص 10.

وهو رأس المال البشري، حيث تبين حقيقة أن المنتجات الأمريكية كثيفة العمل لكنه عمل من نوع آخر ليست كالذي هو متواجد في دول القسم الجنوبي، ألا وهو اليد العاملة المؤهلة المولدة للابتكارات والاختراعات الملمية لمختلف الحاجات الملحة للفرد.

ومن هنا تغيرت ملامح الاقتصاد، حيث أصبح يركز على نوع جديد من أنواع العناصر الانتاجية المولدة للثروة، ألا وهو رأس المال البشري.

وبالتالي فإن نقل التكنولوجيا عن طريق استيرادها ليس شرطاً كافياً لدعم النمو الاقتصادي ومن ثم التصدير، لأن التقدم التكنولوجي يرتبط ارتباطاً وثيقاً برأس المال البشري، فلا يعقل أن تمتلك دولة مستوى مرتفعاً من التقدم التكنولوجي دون أن يقترن بالخبرات والمهارات البشرية والتي تعد المحفز والضامن الأساسي لحدوث النقلة التكنولوجية، كما أن مختلف الدلائل على المستوى الدولي تدل على أن استيعاب التكنولوجيا الحديثة وتوطينها ارتبط بمقدار وحجم ومستوى رأس المال البشري ولعل أحسن مثال على ذلك الصين، وكوريا، ففي حين أن هذه الدول تعتبر من الدول ذات الوفرة النسبية في العمالة، إلا أنها استطاعت استيعاب التكنولوجيا الحديثة وقامت بتوطينها وتطويرها بما يتلاءم وظروفها الإنتاجية بحيث أصبحت من أهم الدول على مستوى العالم التي حققت معدلات نمو اقتصادية مرتفعة من خلال تبنيها لخطط تهدف إلى النهوض بتراكم رأس المال البشري وزيادة كميته¹ وإيماناً من الدول العربية بأن خصائص ومركبات الاقتصاد في عصرنا هذا تختلف عن مركبات الاقتصاديات السابقة، وإيماناً منها بأن العنصر البشري هو العامل الأساسي لتكوين الثروة ركزت مختلف الدول العربية على الاستثمار في الإنسان، معتبرة أنه أحسن استثمار على الإطلاق لذلك وانطلاقاً من التقارير العالمية نلاحظ بأن مختلف الدول العربية حققت نمواً مرتفعاً نسبياً فيما يخص رأس المال البشري، هذا الارتفاع من شأنه تقليص النجوة بين العنصر البشري العربي والعنصر البشري في الدول المتقدمة، إلا أنه وبالرغم من هذا النمو لازالت الكثير من الدول العربية تعاني من نسب أمية مرتفعة وانخفاض نسب استخدام التكنولوجيا الحديثة ووسائل الاتصال العلمية والانتاجية.

¹ قاسم محمد التل، التكاملية بين الاستشارات البشرية والصادرات كمحددات للنمو الاقتصادي في الأردن، أطروحة دكتوراه، الجامعة الأردنية، الأردن، 2004، ص 15.

المطلب الثالث: النمو الإقتصادي في الوطن العربي

ستتطرق في هذا المطلب إلى كل من واقع النمو الاقتصادي العربي وهيكلته وطبيعة محدداته سواء في القطاع الزراعي، الصناعي، والقطاع التجاري.

أولاً: سجل النمو الاقتصادي العربي:

شهد عقد التسعينات ركود النمو الاقتصادي العربي بسبب تدهور أسعار النفط بعد أن عرف مرحلة نمو ذهبية خلال الفترة 1970-1985، ويرجع ذلك إلى ارتفاع الإيرادات النفطية، وهذا ما يؤكد الارتباط الكبير النمو الاقتصادي العربي وأسعار النفط العالمية، فالنمو الاقتصادي العربي يتأثر كثير بالصدمات الخارجية، وقد بلغ متوسط النمو الاقتصادي العربي خلال الفترة 1990-1995 نحو 1.8 %، وهي الفترة التي شهدت خلالها الاقتصاديات العربية بداية التحول إلى إقتصاد السوق، وما ترتب عليه من إعطاء دور جديد للدولة والقطاع الخاص في دفع عجلة النمو الاقتصادي، فقد كان للانسحاب التدريجي للدولة من النشاط الاقتصادي من جهة، وانخفاض أسعار البترول وتواضع حجم الاستثمارات الأجنبية المباشرة الوافدة إلى المنطقة العربية إلى حرب الخليج من جهة أخرى الأثر السلبي على معدلات النمو الاقتصادي المحققة.

أما خلال الفترة 1995-2000، فقد تحسن مقارنة بالفترة السابقة حيث بلغ 4.4 % ، نتيجة استقرار أسعار البترول وبداية ارتفاعها، بالإضافة إلى توسع دور القطاع الخاص من خلال زيادة الاستثمارات الأجنبية المباشرة الوافدة إلى المنطقة العربية، وترجع دور الدولة في مشاريع البنية التحتية والتعليم أما ابتداءً من مطلع الألفية الجديدة فكانت وتيرة النمو الاقتصادي العربي أسرع، فقد بلغ 5 %، 2 %، 2.3 %، 6.1 %، 6.7 %، 5.2 % خلال السنوات من 2000 إلى 2005 على التوالي، أي بمتوسط 4.55 % وهو أعلى من متوسط نمو الاقتصاد العالمي خلال نفس الفترة والمقدر بـ 3.95 %، إلا أن أقل من النمو الذي حققته مجموعة الدول النامية والمقدر بـ 7.2 %، وتباين معدلات النمو الاقتصادي المحققة بين الدول العربية.

ثانيا: هيكله النمو الاقتصادي العربي وطبيعة محدداته:

1. القطاع الزراعي:

يعد هذا القطاع من الأنشطة المهمة في معظم الدول العربية من حيث مساهمته في الناتج المحلي للإجمالي، واستعبابه لحوالي 7.3 % من إجمالي القوة العاملة في الوطن العربي مما يجعله مصدرا رئيسيا لدخل النسبة الكبيرة من السكان ، وقد بلغ الناتج الزراعي العربي عام 2014 أكثر من 146 مليار دولار أي بمعدل نمو سنوي قدره 3.7 % مقارنة بالعام السابق.

الجدول رقم (4-2): تطور الناتج الزراعي في الدول العربية

2014	2013	2012	2005	2000	
146.553	141.280	130.144	70.751	55.941	الناتج الزراعي (مليون دولار)
5.3	5.2	4.9	6.1	7.8	نسبة الناتج الزراعي إلى الناتج المحلي

المصدر: التقرير الاقتصادي العربي الموحد، 2015، ص 60.

حيث يعزى هذا النمو في الناتج الزراعي للإقتصاد العربي لمختلف السياسات والخطط التي اعتمدها مختلف الدول العربية والخاصة بالقطاع الزراعي وعلى رأسها الجزائر ومصر والسودان مركزة بذلك فتح المجال أكثر القطاع الخاص للاستثمار في المجال الزراعي، استخدام التكنولوجيا الحديثة في هذا المجال، بالإضافة إلى استهداف تحسين وضعية الأمن الغذائي.

هذا وتتباين مساهمة هذا القطاع في الناتج المحلي الإجمالي بين الدول العربية، إذ تكون النسبة مرتفعة في الدول العربية ذات الموارد الزراعية مثل جزر القمر، حيث بلغت نسبة مساهمته حوالي 33 % من الناتج المحلي الإجمالي لعام 2014، والسودان 31.5 %، اليمن 15.9 %، المغرب 14.3 %، موريتانيا 14.2 %، مصر 13.9 %، وتراوحت في الدول العربية الأخرى مثل الأردن، جيبوتي، لبنان، العراق، تونس، الجزائر بين 3.3 % أو 10.3، وتنخفض تلك النسبة في الدول العربية ذات الموارد الزراعية المحدودة مثل قطر، البحرين، الكويت، الإمارات، عمان، السعودية وليبيا، حيث تراوحت تلك النسبة بين 0.1 % و 2.8 %¹.

¹ تقرير الاقتصادي العربي الموحد 2015، ص 61.

2. القطاع الصناعي:

يعتبر هذا القطاع من أهم القطاعات الاقتصادية المعول عليها من طرف الدول العربية، وذلك ما له من تأثير في حجم المساهمة سواء في الناتج المحلي الإجمالي أو التشغيل واستيعاب القوى العاملة، حيث بلغ إجمالي الناتج المحلي لهذا القطاع في الوطن العربي عام 2014 حوالي 1214 مليار دولار أمريكي، بما يمثل 44 % من الناتج المحلي الإجمالي العربي، مسجلا بذلك تراجعاً بنسبة 5.1 % مقارنة بالنسبة السابقة، وذلك لارتباط نموه بارتفاع الطلب العالمي على النفط، حيث انخفض ناتج قطاع الصناعات الاستراتيجية بحوالي 8.5 % نتيجة تراجع أسعار صادرات النفط الخام وكميات إنتاجه، في حين حققت الصناعات التحويلية نمواً إيجابياً قدر بحوالي 9 % عام 2014 بالمقارنة مع السنة السابقة¹.

والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (4-3): قيمة الناتج الصناعي العربي

إجمالي القطاع الصناعي			الصناعة التحويلية			الصناعة الاستخراجية			
المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي (%)	معدل النمو السنوي (%)	القيمة المضافة	المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي (%)	معدل النمو السنوي (%)	القيمة المضافة	المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي (%)	معدل النمو السنوي (%)	القيمة المضافة	
44.1	28.5	921.0	9.6	15.1	199.0	34.1	32.8	713.0	2010
49.4	20.3	1179.0	9.4	11.8	223.0	40.1	34.2	956.0	2011
50.1	12.2	1322.9	9.2	8.7	242.6	40.9	13.0	1080.3	2012
47.1	-3.2	1280.0	9.1	2.4	248.5	38.0	-4.5	1013.5	2013
44.0	-5.1	1214.2	9.8	9.0	270.8	34.2	-8.5	943.4	2014

المصدر: التقرير الاقتصادي العربي الموحد، 2015، ص 87.

¹ نفس المرجع، ص 87.

3. قطاع الخدمات:

تمكنت معظم الدول العربية من تحقيق التحول الهيكلي في هذا القطاع، أي أن مساهمة هذا القطاع في الناتج المحلي الإجمالي قد تغيرت مع مرور الزمن، وهذا راجع إلى انفتاح الدول العربية على النشاطات التجارية ذات العلاقة بالنقل والسياحة والتجارة الداخلية والاتصالات والخدمات المالية.

وتفاوتت مساهمة هذا القطاع أيضا في الناتج المحلي بين الدول العربية، حيث ترتفع في بعض الدول وتنخفض في دول أخرى، فالأردن مثلا يساهم قطاع الخدمات في الناتج المحلي الإجمالي بنسبة تفوق 70 % في حين لا تتعدى 30 % بالعراق أما الجزائر فيساهم هذا القطاع بما نسبته 32 % من الناتج المحلي الإجمالي.

المبحث الثاني: واقع نقل وتوطين التكنولوجيا في الدول العربية

بالرغم من اقتناع مختلف الدول العربية بالدور الذي تلعبه التكنولوجيا في عملية التنمية الاقتصادية، وبالرغم من كل الجهود المبذولة في سبيل الرفع من مستوى تقدمها التكنولوجي سواء عن طريق النقل الرأسي أو الأفقي إلا أنها لا زالت تعاني من فجوة كبيرة بينها وبين الدول المتقدمة.

المطلب الأول: نقل وتوطين التكنولوجيا

تعيش الدول العربية تخلفا حقيقيا في مجال التكنولوجيا، ناهيك عن الفجوة التكنولوجية بينها وبين الدول المتقدمة، حيث نتج هذا الواقع عن مختلف المشاكل التي تعاني منها أهمها غياب استراتيجية واضحة المعالم وانخفاض المخصصات المالية للبحث والتطوير، بالإضافة إلى نزيف الأدمغة وعدم الاستقرار السياسي.

أولا : استراتيجية التكنولوجيا في الدول العربية

تركزت مختلف السياسات التكنولوجية للدول العربية على انتقاء التكنولوجيا البسيطة عن طريق شراء مختلف المنتجات ذات الكثافة التكنولوجية مثل الحواسيب والأجهزة الإلكترونية والآلات التكنولوجية... إلخ، دون دراسة علمية مدى ملائمة هذه المنتجات للتكنولوجيا للبيئة العربية مقابل تصدير المحروقات والمواد الأولية¹، الدول العربية تتصف بغياب البعد الاستراتيجي في ميدان العلم وللتكنولوجيا، ويتضح ذلك من خلال اقدام الدول العربية على نقل تكنولوجيا غير مدروسة، والأدهى من ذلك أنها أثبتت في العديد من الحالات أنها عديمة الجدوى، بالإضافة إلى انخفاض كفاءتها الاقتصادية، مما يؤدي إلى عدم بلوغ الأهداف المنشودة في تحقيق التنمية الاقتصادية وإهدار مختلف المواد الوطنية²، هذا ومن جهة أخرى إقدام الدول العربية على التعاقد مع المؤسسات الأجنبية نقل التكنولوجيا وفي مختلف أنواعها من الدراسات الاستشارية إلى الجمع الصناعي أو الوحدة الصناعية، أي الاعتماد شبه الكلي على منتجات التكنولوجيا الأجنبية من معدات وآلات جاهزة دون الاهتمام بالبحث والتطوير الذي يوفر إمكانيات جد مفيدة خاصة ما تعلق بإستيعاب التكنولوجيا المنقولة وإمكانية توليد تكنولوجيا ملائمة للبيئة العربية.

¹ فيصل ياشير، المتوسط في الثروة التكنولوجية، ترجمة، فهيمة شريف الدين، دار الفراجي، لبنان 1996، ص 187.

² يحيى يجاوي، الوطن العربي وتحديات التكنولوجيا الإعلام والاتصال البوكلي للطباعة والنشر والتوزيع المغرب، 1997، ص 76.

إن هذا الواقع يفرض على مختلف الدول العربية إعداد استراتيجية تكنولوجيا واضحة المعالم والأهداف من أجل استيعاب وإمكانية توليد ومواكبة التطورات التكنولوجية العالمية من خلال¹:

1. توفير التمويل المالي اللازم لدعم عملية البحث والتطوير العلمي والتكنولوجي.
2. الاستفادة من الكفاءات العلمية المهاجرة من خلال عقد مؤتمرات لجمعهم مع الكفاءات المحلية للاستفادة من مهاراتهم وخبراتهم.
3. تجميع مختلف الهيئات القائمة على عملية نقل التكنولوجيا في هيئة واحدة تقوم بالتخطيط للتكنولوجيا وفقا لمتطلبات التنمية المحلية العربية.
4. تعزيز التواصل بين البحث العلمي والقطاعات الاقتصادية بمعنى الربط بين مراكز البحث والتطوير من جامعات ومراكز البحث بين القطاعات الاقتصادية من شركات إنتاجية بهدف تحقيق النقل الرأسي للتكنولوجيا.
5. إنشاء مراكز معلومات لتقديم المعلومات الضرورية للتكنولوجيا المراد نقلها بهدف تسهيل دراسة مختلف الآثار للتكنولوجيا المنقولة وإمكانية ملائمتها للبيئة المحلية.
6. إلزام المؤسسات المحلية بإقامة وحدات للبحث والتطوير، مع تدريب عمالها على مختلف التكنولوجيا المنقولة من أجل استيعابها.

ثانيا: البحث العلمي العربي ودوره في نقل التكنولوجيا:

إن نقل وتوطين التكنولوجيا الحديثة في البلدان العربية يفرض عليها ضرورة إجراء الدراسات والبحوث لمعرفة وحل المشكلات التي تعترض نقل هذه التكنولوجيا بما يكفل التوصل إلى استيعابها وتطويرها محليا بما يتلائم والامكانيات والظروف البيئية والاقتصادية المحلية ويقلل الاعتماد على المورد الخارجي لتلك التكنولوجيا ومنتجاتها.

الأمر الذي يلقي أعباء ومهام كبيرة على عاتق أجهزة البحث والتطوير في الدول العربية لتطوير التكنولوجيا المنقولة وتكييفها مع الأوضاع والظروف المحلية، وبالتالي إمكانية تشغيلها بالموارد والامكانيات المحلية وصولا إلى الاكتفاء الذاتي في التشغيل والعمل مما يقلل من الإ اعتماد على الخارج، إن تشجيع البحث العلمي

¹ يحيى يجاوي، نفس المرجع.

المتصل بالتكنولوجيا ونقلها يعتبر من الأمور بالغة الأهمية للدول العربية إذا ما أراد الاستخدام الإيجابي للتكنولوجيا في تحقيق التنمية المنشودة.

1. واقع البحث العلمي في الدول العربية:

لا تزال جهود البحث العلمي والتطوير في معظم الدول العربية ضئيلة جدا، كما أن هذه الجهود وبالرغم من قلتها تتركز في مراكز البحث الحكومية، وهناك انعدام شبه كلي لجهود البحث والتطوير في المؤسسات الخاصة، الأمر الذي أدى به إلى عدم المشاركة في الإنفاق على البحث العلمي علما أنه في الدول المتقدمة يهتم القطاع الخاص بمعظم عمليات البحث والتطوير من خلال المخابر الصناعية المتواجدة في أغلب المؤسسات الكبرى، ويقتصر البحث في الدوائر الحكومية على الأبحاث الأساسية ذات التكاليف المرتفعة جدا وغير الهادفة إلى الربح.

للجامعة مهمتين، الأولى خاصة بالتدريس والثانية تتمثل في البحث العلمي أما بالنسبة للجامعات العربية نلاحظ بأنها تقتصر على المهمة الأولى نظرا لانشغال الأستاذ الجامعي بالتدريس¹، هذا من جهة ومن جهة أخرى، فإن البحث العلمي في الجامعات العربية أكاديمي، هدفه الترقية من رتبة جامعية إلى رتبة أعلى نتيجة ضآلة المخصصات البحثية وانعدام الصلة مع القطاع الاقتصادي، وبذلك نلاحظ أنه يتم اغفال دور الجامعات في الدول العربية بمرافقتها ومؤسساتها البحثية ومواردها البشرية المؤهلة في دفع سيرة التقدم في الدول العربية²، فالبحث العلمي في الجامعات العربية منعزل تماما عن الوحدات الاقتصادية مما أدى إلى حرمان الباحث الجامعي من الدعم المادي الذي كان من الممكن أن يقدمه هذا القطاع بالإضافة إلى غياب التعاون والتنسيق فيما بين الجامعات، وافتقار المكتبات من المراجع، كل هذا أدى إلى تحجيم دور الجامعات العربية في الحياة الاقتصادية وفي مجال التطور التكنولوجي وحل المشكلات.

أما بالنسبة لمراكز البحث العلمي، فنلاحظ أنه تم إنشائها لمسايرة ومواكبة الموضة أو لأغراض الدول المتقدمة، فما تفسير إنشاء مراكز للهندسة الوراثية والفضاء، أو مراكز الطاقة الشمسية التي أنشأتها الدول

¹ سليمان رشيد سليمان، الاتجاهات العلمية العالمية الحديثة والبحث العلمي، شؤون عربية، العدد 78، ص 83.

² نبيه عاقل، البحث العلمي في الوطن العربي، دور الجامعات ومسؤولياتها، شؤون عربية، العدد 72، ص 46.

المتقدمة برؤوس أموال عربية بالإضافة إلى أن الباحث في هذه المراكز يعيش في وضعية صعبة، حيث يمنع نشر أبحاثه التي توصل إليها بحجة أنها ملك لهذه المراكز¹.

2. دور مراكز البحث العلمي في نقل وتوطين التكنولوجيا:

يتعاضد دور الجامعات من منطلق أنها مركزا متقدما من مراكز الأبحاث العلمية، خاصة إذا أخذنا بعين الاعتبار أن البحث العلمي هو ثمرة جهود مشتركة لمجموعة من الباحثين وليس جهدا فرديا، لذا فالجامعات ومراكز البحث هي المكان المناسب لوجود مثل هذه المجموعات المؤهلة والقادرة على حل مختلف المشاكل، فالجامعة ومراكز البحث الناجحة هي التي تتفاعل مع المجتمع بتحديد مشاكله وتعمل على إيجاد حلول لها.

إن الدور الفعال لمراكز البحث العلمي في عملية نقل التكنولوجيا المناسبة، وتهيئة البيئة لاستيعابها وتوظيفها يتضح من خلال²:

أ. تحديد أنواع التكنولوجيا المطروحة والمفاضلة بينهما واختيار الأفضل منها من خلال مساعدة متخذي القرار بتزويدهم بمختلف المعلومات عن التكنولوجيات المطروحة وفوائدها، مما يتيح إمكانية نقل الملائمة منها واستخدامها بنجاح الأساليب.

ب. تهيئة البيئة الملائمة لاستيعاب وتوطين التكنولوجيا من خلال بناء القدرات المحلية التي يمكنها التعامل مع العلوم والتكنولوجيا بما في ذلك الابتكار والبحث ومهارات التشغيل والصيانة، حيث أن التدريب جزء لا يتجزأ من عملية نقل التكنولوجيا.

ج. تقييم ما تم إنجازه من مشاريع التنمية والتكنولوجيا المنقولة وتحديد مدى إنجاحها.

د. إقامة المؤتمرات العلمية التي تساهم في تحقيق جمع الكفاءات المحلية بالخبراء في الدول المتقدمة.

وبالتالي يمكن لمراكز البحث العلمي أن تلعب دورا هاما في عملية نقل وتوطين التكنولوجيا إذ أن التكنولوجيا يتم اختراعها في هذه المراكز على العموم، والتي تعد بمثابة مراكز توليد المعرفة الأساسية الضرورية

¹ سليمان رشيد سليمان، نفس المرجع، ص 83.

² نفس المرجع

لحل المشاكل الكبرى التي يطرحها المجتمع، غير أن الواقع في الدول العربية غير ذلك¹، لأنها تواجه تحديات مختلفة تهدد قدرتها على تحقيق الأهداف التي أنشأت من أجلها، وتتلخص بمجمل هذه التهديدات في²:

- افتقار الدول العربية لاستراتيجية شاملة، وعدم إتباع منهجية التفكير الاستراتيجي للعمل من خلال وضع خطط وبرامج تقوم على دراسة الواقع.
- تهميش دور الباحثين وتركز الصلاحيات في أجهزة إدارية تفرض سيطرتها عليهم.
- افتقارها للصلاحيات الكاملة وحرية اتخاذ القرارات وسيطرة أجهزة حكومية فوقية عليها.
- الإعتماد على التلقين دون تنمية القدرات الفكرية والطاقات الذهنية.
- الافتقار إلى التنسيق بين مراكز البحث المختلفة في مجال البحوث العلمية.
- عدم التوازن بين مهام التعليم ومهام البحث التي تجربها الجامعات، وبالتالي عدم توافر الوقت اللازم للبحث العلمي.
- هجرة الأدمغة والكفاءات العلمية للخارج.
- عدم توفر التمويل اللازم لأغراض البحث العملي.
- عدم استقلالية الجامعة وغياب المناخ العلمي الحقيقي الذي يشجع الباحثين على تفجير كل إمكانياتهم وقدراتهم.

وعليه فإن الجامعات العربية ليست مركزا بحثيا، وانطلاقا من هذا الواقع، وفي إطار التحولات الكبرى التي يشهدها العالم، وخاصة في مجال العلوم والتكنولوجيا، لا بد لنا من إحداث تغيير جذري يقوم على أساس القاعدة التكنولوجية المحلية بالإعتماد على تطوير الذات ولن يتحقق ذلك إلا من خلال الإعتماد على التنمية التكنولوجية والبحث العلمي وتطوير أنشطة التعليم، وهذا ما يساهم بشكل فعال في استيعاب التكنولوجيا المنقولة وتوطينها.

إن مراكز البحث العلمي بما في ذلك الجامعات، تلعب دورا كبيرا في تهيئة البيئة لإستقبال وتوطين التكنولوجيا من خلال تنمية القدرات المحلية وتأهيلها لأعمال البحث والتطوير والإبتكار، لذلك لا بد للدول

¹ سلطان بلغيث، دور الجامعات العربية في دعم ثقافة البحث العلمي الإبداعي، مجلة شؤون عربية العدد 127، 2006، ص 128.

² أحمد مختار، التعليم الجامعي في الوطن العربي، بين الواجهة الاجتماعية والبحث العلمي، شؤون عربية 127، 2006، ص 163.

العربية من صياغة سياسة للعلم والتكنولوجيا تحدد فيها أهدافا واضحة المعالم وأولويات مدروسة لصالح التنمية التكنولوجية المحلية.

المطلب الثاني: نقل التكنولوجيا والتنمية العربية

سنتطرق في هذا المطلب إلى كل من واقع النمو الاقتصادي وهيكلته وطبيعة محدداته سواء في القطاع الزراعي، الصناعي، والقطاع التجاري.

1. أثر التكنولوجيا على التنمية:

تجدر الإشارة التطرق إلى موضوع التنمية قبل معرفة أثر التكنولوجيا عليها، بحيث تعتبر تلك العملية التي تستهدف تحقيق تغيير جذري في البنى الهيكلية الاقتصادية والاجتماعية المتخلفة، واستبدالها ببنى جديدة تسمح بنقل المجتمع إلى حالة أفضل ، يصبح معها قادرا بالاعتماد على إمكانياته الذاتية وقدراته الفعلية والكامنة، وبالاستفادة ما أمكن من العلاقات الاقتصادية الدولية على تحقيق زيادة مضطردة في الناتج الإجمالي، ورفع مستمر لدخل الفرد الحقيقي، وتحقيق توزيع عادل لهذا الناتج¹ والعامل الأساسي الذي يمكن له أن يحقق ذلك يكمن في التكنولوجيا بمختلف منتجاتها وتقنياتها وعملياتها وطرقها ونظمها، حيث أنه إذا كانت عملية التنمية هي المحرك لمجمل قطاعات الإقتصاد الوطني، فإن التكنولوجيا تحتل المرتبة الأولى بإعتبارها المحرك لمجمل قطاعات الإقتصاد الوطني، فإن التكنولوجيا تحتل المرتبة الأولى بإعتبارها المحرك الأساسي لتسريع هذه العملية، الأمر الذي يجعل من تبني مفهوم التكنولوجيا وما يترتب عليها من طرف وأساليب إنتاجية ووسائل علمية ومعارف فنية لإيجاد حلول لمختلف الاختلالات التي تظهر خلال مسيرة التنمية أمرا بالغ الأهمية، فحاجات المجتمع المتنامية باستمرار على الصعيد الكمي والنوعي تستطيع التكنولوجيا أن تساهم مساهمة كبيرة وفعالة في تلبيتها من خلال تأثيرها في الإنتاج، وكونها الشرط الأول لزيادة إنتاج المنتجات النافعة للبشر².

ومما سبق نستنتج أنه لتحقيق التنمية لا يمكن الاستغناء عن التكنولوجيا، بل نجد أن هناك علاقة تأثر وتأثير بينهما، بإعتبار أن عملية التنمية هي الثمرة الناتجة عن التفاعل المستمر بين الجهود المادية والفكرية، في

¹ محمود قاسم زنبوع، التنمية الاقتصادية، مطبعة المديونية، دمشق، 1996، ص 129.

² محمد آدم، التكنولوجيا والاقتصاد في خدمة الإنسان والتنمية، مجلة النبأ، عدد 44، 2000.

حين أن التنمية توفر الجو أو المناخ الملائم لتطبيق مختلف الابتكارات والاختراعات المتوصل إليها وتجسيدها في شكل منتجات وأساليب إنتاج، وباعتبار أن مستوى التقدم التكنولوجي في الدول العربية متدني وشبه مشلول فعليها اللجوء إلى إبرام عقود لنقل التكنولوجيا المتحصل عليها في الدول المتقدمة وتوظيفها في عمليات التنمية من أجل تحقيق الأهداف المنشودة.

2. أثر التكنولوجيا والتنمية في الدول العربية:

إنطلاقاً من فكرة أن التكنولوجيا تعتبر المحرك الأساسي لتسريع وتحقيق أهداف التنمية الاقتصادية، فإن هذه الأخيرة تتوقف ليست فقط على توظيف التكنولوجيا، وإنما تحقيق النقل الحقيقي لها سواء تمثل ذلك في نقل التكنولوجيا الملائمة أو التكنولوجيا القابلة للتوطين ومن ثم إنتاجها محلياً.

سعت مختلف الدول العربية إلى النهوض بإقتصادياتها بالإعتماد على التكنولوجيا الغربية، لأنها رأت في ذلك أن ركيزة التطور الاقتصادي في الدول المتقدمة تتمثل في تكنولوجياتها، هذه التكنولوجيا التي تم التحصل عليها من خلال وقت وجهد ومال كبير جداً، لذلك حاولت الدول العربية إختزال كل هذه العوامل عن طريق إبرام عقود لنقل هذه التكنولوجيا وتوظيفها في عملياتها التنموية، إلا أن مختلف العقود التي أبرمت في هذا المجال تمثلت إما في العقود البسيطة أو أنواع محددة من العقود المركبة لنقل التكنولوجيا¹، ومن المعروف أن العقود الأولى تتمثل في إستيراد الآلات والتجهيزات ومختلف المنتجات التكنولوجية بإستمرار، حيث لا يوفر هذا النوع من العقود نقل التكنولوجيا المنشودة، أما الأمر من ذلك فهو عامل الاستمرارية في الاستيراد، حيث أن دورة حياة المنتج التكنولوجي قصيرة جداً نتيجة التطور الهائل والمستمر في المجال التكنولوجي قصيرة جداً نتيجة التطور الهائل والمستمر في المجال التكنولوجي ومن أجل مواكبة هذا التطورات، عملت الدول العربية على إقتناء كل ما هو جديد من هذه المنتجات، مما كلفها مبالغ طائلة، بالإضافة إلى النوع الثاني من العقود والمتمثل على وجه الخصوص عقود تسليم المفتاح في اليد، حيث تقوم المؤسسات الأجنبية بعملية نقل التكنولوجيا وفقاً لهذا النوع من العقود من دراسة جدوى المشروع إلى غاية التسليم الجاهز للمصنع، مما يؤدي بالدول العربية إلى التبعية التامة من الناحية التكنولوجية للشركات الأجنبية.

¹ معروف هوشيار، تحليل الاقتصاد التكنولوجي، مرجع سابق، ص 229.

لقد ساد في الدول العربية إعتقاداً خاطئاً بأن التنمية تتطلب توفير مختلف الآلات والتجهيزات التكنولوجية لتحقيق أهدافها، وأن التكنولوجيا لتهيئة قادرة لوحدها على دفع عجلة النمو، لذلك سارعت إلى القيام بإبرام عقود نقل التكنولوجيا البسيطة لتهيئة المصانع القائمة، أو عقود نقل مركبة متمثلة على وجه الخصوص في عقود تسليم المفتاح في اليد بحجة، التحقيق السريع لأهداف التنمية الاقتصادية، لكن أثبتت مختلف التجارب التي إنتهجتها في هذا المجال فشلها، لذلك لابد من إنتهاج طرق أخرى لنقل التكنولوجيا خاصة ما تعلق منها بعقود التعاون الصناعي الذي يمكن أن يحقق النمو الاقتصادي المنشود بالإضافة إلى إمكانية التكنولوجيا المنقولة عبر هذا النوع من تأهيل الكوادر المحلية والمساهمة في عمليات البحث والتطوير التي تمكنها من توطين وتوليد التكنولوجيا محلياً وبالتالي تطوير القاعدة التكنولوجية المحلية¹.

وبالتالي فعلى الدول العربية تحديد التكنولوجيا التي تساعد في النهوض بإقتصادياتها، حيث وكما سبق الإشارة إليه أن التكنولوجيا المجسدة في الآلات والأجهزة والمنتجات التكنولوجية غير قادرة لوحدها على تحقيق الأهداف المنشودة من العملية التنموية، بل تحتاج إلى المعارف الفنية المرتبطة بهذه التكنولوجيا من أجل تهيئة المناخ الملائم للإستغلال الأمثل لها بالإضافة إلى تأهيل الكوادر المحلية من اجل استيعابها وتوطينها ومحاولة توليد تكنولوجيا محلية وبالتالي تعزيز وتطوير القاعدة التكنولوجية المحلية.

3. نقل التكنولوجيا وسياسات التصنيع العربية:

من أهم الصفات التي يتميز بها التصنيع في الدول العربية ما يلي²:

- وجود صناعات استخراجية متطورة نسبياً في بعض الدول العربية لكن تخضع في الغالب إلى المؤسسات الأجنبية بصورة مباشرة أو غير مباشرة.
- استمرار بعض الصناعات الحرفية اليدوية التي تقوم على الطلب المباشر عادة غير أنها تعاني من تدهور مستمر بسبب المنافسة المفروضة عليها من المنتجات الأجنبية.

¹ هوشيار معروف، مرجع سابق، ص 237.

² نفس المرجع، ص 266.

- الصناعات العربية لازالت صناعات قُطرية، حيث لازالت تنشط وفق السوق المحلية الضيقة دون الاستفادة من التصدير ودخول الأسواق الدولية، أو على الأقل التصدير للأسواق العربية بالرغم من إنشاء السوق العربية المشتركة¹.
 - إنتشار الصناعات الاستهلاكية أو النصف مصنعة في الدول العربية بدلا من المنتجات الرأسمالية المصنعة، كما أنها لم ترقى إلى الصناعات الحديثة التي تعتمد على التكنولوجيا العالية.
 - معظم السياسات التكنولوجية المنتهجة من طرف الدول العربية، تركزت حول إقتناء المنتجات التكنولوجية دون التركيز على المعرفة الفنية التي من شأنها تعزيز القدرة التكنولوجية المحلية.
- لذلك ومن أجل تنمية هذا القطاع يجب الإلمام ببعض النقاط والتي تعتبر غاية في الأهمية من أجل الاستفادة الناجحة من التكنولوجية المنقولة من الخارج، ومن أهم هذه النقاط:
- القيام بعملية تصنيع المواد الأولية دون تصديرها على حالها من أجل الاستفادة من القيمة المضافة.
 - القيام بمشاريع عربية مشتركة على أساس توطينها في الأماكن التي تحقق أكبر قدر ممكن من التكاملات الأمامية والخلفية بما يرفع من معدلات التنمية القطرية.
 - تنسيق برامج التصنيع مع برامج تطوير التكنولوجيا واختيارها وبرامج تطوير الكوادر المحلية.
 - وضع برامج تهدف إلى تأمين المواد الأولية المناسبة للصناعات العربية وتأمين أسواق لمنتجاتها داخل الأسواق المحلية والعلمية.
 - وضع برامج لصناعات تهدف إلى تطوير الصناعات العربية القائمة وتقليل تبعيتها في المجال التكنولوجي للخارج.
 - وضع برامج لصناعات جديدة تخدم الصناعات القائمة، وتقوم على أساس التكامل الصناعي بين الدول العربية.
 - المساهمة في توفير الاستقلال التكنولوجي من خلال الاعتماد بشكل أساسي على استرداد المعارف الفنية وتأهيل الكوادر.

¹ هوشيار معروف، مرجع سابق، ص 268.

لكن لا يمكن إهمال فكرة مفادها أن اقتصاديات الدول العربية خاصة ما تعلق منها بالقطاع الصناعي، واجهة العديد من المعوقات التي حالت دون إسهامه في عمليات التنمية، حيث أن خصائص معظم اقتصاديات الدول العربية تتميز بكونها اقتصاديات زراعية، لكن مع إدراكها أن القطاع الصناعي هو القطاع الكفيل بتحقيق التنمية الاقتصادية، سارعت إلى تطبيق مختلف التجارب من أجل ذلك ومن أهم مساعيها محاولة نقل التكنولوجيا المتقدمة باعتبارها أساس ترقية وتعزيز دور القطاع الصناعي في تحقيق الأهداف الاقتصادية، ومن أهم المعوقات التي واجهتها¹:

- التجارب الفاشلة المنتهجة في عمليات نقل التكنولوجيا الأجنبية لتنمية الصناعات العربية، وبمختلف الصيغ، سواء ما تعلق منها بالإستثمار الأجنبي المباشر المملوك بالكامل للشركات الأجنبية الذي يحول دون فك الحزمة التكنولوجية العاملة، أو الصيغ التعاقدية وعلى رأسها عقود تسليم المفتاح في اليد وذلك يكرس التبعية التكنولوجية للعنصر الأجنبي.
- الثورة التكنولوجية وما صاحبها من تطور هائل ومستمر في المجال التكنولوجي، مما أدى إلى عدم نجاعة سياسة مواكبتها عن طريق اقتداء المنتجات التكنولوجية من آلات ومعدات وأجهزة خاصة ما تعلق منها بهدف رفع الكفاءة الإنتاجية، حيث أصبح هذا الأخير يعتمد على المعرفة الفنية وأساليب الإنتاج المتطورة أكثر من الآلات والمعدات الداخلة في عملية الإنتاج.
- التطور الهائل في نظم المعلومات والاتصالات وما ترتب عليه من تطور في أساليب تسويق وترويج المنتجات في مختلف الأسواق، مما زاد من شدة المنافسة المفروضة من طرف المؤسسات الأجنبية الكبرى، خاصة ما تعلق منها بالتجارة الإلكترونية.
- إهمال مجال البحث والتطوير المحلي وإنخفاض عدد الكوادر المؤهلة.
- سوء توزيع الطاقة الشغيلة بين القطاعات الاقتصادية، مما أفرز تضخم في القطاع الخدمي وطاقات معطلة في القطاع الصناعي.
- عدم الاستقرار الاقتصادي، والذي يعتبر من أهم الشروط لتنظيم القدرة التنافسية العربية.
- تدني المستوى التكنولوجي وما ترتب عليه من إرتفاع في تكاليف الإنتاج ومقارنة بالمؤسسات الأجنبية، مما يؤثر على تنافسية للصادرات العربية في الأسواق الدولية، وحتى في الأسواق المحلية.

¹ التقرير الاقتصادي العربي الموحد، 2003، ص 73.

- الاعتماد على التكنولوجيا الأجنبية دون ملائمتها للبيئة العربية أو العمل على توطينها وتوليد منها التكنولوجيا الملائمة لها مع إهمال التكنولوجيا المحلية.
- إنخفاض الاستثمار في البحث والتطوير الناتج عن العوائد الهيكلية للبحث العلمي، الأمر الذي أدى إلى انعدام البيئة المحفزة للباحثين والمبتكرين للحصول على تكنولوجيا محلية¹.
- غياب استراتيجية تكنولوجية واضحة المعالم تهدف إلى الربط بين التكنولوجيا المنقولة والبحث والتطوير المحلي لتكييفها وإدماجها في صناعات تحقق ميزة تنافسية في الأسواق المحلية والدولية.

¹ محمد التكريشي، التكنولوجيا والتنمية، ص 78.

المبحث الثالث: مساهمة التكنولوجيا المنقولة في تنافسية الصادرات في الدول العربية:

يرتكز اقتصاد أي دولة على التجارة الخارجية في تعزيز مداخله، فالمتفحص لتطور علم الاقتصاد يرى أنه لا يمكن لأي دولة أن تعيش في معزل عن باقي دول العالم، وذلك راجع لعدم قدرة بلد ما على تلبية مختلف الحاجات والمنتجات التي يرغب فيها مستهلكيه بالإضافة إلى عدم كمال عناصر الإنتاج في البلد الواحد، حيث تختلف درجة وفرتها من بلد لآخر، ووفرته تعني إنتاج المنتجات بتكاليف أقل، وندرته تعني إنتاج منتجات بتكاليف أعلى، لذلك تلجأ مختلف دول العالم بما فيها الدول العربية إلى التصدير لتصريف الفائض من المنتجات وتحصيل العملات الصعبة، هذا من جهة وفي جهة أخرى فإن العنصر التكنولوجي وعمليات الإبداع أو الاختراع تلعب دوراً كبيراً في إيجاد وإنتاج المنتجات الجديدة والتي عادة ما تكون في بداية اكتشافها في بلد معين، ثم يتم تصديرها إلى دول مماثلة خاصة ما تعلق منها بالدخول والأذواق.

المطلب الأول: خصائص وهيكل الصادرات في الدول العربية:

تلعب التجارة الخارجية والتصدير على وجه الخصوص دور شريان الحياة، نظراً لطبيعة اقتصادياتها والمتعمد في معظمها على الاقتصاد الريعي، أو المنتج الواحد، ما يؤدي بالضرورة إلى اعتمادها في عمليات التصدير على هذا المنتج فقط، وهذا ما سيتناوله في هذا المطلب

أولاً: خصائص الصادرات في الدول العربية:

تتشترك وتتشابه صادرات الدول العربية في العديد من الخصائص، وذلك لتمثل اقتصادياتها، حيث تتمثل خصائص مختلف صادرات الدول العربية في¹:

- عدم استقرار الحصص التصديرية للدول العربية رغم أهمية قطاع الصادرات لعدد كبير من هذه الاقتصاديات، حيث تتجاوز مساهمته في المتوسط بنسبة 30% من الناتج المحلي الإجمالي.
- تآكل الميزات النسبية للأقطار العربية، والتي تعتمد على صادرات المواد الأولية والسلع التحويلية البسيطة نتيجة تحول الطلب العالمي اتجاه المنتجات كثيفة الأحجام والمنتجات ذات التكنولوجيا العالية.

- غياب الديناميكية في التركيبة السلعية للصادرات الدول العربية وعدم مسايرتها لمجريات هيكل التجارة العالمية وتطورات الطلب العالمي.
- تركيز الصادرات في عدد قليل جدا من المنتجات وعدم قدرة الدول العربية على المحافظة على حصصها في الأسواق العالمية للمنتجات التي تتمتع فيها بميزات نسبية ظاهرة.
- غياب التخصص في الصناعات وضعف التجارة داخل نفس الصناعة.
- ضعف عنصر التكنولوجيا كمصدر لتكوين الميزات النسبية.

ثانيا: هيكل صادرات الدول العربية:

للتعرف بصورة واضحة عن هيكل صادرات الدول العربية يجب التطرق إلى حجم هذه الصادرات بالإضافة إلى مكوناتها أو مما تشكل هذه الصادرات:

1. حجم الصادرات العربية:

حققت صادرات مختلف الدول العربية نموا مستمرا، وذلك نتيجة للسياسات التنموية المعتمدة في سبيل تنمية الاقتصاد بشكل عام، حيث حقق النتائج الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (4-4): حجم صادرات الدول العربية

الوحدة: مليار دولار

2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2000	
1230	1314	1225.8	1180.1	903.9	737.9	1005.2	727.6	727.6	659.6	259.7	الصادرات العربية
0.06-	7.36	03.7	30.78	22.49	26.59-	38.15	10.31	17.95	17.76	-	نسبة نمو الصادرات
-	6.4	6.70	6.44	5.9	5.86	6.14	5.17				وزن الصادرات العربية والصادرات العالمية

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على معطيات الملحق 02.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الصادرات العربية حققت نموا مستمرا، حيث بعدما كانت لا تتجاوز 260 مليار دولار أمريكي عام 2000، تجاوز مستوى 550 مليار دولار أمريكي عام 2005 مضاعفة بذلك قيمتها إلى أكثر من الضعف، استمرت في النمو بنسبة تقارب 20 % إلى غاية عام 2008 حيث حققت قفزة نوعية متجاوزة ما نسبته 38 % لتفوق ما قيمته 1000 مليار دولار أمريكي نتيجة

السياسات والبرامج التنموية المعتمدة من طرف مختلف الدول العربية مستفيدة في ذلك من الفوائض المالية المحققة من إرتفاع أسعار البترول، حيث ابتداء 2007 إلى غاية 2013 لتتجاوز عتبة 1200 مليار دولار أمريكي، وتصدر الإشارة أن صادرات الدول العربية لازالت معرضة للصدمات الخارجية والتي تؤثر بشكل كبير على مستوى الأداء الاقتصادي بصفة عامة، وأحسن دليل على ذلك الانخفاض المسجل في قيمة الصادرات العربية ككل والذي فاق نسبة 26 % عن النسبة التي سبقتها، حيث سجلت 737.9 عام 2009 بعدما تجاوز عتبة 1000 مليار دولار عام 2008، وذلك نتيجة الأزمة المالية العالمية التي عصفت ليس فقط بإقتصاديات الدول العربية بل وكل اقتصاديات دول العالم.

كما عززت الصادرات العربية من حصتها في الواردات العالمية حيث بعدما كانت نسبتها 5.17 % عام 2007، ارتفعت ونمت عام 2013 مسجلة ما نسبته 6.49 %.

2. اتجاهات الصادرات العربية إلى أهم الشركاء التجاريين:

بالرغم من كل الانتقادات التي يمكن أن توجه إلى قطاع الصادرات في الدول العربية، إلا أننا يجب أن نسلم بحقيقة مفادها أنها تزايدت ونمت في مختلف الدول، أما عن أهم الشركاء التجاريين في العالم فقد تباين من دولة إلى دولة، ومن تكتل إلى تكتل حسب ماهو مبين في الجدول التالي:

الجدول رقم (4-5): اتجاهات الصادرات في الدول العربية إلى أهم الشركاء التجاريين

الوحدة %

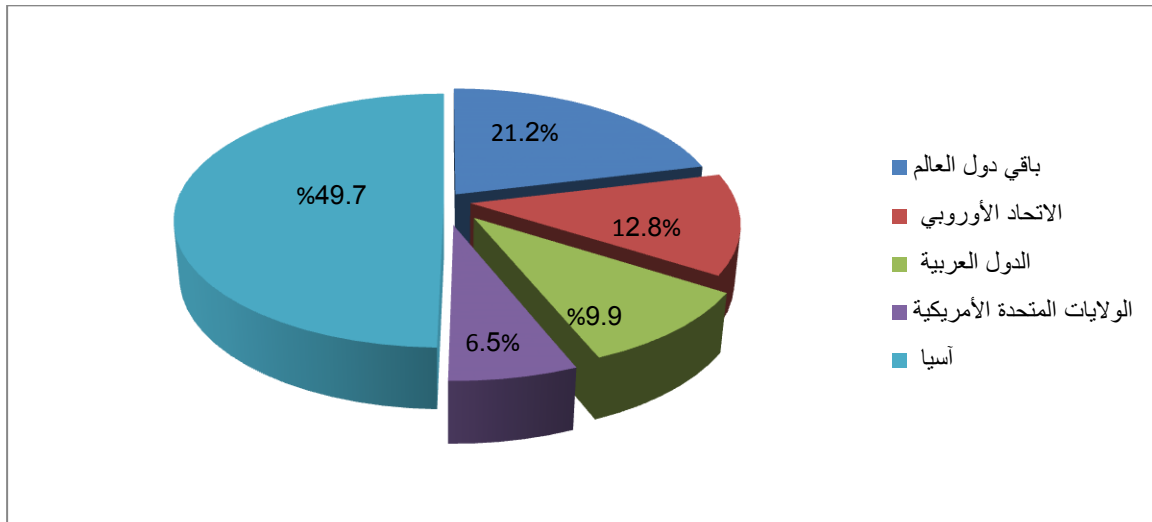
2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2002	
9.9	8.6	8.7	8	8.6	10.3	8.3	8.3	8.4	7.9	8.5	الدول العربية
12.8	13.2	13.5	12.7	15.3	15.8	17.6	18.3	22.71	23.8	25.8	الاتحاد الأوروبي
6.5	6.8	8.1	7.7	7.7	8.7	10.8	9.8	11.8	11.4	11.2	الو. م. أ.
49.7	47.8	42.9	38.9	42.4	40.3	37.7	35.3	28.5	27.5	25.6	آسيا
11	10.5	10.5	9.4	10.7	12.8	12.8	11.4	15.7	14	14.7	اليابان
9	8.1	8.6	8.3	8.1	6.7	6.8	5.3	5.2	5	3.3	الصين
29.7	29.2	23.8	21.2	23.6	20.8	18.1	18.6	7.8	8.5	7.5	باقي دول أسيوية
21.2	23.7	26.6	32.7	23.6	24.8	25.8	28.3	28.4	29.4	28.8	باقي دول العالم

المصدر: صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد، تقارير من 2002 إلى 2015.

من الجدول أعلاه نلاحظ أن مختلف الدول العربية تستهدف الأسواق القريبة منها من البعيدة، حيث تعتبر كل من آسيا والاتحاد الأوروبي أهم الشركاء التجاريين، حيث سجلت مجتمعة ما نسبته في المتوسط 55.28 % من إجمالي الدول العربية، حيث بلغت حصة صادرات الدول العربية إتجاه آسيا نسبة 25.6% في حين بلغت الحصة في نفس السنة إتجاه الاتحاد الأوروبي 25.8 %، وابتداءً من سنة 2005 أصبحت صادرات الدول العربية تفقد حصتها إتجاه الاتحاد الأوروبي لصالح الدول الآسيوية، حيث حققت نسب نمو مستمرة اقتربت من 50 % وذلك راجع إلى مختلف التسهيلات الممنوحة من طرف الدول الآسيوية لإنسياب صادرات الدول العربية سواء الجمركية او الضريبية... إلخ.

في حين عرفت تلك المتجهة نحو الولايات المتحدة الأمريكية، تراجعاً ملحوظاً، حيث بعدما سجلت عام 2002 ما نسبته 11.2 %، انخفضت إلى 08.7 % متأثرة بأعراض الأزمة المالية العالمية مواصلة الانخفاض إلى حدود 06.50 % وذلك نتيجة للعديد من العوامل أهمها العوامل السياسية إتجاه الدول العربية

الشكل رقم (4-2): اتجاهات صادرات الدول العربية عام 2014.



المصدر: صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد، تقارير 2015 ص 08.

من خلال الشكل نلاحظ الحصة التي بلغت صادرات الدول العربية إتجاه الدول الآسيوية والتي بلغت 49.7 % عام 2014 مستفيدة بذلك من مختلف التسهيلات التجارية في حين إنخفضت إنخفاضاً كبيراً في كل من الولايات المتحدة الأمريكية والإتحاد الأوروبي نتيجة العوامل السياسية المفروضة من هذه الدول إتجاه المنطقة العربية .

3. الهيكل السلعي لصادرات الدول العربية:

لازالت تسجل صادرات الدول العربية مجتمعة نسبة متدنية بالمقارنة مع باقي الدول النامية ولعل أهم الأسباب التي تؤدي إلى تسجيل هذه النسب هو أنواع المنتجات الداخلة في العملية التصديرية حيث يتكون الهيكل السلعي حسب الجدول التالي:

الجدول رقم (4-6): الهيكل السلعي للصادرات الدول العربية

2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2002	
69.6	73.7	76.5	73.6	71.9	70.8	77.9	75.4	76.6	76.6	67.5	الوقود المعدني
						1.5	2.1	2	2.1	2.5	المواد الخام
6.7	8.4	6.8	7.3	8.2	7.5	6	11.6	11.8	12.3	16.2	المصنوعات
4.5	3.5	3.1	4.7	5.3	4.5	5	4	3.3	3.6	4.2	آلات ومعدات النقل
13.8	7.8	6	6.1	6	4.4	7	3.6	3.1	3.2	5.2	المنتجات الكيميائية
4.9	5.2	4.9	3.7	3.8	3.1	2.4	2.2	2.5	2.7	3.7	الأغذية والمشروبات
-	-	-	-	-	-	0.2	0.9	0.7	0.7	0.7	سلع أخرى

المصدر: صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد، تقارير من 2002 إلى 2015.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ مواصلة هيمنة الوقود المعدني على التشكيلة المكونة للهيكل صادرات الدول العربية حيث تصل حصته منها إلى حوالي ثلاث أضعاف حصة الصادرات خارج المحروقات أي بنسب تصل إلى حوالي 75% من مجموع صادرات الدول العربية، وذلك راجع إلى ضعف تنافسية المنتجات العربية خارج المحروقات وعدم مسايرتها لجودة ونوعية والسعر المطروح في الأسواق العالمية، هذا الضعف ناتج عن مكونات عناصر الإنتاج الداخلة في إنتاج هذه المنتجات، حيث تتميز بمحمل المنتجات العربية خارج المحروقات بصفاتها منتجات أولية خام أو بتدني المكون التكنولوجي والذي يؤثر بالضرورة على كمية ونوعية وجوده وتكلفة إنتاجها.

4. مساهمة التكنولوجيا في صادرات الدول العربية:

تصنف منتجات السوق الدولية حسب تصنيف معياري ذو دلالة تكنولوجية هذا التصنيف يتكون من عشرة (10) درجات، تبدأ من الدرجة (0) والتي تعني اعتماد المنتجات الداخلة في هذه الدرجة على الموارد دون التكنولوجيا إلى الدرجة (09) والتي تعني احتياج المنتجات إلى أعلى درجات النقد التكنولوجي، حيث يتكون هذا التصنيف من الدرجات التالية¹:

¹ الملحق رقم (3).

0. الأغذية والحيوانات الحية.
1. المشروبات والتبغ.
2. المواد الخام غير صالحة للأكل بإستثناء الوقود.
3. الوقود المعدني، زيوت التشحيم والمواد ذات الصلة.
4. الزيوت النباتية والدهون ذات الصلة.
5. المواد الكيميائية والمنتجات ذات الصلة.
6. السلع المصنعة أساسا من مادة.
7. الآلات ومعدات النقل.
8. المواد المصنعة عالية التكنولوجيا.

فالمفحص لطبيعة ونوعية المنتجات الداخلة في صادرات الدول العربية يلاحظ بأن معظمها تندرج ضمن الدرجات الخمس الأولى¹، أي من (0-4) والتي تتصف بتدني عنصر التكنولوجيا الداخلة في عملية إنتاجها، أو بصفة عامة الأصناف التي لا تحتاج إلى تكنولوجيا متقدمة، حيث تحتل ما نسبته 87.4 % من إجمالي صادرات الدول العربية، في حين لا تتجاوز صادرات المنتجات ذات التقنية العالية ما نسبته 0.03 من إجمالي صادرات الدول العربية.

وهناك تصنيف آخر للمنتجات التصديرية، حيث يصنفها إلى أربع درجات كالتالي²:

- المنتجات ذات محتوى الموارد.
- المنتجات منخفضة التكنولوجيا.
- المنتجات متوسطة التكنولوجيا.
- المنتجات عالية التكنولوجيا.

¹ صندوق النقد العربي، إحصائيات تنافسية التجارة العربية الإجمالية والبيئية، 2015، ص 327.

² أحمد كواز، الأداء التنافسي للصناعة لعدد من الدول العربية، مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية، المجلد العاشر، العدد الثاني، 2009، ص

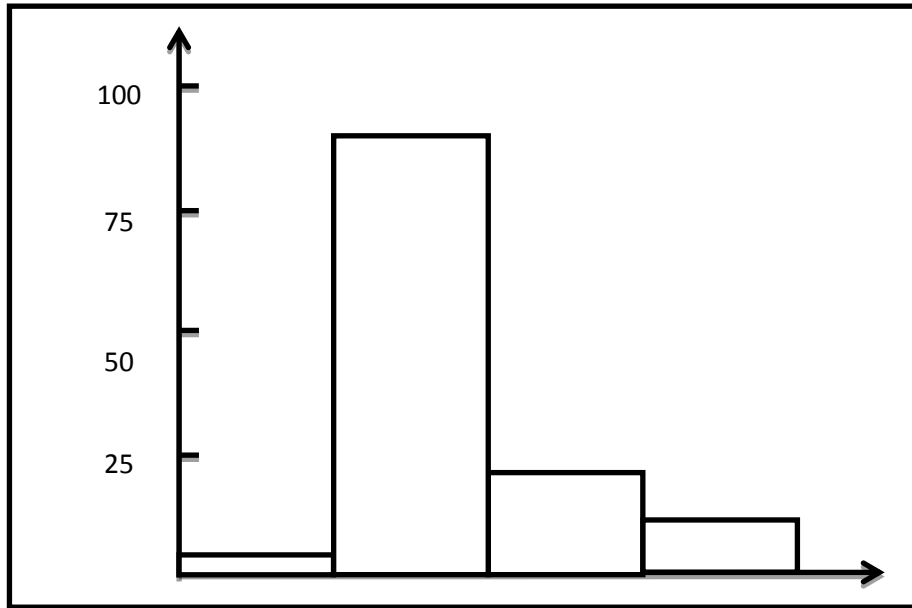
حيث تدرج تحت كل صنف مجموعة من المنتجات حسب محتواها التكنولوجي، وبإسقاط المنتجات الداخلة في صادرات الدول العربية على هذا التصنيف كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول رقم (4-7): التصنيف التكنولوجي لصادرات الدول العربية

2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	
28518	27.515	92.484	82.796	97.094	78.789	55.876	الصادرات من المنتجات ذات محتوى الموارد
1.025.859	99.937	87.651	85.073	47.184	800.112	580.909	ذات تكنولوجيا منخفضة
110.581	99.937	87.651	85.073	47.184	58.528	43.636	ذات تكنولوجيا متوسطة
41.350	36.437	49.814	47.648	40.314	41.529	34892	ذات تكنولوجيا عالية

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على الملحق رقم (04)

الشكل رقم (4-3): نسبة تطور الصادرات الدول العربية حسب محتواها التكنولوجي لسنة 2013.



المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على الملحق رقم (04)

من خلال الجدول والشكل أعلاه، نلاحظ أن المنتجات الداخلة في العملية التصديرية للصادرات العربية تنصف بالتدني في محتواها التكنولوجي، حيث بلغت نسبة 85.4% من المنتجات في الصنف الثاني، والذي يتميز بمحتوى منخفض من التكنولوجيا، وهذه النسبة تفرض واقع صادرات الدول العربية التي تتكون في معظمها من المحروقات، أما بالنسبة للصادرات خارج المحروقات بكل أصنافها لم تتجاوز حد 15% من مجمل صادرات الدول العربية مجتمعة، لأن مثل هذه المنتجات تحتاج إلى قدرة تنافسية كبيرة تميزها عن باقي المنتجات في الأسواق الدولية، والعنصر الإنتاجي الكفيل بتحقيق هذا التميز هو التكنولوجيا.

صحيح أن معظم الدول العربية سارعت إلى وضع سياسات واستراتيجيات للنهوض باقتصاداتها وتنويع صادراتها وعدم الاعتماد على المنتج الواحد أو المنتجات الريعية، إلا أن هذه السياسات تفتقد إلى الرؤيا طويلة الأجل، حيث نلاحظ أن معظم الدول العربية قامت بإبرام عقود نقل التكنولوجيا بكل أشكالها سواء البسيطة أو المركبة، إلا أن هذه التكنولوجيا المنقولة لم تكن مدروسة، فالمتفحص لمختلف التقارير وبالرغم من الطفرة المالية التي وقرتها ارتفاع أسعار البترول، لم يتم استثمارها في البنى التحتية الأساسية ولا في تكوين القاعدة التكنولوجية التي من شأنها استقبال التكنولوجيا المنقولة وتوطينها وملائمتها مع الاحتياجات الاقتصادية للدول العربية، حيث بلغ متوسط نسبة الطاقة الابتكارية وتوطين التقنية في الدول العربية¹ 0.26% وهذا ما يؤدي إلى إبرام عقود لنقل تكنولوجيا الاقتصاد العربي في غنا عنها، وبالتالي اهدار الجهود المبذولة في هذا المجال دون تحقيق الأهداف المنشودة، كما تجدر الإشارة إلى تسجيل الدول العربية مجتمعة نسبا ضعيفة جدا في المؤشرات التي من شأنها تدعيم القدرة التكنولوجية والتي من شأنها تحقيق الأرضية اللازمة لاستقطاب التكنولوجيا المتقدمة، وتوطينها وتوليد الملائمة منها.

¹ تقرير التنافسية العربية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 2012، ص 51.

الجدول رقم (4-8): واقع الدول العربية في بعض مؤشرات استقطاب التكنولوجيا المتقدمة

الوحدة (%)

النسبة	المؤشر (متوسط الدول العربية)
0.47	جاذبية الاستثمار
0.26	البنية التحتية
0.43	صافي تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر
0.37	البنية التحتية الثقال
0.19	الطاقة الابتكارية وتوطين الثقال
0.35	مؤشرات تنافسية الكامنة
0.03	الصادرات من التكنولوجيا العالية

المصدر: تقرير التنافسية العربية 2012

من خلال الجدول نلاحظ أن رغم الجهود المبذولة في مجال تهيئة المناخ لاستقطاب التكنولوجيا العالية، إلا أنها مازالت صادراتها تعاني من ضعف تنافسياتها في السوق العالمية، وذلك راجع إلى ضعف الطاقة الابتكارية وتوطين التقانة، باعتبار أن معظم التكنولوجيا المنقولة تتجسد في إستيراد الآلات والمعدات الإنتاجية، أو إبرام عقود نقل التكنولوجيا الجاهزة دون إدراجها في مراكز البحث والتطوير لتوطينها وتوليدها، ناهيك عن أن معظم الاستثمارات الأجنبية المباشرة وبالرغم من تسجيل نسبة قاربت 0.50 إلا أن جلها يستثمر في القطاعات ذات مستوى تكنولوجي متدني وهذا ما يثبت حقيقة النسبة المسجلة في الصادرات العربية من التكنولوجيا العالية، بالإضافة إلى ضعف البنية التحتية الأساسية والبنية التحتية للتقانة ما فرض على الدول العربية واقع التركيز وعدم تنوع المنتجات ذات المستوى التكنولوجي المنخفض في صادراتها، ثم إن الإعتماد على هذا النوع من المنتجات له انعكاسات سلبية على معدلات التبادل التجاري، لأن أسعار المنتجات ذات المستوى التكنولوجي المنخفض تنمو بمعدلات أقل من المنتجات ذات المستوى التكنولوجي المتوسط والعالي.

المطلب الثاني: مؤشرات تنافسية الصادرات العربية في الأسواق الدولية:

سوف نحاول في هذا المطلب التعرف على درجة تنافسية صادرات الدول العربية من خلال مؤشر الميزة النسبية الظاهرة ونسبة التركيز والتنوع وكفاءة التجارة.

أولاً: الميزة النسبية الظاهرة (RCA):

أنشأ بوتر مقياساً للتنافسية مستندا على الميزة النسبية الظاهرة (RCA) Revealed Comparative Advantage Index حيث تحسب وفق المعادلة التالية:

$$RCA_{ij} = \frac{x_i/x_j}{xM_i/xM_G}$$

حيث: RCA: الميزة النسبية الظاهرة.

x_i : صادرات المنتج i للبلد j

x_j : الصادرات الكلية للبلد j

xM_i : الصادرات الدولية للمنتج i

xM_G : الصادرات الدولية الكلية

وعندما تكون RCA_{ij} أكبر من الواحد فإن البلد j يمتلك ميزة نسبية ظاهرة للمنتج (i).

يتضمن مصدر الميزة النسبية الظاهرة كل من تكلفة عوامل الإنتاج، منافذ إلى الأسواق الابتكارية، التكنولوجيا، وهكذا فإنه كلما اعتمد على استهلاك منتجات معينة من هذه العوامل الإنتاجية كراس المال البشري أو ذات المدخل الميسر للتكنولوجيا كلما كانت تمتلك ميزة نسبية ظاهرة.

أما بالنسبة للمنتجات الداخلة في صادرات الدول العربية فيمكن إيجاز الميزات النسبية الظاهرة لمجموعة منها في الجدول التالي:

الجدول رقم (4-9): الميزة النسبية الظاهرة لبعض الدول العربية حسب تصنيف (SITC).

البند	الجزائر	تنوس	المغرب	مصر	السودان	الأردن	السعودية	عمان
0	0.04	0.789	5.68	1.28	7.09	2.15	0.17	0.58
1	0.02	2.61	2.18	1.76	14.07	2.24	0.10	0.58
2	0.02	1.38	2.51	3.52	0.19	5.13	0.51	6.80
3	8.59	0.82	1.09	0.88	0.01	1.95	8.04	0.16
4	0.03	0.38	0.68	0.32	0.15	0.78	0.08	0.08
5	0.00	0.77	0.89	6.28	8.01	0.85	0.13	0.13
6	0.00	9.70	3.54	2.84	0.00	1.12	0.04	0.33
7	0.08	0.27	0.38	0.86	0.98	0.39	0.21	0.19
8	0.01	0.31	0.08	0.03	0.00	0.11	0.02	0.26
9	0.01	0.14	0.08	0.62	0.00	0.15	0.02	0.14

من خلال الجدول نلاحظ أن معظم صادرات الدول العربية ذات الميزة النسبية الظاهرة تندرج ضمن الأصناف الخمسة الأولى أي من (0-4) والتي تعتمد على مستوى تكنولوجي متدني، حيث نلاحظ أن معظم الدول النفطية لها ميزة نسبية ظاهرة في الصنف رقم (03) والمتضمن بالدرجة الأساسية النفطية في حين بالدول غير النفطية تندرج ضمن الأصناف المتدنية للتكنولوجيا، فنجد مثلا مصر وتونس والمغرب يشتركون في الميزة النسبية الظاهرة للصنف (1) والخاص بالمشروبات والتبغ، باعتبارها دول سياحية يزورها الملايين من السياح في السنة الأمر الذي يتطلب منهم مضاعفة هذا النوع من المنتجات.

أما بالنسبة للأصناف الأخرى خاصة الصنف السابع والثامن فنجد أن الميزة النسبية الظاهرة تنعدم تماما في جل الدول العربية، وهذا ناتج عن ضعف المستوى التكنولوجي في مختلف صادرات الدول العربية بسبب نقص المخابر والبحوث العلمية المتخصصة والاختراعات والابتكارات وعدم إقامة قاعدة تكنولوجية قوية.

ثانيا: مؤشر التركيز والتنوع:

يعمل هذين المؤشرين على قياس تنافسية الصادرات من حيث عدد الأسواق التي تنفذ إليها ومدى اختلاف المنتجات الداخلة في العملية التصديرية عن بعض البعض، حيث تعمل كل من¹:

مؤشر التنوع على قياس انحراف حصة صادرات السلع الرئيسية لدولة معينة في إجمالي صادراتها، عن حصة الصادرات الوطنية الكلية لتلك السلع الرئيسية في الصادرات العالمية، وتتراوح قيمة المؤشر بين (0 و 1)، بحيث اقترب المؤشر من الصفر كلما كانت درجة تنوع الصادرات أعلى والعكس صحيح.

أما بالنسبة لمؤشر التركيز أو كما يعرف بمؤشر هيرفندال هيرشمان، فيقيس مستوى التركيز السوقي لحصة الدولة من الصادرات مقصوم على الواردات العالمية في سلعة أو مجموعة محددة أو تنوعها بين أكثر من سلعة ومجموعة سلعية، وينحصر كذلك هذا المؤشر بين (0 و 1)، حيث تشير القيم الدنيا منه إلى درجات تركز أقل لكل من الصادرات والواردات، فيما تشير القيم الأعلى منه إلى درجات تركز أكبر.

وعلى هذا الأساس يمكن تطبيق هذين المؤشرين على صادرات الدول العربية من أجل التعرف على مدى تنافسيتهما من خلال تنوعها وتركز الأسواق التي تغزوها.

¹ صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد، 2015، ص 02.

الجدول رقم (4-10): مؤشر التركيز والتنوع السلعي لصادرات الدول العربية

2013		2005		الدول
التنوع	التركيز	التنوع	التركيز	
0.669	0.153	0.594	0.135	الأردن
0.545	0.422	0.594	0.458	الإمارات
0.719	0.359	0.754	0.422	البحرين
0.495	0.149	0.599	0.18	تونس
0.733	0.541	0.81	0.588	الجزائر
0.595	0.194	0.65	0.152	جيبوتي
0.766	0.763	0.809	0.745	السعودية
0.818	0.668	-	-	السودان
0.655	0.173	0.671	0.367	سورية
0.75	0.616	0.777	0.567	الصومال
0.874	0.978	0.825	0.952	العراق
0.69	0.494	0.768	0.717	عمان
0.666	0.164	0.591	0.167	فلسطين
0.784	0.524	0.79	0.571	قطر
0.771	0.53	0.679	0.543	القمر
0.784	0.719	0.813	0.632	الكويت
0.595	0.117	0.625	0.102	لبنان
0.79	0.795	0.816	0.833	ليبيا
0.521	0.161	0.606	0.237	مصر
0.67	0.156	0.67	0.157	المغرب
0.795	0.506	0.857	0.542	موريتانيا
0.717	0.513	0.815	0.817	اليمن

المصدر: التقرير الاقتصادي العربي الموحد، 2015 ص 08.

من الجدول أعلاه نلاحظ أن صادرات الدول العربية لم ترقى بعد لدرجة التنوع المقبولة، حيث بلغ مؤشر متوسط الدول العربية مجتمعة بنسبة قارت 70 % بإستثناء بعض الدول التي سجلت تحركا إيجابيا مثل تونس والتي سجلت مؤشر 10.495 وذلك نتيجة الجهود المبذولة في تكوين قاعدة تكنولوجية لإستقطاب وتوطين التكنولوجيا المنقولة أهمها مشروع القطب التكنولوجي بيانقيو * Pangyo Techno Valley سنة 2006 بميزانية تزيد عن 5 ملايين دولار أمريكي¹، بالإضافة إلى تحويل القطب التكنولوجي السدرية من حاضنة المؤسسات إلى وزارة الصناعة عام 2008 وإتمام المنطقة الصناعة للإنتاج والتطوير التكنولوجي، كل هذه الجهود ساهمت في تغيير درجة تنوع صادرات التونسية بنسبة فاقت 20%.

بالإضافة إلى تونس، حققت مصر والإمارات تحركا طفيفا في المؤشر، فقد سجلنا على التوالي (0.521) و (0.545) محققا بذلك تغييرا بنسبة (14 %) و (8 %) على التوالي، في حين بقيت المغرب تراوح مكانها في مجال تنوع صادراتها طوال الفترة (2005-2013) أما باقي الدول العربية سجلت درجات متفاوتة في المؤشر وذلك إما للتوظيف غير الملائم للتكنولوجيا المنقولة أو عدم بذل جهود في هذا المجال، خاصة ما تعلق بالدول النفطية.

أما فيما يخص مؤشر التركيز فقد شهدت مجموعة من الدول العربية إرتفاعا ملحوظا في قيمة المؤشر عن المتوسط العام، وإن دل هذا على شيء إنما يدل على زيادة تركيز صادراتها بالرغم من تحسن بعضها في قيمة مؤشر التركيز مقارنة سنة 2005، حيث سجلت الجزائر بنسبة تحسن فاقت (08 %) والكويت قارت (14 %)، في حين سجل البعض الأخر كالإمارات العربية المتحدة وتونس نسب أقل من المتوسط العام، مما يدل على اتصاف صادرات هذه الدول بعد التركيز بالرغم من إرتفاع المؤشر مقارنة بـ 2005.

* هو مجموعة عالمية متخصصة تغطي البحوث وتكنولوجيا المعلومات وتجارة التكنولوجيا وتكنولوجيا التقارب.

¹ حمزة القليل، النجاح التكنولوجي بين المقومات والتحديات.

ثالثا: مؤشر كفاءة التجارة (TPI):

يعتبر مؤشر كفاءة التجارة (TPI) من المؤشرات الأكثر شمولية في تقييم أداء وكفاءة تنافسية صادرات الدول، وهو عبارة عن مؤشر مركب من مجموعة من المؤشرات الفرعية والمتمثلة في متوسط نصيب الفرد للصادرات، الحصة السوقية، تنوع الأسواق والمنتجات المصدرة...إلخ.

يقوم هذا المؤشر بترتيب 184 دولة مصدرة حسب ترتيب الأصناف السلعية في الصادرات العالمية والمتمثلة في:

- المنتجات الزراعية.
- الأغذية المصنعة.
- المنتجات الخشبية.
- المنسوجات والغزل.
- المنتجات الكيماوية.
- المنتجات الجلدية.
- الصناعات الأساسية.
- المعدات غير الإلكترونية.
- صناعات تكنولوجيا المعلومات.
- معدات الكترونية.
- معدات النقل.
- الملابس الجاهزة.
- المنتجات المعدنية.
- صناعات متنوعة.

حيث جاءت في المراتب الثلاث الأولى الدول العربية التالية:

الجدول رقم(4-11): مؤشر كفاءة التجارة (TPI) لصادرات الدول العربية

صناعات متنوعة		المنتجات المعدنية		الملابس الجاهزة		معدات النقل		معدات إلكترونية		صناعات تكنولوجيا المعلومات		المعدات غير الإلكترونية		الصناعات الأساسية		المنتجات الجلدية		المنتجات الكيماوية		المنتجات والغزل		المنتجات الخشبية		الأغذية المصنعة		
M	A	M	A	M	A	M	A	M	A	M	A	M	A	M	A	M	A	M	A	M	A	M	A	M	A	
56	01	-	-	40	03	-	-	48	03	45	02	-	-	60	02	59	03	45	02	26	01	61	02	26	01	مصر
-	-	-	-	26	02	39	01	34	01	-	-	-	-	-	-	39	02	48	03	47	02	-	-	50	02	المغرب
-	-	02	01	-	-	-	-	-	-	-	-	-	03	62	03	-	-	17	01	-	-	51	01	55	03	السعودية
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	72	03	-	-	الأردن
57	02	-	-	24	01	-	-	36	02	44	01	54	01	-	-	31	01	-	-	49	03	-	-	-	-	تونس
60	03	-	-	-	-	53	03	-	-	52	03	55	02	57	01	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	البحرين
-	-	08	03	-	-	50	02	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	الكويت
-	-	06	02	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	قطر

المصدر: إنظر الملحق رقم 05

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن قطاع التصدير لمختلف الدول العربية لازال يعاني من مشاكل جمة، وذلك لضعف القدرة التنافسية للمنتجات الدول العربية خاصة تلك المنتجات التي تحتاج إلى تكنولوجيا عالية فالمأمل للجدول يلاحظ في قطاع الصناعات الأساسية مثلا لم تستطع أي دولة عربية أن تحتل مركز ضمن 50 دولة الأولى في ترتيب مؤشر كفاءة الإنتاج لعام 2014، حيث أول دولة عربية في التصنيف حققت البحرين المرتبة 57، إلا في بعض الدول والتي تشهد مساعي حثيثة لنقل التكنولوجيا سواء من الأفقية أو تدعيم مراكز البحث والتطوير من أجل تجسيد ما توصلت إليه من بحوث، فتونس مثلا حققت المرتبة الأولى عربيا في أربع قطاعات، وهي المنتجات الجلدية، المعدات غير الإلكترونية، صناعات تكنولوجيا المعلومات والملابس الجاهزة، وذلك نتيجة للدعم الذي تلقاه هذه القطاعات من القطب التكنولوجي ببنانقو Pangyo Techno Vally والذي أنشأ عام 2006، في حين حققت كل من مصر، السعودية مراتب متقدمة في القطاعات التالية: الأغذية المصنعة، المنتجات والغزل، المنتجات الخشبية، المنتجات الكيماوية، وحتى المنتجات المعدنية، وذلك لاستراتيجية تنمية الصادرات خارج المحروقات المطبقة في جمهورية مصر والتي تخللها للانضمام إلى شبكة الاتحاد الأوروبي لنقل التكنولوجيا، حيث تدعمت قطاعات استراتيجية بالنسبة للصناعة المصرية والتي تضمنت قطاع البلاستيك، هذا القطاع الذي يعتبر من القطاعات الداخلة أو مساهمة في معظم القطاعات الأخرى.

أما بالنسبة للمغرب فقد حققت المرتبة 39 عالميا والأولى عربيا في مجال صناعة المعدات الإلكترونية، هذا القطاع الذي ركزت عليه المغرب، من خلال الاستراتيجية الحديثة لإستقطاب الأدمغة المهاجرة، حيث قامت بإنشاء منظمات بحثية تشمل عضويتها الباحثين المحليين والمهاجرين من أجل المساهمة في نقل التكنولوجيا من جهة وتنمية الإقتصاد المغربي بصفة عامة.

في حين بقيت الدول العربية الأخرى تراوح مكانها محققة إما براتب متأخرة أو نتائج إيجابية لكن في منتجات ذات كثافة الموارد، نتيجة لإستقطاب التكنولوجيا الجاهزة والتي ممكن ان لا تتلائم ومتطلبات تحفيز إقتصادياتها، او عدم امتلاك قاعدة تكنولوجية قادرة على توطين التكنولوجيا المنقولة وتوليد تكنولوجيا ملائمة.

رابعا: مؤشر التنافسية الكامنة:

يعتبر هذا المؤشر من بين المؤشرات المركبة والذي يركز في حساب على 08 مؤشرات فرعية حيث تتراوح قيمته بعد تنميطها بين الواحد (أعلى مستوى للتنافسية) وصفر (أدنى مستوى للتنافسية) كما يعتبر ذو دلالة تكنولوجية¹، حيث يرتب الدول حسب أداء الدول من حيث نسبة الصادرات من التكنولوجيا العالية نسبة واردات المعدات والآلات من إجمالي الواردات، صافي تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر، الإنفاق على البحث عدد براءات الاختراع.

حيث احتلت تونس من بين كل الدول العربية مركزا في الثلث الأول محققة المرتبة الثامنة بنسبة 0.32 وذلك لجهودها المبذولة في مجال البحث العلمي والتكنولوجي حيث بلغت نسبة الإنفاق على هذا الآخر 0.32 من الناتج المحلي، وهذا ما أهلها إلى بلوغ نسبة 0.11 من الصادرات ذات التكنولوجيا العالية من إجمالي صادراتها في حين احتلت كل من الأردن وعمان والسعودية وقطر والثلث الثاني محققة المراتب التالية على التوالي: (12)، (14)، (15)، (16)، حيث بلغ مؤشر الطاقات الابتكارية وتوطين انتقانة في الأردن بنسبة 0.28 وذلك نتيجة للجهود المبذولة في مجال تهيئة المناخ لاستقطاب أكبر حجم ممكن من الاستثمارات الأجنبية المباشرة الداعمة المجال التقني الأردني، حيث سجلت الأردن في هذا المجال ما نسبته (1.00) بمعنى أن ميزان الاستثمار الأجنبي المباشر كان في صالح الأردن.

أما باقي الدول فقد احتلت الثلث الأخير من الترتيب وعلى رأسها مصر والجزائر وكانت البيانات الكلية لمؤشر الطاقة الإبتكارية وتوطين التقانة لعدد من الدول العربية كما يلي:

¹ التقرير الاقتصادي العربي الموحد، 2003.

الجدول رقم (4-12): مؤشر التنافسية الكامنة لصادرات الدول العربية

الترتيب	مؤشر الطاقة الابتكارية وتوطين التكنولوجيا	نسبة الناتج المحلي	الإنفاق على البحث العلمي والتكنولوجيا	صافي تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر	نسبة الواردات من المعدات والآلات من إجمالي الواردات	نسبة الصادرات ذات التكنولوجيا العالية	
24	0.16		-	0.08	0.63	0.03	الجزائر
15	0.24		0.01	0.44	0.79	0.01	السعودية
8	0.32		0.32	0.37	0.36	0.11	تونس
16	0.24		-	0.32	0.91	0.00	قطر
14			0.25	0.48	0.91	0.01	عمان
12	0.28		0.11	1.00	0.25	0.02	الأردن
27	0.14		0.08	0.55	0.13	0.01	مصر
21	0.21		0.20	0.15	0.32	0.19	المغرب
	0.19		0.05	0.43	0.46	0.03	متوسط الدول العربية

المصدر: انظر الملحق رقم (06).

من مجمل المؤشرات السابقة الذكر يتضح أن قطاع التصدير في الدول العربية يعاني الكثير من الإحفاقات أهمها العنصر التكنولوجي، وهو ما يؤدي إلى انخفاض القدرة التنافسية لصادرات الدول العربية وبرز ظاهرة تركز الصادرات في التشكيلية السلعية والجغرافية وعدم تنوعها والتي تدل على وجود خلل في الهيكل السلعي والخدمي، كما تواجه كذلك العديد من الصعوبات والتحديات والمتمثلة في المنافسة الشديدة المفروضة عليها من المنتجات الأجنبية في الأسواق الدولية سواء كانت سريعة أو من حيث الجودة، كما أن توجه الدول العربية نحو إستيراد واستقطاب التكنولوجيا من الخارج دون الإهتمام بالبحث والتطوير لتوليد تكنولوجيا محلية عمق من هذا الاختلاف وأصبحت جل الدول العربية تحتل المراتب الأخيرة، خاصة في المجال التكنولوجي.

خلاصة

بعد استعراضنا في هذا الفصل لعقود نقل التكنولوجيا في الدول العربية ومدى مساهمتها في تحفيز وتعزيز الصادرات العربية خارج قطاع المحروقات ونستنتج ما يلي:

- تتصف اقتصاديات الدول العربية بطبيعتها الريعية، سواء كانت نفطية أو غير نفطية باعتبار أن الربح لا يتمثل فقط في البترول والغاز وإنما هو كل ما يندرج ضمن خزانة هبات الطبيعة.
- إيماننا من مختلف الدول العربية بأهمية التكنولوجيا في تعزيز اقتصادياتها سعت إلى إستيرادها بشتى الطرق والوسائل والاشكال، لكن الملفت للأمر أنه وبالرغم من تحقيق عملية النقل إلا أن اقتصادياتها لم تحقق الأهداف المنشودة من تنمية وتطوير ولم تؤثر كذلك على حجم صادراتها.
- إن نقل التكنولوجيا عن طريق إستيرادها ليس شرطاً كافياً لدعم النمو الاقتصادي ومن ثم تعزيز حجم الصادرات لأن التقدم التكنولوجي يرتبط ارتباطاً وثيقاً برأس المال البشري المحلي، فلا يمكن لأي دولة تحقيق مستوى مرتفع من التقدم التكنولوجي دون أن يقترن بالخبرات والمهارات البشرية والتي تعد المحفز والضامن الأساسي لحدوث النقلة التكنولوجية.
- تعتبر التكنولوجيا المحرك الأساسي لعملية التنمية، الأمر الذي يجعل من تبني مفهوم التكنولوجيا وما يترتب عليه من طرق وأساليب إنتاجية ووسائل علمية ومعارف فنية لإيجاد حلول لمختلف الاختلالات التي تظهر خلال مسيرة التنمية أمراً بالغ الأهمية، فحاجات المجتمع المتنامية بإستمرار على الصعيد الكمي والنوعي تستطيع التكنولوجيا أن تساهم مساهمة كبيرة وفعالة في تلبيتها من خلال تأثيرها في الإنتاج.
- إن العلاقة بين التكنولوجيا والتنمية علاقة متبادلة التأثير، بإعتبار أن عملية التنمية هي الثمرة الناتجة عن التفاعل المستمر بين الجهود المادية والفكرية، في حين تقوم التنمية بتوفير المناخ الملائم لتطبيق مختلف الابتكارات والاختراعات المتوصل إليها وتجسيدها في شكل منتجات وأساليب إنتاج، فالتكنولوجيا تعتبر المدخل الأساسي في دعم عجلة النمو والتنمية في شتى المجالات.
- بإعتبار أن مستوى الدول العربية من التقدم التكنولوجي متدني وشبه منعدم يحتم عليها اللجوء إلى النقل الأفقي للتكنولوجيا عن طريق إبرام عقود لنقل التكنولوجيا المتحصل عليها في الدول المتقدمة وتوظيفها في عمليات التنمية من أجل تحقيق الأهداف المنشودة.

- إن الملاحظ لطبيعة المنتجات الداخلة في العملية التصديرية للدول العربية، يلاحظ أن الجزء الأكبر منها يتميز بالطابع الريعي، أما المنتجات غير الريعية فتشكل نسبة ضئيلة جدا وشبه معدومة في بعض الدول، والسبب الرئيسي في ذلك يعود إلى الإنخفاض الشديد في تنافسيتها في الأسواق الدولية الناتج عن إنخفاض العنصر التكنولوجي في تركيبها.
- بتطبيق مختلف المنتجات من طرف الدول العربية على التصنيف التكنولوجي للمنتجات المصدرة والمتكون من 10 فئات، نلاحظ أن معظمها يندرج ضمن الفئات من (0-4) والتي تمتاز بالتدني في العنصر التكنولوجي وهذا ما يدل على عدم تنافسيتها وبالتالي إنخفاض حجم الصادرات خارج قطاع المحروقات.

الفصل الخامس:

التكنولوجيا المنقولة

والصادرات الجزائرية خارج

قطاع المحروقات

تمهيد:

نظرا للصعوبات والازمات الاقتصادية التي تعاني منها الجزائر، والناجحة أساسا بسبب عاملين أساسيين أولهما طبيعة اقتصادها في حد ذاته والمعتمد على عائدات البترول والمحروقات بصفة عامة، وثانيهما عدم قدرة المنتجات خارج قطاع المحروقات على الحصول على حصص سوقية دائمة ومستمرة في الاسواق الدولية نتيجة إنخفاض الأداء التنافسي لها والمنافسة المفروضة عليها من طرق المنتجات الأجنبية.

وفي سبيل ذلك تسعى الجزائر وعلى غرار مختلف الدول العربية إلى محاولة اجتياز هذه الصعوبات عن طريق تنويع مصادر دخلها بالتركيز على تعزيز صادراتها خارج قطاع المحروقات، من خلال الرفع من أداء تنافسيها بالإعتماد على توفير المناخ الاقتصادي المناسب ومختلف الأليات والوسائل أهمها استقطاب مختلف أنواع التكنولوجيا اللازمة لتحقيق ذلك.

وعلى هذا الأساس سنتناول في هذا الفصل المباحث التالية:

- ✓ المبحث الأول: واقع التجارة الخارجية الجزائرية.
- ✓ المبحث الثاني: نقل وتوطين التكنولوجيا في الجزائر.
- ✓ المبحث الثالث: تنافسية الصادرات الجزائرية.

المبحث الأول: واقع التجارة الخارجية الجزائرية

سنتناول في هذا المبحث واقع التجارة الخارجية الجزائرية من خلال التدقيق في مختلف مراحل تطورها سواء مرحلة الرقابة على التجارة الخارجية أو مرحلة احتكارها أو مرحلة تحريرها، بالإضافة إلى مختلف الإجراءات المتبعة في سبيل تعزيز الصادرات خارج قطاع المحروقات القانونية والمؤسسية مع التطرق إلى بعض المؤشرات العامة للاقتصاد الجزائري.

المطلب الأول: تطور التجارة الخارجية الجزائرية

اعتمدت الجزائر أسلوب التدرج في تعاملها مع قطاع التجارة الخارجية تجنباً للإنعكاسات السلبية التي يمكن أن تنجم عن الإنفتاح أو التحرير المباشر لهذا القطاع، حيث استخدمت في أسلوب الرقابة، ثم الإحتكار وأخيراً تحرير التجارة الخارجية.

أولاً: الرقابة على التجارة الخارجية:

تبنت الجزائر مبدأ الرقابة على التجارة الخارجية من منظورين، منظور إيديولوجي والمتمثل في القضاء على جميع روابط التبعية للمستعمر، والمنظور الاقتصادي خاصة فيما يتعلق بالواردات بغية حماية الصناعات الناشئة والمنتج الوطني.

ولتأمين هذه الرقابة اعتمدت الجزائر ثلاث آليات رئيسية: التعريف الجمركية، الرقابة على الصرف، النظام الموقفي للواردات.

1. التعريف الجمركية:

حيث إنعكس التوجه العام للجزائر على طبيعة عمل هذه الألية من خلال التحفيز على إستيراد الآلات والمعدات والمنتجات نصف المصنعة لإستغلالها في الإنتاج الوطني من جهة، ومن جهة أخرى حماية المنتج الوطني من المنافسة التي يمكن أن تفرضها عليها المنتجات الأجنبية، وبذلك قامت بتصنيف المنتجات المستوردة إلى صنفين: التصنيف الأول يقوم على أساس طبيعة المنتج منتجات التجهيز والمنتجات الإستهلاكية، حيث تمنح للأولى الأفضلية، في حين تفرض رسوم جمركية عالية على الثانية، وجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (5-1): تحديد الرسوم الجمركية حسب قانون (63-413)

الوحدة (%)

الرسوم الجمركية	نوع المنتجات
10	سلع تجهيز ومواد أولية
20-05	سلع نصف مصنعة
20-15	سلع تامة الصنع

Source : Bouzidi M'hamsadji Nachida : Le monopile de l'état sur le commerce entiereure l'enperience Algerienne (1974-1984) office des publications universitaires p 118.

أما التصنيف الثاني فيقوم على أساس بلد المنشأ، بمعنى البلد الذي تم فيه إنتاج المنتج، وذلك بمنح معاملات تفضيلية لبعض البلدان عن غيره.

2. الرقابة على الصرف:

أنشئ أول مركز في الجزائر عام 1963 لغرضين: الغرض الأول التخلص من تبعية التجارة الخارجية الجزائرية للتجارة الخارجية الفرنسية والخروج من منطقة الفرنك¹، والغرض الثاني للرقابة على كل العمليات المصرفية والتحويلات الخاصة بالعملة وإبرام كل الصفقات التجارية مع الخارج، وتمثلت الرقابة في وضع معدل

¹ في أعقاب الحرب العالمية الأولى، إبحار النظام النقدي العالمي، أنشأت بريطانيا منطقة الإسترلين في عام 1939، كما أنشأت فرنسا منطقة الفرنك، وكانت الجزائر تنتمي إلى هذه المنطقة بموجب اتفاقية إيفيان لمدة 05 سنوات، أين تم التعاقد على أساس تحويل النقد الجزائري إلى نقد فرنسي والعكس وعمليات التحويل بين البلدين طبقا لأسعار التعادل الرسمية التي يعترف بها FMI، كما تستفيد التحويلات الموجهة إلى فرنسا بنظام حرية التحويل وتتابع عمليات التحويل متماشية مع متطلبات النمو الإقتصادي والإجتماعي للجزائر، ومقدار دخلها، ومن أجل تطبيق هذه المبادئ ولحماية الجزائر من نتائج المضاربة تتباحث مع فرنسا بواسطة لجنة مشتركة تجمع السلطات النقدية في البلدين، إضافة إلى تحديد الاتفاقيات الخاصة بالتعاون النقدي بين فرنسا والجزائر بصفة خاصة مايلي:

- إجراء تحويل إمتيازات إصدار النقد، وشروط ممارسة هذه الإمتيازات خلال المدة التي ستسبق وضع الإصدار الجزائري، والتسهيلات اللازمة لإقامة مؤسسة لإصدار النقد.
- العلاقات بين هذه المؤسسة وبنك فرنسا فيما يخص شروط إشترك الجزائر في الخزينة العامة، وحتى الأفراد في سحب المبالغ الخاصة بهم بالعملات ومنح المبالغ الإضافية بالعملات، ونظام الأموال الجزائرية بالفرنكات الفرنسية المطابق لحقوق السحب بالعملات، وإمكانية عدم وجود غطاء بالفرنكات الفرنسية.
- غادرت الجزائر هذه المنطقة بعد رفضها إتباع فرنسا وممارتها في تخفيض العملة، وعندما واجهت الأخطار عن هجرة رؤوس الأموال والاختلالات التي سادت ميزان مدفوعاتها، تم بعد ذلك اعتمدت الجزائر سياسة نقدية مصرفية مستقلة.

واحد للصراف يتحكم في كل التقلبات النقدية في السوق الدولية، فقد كان هدف الدولة توازن ميزان المدفوعات بغض النظر عن أسعار الصرف الدولية وتقلباتها، غير أن هذه الرقابة لم تحقق الأهداف المرجوة منها، نظرا للوضعية الصعبة التي كانت عليها التجارة الخارجية في هذه الفترة، فقد عرفت مشاكل على كل المستويات، وكانت أهداف هذه الآلية كما يلي¹:

- إعادة هيكلة الاقتصاد الوطني بعد فك روابط التبعية وتوجيه وسائل الدفع الخارجية إلى النشاطات الإنتاجية ذات الأولوية.
- الحفاظ على العملة الصعبة.
- المحافظة على استقرار سعر الصرف

3. النظام الموقفي للواردات:

بناء على السياسة التجارية المنتهجة من طرف الجزائر والمتمثلة في سياسة حماية الصناعات الناشئة تم تحديد منتجات معينة مسموح باستردادها دون سواها وذلك بموجب المرسوم رقم 188/63 المؤرخ في 1963/05/16 حيث تهدف إلى تنظيم التجارة الخارجية من خلال²:

- إعادة توجيه الواردات.
- كبح الواردات الكمالية والحفاظ على العملة الصعبة.
- حماية الاقتصاد الوطني وتحسين الميزان التجاري.

وبالرغم من كل هذه الإجراءات، إلا أنها لم تستطيع بلوغ الأهداف المنشودة، خاصة فيما يتعلق بالميزان التجاري، حيث اتسمت وضعيته بالتذبذب بين العجز والفائض كما هو مبين في الجدول التالي:

¹ العيادي خليفة، تحرير التجارة الخارجية وإنعكاساتها على تطوير ميزان المدفوعات الجزائري، جامعة الجزائر، 2001-2002، ص 77.

²، نفس المرجع

الجدول رقم (5-2): نتائج الميزان التجاري الجزائري خلال الفترة 1963-1969

الوحدة (مليون دينار جزائري)

1969		1968		1967		1966		1965		1964		1963		
الواردات	الصادرات	الواردات	الصادرات	الواردات	الصادرات	الواردات	الصادرات	الواردات	الصادرات	الواردات	الصادرات	الواردات	الصادرات	
654	929	712	643	827	579	713	931	781	1138	915	1394	766	1151	المواد الغذائية ومشتريات أخرى
78	3291	62	2902	50	2605	33	1819	25	1690	35	1933	249	2168	الطاقة والمحروقات
308	203	242	235	214	108	212	151	253	188	226	148	213	312	المنتجات الخام
1515	68	1245	74	691	57	615	91	537	57	548	50	609	42	سلع التجهيز
1361	70	922	202	595	192	523	73	581	52	562	51	431	54	منتجات 1/2 مصنعة
1065	49	841	41	807	30	1057	15	1135	20	1186	12	1109	20	السلع الاستهلاكية
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	60	1	سلع أخرى
4981	4610	4024	4097	3154	3571	3153	3080	3312	3145	3472	3588	3437	3748	المجموع
(370)		73		418		(73)		(167)		116		311		الميزان التجاري

Source : Direction nationale des douanes.

من خلال الجدول نلاحظ أن الميزان التجاري استطاع أن يسجل فائضا في سنتي 1963 و 1964، وذلك نتيجة سياسة التقشف المنتهجة بعد الاستقلال بغية بناء الاقتصاد الوطني، إلا أنه سجل بعد ذلك إنخفاضين ملموسين كنتيجة لأسباب مختلفة، حيث تمثل العجز الأول في كونه أول عجز يسجل في تاريخ الجزائر المستقلة سنة 1965 قدر بـ 167 مليون دينار جزائري، ويعود ذلك أساسا إلى انخفاض قيمة الصادرات، في حين تمثل الثاني في كونه أكبر عجز في هذه المرحلة سجل سنة 1969 وقدر بـ 370 مليون دينار جزائري، ويعود ذلك إلى ارتفاع قيمة الواردات بشكل ملموس، خاصة التجهيزات والمنتجات نصف المصنعة تلبية لاحتياجات الاقتصاد الوطني.

ثانيا: احتكار الدولة للتجارة الخارجية:

في بداية السبعينات قامت الجزائر بإصدار أوامر متفرقة تتضمن إنشاء مؤسسات عمومية مدعومة بصلاحيات احتكار المبادلات التجارية، ولم تشهد فترة 1970 إلى 1973 صدور تشريع موحد يتناول تنظيم التجارة الخارجية، بل على العكس واصلت العمل بأليات الرقابة رغم إعلان الإحتكار¹.

لم تنجح الإجراءات الأولية لألية الاحتكار في معالجة المعوقات التي اصطدمت بها لطبيعة هذه الإجراءات.

وخاصة وأن هذه الإجراءات لم تفصل بين الوظائف التقليدية للمؤسسة المحتكرة (الإنتاج، التوزيع، الإنتاج والتوزيع معا) ووظيفة الإستيراد، بالإضافة إلى غياب قانون يحدد شروط الإستيراد²، وغياب البرمجة والتخطيط التنزيه للواردات من المواد الأولية مثل قطع الغيار دون الرجوع إلى المخزون، إضافة إلى انخفاض نوعية وجودة بعض المنتجات الصناعية مثل الأجهزة الكهرو منزلية.

ولتدارك هذه العيوب، عمدت الدولة إلى اصدار آلية جديدة لتنظيم الاحتكار عرفة بالتراخيص الإجمالية للإستيراد في 1973/02/20 وهي عبارة عن سند استيرادي سنوي يغطي كافة واردات المؤسسة خلال مدة معينة، وفي نفس الوقت يحدد الغلاف المالي الأقصى لتسديد المبادلات مع الخارج، وتأخذ هذه التراخيص ثلاث أشكال³.

1. التراخيص الإجمالية للإستيراد الاحتكاري: وهي مخصصة فقط للمؤسسات التي تملك الإحتكار

على الواردات رسميا، والتي لها الحق في إستيراد السلع سواء للاستهلاك النهائي أو الإنتاج أو الإستثمار .

2. التراخيص الإجمالية للإستيراد من أجل الإنتاج: وهي مجموعة موجهة خصيصا للمؤسسات من

أجل تمويل عملياتها الإنتاجية فقد دون إعادة بيعها.

¹ عجة الجليلي، التجربة الجزائرية في تنظيم التجارة الخارجية من إحتكار الدولة إلى احتكار الخواص، الدار الخلدونية، 2007، الزائر، ص 45.

² Bouzidi M'Hamsadji Nachida, op. cit. p 158.

³ IBID. p 228.

3. التراخيص الإجمالية للإستيراد بالأهداف المخططة: وهي موجهة لتمويل المشاريع الإستثمارية المخططة من قبل المؤسسات، وقد خضع تنفيذ هذه التراخيص في حد ذاتها للرقابة في ثلاث طرق كالتالي:

- أ. على مستوى المؤسسات في حد ذاتها: عليها أن تقوم بإعداد ملف خاص عن سير العمليات المنجزة وفقا للمدة المحددة والشكل من طرف وزارة التجارة.
- ب. على مستوى البنوك: تعلم البنوك وبصفة شهرية وزارة التجارة عن وضعية عمليات الإستيراد المنجزة أو السائرة في طريق الإنجاز من قبل المؤسسات الحاصلة على تراخيص.
- ج. على مستوى إدارة الجمارك: تعلم الجمارك وبصفة دورية الوزارة بالوثائق الجمركية الخاصة بعمليات الاستيراد العابرة للحدود.

لكن بالرغم من كل هذا، إلا أن المؤسسات العمومية الحائزة على سلطة الإحتكار أساءت استغلال هذا الامتياز، ومع هذه الظروف شرعت الجزائر في الإعداد لمشروع قانون خاص بوظيفة الإحتكار، هو القانون رقم 02/78 المؤرخ في 1978/02/01 والذي أعتبر آنذاك كقانون صريح لإحتكار الدولة للتجارة الخارجية، لكن هناك عدة انتقادات وجهت لهذا القانون، حيث رأوا فيه أنه مجرد قيود شكلية على التجارة الخارجية دون أن يتضمن سياسة واضحة بل يحتوي على تنظيمات متناقضة من زاويتين¹:

- أ. من الناحية المنهجية: حيث تتمثل هذه التناقضات في تداخل الصلاحيات ما بين الأجهزة المكلفة بالتجارة الخارجية والتي فشل هذا القانون في وضع حدود فاصلة بينهما.
- ب. من الناحية الموضوعية: وتعلق بتداخل أنظمة تسيير البرنامج العام للصادرات والواردات، والتي يحسن القانون ضبطها والتنسيق فيما بينها، إذ أنه يحتفظ بنفس الأنظمة المعمول بها منذ الاستقلال كالنظام الموقفي أو الحر أو حتى نظام التراخيص الإجمالية للإستيراد، وبخصوص الرقابة على الإستيراد فإن القانون الجديد للإحتكار لم يأت بشيء جديد، إذ ما زالت رقابة شكلية تهتم بمدى مطابقة عملية الإستيراد للإجراءات المعمول بها في ميدان التجارة الخارجية، كذلك النقد الذي وجه أيضا إلى هذا القانون يتمثل في موقفه السلبي إتجاه القطاع الخاص، والذي حرمه من حق التمويل

¹ عجة الجليلي مرجع سبق ذكره، ص 118.

الذاتي، لإحتياجاته من السلع المستوردة وأجبره في نفس الوقت على المرور عبر مؤسسات القطاع العام.

ثالثا: تحرير التجارة الخارجية:

عرف الاقتصاد الجزائري في ظل سياسة الإحتكار المطبقة للعديد من المشاكل مما حال دون تحقيق الأهداف المنشودة، ما دفع بالسلطة إلى التفكير في أسلوب جديد يحقق الإستقرار والتنمية الاقتصادية، والذي تمثل في إنسحاب الدولة من النشاط الاقتصادي وإكتفاءها يلعب دور السلطة الضابطة، وإلغاء سياسة الإحتكار والإنتفاح نحو الخارج وإحلال الخواص مكان الدولة في التجارة الخارجية.

ولعل أهم الأسباب التي دفعت بالجزائر إلى انتهاج هذا الأسلوب ما يلي:

- أزمة البترول خاصة وأن الجزائر تعتمد على المحروقات بنسبة أكثر من 95 % من إجمالي صادراتها، حيث انخفض سعر البترول إلى 05 دولارات سنة 1986 معلما كان 30 دولار في نهاية 1985¹.
- عجز الميزان التجاري خاصة سنة 1985 التي عاود فيها العجز.
- إختيار الإتحاد السوفياتي وتوحيد ألمانيا، وإحلال القطبية الأحادية محل القطبية الثنائية، ما فرض على الجزائر إعادة النظر في سياستها الاقتصادية.
- أزمة المديونية والتي أثقلت كاهل الاقتصاد الجزائري نتيجة المخططات التنموية المنتهجة والقائمة أساسا على الصناعات الثقيلة ذات الإحتياجات المالية الضخمة الأمر الذي أجبر الجزائر على الاستعانة بالقروض الخارجية، حيث بلغ حجم الديون 30.47 مليار دولار عام 1998².
- التضخم بإعتباره إنعكاسا طبيعيا للإختلالات الحاصلة في القوى الاقتصادية حيث بلغ عام 1986 ذروته ببلوغ 12.3.

¹ Nadia Nour, Algérie : Economie cherche diversification, l'actuel N° : 104 , magazine de l'économie et du partenariat international , les nouvelles revues Algériennes, ANEP, Alger, Juin, 2009, p 14.

² عبد اللطيف بن أشنهو، عصرنة الجزائر حصيلة وأوقاف 1999-2000 Alpha Design ، باريس، فرنسا، 2004، ص 4.

وعلى إثر كل هذا عمدت الجزائر إلى اصلاح قطاع التجارة الخارجية، وأهم ما يميز هذا الإصلاح هو التدرج، بحيث طبق على مرحلتين، فالمرحلة الأولى كانت عبارة عن تحرير مقيد، أما المرحلة الثانية فعرفت على أنها التحرير الخالي من القيود أو مرحلة التحرير التام.

1. التحرير المقيد:

تمتد هذه المرحلة من إشارة دستور 1989 صراحة إلى مبدأ تحرير التجارة الخارجية والقضاء على احتكار الدولة ماعدا الميادين الاستراتيجية من حرية الاستيراد والتصدير لكل المتعاملين الاقتصاديين الجزائريين والأجانب وإخضاع السوق لأليات العرض والطلب، أما فيما يخص تجارة الخدمات فقد ظلت مقيدة خاصة ما تعلق بالصحة والسياحة والتعليم¹. ومن أهم أهداف هذا الإصلاح معالجة الاخلالات الهيكلية الناجمة عن السياسات التنموية السابقة التي نجم عنها تأزم إجتماعي وإنسداد اقتصادي، بالإضافة إلى التكيف مع التحولات الاقتصادية.

تم استحداث آليات جديدة لتمويل التجارة الخارجية عام 1990، والتي عرفت بمخطط التمويل الخارجي تحت إشراف البنوك التجارية معتمدة في ذلك على آلية السوق، بالإضافة إلى العديد من الأنظمة والتي تمثلت أساسا في:

- نظام 02/90/ يوضح شروط فتح وتسيير الإعتمادات بالعملة الصعبة للمؤسسات.
- نظام 03/90/ يتضمن شروط الإستثمار الأجنبي وتحويل عوائده للخارج.
- نظام 04/90/ يتضمن كيفية إعتماد الوكلاء التجاريين الأجانب.

ولقد واجهت هذه الإجراءات عدة عوائق منها:

- ضعف المنافسة بين البنوك التجارية لتمويل عمليات التجارة الخارجية مع تشجيع إزدهار السوق الموازية للصرف الأجنبي.
- عدم المتجارة وإنتاج المنتجات التي تخضع إلى تراخيص الاستيراد.
- منافسة أصحاب الامتيازات غير المقيمين المؤسسات المحلية في إنتاج السلع.

¹ عبد الرشيد بن ديب، تنظيم وتطور التجارة الخارجية، أطروحة دكتوراه دولية جامعة الجزائر، 2003، ص 441.

بالإضافة إلى محاولة تنظيم التجارة الخارجية من خلال صدور المرسوم التنفيذي رقم 37/91 بتاريخ 1991 والمتعلق بشروط التدخل في مجال التجارة الخارجية، وقد صدر أثناء المفاوضات مع FMI يتضمن تحرير التجارة الخارجية وقواعد تمويل الواردات للقطاع العام والخاص بشرط فتح حسابات بالعملة المحلية أو الصعبة والتي تسمح للبنك بإقتطاع قيمة الصفقة.

2. التحرير التام

في هذه المرحلة قامت الجزائر بتنفيذ مجموعة واسعة من التدابير لتحرير التجارة الخارجية، حيث أصدر بنك الجزائر التعليمات رقم 20 والتي تنص على:

- حرية ممارسة التجارة الخارجية لكل شخص طبيعي أو معنوي مسجل قانونيا في السجل التجاري ويملك الضمانات المالية.
- عدم الإلتزام باللجوء إلى التعديل بإستثناء التجهيزات.
- عدم الإلتزام بالدفع بواسطة مدين العملة الصعبة بالنسبة للواردات ما عدا السيارات.

كما تم تحرير الواردات من المعدات الصناعية والمهنية المستعملة، وأزيلت الحدود الدنيا المفروضة على آجال سداد إئتمانات المستوردين، ولزيادة الإنفتاح خفضت الحماية الجمركية وكذلك الحدود القصوى للتعريف الجمركية على الواردات بعدما كانت 60 % إلى 50 % ثم 45 % في سنة 1996 و 1997 على التوالي¹، أما بالنسبة للصادرات ثم تطبيق نظام حصر العملات الأجنبية بنسبة 100 % لأغلب الصناعات والخدمات، بالإضافة إلى تخفيض هذه النسبة بـ 50 % لمصدري المنتجات الزراعية، ومنتجات الصيد البحري، و20 % بالنسبة للسياحة وإنتاج الخمر و10 % بالنسبة لخدمات النقل وخدمات التحويل والضمان الإجتماعي كما يمكن للمؤسسات العمومية المصدرة في إطار هذه الآلية الإحتفاظ بمكتسباتها من العملات الأجنبية وإستعمالها لتمويل واردتها، إلا أن هذا النظام حصر العملات الأجنبية، حيث يطبق على المؤسسات العاملة في مجال المحروقات أو المناجم.

ومع حلول عام 1992، أصبحت البنوك الجزائرية تتمتع بحرية كبيرة لتسيير إيرادات العملات الأجنبية للتصدير.

وإبتداءً من سنة 1994، أصبحت عمليات التصدير تتمتع بالحرية إلا بعض الاستثناءات ذات طابع محدود، ويتوجب على المنتجين المصدرين إخضاع إنتاجهم لمعاينة بنكية عبر الحدود، كما يسمح لهم بإبرام عقود يتم التسديد لها في 120 يوماً عن يوم عرض المنتج، ويكون ذلك بالعملة الصعبة، يستفيد المصدرون بمردود 50 % من العملة الصعبة للمنتج¹، هذه الحسابات بالعملة الصعبة يمكن إستعمالها بحرية تامة لتحقيق العمليات التالية²:

- تحويل نهائي لفائدة الحساب الداخلي بالدينار الجزائري.
- التحويل إلى العملة الصعبة أو إلى الدينار، بهدف كسب منافع أو خدمات في الجزائر.
- التحويلات إلى الخارج لتسديد رواتب الأجانب، وهذا بموافقة بنك الجزائر عن كل عملية تحويل إلى الخارج.

أما فيما يخص الإجراءات الجديدة التي تم اتخاذها من أجل تشجيع الصادرات ما يلي:

1. إنشاء الديوان الوطني الجزائري Promex بموجب المرسوم التنفيذي رقم 327-96 الصادر بتاريخ 1996/01/01، والذي يهدف إلى تشجيع المبادلات الخارجية وخاصة التوسع الاقتصادي على الأسواق الأجنبية.
2. إنشاء صندوق خاص لترقية الصادرات³، الذي يتكفل بجزء من تكاليف الترويج والمشاركة في معارض التصدير، لتمكن المنتجات الجزائرية من المنافسة في الأسواق الخارجية.
3. مؤسسة الجزائرية لتأمين وضممان الصادرات (CAGEX) وفقاً للمرسوم 96/06 الصادر بتاريخ 1996/01/10 لتسيير نظام تأمين القروض.
4. تخصيص معدل فائدة للتمويل موجهة للمصدر.
5. تحويل التكاليف المرتبطة بتكثيف المنتجات مع الأسواق الخارجية.
6. الإعفاء من TVA لكل الأعوان المصدرين.

¹ تقرير صندوق النقد الدولي، الجزائر: تحقيق الاستقرار، التحول إلى اقتصاد السوق، 1998، 113.

² Bernard Decalawen, John Gehbane.

³ المادة رقم 195 من قانون المالية لسنة 1996.

7. توسيع نظام التخفيض IRG بالنسبة للدخول في النشاطات التصديرية لصالح الأشخاص الماديين.

وبالتالي فقد تم إعادة الإعتبار للبنوك التجارية كمصدر رئيسي لتمويل التجارة الخارجية وتجسيد حرية الحصول على العملة الصعبة لكل المتعاملين الإقتصاديين في حدود الإحترام التام للتنظيم المتعلق بالتجارة الخارجية والصرف، حيث يجب على البنوك الوسيطة المعتمدة التأكد من القدرة المالية الكافية للمستورد أو الضمانات الملائمة التي تسمح بتسديد الواردات، وبالتالي تم إلغاء احتكار الدولة لعمليات إستيراد السلع الاستراتيجية¹، خاصة بعد صدور القانون رقم 04/03 بتاريخ 2003/07/19 المتعلق بالقواعد المطبقة على عمليات التصدير والاستيراد والمحددة لشروطها والتي تبنت مبدأ الحرية التجارية، حيث ينص على أن عمليات التصدير والاستيراد للمنتجات والبضائع تتم بكل حرية ما عدا تلك التي يمكن أن تمثل مساسا بالأمن العام أو الأخلاق، كما يجب أن تكون الواردات متطابقة للشروط والمعايير المحددة في القانون 02/89 المؤرخ في 1989/02/07 المتعلق بحماية المستهلك².

المطلب الثاني: المؤشرات العامة للإقتصاد الجزائري

شهد الإقتصاد الجزائري العديد من التغيرات والتطورات، سواء تلك المتعلقة بالمتغيرات الداخلية والتي تجسدت في صورة الاصلاحات الاقتصادية المتعددة والتي باشرتها خاصة بعد التسعينات من أجل تحقيق أهداف التنمية الاقتصادية واللحاق بركب التقدم والازدهار أو المتغيرات الخارجية والمتعلقة أساسا ببروز العولمة والإنتفاخ على الخارج والاتجاه المتسارع للدول نحو آلية اقتصاد السوق كحتمية اقتصادية من أجل الإدارة المثلى للإقتصاد الوطني، وفيما يلي سنستعرض بعض أهم المؤشرات الاقتصادية:

أولا: الناتج المحلي الإجمالي:

يعتبر الناتج المحلي الإجمالي كمؤشر اقتصادي لقياس القيمة النقدية لإجمالي السلع والخدمات التي أنتجت داخل حدود منطقة جغرافية ما خلال مدة زمنية محددة عادة ما تكون سنة واحدة، والناتج المحلي

¹ عبد الرشيد بن ديب، مرجع سبق ذكره، ص 441.

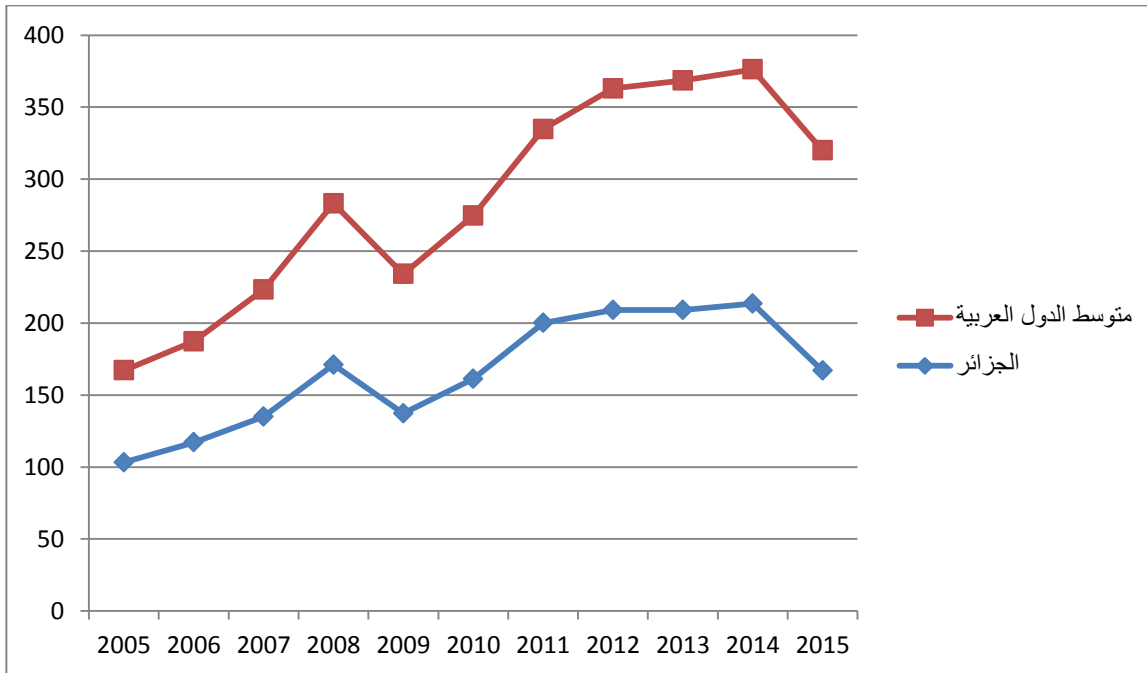
² Guide investir en algerie, edition 2009, p 93.

الاجمالي ليس مؤشرا على الرفاهية الاجتماعية ولا على الثروة الاجمالية، بل يعكس حجم النشاطات الاقتصادية، ويوضح مدى التطور أو التقدم المحقق في هذه النشاطات.

حقق الناتج المحلي الإجمالي للجزائر نموا متواصلا، حيث شهد انتعاشا كبيرا خلال الفترة (2005-2008) بأكثر من (65%) بسبب تطبيق برامج الانتعاش الاقتصادي وارتفاع أسعار البترول في حين انخفض في الفترة (2008-2009) بأكثر من 19 % متأثر بانعكاسات الأزمة المالية العالمية، ليعاود النمو لكن بدرجات أقل من الفترة السابقة، حيث لم تتجاوز عتبة 60 %، حيث سجلت عام 2014 ما قيمتها 213.52 مليار دولار لتعاود الانخفاض مرة أخرى في عام 2015 بأكثر من 20 % مسجلة بذلك ما قيمته 166.84 مليار دولار، مشاهمة بذلك النتائج المسجلة من قبل الدول العربية بإعتبارهما متشابهان في الخصائص الاقتصادية وهما عدم التنويع الاقتصادي، حيث سجلت الدول العربية كمتوسط في الناتج المحلي الإجمالي 112.10 محققة بذلك ارتفاع بأكثر من 75 % في حين انخفضت عام 2009 بأكثر من 40% متأثرة بانعكاسات الأزمة المالية العالمية وارتباط اقتصادها بالدولار، لتعاود الارتفاع لكن نسبة ضعيفة متأثرة بانعكاسات الأزمة السياسية والأمنية التي تشهدها بعض الدول العربية، والشكل التالي يوضح ذلك.

الشكل رقم (5-1): الناتج المحلي الإجمالي للجزائر ومتوسط الدول العربية

الوحدة: مليار دولار أمريكي



source :www.world bank.org/ country / data

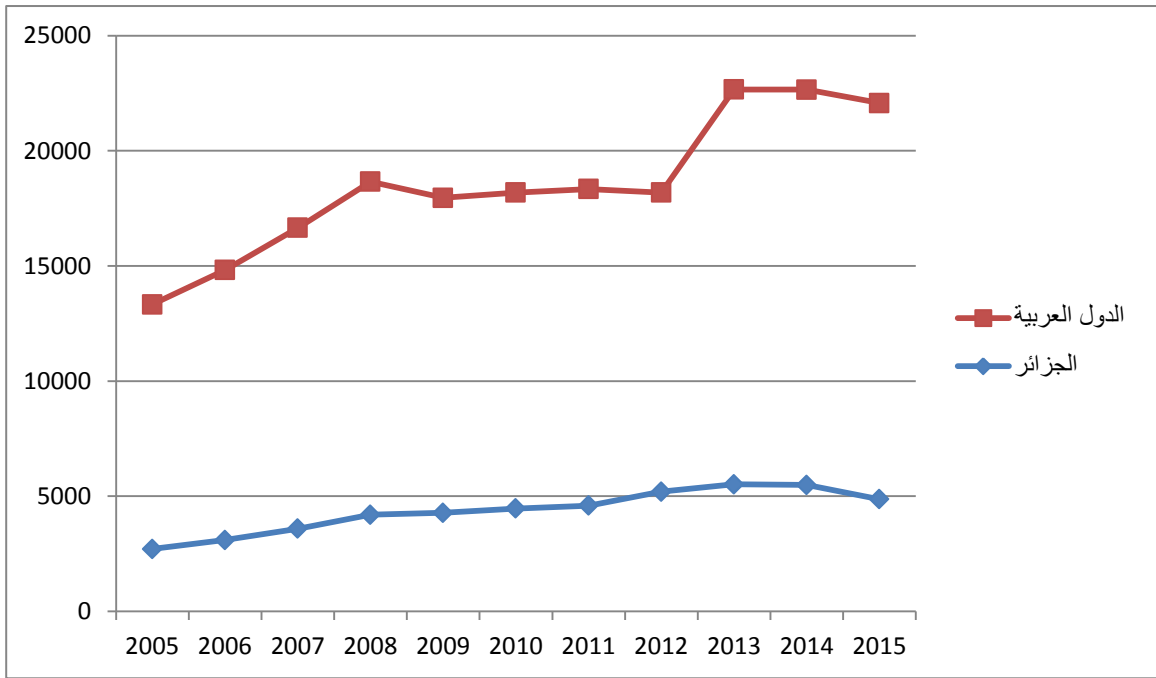
ثانيا: نصيب الفرد من الدخل الوطني:

يعتبر متوسط نصيب الفرد من أهم مؤشرات أداء اقتصاديات الدول، حيث يقيس درجة التنمية الاقتصادية في بلد ما وأثرها الاجتماعي، ويتم ذلك من خلال قيسمة قيمة الناتج المحلي الإجمالي على عدد السكان، لذلك فهو ليس القيمة الحقيقية لإنتاج الأفراد.

شهد متوسط نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر إرتفاعا مستمرا طول سنوات فترة الدراسة عكس الدول العربية الذي شهد تذبذبا ملحوظ من سنة إلى أخرى حسب تدهور الأوضاع الأمنية والسياسية بالإضافة إلى انخفاض سعر البترول، والشكل التالي يوضح ذلك.

الشكل رقم (5-2): متوسط نصيب الفرد من الدخل الوطني للجزائر والدول العربية

الوحدة: دولار أمريكي



source : www.worldbank.org/country/data

من خلال الشكل أعلاه نلاحظ أن متوسط نصيب الفرد العربي سجل قيم متذبذبة نتيجة تأثير الصدمات والأزمات التي عصفت باقتصادياته سواء تعلق الأمر بالأزمة المالية العالمية أو انخفاض سعر البترول أو تلك الناتجة عن الاضطرابات السياسية والأمنية والتي تشهدها العديد من الدول العربية، حيث انخفض بسبب تأثير الأزمة بحوالي 0.6 % مسجلا بذلك 13676 دولار أمريكي عام 2009، ثم سجل انخفاضا ثانيا سنة 2012 مسجلا 12985 دولار أمريكي بسبب تداعيات الأوضاع السياسية والأمنية.

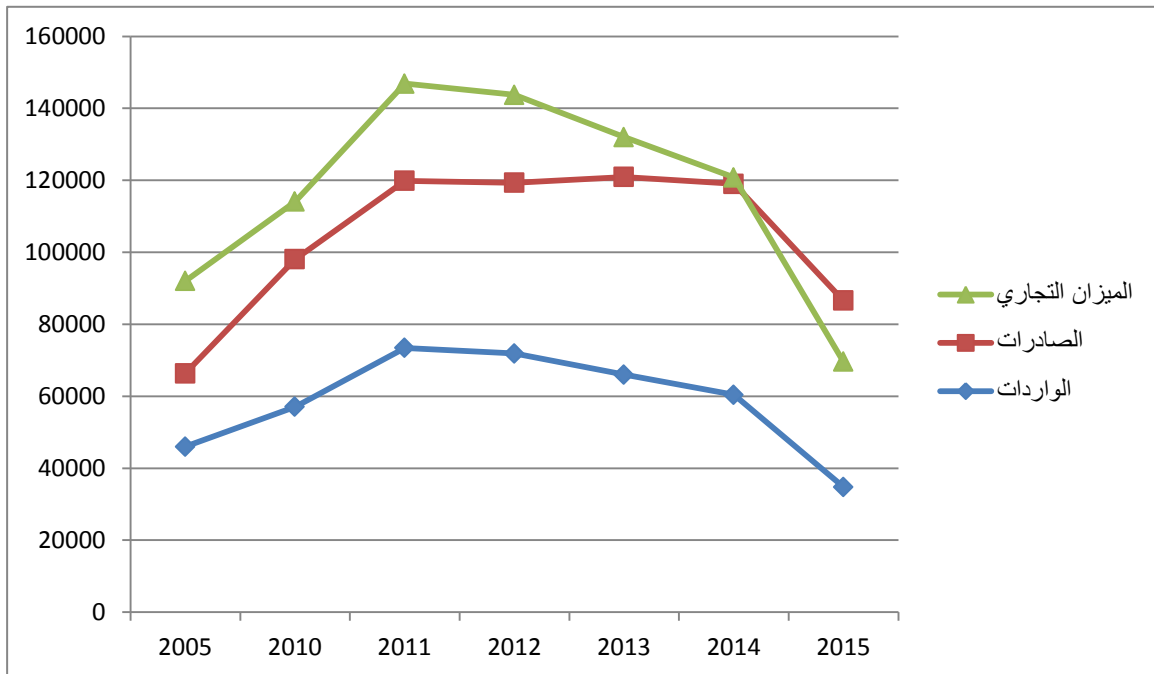
أما بالنسبة لمتوسط نصيب الفرد الجزائري من الناتج المحلي فقد شهد نمو مستمرا طيلة سنوات الدراسة غير متأثر بالصدمات والأزمات، حيث نلاحظ أنه وبالرغم من انعكاسات الأزمة المالية العالمية التي عصفت بإقتصاديات العديد من الدول ومختلف الأزمات الأخرى، والتي أثرت حتى على الناتج المحلي الإجمالي للجزائر، إلا أنها لم تؤثر على متوسط نصيب الفرد الجزائري من الناتج المحلي الإجمالي، وذلك بسبب السياسة الحكومية المنتهجة والتي تركز بشكل أساسي على العامل الاجتماعي.

ثالثا: التجارة الخارجية:

تمتاز التجارة الخارجية الجزائر بالعديد من الخصائص والمرتبطة أساسا بخصوصية وطبيعة الاقتصاد الجزائري بإعتباره اقتصاد نامي ذو هيكل انتاجي مرتبط بالإنتاج الدولي وبالذات البترول والغاز الطبيعي ومختلف المنتجات التي تندرج ضمن قطاع المحروقات، وأهم هذه الخصائص ارتفاع أهمية التجارة الخارجية في الاقتصاد الوطني، والشكل التالي يوضح مجمل النتائج المسجل من طرف التجارة الخارجية الجزائرية.

الشكل رقم (5-3): تطور التجارة الخارجية الجزائرية

الوحدة: مليون دولار أمريكي



Source : comtRad.Un.org / data

من خلال الشكل أعلاه نلاحظ أن الميزان التجاري الجزائري شهد تذبذبا خلال فترة الدراسة وذلك ناتج عن انخفاض حجم الصادرات تارة والارتفاع الكبير للواردات تارة أخرى، حيث بعدما حقق الميزان التجاري فائض قدره 25649 مليون دولار أمريكي عام 2005 انخفض بحوالي 10 مليون دولار سنة 2010 رغم التعافي التدريجي للإقتصاد العالمي من الأزمة الاقتصادية والمالية الدولية، إذ يعزى هذا الانخفاض إلى الارتفاع الهائل للواردات، الناتج عن ارتفاع الواردات من المواد الغذائية بأكثر من 80 % ثم عاودت الارتفاع سنة 2011 حيث وبالرغم م ارتفاع حجم الواردات إلا أنها لم تؤثر على رصيد الميزان التجاري الذي ارتفع بنسبة قاربت 70 % نتيجة الارتفاع في قيمة الصادرات الناتج أساسا عن ارتفاع أسعار البترول.

أما بالنسبة لسنة 2013 فقد سجل الميزان التجاري الجزائري انخفاضا بأكثر من 50 % نتيجة انخفاض صادراتها الناتج عن تخفيض الجزائر لسعر الغاز بعد تعرضها لضغوطات من طرف الاتحاد الأوروبي ومنافسة الغاز الصخري الأمريكي، وليس الغاز فقط بل تتعدى ذلك إلى تخفيض سعر البترول بـ 85 سنتا أمريكيا للبرميل محاولة منها للحفاظ على حصتها في الأسواق جراء ارتفاع الإنتاج الأمريكي للغاز الصخري الذي ينافس مباشرة الجزائر التي تنتج نفطا مشابها للإنتاج الأمريكي، بالإضافة إلى ارتفاع فاتورة الواردات خاصة من المواد الغذائية، إلى أن سجل سنة 2015 أول عجز قدر بـ 17007.13 مليون دولار بانخفاض الصادرات بحوالي 50 %، وبذلك تبقى صادرات الجزائر مرهونة بسعر البترول الذي يحدد مداخيلها، أما عن الصادرات خارج المحروقات فلم تستطع تخطي عتبة 1.5 مليار دولار.

المطلب الثالث: إجراءات تعزيز الصادرات خارج المحروقات

تحتل عملية تعزيز الصادرات خارج المحروقات أهمية بالغة من طرف الجزائر، وذلك لما تحققة لها من تنوع لاقتصادها وتنوع في بدائل وآليات الحصول على العملة الصعبة، هذا التنوع الذي من شأنه تحقيق الاستقرار الاقتصادي والحماية ضد مخاطر الصدمات الخارجية أهمها أسعار البترول، وعلى ذلك عملت على تحرير التجارة الخارجية لدعم هذا التوجه من خلال بعدين أساسيين هما: التنظيم القانوني والتشريعي وبعد التنظيم المؤسساتي.

أولاً: بعد التنظيم القانوني والتشريعي:

يعتبر تعزيز وتنوع الصادرات من أهم الأهداف التي تصبو إليها الجزائر من الإصلاحات الاقتصادية التي باشرتها منذ التسعينات من القرن 20، وقصد بلوغ هذه الأهداف تم وضع إطار قانوني ينظم قطاع الصادرات خارج المحروقات يتم من خلاله حصر مختلف العراقيل التي تواجه المصدر وترجمتها بعد ذلك في شكل ثلاث أنواع من التسهيلات:

1. التسهيلات المالية: حيث تم اقرار مجموعة من القوانين في الشق المالي التي من شأنها تحفيز المصدرين وذلك من خلال¹:

- السماح للمصدر التصرف في جزء أو كل المبالغ المحصل عليها بالعملة الصعبة من خلال قيامه بعملية تصدير منتجات خارج قطاع المحروقات وذلك من خلال القانون رقم 90-02.
- إقرار عملية التوطين والتسوية المالية للصادرات خارج قطاع المحروقات.
- منح حرية أكبر للبنوك التجارية في إدارة النقد الأجنبي من حصيلة الصادرات خارج قطاع المحروقات.
- إقرار مبدأ تحرير إستيراد وتصدير المنتجات بشرط خضوعه لمراقبة الصرف عن طريق إصدار الأمر رقم 03-04 المؤرخ في 17 جويلية 2003 والمتعلق بالقواعد العامة على تصدير وإستيراد المنتجات.
- إمكانية تسجيل المصدرين 50 % من حصيلة صادراتهم خارج قطاع المحروقات ومنتجاتهم المنجمية في حسابهم بالعملة الصعبة.

¹ كريم النشاشيبي وآخرون، مرجع سابق، ص 112.

- تغطية العمليات الجارية للبنوك وعملائهم المتعلقة بإعادة تمويل وتقديم تسبيقات حول الحصيلة المتأتية من الصادرات خارج قطاع المحروقات من خلال إنشاء سوق صرف ما بين البنوك.
- إحاطة بعض المنتجات بالدعم من طرف الدولة، فعلى سبيل المثال التمور التي تخطى بالتشجيع على الإنتاج والتصدير، حيث تستفيد على هذه الأخيرة 5 دينار جزائري على الكيلوغرام الواحد بالإضافة إلى التكفل بـ 80% من نفقات النقل من طرف الدولة.
- إقرار المادة رقم 129 في قانون المالية لسنة 1996 الذي أنشأ بموجبه حساب خاص بعنوان الصندوق الوطني الخاص بترقية الصادرات من أجل تقديم المساعدات المالية تتمثل في 80% للمعارض الدولية، 80% لتكاليف النقل بالإضافة إلى تقديم المساعدات بخصوص دراسة الأسواق وتحسين النوعية¹.
- 2. **التسهيلات الضريبية:** من أجل تعزيز الصادرات خارج قطاع المحروقات تم إقرار مجموعة من الإعفاءات الضريبية تحفيزا للمصدر على التصدير خارج قطاع المحروقات والتي تمثلت أساسا في²:
 - إقرار المادة رقم 12 من قانون المالية لسنة 1996 والذي يسعى إلى إعفاء المصدرين من الضريبة على أرباح المؤسسات (IBS) لمدة 05 سنوات.
 - إقرار المادة رقم 13 والتي تعفي المصدرين من الرسم على القيمة المضافة (TVA).
 - المادة رقم 19 الذي يسعى إلى إعفاء المصدرين للمنتجات خارج قطاع المحروقات من ضريبة الدفع الجزائي (VF)، والرسم على النشاط المهني (TAP).
- 3. **التسهيلات الجمركية:** تشكل الأنظمة الاقتصادية الجمركية المنصوص عليها في قانون الجمارك والمستفاد من اتفاقية كيوتو، حيث تسمح هذه الأنظمة من تخزين وتحويل واستخدام ونقل البضائع دون تطبيق أي حق، أو رسم دون القيام بإجراءات التجارة الخارجية، وهو ما يساهم في تقليل عبء خزينة المؤسسة، وينعكس إيجاباً على سعر المنتج الموجه للتصدير، بالإضافة إلى أنها تسمح مؤقتاً باستيراد مستلزمات الإنتاج التي تدخل في صنع منتجات محلية موجهة للتصدير، وفي هذا الصدد تم إنشاء العديد من الأنظمة أهمها:

¹ www. ALGEX.DZ. Consulté le : 13/03/2014.

² Op.cit

أ. التصدير المؤقت: فقد نصت المادة 195 على أن البضائع المرسلّة إلى الخارج قصد تحويلها

أو عرضها في المعرض أو أية تظاهرة أخرى يمكنها أن تصدر بصفة نهائية انطلاقاً من الخارج.

ب. نظام القبول المؤقت: فقد نصت المادة رقم 174 على السماح بقبول في الإقليم الجمركي

البضائع المستوردة المعدة للتصدير خلال مدة معينة مع وقف الحقوق والرسوم ودون تطبيق

المخضورات ذات الطابع الاقتصادي، وذلك بقبولها على حالاتها أو إخضاعها للتحويل أو

التصنيع.

ج. نظام المستودعات الجمركية: ويقصد به النظام الجمركي الذي يتم تخزين البضائع في محلات

تعيينها الجمارك لمدة معينة وهناك العديد من الأنواع عامة أو خاصة أو صناعية بالإضافة إلى

الأنظمة الاقتصادية الجمركية.

بالرغم من أهمية هذه الإجراءات إلا أنها تصنف ضمن الإجراءات الكلاسيكية التي تستخدمها معظم

الدول لتنمية صادراتها، وبالتالي فالصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات بحاجة إلى إجراءات أخرى وأكثر

حداثة لتعزيزها.

ثانياً: بعد التنظيم المؤسسي:

يعتبر هذا البعد من أهم الأبعاد التي اعتمدت عليها الجزائر في محاولتها لتعزيز حجم الصادرات خارج

المحروقات، وتنويعها، ويكتسي هذا البعد أهميته من خلال الدور التشريعي الذي يلعبه في تنظيم التجارة

الخارجية ككل، حيث يوفر الدعم للقطاعات التصديرية ويسهر على تطبيق سياسة الحكومة في هذا المجال

والتي تسعى إلى تعزيز حجم الصادرات خارج المحروقات بما يتوافق ومتطلبات تحرير التجارة والصناعة لا من

خلال فرض قيود عليها.

1. إنشاء الديوان الجزائري لترقية التجارة الخارجية: PROMEX

أنشأ هذا الديوان بموجب المرسوم التنفيذي رقم 327/96 والمؤرخ في 1996/10/01، وتمثل أهم

المهام الموكلة إليه في¹:

¹ نوري منير، المؤسسات الاقتصادية الجزائرية واشكالية التصدير خارج المحروقات، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية

للمؤسسات خ. ق. م. 2010، جامعة الشلف ص 02.

- إعداد برنامجا لترقية وتحليل أوضاع السوق العالمية لتسهيل دخول المنتجات الجزائرية.
- تكوين وتسيير شبكة المعلومات.
- وضع ونشر البيانات المتعلقة بالوضع الاقتصادي.
- إنجاز الدراسات المستقبلية للمؤسسات الناشطة في ميدان التصدير.
- التكفل بكل الأعباء الخاصة بدراسة الأسواق الأجنبية ونقل البضائع وتمويل التكاليف المتعلقة بتكثيف المواد.

2. إنشاء الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة: CACI

أنشأت هذه الغرفة بموجب المرسوم التنفيذي 93/96 المؤرخ في 96/03/03 وهي عبارة عن هيئة عامة ذات طابع صناعي وتجاري، وتمثل أهم المهام الموكلة إليها في¹:

- ترقية مختلف القطاعات الاقتصادية وتوسيعها نحو الأسواق الدولية من خلال تنظيم التلقيات والتظاهرات الاقتصادية.
- إنجاز الدراسات الخاصة بترقية المنتجات الوطنية في الأسواق الدولية.
- تقديم الاقتراحات لتسهيل عمليات التصدير.
- إبرام اتفاقيات ثنائية مع الغرف التجارية الأجنبية.
- فض النزاعات المتعلقة بالتبادل التجاري.

3. إنشاء صندوق ترقية الصادرات: FSPE

أنشأ هذا الصندوق بموجب المرسوم التنفيذي رقم 205/96 المؤرخ في 1996/06/05 المجدد لكيفيات سير حساب التخصيص الخاص رقم 84/32 المفتوح لدى الخزينة، حيث يعمل على تمويل الأبحاث المتعلقة بالأسواق الدولية، وقد تم توسيع مجال نشاطه بمقتضى المادة رقم 129 من قانون المالية 1997 ليصبح أشبه بمؤسسة مالية تضمن السير الحسن لعمليات التصدير، وتم تنظيم عمله ليصبح يوضح الإيرادات والنفقات وطرق الدعم الخاصة بالصندوق بموجب المرسوم الوزاري المعدل والمتمم لسنة 2009².

¹ BENHAMOU , A, Les instruction Algériennes charge de les gestion et de la promotion du commerce extérieure , Revue l' économie , N 25, Mai 1998, p26.

² عجة الجيلالي، التجربة الجزائرية في تنظيم التجارة الخارجية، دار الخلدونية 2007، الجزائر، ص 258.

كما تم إنشاء أيضا في هذا السياق كل من¹:

- المجلس الوطني لترقية الصادرات يشرف عليه رئيس الحكومة.
- الهيئة الوطنية المكلفة بترقية التجارة الخارجية ALGEX والتي تتمتع بصلاحيات إنشاء مكاتب ربط والتمثيل والتوسع التجاري في الخارج بغرض المساعدة على دخول المؤسسات الجزائرية إلى الأسواق الأجنبية.

4. إنشاء مؤسسة الجزائرية للتأمين وضمان الصادرات CAGEX

أنشأت هذه مؤسسة بموجب الأمر رقم 96/06 المؤرخ في 10 جانفي 1996، وهي عبارة عن مؤسسة مساهمات تتشكل من خمس مؤسسات بنكية وتأمينات والمتمثلة في : (BEA, BADR, BDL,) أما المؤسسات التأمينية تتمثل في كل من: (CAAR, CAAT, SAA, CCR, SNMA) والهدف من إنشائها يتمثل في²:

- ضمان القروض الممنوحة للمصدرين.
- تأمين المصدرين ضد المخاطر التجارية والسياسية والكوارث الطبيعية ومخاطر عدم التمويل.
- تدعيم القدرات التصديرية غير المستغلة.
- دعم المصدرين عند اقتحامهم الأسواق الأجنبية من خلال الضمانات والتمويل المقدمان من طرف الشركاء.
- تقريب المصدرين من المتعاملين الأجبيين.
- تزويد المصدرين بالمعلومات حول المتعاملين الأجبيين والأسواق الدولية بصفة دورية.

5. إنشاء الجمعية الوطنية للمصدرين الجزائريين ANEXAL:

أنشأت هذه الجمعية في 10 جوان 2001 من اجل الدفاع عن حقوق ومصالح المصدرين الجزائريين وتضم أكثر من 100 مصدر، وتتمثل أهم أنشطتها في³: التدريب والاستشارة، إنجاز الدراسات في العديد

¹ www. Algex. dz consulté le : 16/05/2016

² www. Cagex. dz consulté le : 16/05/2016

³ www.vitmine.dz consulté le : 16/05/2016

من القطاعات أهمها: قطاع الأغذية، النفايات الحديدية وغير الحديدية، الغزل والنسيج والخدمات في حين توكل إليها مهمة¹:

- الدفاع عن مصالح المصدرين على المستوى الوطني والدولي.
 - المشاركة في تحديد وتنفيذ استراتيجية الترويج للصادرات الوطنية خارج المحروقات.
 - دعم الفاعلين الاقتصاديين في العملية التصديرية بالمعلومات الاقتصادية والقانونية والتنظيمية.
 - إيجاد مساحة للتواصل بين المصدرين.
 - توفير المساعدة الفنية والتقنية لتطوير القدرات التصديرية للمتعاملين.
- 6. إنشاء مؤسسة الجزائرية للمعارض والتصدير SAFEX :**

أنشأ في البداية الديوان الوطني للمعارض بموجب المرسوم 87/63 بتاريخ 1987/03/03 والذي تم تغيير تسميته في 94/12/24 من الديوان إلى مؤسسة الجزائرية للمعارض والتصدير².

وهي عبارة عن مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي وتمثل أهم الأنشطة التي تقوم بها في ما يلي:

- تنظيم المعارض العامة والخاصة على المستوى الدولي والمحلي.
- دعم المتعاملين الاقتصاديين في ميدان التصدير خارج المحروقات من خلال اعلامهم بغرض التعامل الاقتصادي والتجاري مع الشركاء الأجبيين.
- العمل على تقريب المتعاملين المحليين بالأجانب.
- قوانين وترتيبات التصدير.
- تنظيم ملتقيات مهنية.

7. إعادة تنظيم دورة وزارة التجارة في مجال التجارة الخارجية:

تم إعادة تنظيم دورة وزارة التجارة في مجال التجارة الخارجية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 207/94 المؤرخ في 1994/07/16، حيث تم تكليفها بمهمة تعزيز التبادل مع الخارج، ولتحقيق هذه المهمة، تساهم

¹ بن زكورة العونية، أثر الإنفتاح التجاري خارج قطاع المحروقات على النمو الاقتصادي في الجزائر دراسة قياسية 2000/2014، الملتقى الوطني حول التنمية الصناعية وترقية الاستثمار في الجزائر، 26/25 نوفمبر 2014، جامعة قلمة، ص 06.

² رصاف سعيدي، مرجع سبق ذكره.

الوزارة في وضع التصورات الجديدة للأدوات التنظيمية والهيكلية المتعلقة بالتجارة الخارجية، كما تعمل على تنشيط هذا القطاع في إطار ثنائي أو متعدد الأطراف بالإضافة إلى كونها شريك أساسي في التحضير والتفاوض حول الاتفاقيات التجارية مع الشركاء الأجانب.

والمادة رقم 08 من المرسوم أعلاه توضح بشكل جلي المهام الموكلة لوزارة التجارة والتي تتمثل أهمها في:

- تنشيط وتحفيز النشاطات التجارية الخارجية الثنائية ومتعددة الأطراف.
- المساهمة في إعداد الاتفاقيات التجارية والتفاوض في شأنها بالتعاون مع الهيئات المعنية ومتابعتها وتنفيذها.
- تصور منظومة إعلام تخص العلاقات والمبادلات التجارية الخارجية.
- تشجيع الصادرات وتوظيف الإنتاج الوطني من السلع والخدمات في الأسواق الدولية.

فمن خلال هذه المهام تتضح رغبة الجزائر في تجنيد الوزارة لخدمة تعزيز الصادرات خارج المحروقات، حيث أصبحت الوزارة أداة في يد الدولة لتوجيه الأعوان الاقتصاديين نحو التصدير.

8. إنشاء المناطق الحرة:

تم إنشاء هذه المناطق في إطار قانون ترقية الاستثمار، حيث يتكفل المستثمرون المقيمون بها بإنتاج منتجات مخصصة للتصدير، كما يمكن تصريف بعض منها داخل التراب الوطني لشريطة أن لا تتعدى نسبة التصريفات 20 % من الإنتاج¹.

ثالثا: مشاكل وعراقيل تعزيز الصادرات خارج قطاع المحروقات:

بالرغم من كل الجهود المبذولة من طرف الجزائر في سبيل تعزيز صادراتها خارج قطاع المحروقات إلا أنها لا تعكس النتائج الضعيفة والمسجلة في هذا القطاع إلى يومنا هذا وذلك راجع للعديد من الأسباب خاصة ما تعلق منها بالإجراءات الإدارية وبطئها بسبب غياب سياسة محددة الأهداف وواضحة لكل الدوائر والمصالح والأفراد، كذلك التطبيق العشوائي وغير المنتظم لإجراءات العمل المنصوص عليها وغياب نظام قادر على

¹ عجة الجليلي، مرجع سابق، ص 285.

القياس المبني على الأساليب الإحصائية لتحديد الاختلاف، بالإضافة إلى تميز التنظيم سواء كان تشريعيا أو مؤسساتيا بالعديد من المشاكل أهمها¹:

- التشابك والتداخل في المهام الموكلة للهيئات والهيكل المدعمة لتعزيز الصادرات خارج قطاع المحروقات، مما أدى إلى غياب التنسيق والتضارب في الأرقام المقدمة وتقييم الوضعية وصعوبة تحقيق الأهداف المسيطرة، خاصة من طرف الديوان الوطني لترقية التجارة الخارجية (Prome) بإعتباره الهيئة التي أصبحت توجه استراتيجيات مختلف الأعوان الاقتصاديين في مجال التصدير وفشله لحد الآن في إنشاء بنك معلومات يمكن من توفير المعلومات اللازمة، للمتعاملين الاقتصاديين.
- غياب أدنى تنظيم للتواجد التجاري الجزائري في الأسواق الأجنبية بما يخدم الصادرات خارج قطاع المحروقات.
- إنخفاض التنسيق بين المصدرين الجزائريين على المستوى الدولي والمحلي.
- سوء استخدام وتوجيه الموارد المالية للصندوق الخاص لترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات.
- عدم الإهتمام بوظيفة التسويق الدولي بكل ما توفره من معلومات، حيث أصبح الحصول على المعلومات عن الأسواق الدولية من أهم المشاكل التي تواجه المصدرين الجزائريين.
- اقتصار قياس القدرة التصديرية للمؤسسة على التشخيص التصديري دون قياس الوضعية الداخلة للمؤسسة، لأن قدرة المؤسسة ونجاحها على المستوى المحلي يمكن أن يؤدي إلى نجاحها على المستوى الدولي، وهذه هي الأداة الحقيقية لقياس القدرة التصديرية للمؤسسة.
- عمل البنوك على منح القروض والتسهيلات للاستيراد عوضا عن تشجيع التصدير مما أدى إلى استنزاف المدخرات الوطنية وتراجع حجم الصادرات خارج قطاع المحروقات.
- بالإضافة إلى أهم مشكل والمتعلق أساسا بالمنتج المحلي في حد ذاته، باعتبار أن المنتجات الجزائرية لا زالت تعاني من إنخفاض في مستوى الجودة والنوعية مقارنة بنوعية نفس المنتجات المنافسة في الأسواق الخارجية²، مما يضعف من قدرتها التنافسية، والسبب في ذلك راجع أساسا إلى التخلف التكنولوجي الذي تعاني منه معظم المؤسسات الجزائرية، بإعتبار أن التكنولوجيا هي الأداة الوحيدة القادرة على

¹ وصاف سعدي، تنمية الصادرات والنمو الاقتصادي في الجزائر، مجلة الباحث، العدد 01، 2002، ص 14.

² بن حمودة سكيبة، ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر، 1986-1995، أطروحة دكتوراه دولة في الإقتصاد، جامعة قسنطينة، 1999، ص 215.

الرفع من تنافسية المنتجات المحلية في الأسواق سواء كانت دولية أو محلية، والمقصود بالتكنولوجيا كل ما يتعلق بالعملية الإنتاجية سواء تلك الداخلة في عملية إنتاج المنتج أو أساليب الإنتاج أو أساليب التخزين والنقل وحتى أساليب الدعم اللوجستي للمنتج والمصدر في نفس الوقت، وبذلك فاستراتيجية تعزيز الصادرات خارج قطاع المحروقات لا تتوقف فقط على السياسات التصدير والإجراءات والمؤسسات الداعمة لقطاع التصدير بل يجب ربطها بسياسات تعزيز القدرة التكنولوجية وهذا ما سنتناوله في المبحث القادم.

المبحث الثاني: واقع نقل التكنولوجيا في الجزائر.

بعد الأزمات الاقتصادية التي مرت بها الجزائر تعمل هذه الأخيرة جاهدة على تنويع اقتصادها من أجل تنويع مصادر الدخل وتوزيع المخاطر، وفي سبيل تحقيق ذلك تسعى إلى بذل كل الجهود من أجل نقل التكنولوجيا التي تفتقر إليها وإدماجها في عملية التنمية الاقتصادية صادراتها من المنتجات خارج قطاع المحروقات سواء عن طريق النقل الرأسي أو الأفقي.

المطلب الأول: واقع النقل الراسي للتكنولوجيا في الجزائر

يشمل هذا النوع من أنواع نقل التكنولوجيا كل عمليات النقل التي تتم داخل الحدود الإقليمية للدولة والمتمثلة في مخرجات البحث العلمي من بحوث وبراءات اختراع.

أولا: البحث العلمي في الجزائر

لم تولى الجزائر أولوية للبحث العلمي بعد الاستقلال مباشرة، نظرا للظروف المتأزمة التي عاشتها البلاد آنذاك، حيث كانت مشاريع البحث العلمي تقترح وتوجه من قبل المؤسسات الفرنسية المعروفة باسم "مؤسسة التعاون العلمي الجزائرية الفرنسية (O.C.S)، التي أنشأت سنة 1967 لغاية حلها سنة 1972، وبعد إنشاء

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي سنة 1970، وبعد اصلاح التعليم العالي بدأ التفكير في تنظيم البحث العلمي، حيث أنشأت في سنة 1973 مؤسستان هما¹:

- المجلس الوطني للبحث "CNR" مهمته في تحديد توجهات البحث والمخطط الوطني للبحث.
- الديوان الوطني للبحث العلمي (ONRS) مهمته تنفيذ البحث.

أما سنوات الثمانينات، فقد شهدت العديد من التحولات، فبعد حل الديوان الوطني للبحث العلمي سنة 1983، تم إنشاء محافظة البحث العلمي والتقني عام 1984 وهي المحافظة الثانية بعد التي تأسست في سنة 1982 تحت وصاية الوزير الأول، هذه المحافظة لثانية حاولت ترتيب البرامج الوطنية ذات الأولوية لكنها لم تعمر طويلا لأنه في عام 1986 استبدلت كلتا المحافظتين بالمحافظة السامية للبحث التي وضعت تحت وصاية رئيس الجمهورية إلى جانب وحدات البحث الملحقة بالجامعات².

لقد أسفر هذا الوضع عن غياب استراتيجية واضحة لتنمية وتطوير البحث العلمي، ونتيجة لذلك توقفت البرامج الوطنية للبحث التي كانت تشرف عليها المحافظة بإعتبارها الأداة لتنفيذ هذه البرامج، حيث كان من المفروض دعم هذه الهيئة وليست حلها، هذا من جهة ومن جهة أخرى وفي غمرة الاصلاحات الاقتصادية التي عرفتها البلاد سنة 1988، طلب من المؤسسات الاقتصادية العمومية الاختيار على أساس المردود الاقتصادي والمالي على حساب نشاطات البحث والتطوير، ونتيجة لذلك تخلت أغلب المؤسسات عن برامج البحث وحلت وحدات البحث المعتمدة لديها ولمعالجة هذا الوضع استحدثت منصب وزارة منتدبة للبحث العلمي سنة 1990، بهذا التعيين أصبحت الهيئة المديرة للبحث ضمن طاقم أعضاء الحكومة، غير أنها لم تعرف بدورها الاستقرار المنشود، فقد تعاقبت سبع وصايات على البحث العلمي لغاية سنة 2000، حيث أنشأ منصب الوزير المنتدب لدى وزير التعليم العالي والبحث العلمي مكلف بالبحث العلمي إلى يومنا هذا³.

¹ أحمد عمراني، واقع وأفاق مساهمة البحث العلمي في التنمية بالجزائر في ظل السياسة الوطنية الجديدة للبحث العلمي والتطوير التكنولوجي المؤتمر الثاني للتخطيط وتطوير التعليم والبحث العلمي في الدول العربية، جامعة الملك فهد للبترول والمعادن، والظهران، السعودية، 27/24 فيفري 2008.

² عبد الكريم بن أعراب، أهمية استقرار المنظومة الجزائرية للبحث والتطوير في تحقيق التنمية الإنسانية، جامعة قسنطينة، الجزائر، ص 08.

³ أحمد عمراني، مرجع سابق، ص 06.

الآليات القانونية لدعم قطاع البحث العلمي في الجزائر:

من بين الحلول التي حاولت الجزائر وضعها للارتقاء بالبحث العلمي نذكر " القانون التوجيهي للبحث العلمي " الذي بدأت التحضيرات الفعلية له سنة 1996، إلا أنه لم يصدر إلا بعد سنتين أي عام 1998، ولم يدخل حيز التنفيذ إلا بعد سنتين، حيث يوضح الأهداف التي وضعتها الجزائر من بين الأولويات والمتمثلة في¹:

- ضمان تفتح البحث العلمي والتطوير التكنولوجي.
- تدعيم القواعد العلمية والتكنولوجية للبلاد.
- توفير وسائل اللازمة للبحث العلمي والتطوير التكنولوجي.
- إعادة الاعتبار لوظيفة البحث.
- تكفل الدولة بتمويل البحث.
- تثمين الصرح المؤسستي والتنظيمي للبحث العلمي.

وقد تم ادخال تعديلات على هذا القانون بما يخدم الاستاذ الباحث، وبما يرقى بالبحث العلمي في سنة 2008، حيث خصصت هياكل وتجهيزات لهذا الغرض.

ولتفعيل هذا القانون تم تدعيمه بمجموعة من المراسيم التنفيذية والمتمثلة في²:

- المرسوم التنفيذي رقم 98/137 الصادر عام 1998 الخاص بإنشاء وتنظيم وتشغيل الوكالة الوطنية المعنية بفعالية استخدام نتائج البحث العلمي وتنمية التكنولوجيا، حيث يتمثل الدور الأساسي لهذه الوكالة في تنفيذ بالتنسيق مع الهياكل والأجهزة الأخرى ذات الصلة الاستراتيجية الوطنية لتنمية التكنولوجيا، لاسيما عن طريق نقل البحث العلمي وتحقيق فعالية استخدام هذه النتائج.

¹ عبد الكريم بن أعراب، مرجع سابق، ص 11.

² الأمم المتحدة، اللجنة الاقتصادية لإفريقيا، مكتب شمال إفريقيا، الجهود التي تبذلها بلدان المنطقة دون الإقليمية لشمال إفريقيا لمواءمة السياسات الخاصة بالعلم والتكنولوجيا والسياسات الاقتصادية والاجتماعية، ديسمبر 2001، ص 23.

- المرسوم رقم 99/256 الصادر عام 1999 الخاص بإنشاء وتنظيم وتشغيل المؤسسات العامة ذات الطابع العلمي والتكنولوجي، ويحدد هذا المرسوم المعايير التي على أسسها يتم إنشاء هذه المؤسسات، ومهمتها الرئيسية متعلقة بإنجاز برامج البحث العلمي وتنمية التكنولوجيا.
- المرسوم التنفيذي رقم 99/258 الصادر عام 1999 والذي يحدد طرق ووسائل ممارسة الرقابة المالية اللاحقة على المؤسسات العامة ذات الطابع العلمي والمهني، والمؤسسات العامة ذات الطابع العلمي والتكنولوجي، وغيرها من هيئات البحث.
- المرسومان التنفيذيان رقم 99/244 و 99/257 الخاصان بإنشاء وتنظيم وتشغيل مختبرات ووحدات البحث العلمي التي تعد بمثابة الهياكل الأساسية التي تنفذ مواضيع وبرامج البحث العلمي وتنمية التكنولوجيا، وتحظى هذه المختبرات والوحدات بالاستقلالية الإدارية، لكنها تخضع في نفس الوقت للرقابة المالية اللاحقة.

الجانب المؤسسي:

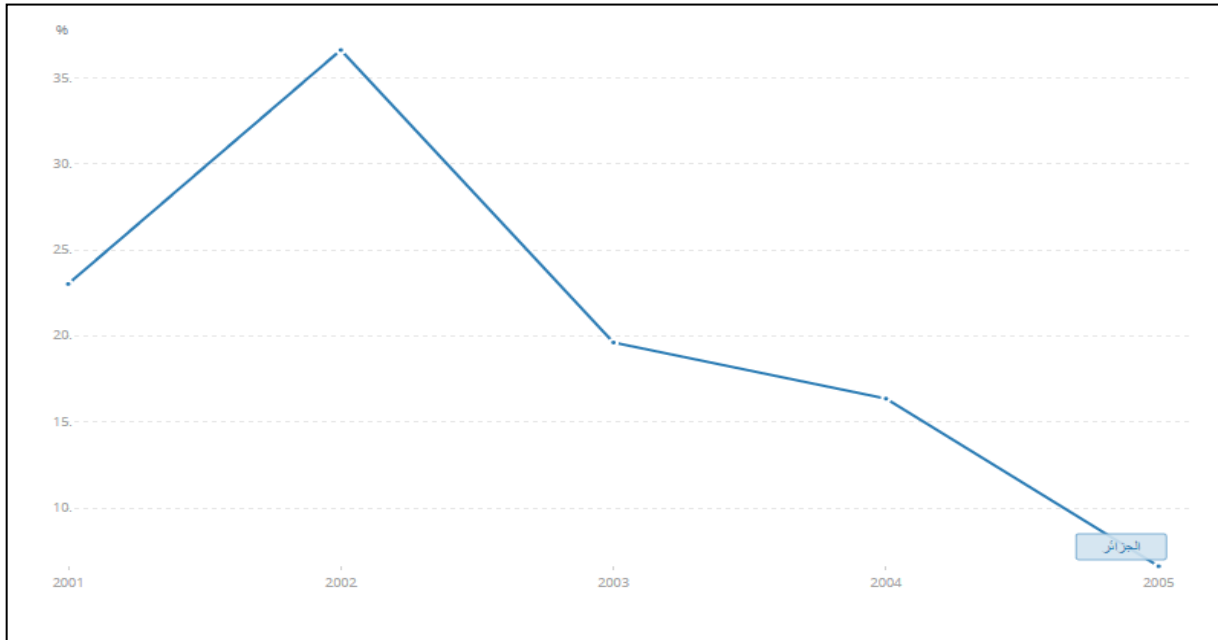
- وفيما يتعلق بالجانب المؤسسي، يلاحظ أن البحث العلمي في الجزائر انتظم وفق عدة صيغ مثل:
- المجلس الوطني للبحث العلمي (1973).
 - المنظمة الوطنية للبحث العلمي (1974).
 - مراكز البحوث العلمية كمركز العلوم وتكنولوجيا الذرة، مركز البحث في الفلاحة والمصادر الطبيعية، مركز البحث في الدراسات العمرانية، مركز البحث في علوم الاجتماع.
 - محافظة الطاقات الجديدة (1982).
 - محافظة البحث العلمي والتقني (1984).
 - المحافظة السامية للبحث العلمي (1986) والتي أوكلت مهمة الإشراف عليها لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي سنة 1992.
 - المجلس الوطني للبحث العلمي والتكنولوجي (1992).
 - اللجنة القطاعية لترقية وتقدير البحث العلمي.
 - الوكالة الوطنية لتطوير البحث العلمي.
 - مختبرات ووحدات البحث العلمي (1999).

كما تم تعزيز قطاع البحث العلمي بالعديد من الهياكل القاعدية والتجهيزات الكبرى في الفترة الممتدة من 2008-2012، وذلك بتسطير وإنجاز ستة (06) أصناف من الهياكل القاعدية تتمثل في:

- مراكز البحث.
- المخابر البحثية.
- وكالات البحث العلمي.
- أقطاب علمية للتمييز داخل مؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي.
- المنشآت العلمية ما بين الجامعات والأقطاب التقنية.
- التجهيزات الكبرى المرتبطة ببرامج التعبئة خاصة في مجال الفضاء، البيوتكنولوجيا، والمجال النووي.

لقد عمدت الجزائر على ارفاق التدابير المؤسسية والتشريعية في سبيل تطوير مجال البحث العلمي بالتدابير المالية، حيث كانت تخصص في كل سنة غلافًا ماليًا لهذا المجال والشكل يوضح ذلك.

الشكل رقم (5-4): الانفاق على البحث العلمي كنسبة من الناتج المحلي الخام



Source : World Bank data bases

أما بعد التعديل الذي طرأ على القانون التوجيهي للبحث العلمي سنة 2008 المرتبط بالأهداف العلمية ويتكفل بكل الأعمال المبرمجة من حيث البرمجة والتقييم والتمويل الاقتصادي وتدعيم محيط البحث

وتنظيمه وإنجاز الهياكل القاعدية والتجهيزات الكبرى الخاصة بالبحث والتعاون العلمي، وكذا الجوانب المتعلقة بالمعلومات العلمية والتقنية، فقد حدد الغلاف المالي إلى ما يقارب 100 مليار دينار بالإضافة إلى إتخاذ كافة الإجراءات التشريعية لإعفاء التجهيزات القادمة من السوق المحلي أو الأجنبي والموجهة لنشاطات البحث العلمي والتطوير التكنولوجي من الرسوم الجمركية والرسم على القيمة المضافة¹.

أما من الناحية البشرية، فيوجد في الجزائر 46000 ألف أستاذ جامعي منهم 38000² ألف أستاذ باحث، أي بمعدل حوالي 950 باحث لكل مليون نسمة وبذلك تبقى الجزائر دون مستوى الدول المتقدمة في مؤشر عدد الباحثين والذي يبلغ 3500 باحث لكل مليون نسمة.

بعد كل هذه التدابير إلا أن تطور البحث العلمي لا يزال يراوح مكانه، حيث لم تصل الجزائر إلى الأهداف المنشودة سواء الخاصة بعدد الباحثين أو المنتج العلمي أو حتى مستوى الانفاق على البحث العلمي، حيث كان من بين الأهداف المنشودة بلوغ عدد الباحثين 80 ألف باحث أي محاولة الوصول إلى نسبة تغطية تعادل 2000 باحث لكل مليون نسمة، وهو مستوى الدول النامية في التغطية، أما بالنسبة للمنتج العلمي فقد حققت الجزائر 15540 بحث علمي منشور، وهي الحصيلة التي تقل عن حصيلة تونس التي حققت 22264 بحث علمي منشور³.

ثانيا: نتائج سياسة البحث العلمي في الجزائر.

مما سبق نلاحظ أن الجزائر منذ فك الارتباط بينهما وبين المستعمر الفرنسي في مجال البحث والتطوير بإنشاء وزارة التعليم العالي والبحث العلمي سنة 1970، حاولت جاهدة ترقية هذا المجال بتسخير كل الامكانيات المادية والبشرية والمالية في سبيل إنجاحه، وسوف نتطرق إلى مجمل النتائج المحققة ومقارنتها بالأهداف المنشودة بغية تقييم السياسة المنتهجة في هذا المجال، وأحسن طريقة للتقييم تتوقف على معالجة عنصرين أساسيين هما: عدد المقالات العلمية المنشورة، وعدد براءات الاختراع المسجلة بإعتبارها مؤشرات كمية ونوعية لعملية البحث العلمي والتطوير.

¹ عبد الكريم بن أعراب، مرجع سابق، ص 11.

² Said Bendrima, politique de promotion de PME en Algerie 05/Mars/ 2012.

³ Arsko.org consulté le 14/07/2016.

1. المقالات العلمية:

يعتبر تعداد المقالات العلمية المنشودة من بين أهم المؤشرات في عملية تقييم مستوى البحث العلمي لأي بلد، ورغم قلة المجالات والدوريات المتخصصة في الجزائر، إلا أنها بدأت في الظهور حيث بلغ مجموع المجالات العلمية المتخصصة والمحكمة والمعترف بها من طرف وزارة التعليم العالي والبحث العلمي 110 مجالات، أما عدد المقالات العلمية المنشورة فكانت كما يلي:

الجدول رقم (5-3): عدد المقالات المنشورة في المجالات العلمية والتقنية في الجزائر

السنوات	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
عدد المقالات	930	1306	14445	1982	2237	2258	2620	3173	3652

Source : word Bank, Data base, indicator location Alegria

من خلال الجدول نلاحظ أن عدد المقالات المنشورة ارتفع بثلاث أضعاف، حيث انتقل من 930 بحث منشور عام 2005 إلى 3652 بحث، خاصة بعد تعديل القانون التوجيهي للبحث العلمي الذي أعطى دفعا قويا لهذا المجال، وأكثر دليل على ذلك معدل تغيير عدد المقالات قبل سنة 2008 وبعدها، حيث لم يتجاوز عتبة 2000 بحث منشور إلا بعد سنة 2008.

إلا أنه يبقى دون المستوى مقارنة بالدول المجاورة، حيث وبالرغم من تضاعف عدد المقالات في كل من تونس ومصر فقط لمرتين إلا أنها سجلت 4206 بحث، و9199 بحث لكل منهما على التوالي.

أما عن مؤشر عدد المقالات العلمية والتي تحسب على أساس عدد المقالات العلمية المنشورة بالنسبة لكل مليون ساكن، فتشير الإحصائيات إلى أن الجزائر لازالت تقبع تحت مستوى 100 بحث لكل مليون ساكن، حيث سجلت الجزائر 913 بحث لكل مليون ساكن في حين سجلت كل من مصر وتونس 112 و382 بحث على التوالي.

2. براءات الاختراع:

أنشأت أول هيئة وطنية مكلفة بحماية الملكية الصناعية سنة 1963 وقد كلفت آنذاك بتسيير شؤون الملكية الفكرية والسجل التجاري، وقد أخذت تسمية المكتب الوطني للملكية الصناعية، ولم تكن تمنح براءات إختراع وإنما كانت مكلفة بتسجيل الطلبات فقط وفقا للقانون الفرنسي¹.

أما عن تسجيل براءات الاختراع في الجزائر، فلم تتم إلا بعد تأسيس المعهد الوطني للملكية الصناعية والتوحيد الصناعي سنة 1973 والذي أوكلت إليه كل اختصاصات المكتب الوطني للملكية الصناعية، في حين أوكلت اختصاصات السجل التجاري لوزارة التجارة، وانقسم فيما بعد هذا المعهد إلى معهدين سنة 1998، الأول خاص فقط بالملكية الصناعية تحت اسم المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية (INAPI)، والثاني مختص في التوحيد الصناعي تحت إسم المعهد الجزائري للتقييس².

والبيانات الخاصة بطلبات تسجيل براءات الاختراع تعكس حقيقة مستوى الابتكار والنقل الرأسي للتكنولوجيا في الجزائر، حيث كانت النتائج خلال الفترة 1995 إلى 2014 وفق الجدول التالي:

¹ حسين محمد، الوجيز في الملكية الفكرية، الجزائر، المؤسسة الوطنية مكتاب، 1985، ص 18.

² نفس المرجع، ص 22.

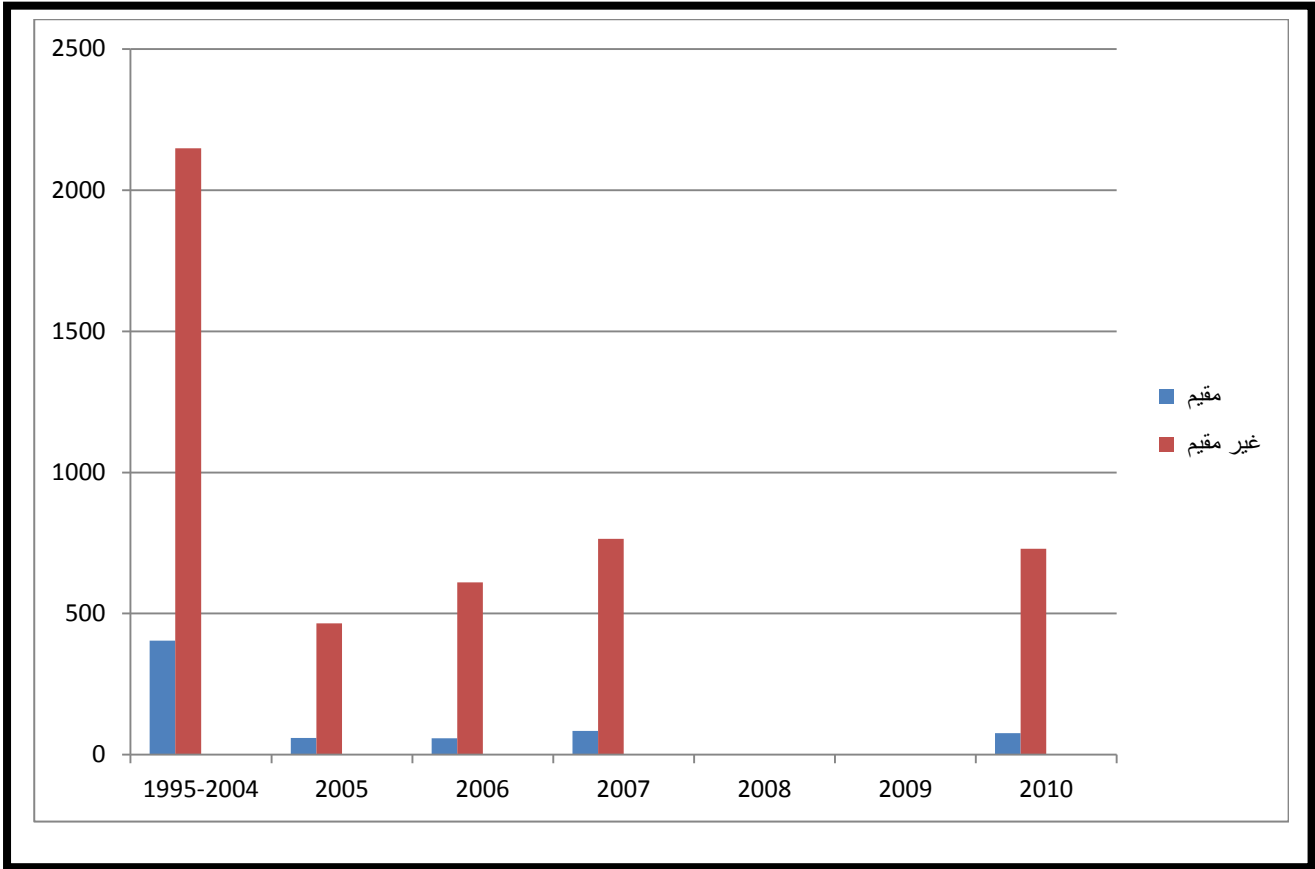
الجدول رقم (4-5): عدد طلبات براءات الاختراع في الجزائر

مصر				تونس				الجزائر				
نسبة غير المقيم	نسبة المقيم	غير مقيم	مقيم	نسبة غير المقيم	نسبة المقيم	غير مقيم	مقيم	نسبة غير المقيم	نسبة المقيم	غير مقيم	مقيم	
65.25	34.75	7414	3949	79.02	20.98	1574	418	84.17	15.83	2148	404	1995-2004
70.19	29.81	1008	428	83.43	16.57	282	56	88.74	11.26	465	59	2005
-	-	-	-	83.12	16.88	379	77	91.33	08.67	611	58	2006
75.49	24.51	1589	516	84.55	15.45	416	76	90.11	09.89	765	84	2007
77.42	22.58	1649	481	86.13	13.87	472	76	-	-	-	-	2008
74.77	25.23	1452	490	81.15	18.85	452	105	-	-	-	-	2009
72.87	27.13	1625	605	81.80	18.20	508	113	90.57	09.43	730	76	2010
72.02	27.98	1591	618	79.85	20.15	543	137	89.52	10.48	803	94	2011
69.11	30.89	1528	683	76.04	23.96	476	150	86.78	13.22	781	119	2012
68.84	31.16	1416	641	79.60	20.40	437	112	85.95	14.05	722	118	2013
64.80	35.20	1384	752	73.80	26.20	400	142	88.44	11.56	719	94	2014
69.27	30.73	20656	9163	80.25	19.75	5939	1462	87.50	12.50	7744	1106	المجموع
100		29819		100		7401		100		8850		المجموع الكلي
		1032.8	458.15			296.95	73.1	/	/	387.2	55.3	x̄

Source : Wipo.INT/ ipstats/ statistics/ country – profile.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الجزائر وخلال مدة 20 سنة قامت بإيداع 8850 طلب تسجيل براءات اختراع أي ما بمعدل سنوي يقارب 450 طلب لكن عدد الطلبات المحلي لا يتجاوز 12 % من إجمالي الطلبات المودعة، حيث يتقدم المحليين بإيداع طلبات بمعدل 55 طلب سنويا في حين يقارب معدل الإيداع الأجنبي 400 طلب سنويا، والشكل التالي يوضح الفجوة الهائلة بين عدد طلبات براءات الاختراع المحلية والأجنبية.

الشكل رقم (5-5): منحى عدد طلبات براءات الاختراع في الجزائر

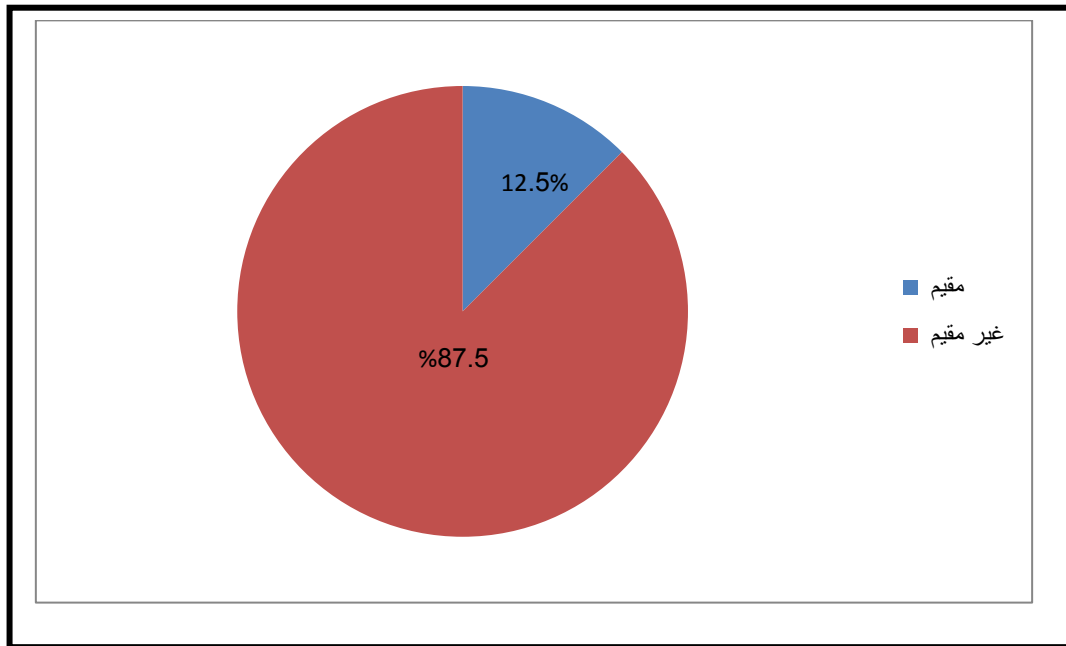


المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على الجدول رقم (4-05)

من خلال الشكل أعلاه نلاحظ أن نسبة عدد طلبات تسجيل براءات الاختراع الأجنبي تفوق في غالبية السنوات مستوى 80 % وفي بعض السنوات أكثر من 90 %.

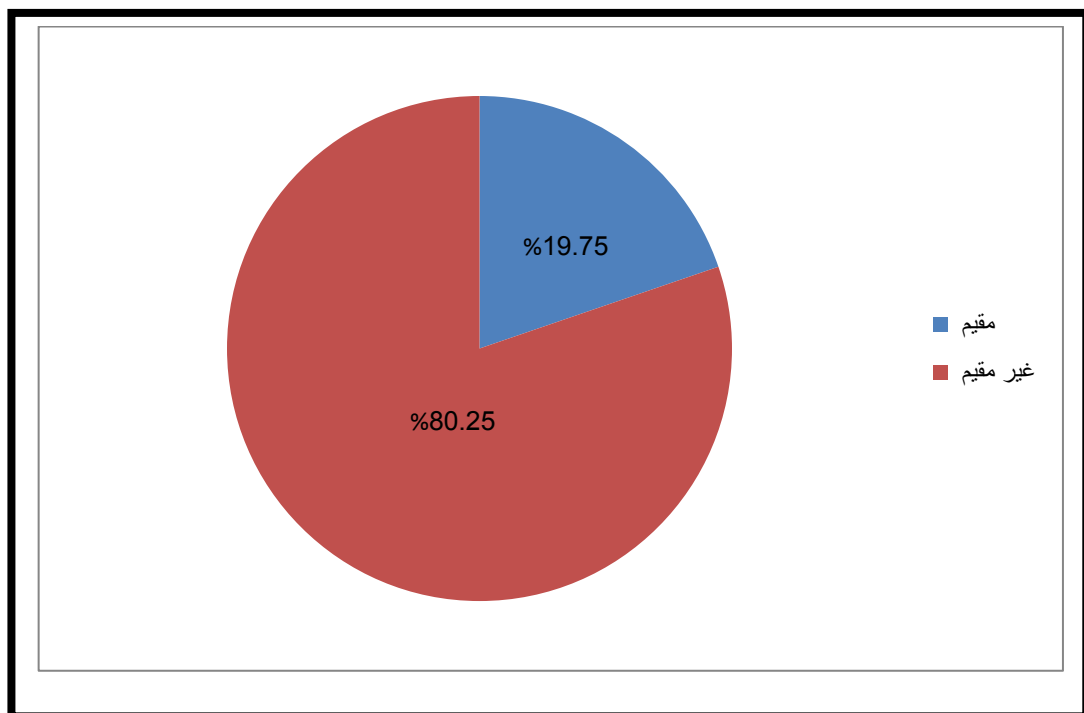
إلا أن الجزائر استطاعت تقليص هذه الفجوة ولو كان طفيفا، حيث بعدما كانت النسبة المحلية 08.67 % سنة 2006 ارتفعت إلى 14.05 % سنة 2013، ورغم ذلك تبقى الفجوة كبيرة جدا مقارنة بباقي الدول الأخرى، حيث سجلت مصر أربع أضعاف إجمالي براءات الاختراع المسجلة في الجزائر، أما إذا نظرنا إلى نسبة الطلبات المحلية، ففي غالبية السنوات تجاوزت 30 % على مدار 20 سنة، أما بالنسبة لتونس ورغم تدهور الوضع السياسي والأمني، إلا أنها استطاعت أن تحافظ على نسبة تفوق 20 % والشكل التالي يوضح ذلك .

الشكل رقم (5-6): عدد طلبات براءات الاختراع في الجزائر



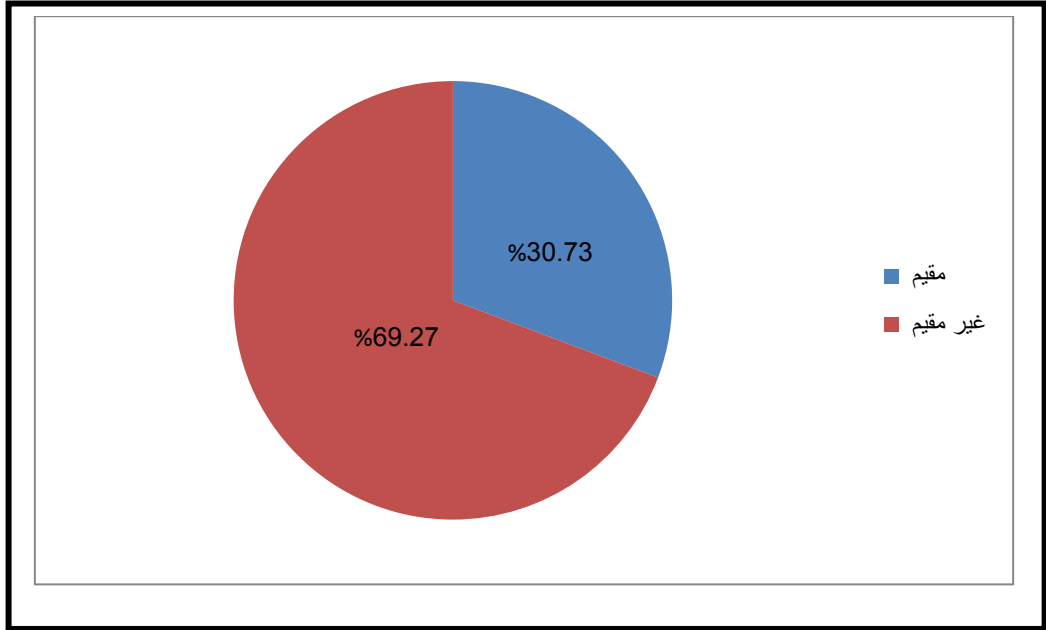
المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على الجدول رقم (4-05)

الشكل رقم (5-7): عدد طلبات براءات الاختراع في تونس



المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على الجدول رقم (4-05)

الشكل رقم (5-9): عدد طلبات براءات الاختراع في مصر



المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على الجدول رقم (05-4)

المطلب الثاني: النقل الأفقي للتكنولوجيا

يعتبر النقل الأفقي للتكنولوجيا من أهم أنواع النقل للتكنولوجيا، باعتباره المادة الخام التي تفتقدها الدول المتأخرة تكنولوجيا، والمادة الأساسية للنهوض باقتصاداتها كما يمكن تحقيق هذا النوع من النقل في الأشكال التالية:

أولاً: الاستثمار الأجنبي المباشر:

يعتبر الاستثمار الأجنبي المباشر أهم آليات النقل الأفقي للتكنولوجيا، باعتباره وسيلة مكتملة للنهوض بإقتصاد، فضلا عن كونه طريقة ووسيلة فعالة لاكتساب المزيد من التقدم الحاصل في مجال التكنولوجيا خاصة الملائمة منها.

وعلى الرغم من أن نسبة كبيرة من الاستثمار الأجنبي المباشر تتم في دائرة الدول المتقدمة، إلا أن مسألة استقطابه تعتبر ضرورة ملحة أكثر بالنسبة للجزائر والدول النامية بالعموم، لأن أجهزتها الانتاجية معطلة بسبب قدم هياكل الإنتاج أو بدائية عملية التنظيم والإدارة، أو لأن الاستثمار الأجنبي المباشر ينقل الدولة المضيفة من وضعية الاستيراد إلى مرحلة التصدير التي تعتبر بداية لسلسلة من الآثار الإيجابية كتنوع مصادر الدخل للبلد

المضيف ورفع احتياطاته من العملة الصعبة، والجدول التالي يبين واقع الاستثمارات الأجنبية المباشرة الواردة إلى الجزائر:

الجدول رقم (5-5): واقع الاستثمار الأجنبي المباشر الوارد للجزائر

الوحدة: مليون دولار

2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	الجزائر
1506.7	1692.9	1499.4	2580.4	2301.2	2753.8	2631.7	1743.3	1888.2	1145.3	

المصدر: من إعداد الطالب بإعتماد على مجموعة تقارير مناخ الاستثمار في الدول العربية، المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، الكويت.

من الجدول أعلاه نلاحظ أن تدفق الاستثمارات الأجنبية المباشرة في ارتفاع وتطور مستمرا نتيجة لإرتفاع سعر البترول وإعتماد الجزائر على الاستثمارات الكبرى خاصة في مجال البنى التحتية، إلا في بعض السنوات والتي شكلت استثناء، خاصة بالنسبة لسنة 2010، حيث انخفضت بأكثر من 16 % من حجم التدفق المسجلة لسنة 2009، وذلك نتيجة لفرض الجزائر قاعدة 51/49، في حين شكلت سنة 2012 استثناء آخر، حيث بلغ حجم التدفق 1499.4 منخفضا عن السنة التي سبقتها بحوالي 42 % نتيجة للعديد من العوامل أهمها انخفاض حجم الاستثمارات الأجنبية على المستوى العالمي، بالإضافة إلى تدهور الأوضاع السياسية في الدول العربية ودول الجوار على وجه الخصوص، مما زاد من حالة عدم اليقين بشأن مناخ الاستثمار والسياسة العامة في قضايا تؤثر على ثقة المستثمرين.

لكن رغم هذا التطور إلا أن حجم التدفق يبقى متواضعا مقارنة بباقي الدول الأخرى، حيث أن هذا التواضع مقارنة بالإمكانيات الاستثمارية يؤكد أن الجزائر لم تستطع توفير بيئة استثمارية ملائمة تسمح للمستثمرين الأجانب بإنجاز مشاريعهم، ولم تستغل الظروف المواتية التي عرفتتها ابتداء من سنة 2000 لجعل المستثمرين الأجانب شركاء حقيقيين في تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال استقطاب التكنولوجيا المتقدمة التي يتم نقلها من خلال تجسيد مشاريعهم في مختلف قطاعات النشاط الاقتصادي.

الجدول رقم (5-6): عدد المشاريع الاستثمارية المصرح بها خلال الفترة 2002-2012

النسبة	المبلغ (مليون دج)	النسبة	عدد المشاريع	المشاريع الاستثمارية
74.9	6050318	99.1	52739	الاستثمار المحلي
25.1	2022164	0.9	468	الاستثمار الأجنبي
100	8072482	100	53207	المجموع

المصدر: الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار: www.andi.dz

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن حصة الاستثمارات الأجنبية المباشرة من مجموع 53207 مشروع مصرح به لدى الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار لم تتجاوز نسبة 1 % في حين أن 99 % المتبقية كانت في شكل مشاريع قام بها مستثمرين محليون، أما من حيث قيمة المبالغ المخصصة لهذه المشاريع فإن الاستثمارات المحلية مثلت ثلاث أرباع القيمة الاجمالية للمشاريع في مقابل 25 % للاستثمارات الأجنبية، وهي نسبة معتبرة تؤكد القيمة المالية الكبيرة للمشاريع الأجنبية والتي تفوق بكثير نظيراتها المحلية.

إن النسبة المتواضعة للمشاريع الأجنبية أثرت بشكل كبير على حجم التكنولوجيا المنقولة للخارج، حيث لو تفحصنا بدقة التوزيع القطاعي لحمل الاستثمارات الأجنبية المنجزة في الجزائر للاحظنا أنها تتمركز في قطاعات معينة والجدول التالي يوضح ذلك.

الجدول رقم (5-7): التوزيع القطاعي للاستثمارات الأجنبية خلال الفترة 2002/2012.

قطاع النشاط	عدد المشاريع	%	المبلغ	%
الزراعة	8	1.17	4747	0.55
البناء	75	16.03	48345	17.22
الصناعة	260	55.56	1301291	48.05
الصحة	6	1.28	13573	2.34
النقل	17	3.63	12127	1.59
السياحة	9	1.92	445592	14.87
الاتصالات	1	0.21	89441	1.60
خدمات أخرى	92	19.66	107049	13.79
المجموع	468	100	2022164	100

www.andi.dz

المصدر: الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن القطاعات الأساسية التي استقطبت استثمارات أجنبية تتمثل في قطاع الصناعة والبناء، لكن لما نتحدث عن الصناعة فجل المشاريع كانت في مجال المحروقات والتي بلغت أكثر من 55% من إجمالي المشاريع الموجهة لهذا القطاع، أما باقي المشاريع فكانت موجهة إلى قطاعات لا تتطلب مستويات عالية من التكنولوجيا، فالمطلوب الاستثمار في القطاعات ذات المتطلبات التكنولوجية حتى تضمن تحقيق النقل الأفقي للتكنولوجيا إلى الداخل، وأهم الاستثمارات، تلك التي تستثمر في مراكز البحث والتطوير أو تلك التي تقوم باستحداث ابتكارات جديدة داخل الجزائر.

ثانيا: التجارة الدولية:

إن أي تكنولوجيا جديدة أو مستحدثة لا يتم ابتكارها إلا وفقا للحاجة الآنية لأفراد المجتمع الذي ابتكرت فيه أو حاجة مستقبلية، وبالتالي تكون موجهة في البداية للسوق المحلي لهذا البلد، وبعد تشبعه يتم التفكير في التصدير للخارج خاصة إلى الدول المماثلة في الدخول، أما عن الدولة المستقطبة لهذه التكنولوجيا، فتعتمد إلى استخدام التجارة الدولية في شكل الواردات، وذلك من أجل تفكيك الحزمة التكنولوجية المتوفرة في هذا المنتج من أجل محاكاته وإنتاجه محليا، إذن من خلال ما سبق يتضح أن للواردات أهمية بالغة في الحصول على التكنولوجيا الأجنبية بإعتبارها أداة من أدوات النقل الأفقي.

وبالنسبة للجزائر فيمكن معرفة ما إذا كانت تعتمد على هذه الألية في استراتيجيتها للنقل الأفقي أم لا من خلال اسقاط وارداتها على التصنيف التكنولوجي $SITC_3$ ، فكانت البيانات وفق الجدول التالي:

الجدول رقم (5-8): واردات الجزائر من تكنولوجيا العالم خلال الفترة 2005-2015 مصنفة حسب SITC₃

الوحدة: مليون دولار أمريكي

2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	
10877.6	9422.6	8946.9	9649.6	5982.4	5820	7657.8	4994.2	3618.0	3524.6	0+1
1961.2	1990.6	1980.8	1913.6	1555.8	1389.8	1621.7	1324.6	983.8	819.0	2+4
2843	4288.3	1992.7	1011.6	867.6	413	535.7	302.6	239.7	199.4	3
6832.9	6232.8	5880.9	5344.3	4449.9	4117	42492.2	3243.7	2580.7	2433.1	5
10976.4	9480.5	9070.8	9149.9	9828.1	9866.2	9298.9	6072.4	4842.9	3493.4	6
22245.9	20247.8	17628.2	17291.3	16722.7	16159.2	14544.7	10485.1	8054.9	8756.3	7
2879.9	3244.9	1975.3	2065.7	1590.4	1492.1	1559.1	1243.5	1036.2	1071.4	8
1.2	3.1	8.6	0.4	-	0.5	3.0	14.9	-	-	9
58618.1	54910	47484.1	46426.4	41012.7	39258.3	39455.6	27631.2	21455.9	20356.9	المجموع

Source : United nations, international merchandise trade statistics, comtrade. Un .org

0+1 : Food and live animals and beverages.

2+4 : crude materials, inedible, except fuels.

3 : Mineral Fuels, lubricants and related materials.

5 :chemicals and related products.

6 : manufactured goods classifieds chiefly by material.

7 : Machinery and transport equipment.

8 : Miscellaneous manufactured articles.

9 :

Others

من خلال أعلاه نلاحظ أن الواردات الجزائرية في ارتفاع مستمر، حيث تطورت خلال سنوات الدراسة بحوالي ثلاث أضعاف، حيث نسجل في سنة 2005 ما يفوق 20 مليار دولار أمريكي، في حين سجلت سنة 2014 حوالي 60 مليار دولار، إلا أن هذا الارتفاع لا يعكس البنية التنموية للبلاد، فالمفروض زيادة الواردات من أجل تحقيق النقل الأفقي للتكنولوجيا، لكن الملاحظ من خلال بيانات الجدول أن جل الواردات التي تقوم بها الجزائر لا تحتوي على تكنولوجيا عالية، فلو تفحصنا نوعية المنتجات المستوردة حسب تصنيف $SITC_3$ والذي يقوم بإسقاط المنتجات المستوردة على سلم مدرج إلى تسعة درجات من 0-8 حيث يعبر الصفر (0) على المنتجات التي تحتوي على تكنولوجيا متدنية جدا أو معدومة، في حين الدرجة ثمانية (8) تعبر على أن المنتجات تحتوي على تكنولوجيا عالية أو مرتفعة جدا، وفقا لهذا المنظور فإن المنتجات المصنفة من 0 إلى 6 تفوق قيمتها 57% من القيمة الإجمالية للواردات، بمعنى أن أكثر من 57% من المنتجات المستوردة تحتوي على تكنولوجيا متدنية جدا أو معدومة التكنولوجيا، وهذا لا يحقق النقل الأفقي للتكنولوجيا، وحتى الأصناف الأخرى، حيث نلاحظ أنها في تناقص مستمر والجدول التالي يبين ذلك

الجدول رقم (5-9): نسبة مساهمة المنتجات المستوردة في تحقيق النقل الأفقي للتكنولوجيا

الوحدة: (%)

الأصناف	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
من 0-6	51.43	57.16	57.68	59.21	55.04	55.31	58.31	58.70	57.21	57.13
7	43.01	37.54	37.95	36.86	41.16	40.77	37.24	37.12	36.87	37.95
8	05.28	04.83	04.50	03.95	03.80	03.88	04.45	04.16	05.91	04.91

Source : United nations, international merchandise trade statistics, comtrade. Un.org.

من خلال الجدول نلاحظ أن واردات الجزائر تسيير عكس استراتيجية النقل الأفقي للتكنولوجيا، حيث أن هذه الاستراتيجية تحتم الرفع من حجم الواردات من المنتجات ذات القيمة العالية من التكنولوجيا حتى يتسنى لها محاكاة هذه المنتجات وتفكيك الحزمة التكنولوجية التي تحتويها ومن ثم توطئتها وتوليد عن طريقها تكنولوجيا محلية تعزز بها تنافسية المنتجات المحلية، لكن الملاحظ من خلال الجدول أعلاه أن حجم المنتجات ذات التكنولوجيا المتدنية في ارتفاع مستمر، حيث ارتفع بثلاث أضعاف عن الحجم المسجل سنة 2005، في حين أن المنتجات المصنفة في الصنف 07 والتي تعبر عن التكنولوجيا المتوسطة فسجلت نسبة 38% في المتوسط، صحيح أنها نسبة معتبرة لكن معظم المنتجات المستوردة حسب هذا الصنف تتمثل في معدات النقل

والسيارات السياحية والتي لا يمكن بأي شكل من الأشكال تفكيك الحزمة التكنولوجية التي تحتويها بإعتبار أنه لا توجد صناعات من هذا الشكل في البلاد هذا من جهة، ومن جهة أخرى فنسبة مساهمة هذا الصنف في انخفاض مستمر بعدما كانت تشكل أكثر من 43 % من إجمالي واردات الجزائر عام 2005 أصبحت 37 % عام 2014.

أما بالنسبة للمنتجات المصنفة في الصنف 8 فتكاد تكون معدومة، حيث لم تستطع أن تتجاوز 6 % طوال فترة الدراسة، خاصة بعد تخفيض الواردات من المنتجات الصيدلانية بحجة حماية الصناعة الناشئة

المبحث الثالث: واقع مساهمة التكنولوجيا المنقولة في تنافسية الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات.

باعتبار أن الجزائر من بين الدول النامية والمتصرفة بإنخفاض مستوى اقتصادها وبطبيعته البترولية، تسعى إلى الرفع عن حصصها السوقية في الأسواق الدولية من خلال تعزيز صادراتها خارج قطاع المحروقات، ومن خلال هذا المبحث سنتناول كل من مكانة الصادرات في الاقتصاد الوطني من حيث مساهمتها في الناتج المحلي وهيكلها السلعي بالإضافة إلى انفتاح الجزائر على الأسواق الدولية.

المطلب الأول: مكانة الصادرات في الإقتصاد الجزائري

إن دراسة اقتصاد بلد معين للحكم عليه لا تتوقف فقط على دراسة جانب معين، لأن هناك الكثير من العوامل والمتغيرات التي تساهم في اقتصاد أي بلد وتحدد معالمه إلا أن التجارة الخارجية والصادرات على وجه الخصوص تلعب دورا كبيرا في توجيه الاقتصاد الوطني، فهي تعد أداة توجيه فاعلة بل تتعدى ذلك كونها عصب الاقتصاد ونبضه.

أولا: هيكل الاقتصاد الجزائري:

لقد سمح الارتفاع الهائل في أسعار المحروقات بداية السبعينات بإرتفاع الواردات المتحصلة من صادرات النفط من 6.3 مليار دولار سنة 1978 إلى 13.6 مليار سنة 1980، وبما أن الاقتصاد الجزائري يعتمد اعتمادا كليا على تصدير المحروقات، فكانت الصدمات الخارجية شديدة التأثير عليه، خاصة تلك المرتبطة بأسعار النفط، وهذا ما حدث بالفعل سنة 1986 عندما إنهارت أسعار البترول الخام بأكثر من نصف

قيمته، فإنحارت بذلك إيرادات الجزائر المالية من المحروقات من 12.27 مليار دولار إلى أقل من 7 مليار دولار، أي بنسبة 43 %، مع العلم ان للمحروقات وزن كبير في الميزان التجاري الجزائري حيث يبلغ ما نسبته 97 % من قيمة السلع والخدمات، وبدأ الأداء الاقتصادي بالتدهور عن طريق إرتفاع أعباء الديون، وإنخفاض إنتاج المؤسسات العمومية¹.

الجدول رقم (5-10): مساهمة الصادرات في الناتج المحلي الخام

الوحدة (%)

2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	
95.4	98.3	98.4	98.3	98.3	98.3	98.2	98.4	97.9	98.4	97.9	98.1	96.8	97.1	97.3	1
4.6	1.7	1.6	1.7	1.7	1.7	1.8	1.6	2.1	1.6	2.1	1.9	3.2	2.9	2.7	2
28.4	30.2	35.2	37.1	35.4	32.4	46.4	44.6	46.6	44.6	40.1	38.2	35.5	36.7	42.1	3

Source : comtRad.Un.org / data

1. نسبة المحروقات من إجمالي الصادرات.

2. نسبة صادرات خارج المحروقات من إجمالي الصادرات.

3. مساهمة الصادرات الإجمالية من الناتج المحلي الخام.

من خلال الجدول نلاحظ أن قطاع المحروقات لا يزال يشكل جزءا هاما لكل من الصادرات الكلية وتشكيل الناتج المحلي الخام، ومنه يمكن القول أن المحروقات مثلت ولا تزال تمثل دائما أكثر من 96 % من إجمالي الصادرات ورغم كل الجهود المبذولة لجعل الاقتصاد الجزائري أكثر مرونة إزاء الصدمات الخارجية عن طريق تنويع وإنشاء هيكل تصديري ذو ميزة تنافسية كبيرة، إلا أننا نلاحظ أن الاقتصاد الجزائري يزداد تبعية أكثر فأكثر لقطاع المحروقات، مما يعكس لنا أن أي زيادة في نمو الصادرات لا يستلزم بالضرورة نمو في الهيكل الإنتاجي، بل هو عبارة عن الإرتفاع الظرفي لأسعار البترول الذي يؤدي بدوره إلى عدم الاستقرار في نمو الصادرات، وهذا راجع أساسا إلى الهيكل السلعي للصادرات.

إن الإنخفاض الملموس في الصادرات خارج المحروقات يرجع أساسا للبنية الاقتصادية بشكل عام والمتمثلة في ضعف الإنتاجية على مستوى القطاع والخاص، نقص المنشآت القاعدية الخاصة بالطرق والموانئ، نقص في الآليات المساعدة على تشجيع التصدير، وإن سجل الميزان التجاري فائضا في بعض السنوات، فإن تركيبة المداخيل من العملة الصعبة تمت بشكل شبه كلي من المحروقات.

¹ رعد حسين الصرن، أساسيات التجارة الدولية المعاصرة، الجزء الثاني، دار الرضا للنشر، 2001، دمشق، ص 418.

ثانيا: الهيكل السلعي للصادرات الجزائرية:

إذا كانت الدراسات المختلفة المتعلقة بالتنمية الاقتصادية توضح أنه ليس هناك نموذج مبسط لتفسير نجاح التنمية أو معوقاتها، إلا أن هناك تسليم شبه كلي على أن التجارة الخارجية عنصرا هاما في تحسين الأداء الاقتصادي إذ أن معظم العمل والتبادل الذي يتم ضمن السوق على المستوى المحلي يعتبر إطار حيويا، ليس فقط في تبادل السلع، بل أيضا بالنسبة للاتصالات الشخصية وتبادل الأفكار التي تؤدي إلى التغيير¹.

ويمكن اعتبار أن ما هو صحيح على المستوى المحلي صحيحا على المستوى الدولي، حيث يؤثر اتصال الأفكار وتبادل المعلومات إلى التغيير في أداء الاقتصاد، خاصة فيما يتعلق بمجال حسن استغلال الموارد وادخال التحسينات على الصادرات لغرض المنافسة.

ومع الاعتراف بأن العلاقات الاقتصادية الدولية من تصدير وإستيراد وتنظيم للتجارة، والاستفادة من القروض الدولية، والتعاون العلمي والتكنولوجي... وغيرهما، توفر إمكانيات هامة من أجل تغيير أنماط الإنتاج وزيادة كفاءته، فإن واقع حال النظام الرأسمالي يتجه نحو تركيز وتمركز الثروة ووسائل الإنتاج، بسبب وجود تكتلات اقتصادية عالمية منظمة يمكنها استخدام ضغوط مختلفة تؤثر في شروط التبادل لصالحها.

وبغية تسليط الضوء على بنية هيكل الصادرات الجزائرية، سوف نقوم بالتطرق في البداية إلى تطور حجم الصادرات الجزائرية:

¹ محمد الجوهري وآخرون، الاقتصاد والمجتمع في العالم الثالث، دار المعارف، القاهرة، ط2، 1999، ص 305.

الجدول رقم (5-11): تطور حجم الصادرات الجزائرية

الوحدة: مليون دولار

السنوات	صادرات المحروقات	النسبة	الصادرات خارج المحروقات	النسبة	الصادرات الاجمالية	النسبة
2005	45094	98.03	906	01.97	46001	100
2006	53429	97.83	1185	02.17	54613	100
2007	58831	97.29	1332	02.71	60163	100
2008	77361	97.56	1937	02.44	79298	100
2009	44128	97.64	1066	02.36	45194	100
2010	55527	97.32	1526	02.68	57053	100
2011	71427	97.19	2062	02.81	73489	100
2012	69804	97.13	2062	02.87	71866	100
2013	62960	96.90	2014	03.10	64974	100
2014	60304	95.89	2582	04.11	62886	100
2015	27290	94.56	1570	05.44	28860	100

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على احصائيات: مديرية الجمارك

Douane. Gov.dz. consulté le : 08/12/2015.

إن المتتبع للجدول رقم (5-4) يتبين له ان هيكل الصادرات الجزائرية يعتمد بالدرجة الأولى على قطاع المحروقات، حيث تراوحت نسبتها ما بين 94 % و 98 % باعتبار أن الاقتصاد الجزائري له إعتماد مطلق على هذا القطاع، فهو يمثل حوالي ثلثي الإنتاج والدخل المحلي، أما الثلث المتبقي، ففي معظمه هو دخل غير مباشر للمحروقات، كما يشكل ما يفوق 60 % من الإيرادات المحلية للميزانية العامة.

في حين الصادرات خارج المحروقات تسجل بنسب ضئيلة جدا لا تتعدى في أحسن الأحوال 3 % .

والجدول التالي يبين أهم مركبات الهيكل السلعي للصادرات الجزائرية.

الجدول رقم (5-12): مركبات الهيكل السلعي للصادرات الجزائرية

الوحدة: مليون دولار

السنوات	المحروقات والطاقة	المواد الغذائية	المواد الأولية	المواد 1/2 المصنعة	التجهيزات الفلاحية	التجهيزات الصناعية	السلع الاستهلاكية
2000	21419	30	32	458	11	47	13
2001	18484	34	28	504	22	45	12
2002	18091	35	51	551	20	56	27
2003	23939	48	56	569	1	30	35
2004	30925	59	90	571	1	47	14
2005	45094	64	134	651	//	36	19
2006	53429	73	195	828	1	44	43
2007	58831	88	169	993	1	46	35
2008	77361	119	334	1384	1	67	32
2009	44128	113	170	692	//	42	49
2010	55527	315	94	1056	1	30	30
2011	71427	355	161	1496	//	35	15
2012	69804	315	168	1527	1	32	19
2013	62960	402	109	1458	//	28	17
2014	60304	323	109	2121	2	16	11
2015	27290	193	77	1278	//	14	8

المصدر: من إعداد البحوث بالإعتماد على معطيات الديوان الوطني للإحصاء ONS

من الجدول أعلاه نلاحظ أن الصادرات من المحروقات لازالت تسيطر على المشهد العام للصادرات الإجمالية، في حين تبقى الصادرات من المنتجات خارج المحروقات تشكل نسبا ضئيلة جدا، حيث لا تتجاوز في أحسن الأحوال 3 %، وتأتي المواد النصف مصنعة بالمرتبة الأولى من حيث القيمة التي ارتفعت بنسبة 460% حيث سجلت 458 مليون دولار في سنة 2000 واستمر الإرتفاع إلى أن تجاوزت قيمتها 2100 مليون دولار سنة 2014، إلا بعض الاستثناء المسجل في سنة 2009 حيث انخفضت قيمتها.

حيث وانطلاقا من الجدول أعلاه نلاحظ أن الصادرات خارج المحروقات تتكون من ستة مجموعات سلعية تختلف نسبتها من مجموعة إلى أخرى كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول رقم (5-13): تطور الصادرات الجزائرية خارج المحروقات

الوحدة: (%)

السنوات	المواد الغذائية	المواد الأولية	المواد 1/2 المصنعة	التجهيزات الفلاحية	التجهيزات الصناعية	السلع الاستهلاكية	المجموع
2000	05.08	05.41	77.49	01.86	07.95	02.20	591
2001	05.27	04.34	78.14	03.41	06.98	01.86	645
2002	04.73	06.89	74.46	02.70	07.57	03.65	740
2003	06.49	07.58	76.99	00.13	04.06	04.74	739
2004	07.54	11.51	73.02	00.13	06.01	01.79	782
2005	07.37	14.77	71.77	//	03.97	02.09	907
2006	06.16	16.47	69.93	00.08	03.72	03.63	1184
2007	06.61	12.69	74.55	00.07	03.45	02.63	1332
2008	06.14	17.24	71.45	00.05	03.46	01.65	1937
2009	10.60	15.95	64.91	//	03.94	04.60	1066
2010	20.64	06.16	69.20	00.06	01.96	01.96	1526
2011	17.22	07.81	72.55	//	01.70	00.73	2062
2012	15.28	08.15	74.05	00.05	01.55	00.92	2062
2013	19.96	05.41	72.39	//	01.39	00.84	2014
2014	12.51	04.21	82.14	00.07	00.62	00.43	2582
2015	12.29	04.90	81.40	//	00.89	00.51	1570

المصدر: من إعداد الباحث بالإعتماد على الجدول السابق.

في الجدول أعلاه نلاحظ أن الصادرات الجزائرية خارج المحروقات تشكل من ستة (06) مجموعات سلعية، حيث تتمثل في كل من:

السلع 1/2 مصنعة: تحتل هذه المجموعة المرتبة الأولى، حيث تسجل ما نسبته 74% من متوسط إجمالي الصادرات خارج قطاع المحروقات، وقد شهدت انتعاشا مستمرا في قيمتها حيث تطورت قيمة حجمها

من 458 مليون دولار عام 2000 إلى أكثر من 2000 مليون دولار سنة 2014، حيث لم نسجل انخفاضاً محسوساً طوال هذه السنوات، إلا الانخفاض المسجل عام 2009 والذي تراجع فيه قيمة الصادرات الكلية بما نسبة 50 % سواء الصادرات من المحروقات أو خارج قطاع المحروقات نتيجة الأزمة المالية العالمية التي عصفت بأكبر اقتصاديات دول العالم، خاصة الدول المتقدمة منها، مما أدى إلى تدني كفاءة الاقتصاد العالمي، وتجدر الإشارة إلى أن هذه المجموعة تتكون من الأمونياك والهليوم والزنك، والسبائك الذهبية والالمنيوم والزرلين والميثانول والمنتجات المسطحة المدرفلة من الحديد والصلب¹.

في حين تحتل المواد الغذائية المرتبة الثانية بعد المواد النصف مصنفة من حيث حجم المنتجات المصدرة حيث تبلغ نسبة مساهمتها في إجمالي الصادرات خارج قطاع المحروقات حوالي 12 % وشهدت بدورها كذلك إنتعاشاً مستمراً، حيث تطورت قيمة حجمها من 30 مليون دولار سنة 2000 إلى 323 مليون دولار سنة 2014 إلا بعض الاستثناءات المسجلة في سنة 2009 و 2012 نتيجة الاضرابات العالمية سواء تمثلت في الأزمة العالمية بالنسبة لسنة 2009 أو ما يسمى باضطرابات الربيع العربي وانعكاسات على الاقتصاد الوطني الجزائري بالنسبة لسنة 2012 وتشمل معظم منتجات هذه المجموعة في المياه المعدنية والغازية، التمور، البذور والعجائن².

أما المرتبة الثالثة فتحتلها المواد الأولية، حيث فاقت نسبة ما ساهمتها في إجمالي الصادرات خارج المحروقات 9 % في المتوسط، وتمثل معظم منتجاتها في الفوسفات والكالسيوم وتسيطر عليها النفاقات الحديدية، حيث بلغت قيمة هذه الأخيرة سنة 2008 ما يقارب 90 دولار أمريكي³، في حين أنه عام 2009 شهدت انخفاضا بنسبة تفوق 55 % من حجم صادرات المواد الأولية وذلك نتيجة التطبيق الفعلي لقانون تعليق صادرات النفايات الحديدية الصادر سنة 2008، كما شهدت سنة 2013 انخفاضا آخر نتيجة إعادة تجديده هذا القانون والذي كان تأثيره واضحا على حجم تصدير المواد الأولية.

أما فيما يخص التجهيزات الصناعية والفلاحية وحتى السلع الاستهلاكية، فتبقى دون المستوى باعتبار أن التركيز الاقتصادي الجزائري في التجارة الخارجية يعتمد على الاتفاقيات التجارية دون الالتفات الى

¹ Algex, le commerce extérieur, un iniriop économique Mars 2010, p 34.

² Op. cit. p 35.

³ www. Elkhbar. Com/ press/article/ 111296/

المؤسسات الصناعية و الفلاحية، وهذا ما يدل على النتائج المسجلة في هذه المجموعات السلعية، حيث بقيت التجهيزات الصناعية تسجل نتائج متذبذبة لا تعكس حجم الامكانيات الحقيقية للإقتصاد الجزائري، اما بالنسبة للتجهيزات الفلاحية فيمكن القول أنها شبه معدومة، وذلك لما تعرض له هذا القطاع من تفكيك للمؤسسات العملاقة التي كانت تشرف على إنتاج الجرارات والأجهزة الميكانيكية.

وبالرغم من التطور الملحوظ في حجم بعض المجموعات السلعية، خاصة المواد النصف مصنعة، إلا أن حجم الصادرات من قطاع المحروقات يبقى يسيطر على إجمالي الصادرات الجزائرية، أما بالنسبة للصادرات خارج قطاع المحروقات، تبقى تسجل نتائج ضئيلة، ويرجع ذلك أساسا إلى البنية الاقتصادية بشكل عام والمتمثلة في ضعف الإنتاجية على مستوى القاعدة الإنتاجية، نقص المنشآت القاعدية، نقص الآليات المساعدة على تشجيع التصدير، قلة الاستثمارات المنتجة المحلية والأجنبية، والأهم من كل هذا هشاشة القدرة التنافسية للمنتجات المحلية الناتجة عن ضعف القاعدة التكنولوجية القادرة على إنتاج منتجات أكثر تنافسية يمكن من خلالها مجابهة المنافسة المفروضة من طرف المنتجات الأجنبية على المنتجات المحلية، سواء كان ذلك على المستوى المحلي أي الأسواق المحلية أو المستوى العالمي، والدليل على ذلك المنتجات المصدرة.

الجدول رقم (5-14): أهم المنتجات المصدرة خارج قطاع المحروقات

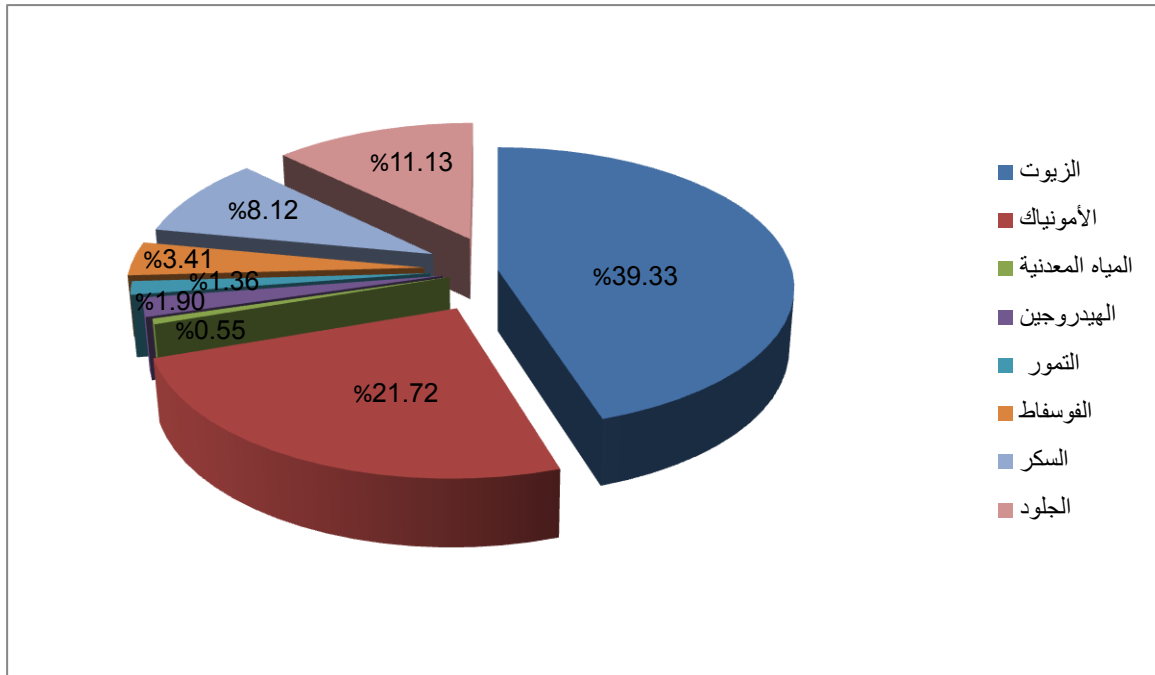
الوحدة: مليون دولار

2014		2013		2012		2011		2010		
%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	
39.33	1105.2	48	966.62	41.57	909.17	40.54	836.01	36.60	558.44	الزيوت والمواد المشابهة
21.72	610.3	14.06	283.17	22	481.21	18.03	371.73	12.84	195.95	الأمونياك
8.12	228.14	13.51	272.16	9.51	207.97	12.86	265.32	15.16	231.35	السكر
3.41	96.	4.79	96.57	6.99	1521.88	6.22	128.34	2.88	43.96	الفوسفات
1.97	55.40	1.71	30.35	2.24	49.03	2.02	44.75	1.81	27.62	الميثانول
1.90	53.40	1.56	31.42	1.65	36.04	1.90	39.14	2.84	43.96	الهيدروجين
0.55	15.43	1.68	33.83	1.42	31.13	1.25	25.72	1.75	26.75	المياه المعدنية والغازية
1.36	38.35	1.48	29.85	1.13	24.71	1.13	23.37	1.49	22.67	التمور
-	-	-	-	0.68	14.85	1.25	25.72	4.02	61.42	الزئبق
11.13	312.3	1.40	28.07	0.68	14.87	0.99	20.33	0.72	11.02	الجلود المدبغة

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات (ONS)

من خلال الجدول السابق يمكن التأكيد على أن المنتجات خارج قطاع المحروقات تشكل من مشتقات المحروقات بالدرجة الأولى، ومع التدقيق في تركيبة الصادرات خارج قطاع المحروقات لسنة 2014 نلاحظ أن أكثر المنتجات تصديرا تتمثل في زيوت النافطا، وهي زيوت ناتجة عن تقطير زفت الفحم، حيث صدرت الجزائر منها سنة 2010 ما قيمته 558.44 مليون دولار، لتنتقل هذه القيمة إلى 1105.2 مليون دولار أي ارتفعت بحوالي الضعف، حيث نلاحظ أنها تزداد سنة بعد الأخرى، يمثل هذا المنتج من حيث الأهمية نسبة 39.33% من إجمالي الصادرات خارج قطاع المحروقات لسنة 2014، أما المنتج الثاني فيتمثل في الأمونياك بقيمة 195.95 مليون دولار أمريكي سنة 2010 مقابل 610 مليون دولار بسنة 2014 والشكل التالي يوضح نسب أهم الصادرات إن خارج المحروقات بالسنة 2014 .

الشكل رقم (5-9): نسب أهم الصادرات خارج المحروقات لسنة 2014.



المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على معطيات الجدول رقم (5-14)

إن الملاحظ للشكل أعلاه يستنتج نتيجة مفادها أن النسيج الصناعي والفلاحي لا زال عاجزا عن تحقيق الأهداف المرجوة منه، وبعبارة أخرى يمكن القول أن الجزائر لم تنجح في ضمان تطوير الصادرات خارج قطاع المحروقات التي تظل متواضعة وهامشية، حيث لم تتجاوز الـ 3% من إجمالي الصادرات، وذكر تقريراً لبنك الجزائر أن هذه النسبة تبقى ضئيلة جداً وتأثيرها على ميزان المدفوعات ضعيف، ما لم تعمل على تعزيز تنافسية منتجاتها حتى تستطيع الولوج إلى الأسواق الدولية مما يتيح لها النأي باقتصادها عن الصدمات الخارجية عن طريق التنويع الاقتصادي هذا من جهة، ومن جهة أخرى تنويع مصادر الدخل خاصة من العملة الصعبة.

ثالثاً: التوزيع الجغرافي للصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات

يعكس التوزيع الجغرافي للصادرات خارج قطاع المحروقات مجموعة من العوامل، لعل أهمها طبيعة الصادرات في حد ذاتها والعلاقات التجارية وقدراتها التنافسية في أحيان كثيرة، وتقوم هذه العوامل في النهاية بتحديد الشركاء التجاريين الرئيسيين، وكلما زاد تنوع الأسواق وتعددتها، كلما زادت القدرة التنافسية للمنتجات المحلية وتحقق لها قدر أكبر من الاستقرار.

ترتبط الجزائر مع العالم الخارجي وفق معاملات ذات طابع اقتصادي، والهدف من ذلك معرفة مدى الإعتماد على دولة واحدة أو تكتل اقتصادي واحد في تسويق المنتجات الجزائرية نحو الأسواق الأجنبية، حيث أن دراسة النمط الجغرافي للصادرات يمكننا من إجراء التصنيف المبدئي للدول التي تشكل فرص التقارب الجغرافي والثقافي¹:

- **التقارب الجغرافي:** يتيح للجزائر فرص التصدير للبلدان القريبة من حيث الموقع، وذلك لتحقيق وفورات في تكاليف المواد المصدرة، مما يعزز تنافسية السلع المصدرة.
- **التقارب الثقافي:** كالدين واللغة والعادات الاستهلاكية والأذواق والسلوك الشرائي... إلخ، والذي يسمح بتنميط المنتجات إلى كل الأسواق المستهدفة بدل التعديل أو التكييف المحلي الذي يجعل من اختراق الأسواق المستهدفة أمرا صعبا ومعقدا.

الجدول رقم (5-15): التوزيع الجغرافي للصادرات الجزائرية خارج المحروقات

الوحدة: مليون دولار

2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	
515	163	204	211	224	216	435	353	215	189	فرنسا
435	345	500	468	300	156	222	125	190	135	إسبانيا
85	70	30	27	17	3	6	8	16	19	بريطانيا
134	96	149	164	118	93	240	150	115	63	إيطاليا
844	658	448	252	169	40	237	139	81	127	الأراضي المنخفضة
0	47	1	0	1	11	3	0	1	3	مالطا
71	42	38	75	60	41	70	60	50	32	تونس
38	41	52	20	30	24	56	108	101	77	المغرب
31	39	78	15	4	0	0	0	0	0	العراق
40	39	13	73	35	70	140	70	114	69	تركيا

المصدر: الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ALGEX

من خلال الجدول نلاحظ أن الدول الأوروبية تحتل المرتبة الأولى من حيث استقطابها للصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات، حيث تشكل فرنسا وإسبانيا والأراضي المنخفضة أكبر النسب، كما نلاحظ

¹ كريم النشاشي وآخرون، مرجع سابق، ص 122.

أن هذه الدول تسيطر على أكثر من نصف إجمالي الصادرات خارج قطاع المحروقات، حيث تبلغ نسبة هذه الدول حوالي 68 % ، وهذا راجع إلى انعكاس العلاقات التجارية التي تربطها مع الجزائر في مجال المحروقات على المنتجات خارج قطاع المحروقات، بالإضافة إلى المصالح السياسية والاقتصادية للجزائر التي اكتفت بالتعامل مع هذه المجموعة خاصة دول الاتحاد الأوروبي، ويرجع ذلك إلى الأسباب التالية:

- أسباب تاريخية: نتيجة العلاقة التي تربطها مع الجزائر خاصة فرنسا باعتبارها المستعمرة القديمة لها.
- أسباب اقتصادية: نتيجة الدور الذي تلعبه هذه الدول أي الدول الأوروبية في تمويل المصانع الجزائرية والتجهيزات الصناعية.
- أسباب جغرافية: نتيجة القرب الجغرافي للسوق الجزائرية من باقي الدول الأخرى.

المطلب الثاني: مؤشرات تنافسية الصادرات الجزائرية في الأسواق الدولية

سوف نحاول من خلال المطلب التعرف على درجة تنافسية الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات من خلال:

أولاً: المؤشرات المحدودة

1. الميزة النسبية الظاهرة (RCA):

يتضمن مؤشر الميزة النسبية الظاهرة كل من تكلفة عوامل الإنتاج المنافذ إلى الأسواق الابتكارية والتكنولوجيا، وهكذا فإن كلما اعتمد على استهلاك منتجات معينة من هذه العوامل الإنتاجية ك رأس المال البشري أو ذات المدخل المسير للتكنولوجيا كلما كانت تمتلك ميزة نسبية ظاهرة.

أما بالنسبة للمنتجات الداخلة في صادرات الجزائر خارج قطاع المحروقات فيمكن إنجاز الميزات النسبية الظاهرة لمجموعة منها في الجدول التالي:

الجدول رقم (5-16): الميزة النسبية الظاهرة للجزائر حسب تصنيف SITC

رقم البند	إسم البند	الميزة النسبية الظاهرة
0	المنتجات الغذائية	0.04
1	المشروبات والتبغ	0.02
2	المواد الخام غير صالحة للأكل	0.02
3	وقود معدني، زيوت التشحيم والمواد ذات الصلة	8.59
4	المنتجات الحيوانية والزيوت النباتية والدهون والشموع	0.03
5	المواد الكيميائية والمنتجات ذات الصلة	0.00
6	المنتجات الجلدية والورقية والغزل والخشبية	0.00
7	الآلات ومعدات النقل	0.08
8	المواد المصنعة ذات التكنولوجيا العالية	0.01
9	المواد المصنعة ذات التكنولوجيا العالية جدا	0.01

من خلال الجدول أعلاه يتضح جليا واقع تنافسية المنتجات الداخلة في العملة التصديرية، حيث نلاحظ أن معظم المنتجات التي تكتسب فيها الجزائر ميزة نسبية ظاهرة تندرج ضمن الدرجة (3) من التصنيف التكنولوجي للمنتجات والتي تتصف بالتدني في محتوى التكنولوجيا، وتشتمل معظم هذه المنتجات مشتقات البترول بإعتبار أن الجزائر دولة نفطية، أما بالنسبة للمنتجات الأخرى سواء تلك التي تحتوي على المستوى المتدني أو العالي تكنولوجيا، فالميزة النسبية الظاهرة فيها متدنية جدا، وذلك لضعف القاعدة التكنولوجية الجزائرية وبالتالي عدم استيعاب التكنولوجيا المنقولة أفقيا، مما يرسم لنا الصورة الحقيقية للنقل الرأسمالي للتكنولوجيا، أو نتيجة إستيراد التكنولوجيا الجاهزة وبالتالي إما تكون غير ملائمة لإحتياجات الاقتصاد الوطني، أو عدم القدرة على محاكاتها.

2. مؤشر التركيز والتنوع:

يعمل هذين المؤشرين على قياس تنافسية الصادرات من حيث عدد الأسواق التي تنفذ إليها ومدى اختلافها عن بعضها البعض، حيث يقيس مؤشر التنوع إنحراف حصة صادرات المنتجات الرئيسية لدولة معينة في إجمالي صادراتها عن حصة الصادرات الوطنية الكلية لتلك المنتجات الرئيسية في الصادرات العالمية وتتراوح قيمة المؤشر بين (0 و 1)، حيث كلما اقترب المؤشر من (0) كلما كانت درجة تنوع الصادرات أعلى والعكس صحيح، أما بالنسبة لمؤشر التركيز فيقيس مستوى التركيز السوقي لحصة الدولة من الصادرات مقسوم على الواردات العالمية في منتج أو مجموعة محددة أو تنوعها بين أكثر من منتج أو مجموعة محددة من المنتجات، وينحصر كذلك هذا المؤشر بين (0 و 1)، لكن تشير القيم الدنيا منه إلى درجات تركيز أقل، أما العليا منها فتدل على درجات تركيز أكبر.

وعلى هذا الأساس، وبعد تطبيق هذين المؤشرين على الصادرات الجزائرية من أجل التعرف على مدى تنافسيتهما توصلنا إلى النتائج التالية:

الجدول رقم (5-17): مؤشر التركيز والتنوع السلعي للصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات.

2013			2005			الدول
مؤشر التنوع	مؤشر التركيز	عدد المنتجات المصدرة	مؤشر التنوع	مؤشر التركيز	عدد المنتجات المصدرة	
0.733	0.541	95	0.810	0.588	108	الجزائر
0.70	0.44	168	0.68	0.450	152	متوسط الدول العربية
00	0.084	260	00	0.077	260	متوسط دول العالم

المصدر: التقرير الاقتصادي العربي الموحد 2015، ص 08.

من الجدول أعلاه نلاحظ أنه وبالرغم من الجهود المبذولة من طرف الجزائر في سبيل تحقيق التنوع المنشود في المنتجات الموجهة للتصدير، نلاحظ أنه وبالرغم من التحسن الطفيف في مؤشر التنوع، إلا أنها لم تصل بعد درجة التنوع المقبولة، حيث لم تستطع مثلها مثل معظم الدول العربية أن تتجاوز نسبة 50 % لكنها استطاعت أن تقلص الفارق بينهما وبين متوسط مؤشر الدول العربية بـ 15 % إلى 19 % في سنة 2013 بعدما كان 4 % عام 2005، وبالرغم من ذلك، لا زالت تتصف بعدم التنوع، كل ذلك راجع إلى

العدد المحدود جدا من المنتجات التي استطاعت ان تضمن البقاء والتواجد في الأسواق الدولية للكثير من الاعتبارات أهمها عدم القدرة على مجابهة المنافسة الكبيرة المفروضة من طرف المنتجات الأجنبية في الأسواق الدولية نتيجة عدم امتلاك الجزائر القدرات التكنولوجية اللازمة لإنتاج منتجات ذات تنافسية كبيرة.

أما فيما يخص مؤشر التركيز، فلا زالت الجزائر تعاني من تركيز أسواقها بالرغم من تحقيق تحسن طفيف بحوالي 08 % سنة 2013، حيث لا زالت تعتمد في سياسته غزوها للأسواق الدولية على الأسواق الأوروبية، الأمر الذي يستدعي وجوب تغيير هذه السياسة التي لم تحقق الأهداف المنشودة على مر السنين، في حين أن هناك أسواق واعدة تستطيع المنتجات الجزائرية حجز حصة سوقية أكبر، مثل الأسواق الآسيوية والإفريقية .

ثانيا: المؤشرات المركبة للتنافسية:

1. مؤشر كفاءة التجارة العالمية: (TPI) (Trade Performance Index) :

يعتبر هذا المؤشر من المؤشرات الأكثر شمولية في تقييم أداء وكفاءة تنافسية صادرات الدول، وهو عبارة عن مؤشر مركب.

يعتبر مؤشر كفاءة التجارة العالمية TPI من المؤشرات المركبة لقياس تنافسية المنتجات الناشطة على المستوى الدولي، كما يعتبر كذلك من المؤشرات الشمولية المركبة بإعتباره يتكون من 14 مؤشرا فرعيا في شكل مجموعات سلعية حيث يرتب مجموع الدول البالغ 184 دولة حسب إحصائيتين الأولى ترتيب والثانية حصة البلد في كل مجموعة من المجموعات السلعية بالنسبة للمجموع العالمي من صادرات تلك المجموعة، وكانت نتائج المجموعات السلعية لصادرات الجزائر وفق الجدول التالي:

الجدول رقم (5-18): تصنيف الصادرات خارج قطاع المحروقات وفق مؤشر TPI

2015		2014		2013		2012		2011		الرقم
RK	RS	RK	RS	RK	RS	RK	RS	RK	RS	
141	0.01	148	0.01	145	0.01	153	0.01	153	0.01	1 الأغذية الجاهزة
141	0.02	103	0.03	92	0.04	98	0.04	96	0.04	2 الأغذية المصنعة
140	0.01	116	0.01	113	0.01	121	0.00	106	0.01	3 المنتجات الخشبية
132	0.00	-	-	-	-	-	-	-	-	4 المنسوجات والغزل
106	0.05	68	0.05	82	0.02	77	0.03	77	0.02	5 المنتجات الكيماوية
116	0.01	91	0.01	89	0.01	94	0.01	85	0.02	6 المنتجات الجلدية
137	0.00	122	0.00	119	0.01	114	0.01	108	0.01	7 الصناعات الأساسية
137	0.00	139	0.00	143	0.00	134	0.00	125	0.00	8 المعدات الغير الالكترونية
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9 صناعات تكنولوجيا المعلومات
146	0.00	124	0.00	137	0.00	132	0.00	135	0.00	10 معدات الكترونية
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11 معدات النقل
127	0.00	-	-	-	-	-	-	-	-	12 الملابس الجاهزة
29	1.54	19	1.81	18	1.89	19	1.85	21	1.94	13 المنتجات المعدنية
158	0.00	152	0.00	145	0.00	138	0.00	141	0.00	14 صناعات متنوعة

Source : Trade competitiveness Map.intracen.org

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن قطاع التصدير الجزائري لازال يعاني من العديد من المشاكل وذلك لضعف القدرة التنافسية للمنتجات الجزائرية، خاصة تلك التي تحتاج إلى تكنولوجيا عالية، فالتأمل للجدول يلاحظ أنه لم تستطع الجزائر أن تتعدى رتبة (100) في كل المؤشرات الفرعية، خاصة بالنسبة لسنة 2015 بإستثناء المنتجات المعدنية التي تتصف بالمنتجات ذات المستوى المتدني من التكنولوجيا، فحتى المنتجات الأخرى والتي كانت تعول عليها الجزائر كثيرا لم تستطع إيجاد مكانة لها ضمن الأسواق الدولية، فعلى سبيل المثال المنتجات الكيماوية بالرغم من أنها استطاعت أن تسجل أحسن نسبة سنة 2014 محققة الرتبة 68 من بين 184 دولة إلا أنها عاودت التقهقر إلى الرتبة 106 سنة 2015.

وبصفة عامة، فإن الجزائر ومن خلال نتائج هذا المؤشر، تعتبر من بين الدول المتدلية لهذا الترتيب نتيجة ضعف القدرة التكنولوجية اللازمة على الأقل لتحسين موقعها ضمن هذا المؤشر من خلال التركيز على المجال التكنولوجي محققة بذلك تعزيز الصادرات من حيث الكم عن طريق تطبيق أساليب أكثر تقدم وتطورا في العملية الإنتاجية للوصول إلى اقتصاديات الحجم، ومن حيث الكيف عن طريق توليد تكنولوجيا ملائمة لإحتياجات الطلب المحلي والعالمي.

2. مؤشرات التنافسية الكامنة

يعتبر هذا المؤشر ما بين المؤشرات المركبة، حيث يتكون من ثلاث مؤشرات فرعية كبرى، وهي مؤشر الطاقة الابتكارية وتوليد التكنولوجيا، رأس المال البشري، ومؤشر البنية التحتية للتكنولوجيا، وتتفرع كل منها إلى مؤشرات فرعية وهي على التوالي: (05) مؤشرات، (08) مؤشرات، و (04) مؤشرات، حيث يقوم هذا المؤشر بقياس القدرات عميقة الأثر لتنافسية الدول خاصة التكنولوجية منها، والتي تضمن استدامة هذه التنافسية، وتتراوح قيمته هذا المؤشر بين (0 و 1)، حيث يعني الواحد صحيح أعلى مستوى للتنافسية البلد، في حين يمثل الصفر صحيح أدنى مستوى لها، وكانت نتائج تنافسية الجزائر حسب هذا المؤشر كما يلي:

أ. مؤشر الطاقة الابتكارية وتوليد التكنولوجيا:

تكمن أهمية الابتكار والتكنولوجيا في العديد من الجوانب أهمها تكلفة الإنتاج وأساليب الاستخدام وتوزيع الدخل ونوعية المنتجات الداخلة في عمليات التصدير، كما أن التكنولوجيا المعلومات تطرح تحديا خاصا للإقتصاد العالمي نظرا للتسارع الشديد في دخول تلك التكنولوجيا في مجالات الإنتاج والتعليم والتدريب والتوزيع، فبالنسبة للجزائر، لا تزال تعاني فجوة كبيرة بينها وبين العديد من دول العالم، حيث سجلت النتائج التالية:

الجدول رقم (5-19): مؤشر الطاقة الابتكارية وتوطين التكنولوجيا بالنسبة للجزائر

2012	2009	2006	
0.03	0.02	0.02	نسبة الصادرات ذات التكنولوجيا المتقدمة
0.63	0.58	0.33	نسبة الواردات من المعدات والآلات من إجمالي الواردات
0.08	0.38	0.42	صافي تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر
0.02	0.17	0.02	المقالات العلمية والتكنولوجية
0.16	0.25	0.20	مؤشر الطاقة الابتكارية وتوطين التكنولوجيا
0.19	0.25	0.21	متوسط الدول العربية من المؤشر

المصدر: المعهد العربي للتخطيط، تقارير التنافسية العربية

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الجزائر وبالرغم من الجهود الكبيرة التي بذلتها في تأهيل المجال التكنولوجي والمحفزة لنقل التكنولوجيا من خلال تعزيز حجم الواردات من المعدات والآلات والتجهيزات التكنولوجية الداخلة في عمليات الإنتاج حيث بلغت نسبة تغير في هذا المجال أكثر من (08 ٪)، والذي إنعكس إيجابيا على حجم الصادرات من المنتجات عالية التكنولوجيا والذي بلغ نسبة تغير 50 ٪، إلا أنها لا زالت تعاني من إتساع الفجوة بينها وبين مؤشر الدول العربية بلغت أكثر من 20 ٪، وذلك راجع أساسا إلى إنخفاض مستوى الاهتمام بعاملين مؤثرين بشكل كبير على القدرة التكنولوجية والمتمثلين في الاستثمار الأجنبي المباشر والمجال البحثي، حيث بلغ مؤشر صافي تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر 0.08 عام 2012 مسجلا تراجعاً بنسبة 79 ٪ عن مؤشر 2009 بعدما حقق تقدماً بنفس النسبة عن القيمة المسجلة عام 2006.

ب. مؤشر رأس المال البشري:

تكمن أهمية هذا المؤشر في العلاقة بين المورد البشري والتنافسية، سواء كانت علاقة مباشرة كالتعليم والإدارة والتشغيل والإنتاجية، أو غير مباشرة كحجم السكان والسرعة نموه وتوزيعاته وأذواقه وخصائصه الاقتصادية والاجتماعية والثقافية من خلال علاقات تلك الخصائص بالتنمية بصفة عامة، ويتكون هذا المؤشر الفرعي من أحد عشر متغيراً، حاز تكوين رأس المال البشري وعدالته على حصة الأسد بستة (06) متغيرات،

والصحة بثلاث متغيرات ورصيد رأس المال البشري بمتغيرين إثنين، فبالنسبة للجزائر كانت نتائجها حسب هذا المؤشر كما يلي:

الجدول رقم (05-20): مؤشر رأس المال البشري بالنسبة للجزائر

2012	2009	2006	
0.52	0.62	0.46	تكوين رأس المال البشري
0.57	0.56	0.62	رصيد رأس المال البشري
0.33	0.32	0.33	الصحة
0.48	0.49	0.47	مؤشر الجزائر لرأس المال البشري
0.66	0.48	0.49	متوسط مؤشر الدول العربية

المصدر: المعهد العربي للتخطيط، تقارير التنافسية العربية

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الجزائر وبالرغم من الجهود الكبيرة التي بذلتها في سبيل تأهيل العنصر البشري، خاصة ما تعلق بالتعليم، حيث بلغت نسبة تغير مؤشر معرفة القراءة والكتابة في صفوف الشباب البالغين بين (15-24) أكثر من 105 % عن مؤشر سنة 2009، في حين بلغ مؤشر الإنفاق على التعليم نسبة 0.57 والإنفاق على الصحة 0.33 عام 2012، وبالرغم من ذلك لا زالت تعاني من إتساع الفجوة بينها وبين متوسط مؤشر الدول العربية في هذا المؤشر، حيث بلغت أكثر من 72 % ، وذلك راجع أساسا إلى انخفاض مستوى الاهتمام بالإنفاق على البحث العلمي والتطوير التكنولوجي على وجه الخصوص، والذي يعتبر من العوامل عميقة الأثر في التنافسية، حيث يساهم في توليد التكنولوجيا المنقولة أفقيا.

ج. مؤشر البنية التحتية للتكنولوجيا:

تكمن أهمية هذا المؤشر في توفير الظروف المناسبة للعمل ضمن الاقتصاد المعرفي الذي يعتبر العامل الأساسي للتنافسية المستقبلية، لذلك من الضروري العمل على اللحاق بركب التطور السريع في هذا المجال من خلال الاستثمار في المجال المعلوماتي، وذلك بنشر وتعميم استخدام الحاسوب في توسيع التدريب على استخدامه في الشؤون العلمية والمهنية، تشجيع التجارة الإلكترونية، توسيع استخدام وسائط الاتصال الحديثة، الرفع من طاقة شبكات الهاتف الثابت والنقال، وزيادة سرعتها وتقليل تكلفتها استخداماتها.

فبالنسبة للجزائر تشكل البنية التحتية للتكنولوجيا أكبر التحديات لها في سبيل تطوير قدراتها التنافسية، وكانت النتائج وفق هذا المؤشر كما يلي:

الجدول رقم (05-21): موقع الجزائر ضمن مؤشر البنية التحتية للتكنولوجيا

2012	2009	2006	
0.96	0.78	0.92	استخدام الأنترنت
0.14	0.15	0.00	خطوط الهاتف الأرضي لكل 100 مواطن
0.11	0.09	0.02	مستخدمي الأنترنت لكل 100 مواطن
0.39	0.35	0.11	مشتركي الهاتف النقال لكل 100 مواطن
0.91	0.87	0.00	متوسط تكلفة المكالمات المحلية
0.00	0.00	0.01	عدد الحواسيب الشخصية لكل 100 مواطن
0.00	0.00	0.00	عدد خوادم الشبكة الأمنية لكل 100 مواطن
0.36	0.32	0.18	مؤشر الجزائر
0.37	0.36	0.27	متوسط مؤشر الدول العربية

المصدر: المعهد العربي للتخطيط، تقارير التنافسية العربية

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الجزائر استطاعت أن تحقق تقدما ملحوظا في مؤشر البنية التحتية للتكنولوجيا، حيث بلغت قيمة المؤشر 0.36 بنسبة تغير 12.5 % مقابل تسجيل متوسط الدول العربية نسبة تغير 02.5 %، هذه النتائج حققت بفضل الإصلاحات التي قامت بها الجزائر في قطاع الاتصالات من خلال استقطاب الاستثمار العربي وفتحته أمام المنافسة، حيث أثرت هذه الإصلاحات بشكل إيجابي على كل من تكلفة استخدام الأنترنت والتي بلغت قيمة مؤشرها 0.96 متفوقة على متوسط دول العربية بنسبة أكبر من 40 %، مما عزز عدد مستخدمي الأنترنت بمعدل 08 % بالإضافة إلى تحفيز مشتركي الهاتف النقال عن طريق مختلف العروض والتقنيات الجديدة، حيث ارتفع عدد مشتركيه بمعدل 11.42 %، وبذلك ارتفع أداء تنافسية الجزائر في هذا المجال وغير الملامح العامة للخصائص الاقتصادية والاجتماعية بصفة عامة، إلا أن أداء المتغيرات الثلاث مجتمعة للجزائر والمتمثلة في البنية التحتية للتكنولوجيا، رأس المال البشري والطاقة الابتكارية وتوطين التكنولوجيا تميز بالتفاوت، مما يؤثر على أداء النقل الرأسمالي للتكنولوجيا وبالتالي تنافسية المنتج الوطني في السوق المحلي والدولي.

3. مؤشر الاستعداد التكنولوجي TR_I *

يعتبر مؤشر الاستعداد التكنولوجي من المؤشرات المركبة، حيث يتكون من سبع (07) مؤشرات فرعية، تمثل في كل من توافر التقنيات الحديثة، إستعاب التكنولوجيا على مستوى المنظمات، الاستثمار الأجنبي المباشر ونقل التكنولوجيا، مستخدمي الأنترنت، وغيرها من المؤشرات، حيث يقوم بترتيب الدول من الأحسن إلى الأسوء حسب أدائها وفق المؤشرات الفرعية، وتكمن أهميته في كونه مقياس لقياس مستوى اقتصاديات الدول من حيث استخدام ونسب إنتشار التكنولوجيا فيها لزيادة الفرص التي يتيحها قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات لتطوير الاقتصاديات وزيادة تنافسيتها، كما يساعد في إتخاذ القرارات المتعلقة بنقل التكنولوجيا وإنشاء تكنولوجيا جديدة كما يستمد أهميته الكبرى من انه يعتبر أهم معيار من بين المعايير المعتمدة من طرف اللجنة الأوروبية في برنامج آفاق 2020 لتمويل المشاريع البحثية، أما بالنسبة للجزائر ومن أجل التعرف على مدى إستعدادها التكنولوجي، فكانت النتائج حسب هذا المؤشر كمايلي:

الجدول رقم (5-22): موقع الجزائر ضمن مؤشر الاستعداد التكنولوجي

2015	2014	2013	2012	2011	2010	
125	136	119	142	90	105	توافر أحداث التقنيات
128	138	108	144	92	100	استعاب التكنولوجيا على مستوى المؤسسات
121	115	91	140	74	83	FDI ونقل التكنولوجيا
95	108	58	110	55	80	مستخدمي الأنترنت
84	87	78	87	59	54	مشتركي الهاتف النقال
80	72	75	89	79	91	الحواسب الشخصية
85	133	70	128	-	-	اشتراكات النطاق العريض المتنقل
105	115	100	123	75	85	مؤشر الجزائر

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على معطيات: (WEF), The Global competitiveness Reports

* بحسب مؤشر الاستعداد التكنولوجي بهذه الطريقة $50 = 3 + 2 + 1$ ، $50 = 7 + 6 + 5 + 4$ %

$$TR_I = \left(\frac{1+2+3}{3} + \frac{4+5+6+7}{4} \right)^2 \text{ إذن:}$$

من الجدول أعلاه نلاحظ أن الجزائر لا زالت تنذيل هذا المؤشر، حيث لم تستطيع أن تتجاوز حد الـ 100 مرتبة منذ 2012 وذلك راجع أساس إلى التدهور المسجل على مستوى العوامل الثلاث الأولى والتي تمثل 50 % من وزن المؤشر، فبالنسبة لعلاقة الاستثمار الأجنبي المباشر لازالت تسجل الجزائر تدهورا في هذا المجال بإعتبار العديد من المعوقات التي تحول دون استقطاب المشاريع العاملة ضمن التكنولوجيا المتقدمة، أهمها قاعدة 49/51 ونظام حماية حقوق الملكية الفكرية المطبق في الجزائر، وهما العاملان الأساسيان اللذين يتخوف منهما المستثمر الأجنبي في تسرب الحزمة التكنولوجية وبالتالي فقدان الميزة التنافسية التي يتميز بها عن المستثمر المحلي.

كما سجل مؤشر توافر أحدث التقنيات تذبذبات من سنة إلى أخرى ناهيك عن الأرقام المسجلة في هذا المؤشر والتي تقترب إلى مؤخرة الترتيب، وهذا راجع إلى طبيعة المنتجات المستوردة، حيث يتم إستيراد المنتجات إما ذات تكنولوجيا معقدة يصعب إستعمالها وحتى استخدامها في العملية الإنتاجية، أو منتجات ذات تكنولوجيا عالية تطبق مباشرة في عملية الإنتاج دون محاولة تفكيك الحزمة التكنولوجية التي تحتويها، ويبقى فقط التحسن الملحوظ في مؤشر الاشتراكات في الأنترنت المنتقلة بفضل إعتماد المتعاملين الهاتف النقال لتقنية الجيل الثالث لكن لم تؤثر على المؤشر العام للإستعداد التكنولوجي.

إن وضعت الجزائر ضمن هذا المؤشر توضح واقع البيئة الحاضنة للتكنولوجيا سواء، المنقولة عبر النقل الرأسمالي أو الأفقي والتي تفيد بعدم قدرتها على استيعاب التكنولوجيا المنقولة لتوطينها للمساهمة في الرفع من تنافسية المنتجات الوطنية وبالتالي تعزيز حجم الصادرات خارج المحروقات.

4. مؤشر الابتكار العالمي:

يعتبر مؤشر الابتكار العالمي من المؤشرات المركبة، حيث يتكون من فئتين من المؤشرات الفرعية، فئة مدخلات الابتكار وفئة مخرجات الابتكار، فالأولى تتكون من خمس (05) مؤشرات فرعية وتمثل في كل من: (تطور بيئة الأعمال، تطور السوق، البنية التحتية، رأس المال البشري والبحوث، والمؤسسات)، في حين تتكون الفئة الثانية من (المخرجات الإبداعية، والمخرجات المعرفية والتكنولوجية).

وتكمن أهميته في كونه مقياس لدراسة أثر سياسة الابتكار المنتهجة على النمو الإقتصادي والتنمية سواء كانت متقدمة أو نامية، فجميع الدول تبحث عن النمو القائم على الابتكار من خلال سياسات مختلفة

فهناك دول تحسّن قدرتها على الابتكار بنجاح كبير، وهناك أخرى لا زالت تناضل في هذا المجال، كما يسعى هذا المؤشر إلى تحسين الطريقة التي يتم بها قياس الابتكار وفهمه من خلال مؤشرات تتجاوز المعايير التقليدية للإبتكار كمستوى البحث والتطوير مثلا، وتطبيق هذا المؤشر على السياسة المنتهجة من طرف الجزائر حول الإبتكار وصلنا إلى النتائج التالية:

الجدول رقم (5-23): موقع الجزائر ضمن مؤشر الإبتكار العالمي

2015		2014		2013		2012		2011		
135	20.9	137	17.2	139	17.7	92	34.5	107	25.1	تطور بيئة الأعمال
124	36.8	138	36.2	114	38.4	114	29.3	92	33.4	تطور السوق
95	31.5	86	32.2	93	25.7	95	28.0	90	23.7	البنية التحتية
82	26.2	82	25.5	79	29.1	77	32.5	81	32.8	رأس المال البشري والبحوث
120	45.1	118	47.2	118	47.1	114	40.6	112	45.4	المؤسسات
131	15.6	138	14.0	140	11.6	136	11.7	123	9.0	المخرجات الإبداعية
115	17.8	114	19.5	115	17.6	108	19.9	125	6.1	المخرجات المعرفية والتكنولوجية
126	24.4	133	24.2	138	23.1	124	24.4	125	19.8	مؤشر الجزائر

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على تقارير: The Global innovation index, wipo

من الجدول أعلاه نلاحظ أن الجزائر لا زالت تعاني نتائج ضعيفة جدا في معظم مؤشرات الإبتكار العالمي، خاصة إذا ما افترضنا أن المؤشرات الفرعية لهذا المؤشر تلم بمختلف جوانب السياسة الإبتكارية المنتهجة، وبالتالي فإن التشخيص العام لهذه السياسة تكمل بالفشل حسب نتائج هذا المؤشر بإستثناء مؤشر المخرجات العلمية والتكنولوجية والتي سجلت تحسن طفيف نتيجة أداء مؤشر رأس المال البشري والبحوث.

إن السياسة الإبتكارية المنتهجة من طرف الجزائر تدل على واقع الأداء العام ضمن المجال التكنولوجي حيث يعتبر الإبتكار من بين أهم العوامل المساعدة على استحداث منتجات جديدة ذات قدرات تنافسية عالية تستطيع من خلالها مجابهة المنتجات الأجنبية وغزو الأسواق الأجنبية والجديدة.

المطلب الثالث: علاقة التكنولوجيا المنقولة بالصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات.

في هذا الصدد سوف نحاول تحديد مساهمة التكنولوجيا المنقولة في تنافسية المنتجات الداخلة في العمليات التصديرية للجزائر بشتى الطرق والانواع، سواء كان عن طريق النقل الرأسي او الافقي.

أولاً: علاقة النقل الأفقي للتكنولوجيا بالصادرات خارج المحروقات

يرتكز أساسا النقل الأفقي للتكنولوجيا على الأداء العملي للإستثمار الأجنبي المباشر بما في ذلك عمليات البحث والتطوير التي يقوم بها في البلد المضيف من أجل تطوير مختلف المنتجات التي تنتج محليا، بالإضافة إلى استحداث منتجات ملائمة للحاجات والرغبات المحلية، إضافة إلى نوعية المنتجات الداخلة في عملية الإستيراد والتي تعكس المخطط الاقتصادي للبلد، إذا ما كانت منتجات وسيطة داخلة في عملية الإنتاج أو حتى آلات وتجهيزات ومعدات ذات تكنولوجيا عالية، كل هذا ينعكس على طبيعة المنتجات الموجهة للتصدير ونسبة ومستوى التكنولوجيا التي تحتويها ومدى قدرتها على غزو الأسواق الدولية واكتساب حصص سوقية فيها وقدرتها على مجابهة المنافسة المفروضة عليها من طرف المنتجات الأجنبية، والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول رقم (5-24): النقل الأفقي للتكنولوجيا والصادرات خارج قطاع المحروقات

الوحدة: مليون دولار أمريكي

قطاع المحروقات	النقل الأفقي للتكنولوجيا		السنة
	الصادرات خارج قطاع المحروقات	الواردات	
906	20356.9	1145.3	2005
1185	21455.9	1888.2	2006
1332	27631.2	1743.3	2007
1937	39455.6	2631.7	2008
1066	39258.3	2753.8	2009
1526	41012.7	2301.2	2010
2062	46426.4	2580.4	2011
2062	47484.1	1499.4	2012
2014	54910	1692.9	2013
2582	58618.1	1506.7	2014
1570			2015

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على احصائيات مديرية الجمارك

من خلال الجدول نلاحظ أن التغيير في حجم الاستثمار الأجنبي المباشر لم تؤثر بشكل كبير على حجم الصادرات خارج المحروقات، حيث بالرغم من انخفاضه سنة 2007 بنسبة 7.67 إلا أن الصادرات خارج المحروقات لم تتأثر بذلك مواصلة الارتفاع بأكثر من 12 %، في حين وبالرغم من ارتفاع في السنة الموالية بأكثر من 50 % إلى أن الصادرات خارج قطاع المحروقات انخفضت بـ 45 %، كذلك الحال بالنسبة للواردات، وبالرغم من الإرتفاع المستمر المحقق منذ سنة 2005 إلا أن الصادرات بقيت تسجل تذبذبات.

إن هذه الوضعية تعكس العلاقة الحقيقية بين مكونات النقل الأفقي وحجم الصادرات خارج قطاع المحروقات، حيث أنه هناك خلل في طبيعة هذه المكونات فبالنسبة للإستثمار الأجنبي المباشر هناك العديد من العراقيل والتي تقف أمامه منها:

- نظام حماية حقوق الملكية الفكرية: فيإعتبار الجزائر ليست عضوا في المنظمة العالمية للتجارة، فهي غير ملزمة بمبادئ اتفاقية حماية حقوق الملكية الفكرية المتعلقة بالتجارة، وبالتالي فهي تمتلك نظام

خاصا بها، لكن هذا النظام لا يضمن للأجانب حماية ابتكاراتهم وإختراعاتهم، مما يؤدي إلى تعمد الأجانب نقل التكنولوجيا إما المتدنية أو المتقدمة أو غير الملائمة.

- **قاعدة 49/51:** صحيح أن هذه القاعدة تمثل سيادة وطنية، لكن تطبيقها على كل النشاطات الاقتصادية خلف انعكاسات سلبية على الاقتصاد الوطني، حيث يؤدي ذلك إما إلى نفور الأجانب أو تفضيلهم الاستثمار في المشاريع المملوكة بالكامل على المشاريع المشتركة، بل وجب تحديد ماهي القطاعات التي تطبق عليها القاعدة وماهي القطاعات التي لا تطبق عليها، وذلك بإعفاء القطاعات ذات الاحتياجات التكنولوجية من هذه القاعدة وتطبيقها على القطاعات ذات الاحتياج المتدني من التكنولوجي.

أما بالنسبة للواردات فالمفروض إرتفاع حجمها يؤدي إلى إرتفاع حجم الصادرات خاصة الصادرات خارج قطاع المحروقات منها، وذلك لما توفره المنتجات المستوردة من تكنولوجيا تساعد في رفع تنافسية المنتجات الموجهة للتصدير هذا الأمر لم نلاحظه بالنسبة للجزائر، حيث لو نتفحص طبيعة المنتجات المستوردة لوجدنا أن معظمها يستورد لتغطية الحاجيات الاستهلاكية للسوق بدل الاستهلاك الصناعي، إضافة إلى أن معظمها ذو تكنولوجيا متدنية، مما انعكس سلبا على العملية الإنتاجية محليا.

ثانيا: النقل الرأسي للتكنولوجيا والصادرات خارج قطاع المحروقات

يعتبر النقل الرأسي للتكنولوجيا القاعدة الأساسية التي من شأنها توطين وتوليد التكنولوجيا الملائمة لإقتصاد أي بلد، فبدونها لا يمكن تحقيق الأهداف المنشودة من التكنولوجيا المنقولة عبر النقل الأفقي، فالأول يكمل الثاني.

وللحكم على قوة أو ضعف النقل الرأسي للتكنولوجيا تجدر الإشارة إلى حجم براءات الإختراع وعدد المقالات المنشورة بإعتبارها نتائج سياسة البحث العلمي وتطوير لأي بلد، ومن ثم مقارنتها بتطور حجم الصادرات خارج قطاع المحروقات للتعرف على العلاقة بينهما، والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول رقم (5-25): النقل الرأسي للتكنولوجيا والصادرات خارج قطاع المحروقات

الصادرات خارج قطاع المحروقات	النقل الرأسي للتكنولوجيا		
	عدد المقالات	براءات الإختراع	
906	930	524	2005
1185	1306	669	2006
1332	1445	849	2007
1937	1829	-	2008
1066	2237	-	2009
1526	2258	806	2010
2026	2620	897	2011
2026	3173	900	2012
2014	3652	840	2013
2582	-	813	2014
1570	-	840	2015

المصدر: من إعداد الطالب على معطيات wipo-int/ipstats/statistics/country

كما سبق وأشرنا من قبل فإن الصادرات خارج المحروقات في الجزائر تتسم بالضعف الشديد من ناحية الحجم ومستوى التكنولوجيا، إلا أن عدم التأثير الإيجابي للنقل الرأسمالي للتكنولوجيا في الصادرات خارج المحروقات لا يرجع إلى عدم أهمية هذه الأخيرة، بل يعود إلى ضعف عدد براءات الإختراع الجزائرية، ولعل أهم الأسباب في ذلك تعود إلى:

- عدم ثقة المبتكر في الجهات المعنية بالملكية الفكرية والنظام الوطني للملكية فكرية بصفة عامة.
- الانخفاض الشديد لعدد براءات الإختراع الفردية أو الجماعية لغياب عنصر التحفيز.
- تعمد الاحتفاظ بالسرا المهني من أجل تجنب المنافسة، حيث هناك مجموعة من المنظمات تتبع هذا الأسلوب خلال مرحلة معينة.
- إنخفاض عدد مخابر البحث في جميع المجالات.
- نقص الدراسات ذات القيمة العلمية، فأغلبية الأبحاث المنجزة أكاديمية.

- إنخفاض نسبة الإنفاق على البحث العلمي، إذ أنها لم تبلغ حتى 1 % من الناتج الداخلي الخام.
- غياب تحويل التكنولوجيا لعدم فعالية الإنفاق على البحث العلمي، والمقصود بالتحويل من مراكز البحث والمخابر إلى المصانع، حيث يتم تطبيقها والاستفادة منها، وهذا ما أضعف من تنافسية المنتجات المنتجة محليا وبالتبعية قلت الصادرات الجزائرية وضعفت نوعيتها.

إن انخفاض مستوى النقل الرأسمالي للتكنولوجيا يؤدي بالضرورة إلى عدم استيعاب التكنولوجيا المنقولة من الخارج، لأن المهمة الموكلة إليها تتمثل في استيعابها وتوطينها لتوليد للتكنولوجيا الملائمة وتلبية إحتياجات الإقتصاد الوطني بالدرجة الأولى ثم التوجه نحو الخارج في شكل صادرات.

إن هذا الضعف ترك أثارا سلبية على جودة ونوعية وتنافسية المنتجات المحلية حتى في الأسواق المحلية، وهذا ما يفسر ضعف تنافسيتها في الأسواق الدولية، وحتى تلك المنتجات الاستراتيجية لم تستطع المحافظة على حصصها السوقية في الخارج.

ثالثا: مساهمة التكنولوجيا في الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات:

للمؤشرات العالمية التكنولوجيا دلالة مهمة في معرفة الموقع الذي تحتله الجزائر تكنولوجيا مع مختلف الدول ومقارنتها بحجم الصادرات خارج قطاع المحروقات، والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول رقم (5-26): موقع الجزائر تكنولوجيا وحجم الصادرات خارج قطاع المحروقات

الصادرات خارج قطاع المحروقات	مؤشر الابتكار العالمي GII		مؤشر الاستعداد التكنولوجي TRI		مؤشر تكنولوجيا المعلومات العالمية GIT		
	S	R					
906	-	83	2.79	119	-	-	2005
1185	-	79	2.58	100	3.4	80	2006
1332	-	83	3.91	81	3.4	88	2007
1937	-	118	2.52	93	3.1	108	2008
1066	23.4	121	2.56	102	3.0	113	2009
1526	21.2	128	2.98	85	3.2	117	2010
2062	19.8	125	2.83	75	3.0	118	2011
2062	24.4	124	2.59	123	2.8	131	2012
2014	23.1	138	2.48	100	3.0	129	2013
2582	24.2	133	2.59	115	3.1	120	2014
1570	24.4	126	2.63	105	3.2	117	2015

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على تقارير المنتدى الاقتصادي العالمي، مؤشر الابتكار العالمي، تقارير التنافسية العالمية.

من خلال الجدول نلاحظ بأن الجزائر تحتل مراتب جد متأخرة في معظم التقارير حيث تتذيل كل المؤشرات العالمية المتعلقة بالتكنولوجيا، فمن بين 198 دولة في المتوسط بخصوص مؤشر الاستعداد التكنولوجي لم تستطع الجزائر بلوغ مرتبة أقل من 100، وهذا ما يفسر طبيعة الاستراتيجية المنتهجة من طرف الجزائر بخصوص التكنولوجيا ونقلها، حيث وعلى غرار مختلف الدول النامية، تقوم الجزائر بإستقطاب التكنولوجيا الجاهزة دون محاولة إستيعابها لتوليد، مما أدى إلى التأثير سلبا على مستوى النقل الرأسي للتكنولوجيا والذي أدى بدوره إلى ضعف المنتج المحلي وعدم قدرته على مجابهة المنافسة أو إكتساب حصة سوقية في السوق المحلي ما بالك السوق الأجنبي.

ت.ت. تصنيف $SITC_3$:

إن تصنيف منتجات السوق الدولية حسب تصنيف $SITC_3$ كما ذكرنا سابقا ذو دلالة تكنولوجية، حيث يتكون من عشرة (10) درجات، من الدرجة (00) والتي تعني منتجات ذات تكنولوجيا متدنية أو معدومة إلى الدرجة (9) والتي تعني منتجات ذات تكنولوجيا متقدمة جدا، والجدول التالي يوضح تصنيف مختلف المنتجات المصدرة من طرف الجزائر ضمن درجات التصنيف $SITC_3$ كما يلي:

الجدول رقم (5-27): تصنيف صادرات الجزائر حسب تصنيف *SITC*₃

الوحدة: مليون دولار

2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	
226.30	308.83	367.07	275.93	318.59	281.37	88.83	81.57	73.77	60.41	57.66	0
10.19	16.71	34.67	32.48	28.12	29.03	23.75	33.18	19.65	09.11	05.67	1
107.47	111.89	109.56	168.56	166.77	94.45	171.75	440.66	245.39	308.23	185.18	2
33348.37	58713.98	64903.42	70716.19	72212.36	56087.31	44443.04	77822.47	59187.58	53549.47	45264.5	3
00.74	00.41	03.66	11.43	11.97	09.45	03.68	12.36	04.65	18.05	07.09	4
1020.01	1123.91	444.08	507.68	478.25	311.78	258.57	505.09	277.95	328.05	303.04	5
60.86	92.24	115.29	130.14	196.39	205.71	143.36	335.44	311.78	281.52	140.79	6
17.68	14.17	14.20	15.41	16.85	14.11	21.94	37.64	21.38	23.90	29.15	7
04.32	05.55	07.54	07.91	06.10	09.57	12.61	13.42	19.20	30.27	08.91	8
-	-	-	-	00.88	08.19	26.40	15.76	01.80	03.70	04.73	9
34795.94	60387.69	65998.12	71865.73	73436.28	57050.97	45193.93	79267.59	60163.15	54612.71	4600647	المجموع

Source : Comtrade. Un.org/ DATA/

إن المتفحص للجدول أعلاه يلاحظ أن طبيعة المنتجات الداخلة في عملية الصادرات الجزائرية تندرج ضمن الدرجات الخمس الأولى من التصنيف، أي من (0-4) والتي تتصف بتدني عنصر التكنولوجيا الداخلة في عملية إنتاجها، حيث تفوق نسبتها في متوسط سنوات الدراسة 97 % من إجمالي الصادرات، كما تتميز المنتجات الأخرى بالإخفاض سنة بعد سنة فلو نلاحظ منتجات الصنف (8) لوجدناه في إنخفاض مستمر ابتداء من سنة 2006، وهذا دليل آخر على إنخفاض تنافسية الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات وعدم قدرتها على الصمود أمام تنافسية المنتجات الأجنبية سواء في الأسواق العالمية أو حتى في السوق المحلي.

أما فيما يخص التصنيف الخاص بالمحتوى التكنولوجي أساسا، فكانت النتائج المسجلة من طرف الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات كما يلي:

الجدول رقم (5-28): تصنيف الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات حسب المحتوى التكنولوجي

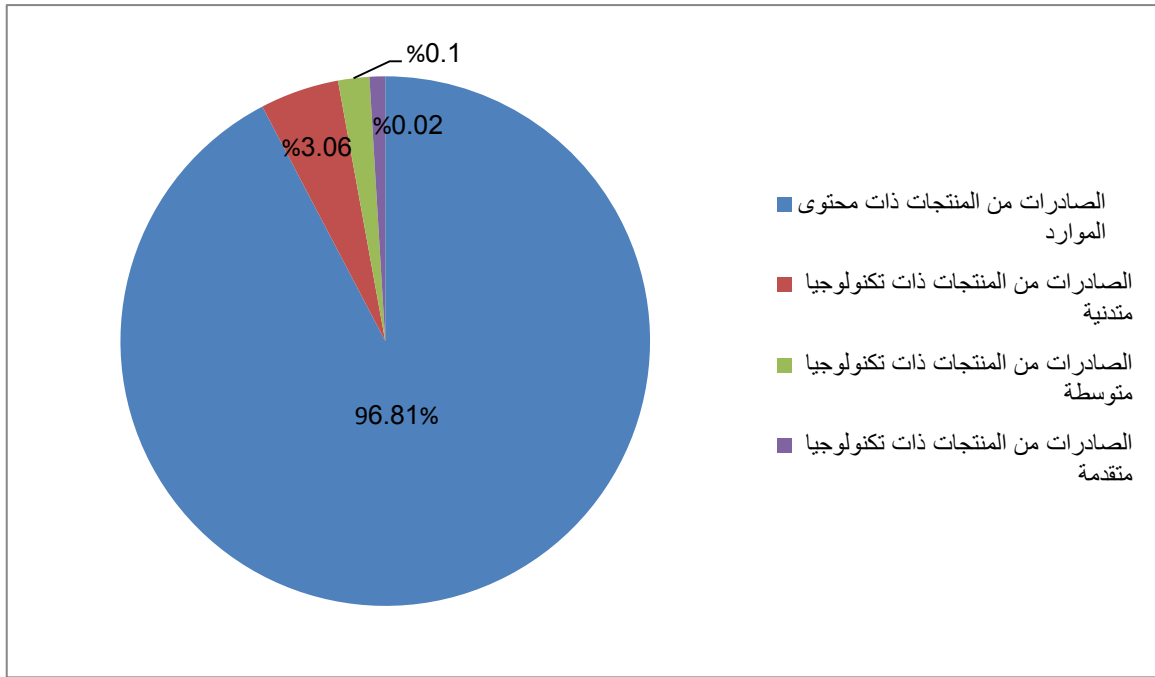
الوحدة: مليون دولار

2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	
18864.06	35256.78	39649.09	44049.3	47342.14	33992.99	26799.44	49281.89	40031.7	34750.16	28335.22	الصادرات من المنتجات ذات محتوى الموارد
20.42	31.39	31.74	33.37	36.58	23.11	21.41	35.64	25.01	19.91	12.75	الصادرات من المنتجات ذات تكنولوجيا متدنية
596.016	810.36	401.83	495.37	461.91	302.97	250.95	497.53	272.31	314.15	247.16	الصادرات من المنتجات ذات تكنولوجيا متوسطة
4.36	3.74	5.53	4.87	3.27	4.99	7.23	6.68	8.83	9.83	4.24	الصادرات من المنتجات ذات تكنولوجيا متقدمة

Comtrade. Un.org/ DATA/

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على بيانات

الشكل رقم (5-10): الصادرات الجزائرية حسب المحتوى التكنولوجي لسنة 2015



المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على بيانات الجدول رقم (5-27) أعلاه

من خلال الشكل والجدول أعلاه، نلاحظ أن المنتجات الداخلة في العملية التصديرية للصادرات الجزائرية تتصف بالتدني في محتواها التكنولوجي، حيث فاقت ما نسبته 96% في المستويين الأول والثاني واللذان يتميزان بمحتوى منخفض جدا من التكنولوجيا، وهذه النسبة تفرض واقع الصادرات الجزائرية التي تتكون معظمها من المحروقات، أما بالنسبة للصادرات من المنتجات ذات التكنولوجيا المتقدمة فلم تتجاوز نسبة 0.02% من إجمالي الصادرات الجزائرية، لأن مثل هذه المنتجات تحتاج إلى قدرة تنافسية كبيرة تميزها عن باقي المنتجات في الأسواق الدولية، والعنصر الإنتاجي الكفيل بتحقيق هذا التميز هو التكنولوجيا.

صحيح أن الجزائر سارعت إلى وضع سياسات واستراتيجيات للنهوض بإقتصادياتها وتنويع صادراتها وعدم الإعتماد على المنتج الواحد، إلا أن هذه السياسات تفتقد إلى الرؤيا الطويلة الأجل، حيث نلاحظ أنها قامت بإبرام عقود لنقل التكنولوجيا بكل أشكالها، إلا أن هذه التكنولوجيا لم تكن مدروسة، فالمتفحص لمختلف التقارير وبالرغم من الطفرة المالية التي وفرتها إرتفاع أسعار البترول، لم يتم استثمارها في البنية التحتية للتكنولوجيا ولا في تكوين قاعدة تكنولوجية صلبة والتي من شأنها إستقبال التكنولوجيا المنقولة وتوطينها وملائمتها مع الإحتياجات الخاصة للإقتصاد الجزائري، حيث بلغ مؤشر الطاقة الإبتكارية وتوطين التكنولوجيا

للجزائر 0.16¹، وهذا ما يؤدي إلى إبرام عقود لنقل التكنولوجيا الجزائر في غنا عنها، وبالتالي إهدار الجهود المبذولة في هذا المجال دون تحقيق الأهداف المنشودة، كما تجدر الإشارة إلى تسجيل الجزائر نسبا ضعيفة جدا في المؤشرات التي من شأنها تدعيم القدرة التكنولوجية والتي من شأنها تحقيق الأرضية اللازمة لاستقطاب التكنولوجيا المتقدمة وتوطينها وتوليد التكنولوجيا الملائمة منها والتي تتوافق والاحتياجات الحقيقية للاقتصاد الجزائري.

الجدول رقم (5-29): واقع الجزائر في بعض مؤشرات استقطاب التكنولوجيا المتقدمة

إسم المؤشر	قيمة المؤشر
جاذبية الاستثمار	0.45
البنية التحتية	0.15
صافي تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر	0.08
البنية التحتية للتقانة	0.36
الطاقة الابتكارية وتوطين التكنولوجيا	0.16
مؤشرات التنافسية الكامنة	0.33
الصادرات ذات التكنولوجيا المتقدمة	0.03

المصدر: تقرير التنافسية العربية 2012

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أنه رغم الجهود المبذولة من طرف الجزائر في مجال تهيئة المناخ المناسب لإستقطاب التكنولوجيا المتقدمة، إلا أن صادراتها لا تزال تعاني من ضعف تنافسيتها في الأسواق العالمية، وذلك راجع أساسا إلى ضعف الطاقة الابتكارية وتوطين التكنولوجيا، بإعتبار أن معظم التكنولوجيا المنقولة تتجسد في إستيراد الآلات والمعدات الإنتاجية ذات التكنولوجيا المتوسطة إن لم تكن متدنية، أو إبرام عقود لنقل التكنولوجيا الجاهزة للتطبيق دون إدراجها في مراكز البحث والتطوير لتوطينها وتوليد التكنولوجيا الملائمة منها، ناهيك عن أن معظم الاستثمارات الأجنبية المباشرة وبالرغم من تسجيل نسبة قاربت 0.5 إلا أن جلها يستثمر في القطاعات ذات المستوى التكنولوجي المتدني، وهذا ما يثبت حقيقة النسبة المسجلة في الصادرات الجزائرية من التكنولوجيا المتقدمة، بالإضافة إلى ضعف البنية التحتية للتكنولوجيا، ما فرض على الجزائر واقع التركيز وعدم تنويع المنتجات ذات المستوى التكنولوجي المنخفض في صادراتها.

¹ التقرير التنافسية العربية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت 2012، ص 53.

إن الإعتماد على مثل هذا النوع من المنتجات له إنعكاسات سلبية على معدلات التبادل التجاري لأن أسعار المنتجات ذات المستوى المتدني من التكنولوجيا تنمو بمعدلات أقل من المنتجات ذات المتوسط أو العالي.

خلاصة

في ظل المشاكل التي تعاني منها الاقتصاد الجزائري، بإعتباره اقتصاد ريعي معتمد على المداخيل من قطاع الاقتصادي، ومن بين أهم الجهود المبذولة في سبيل تحقيق ذلك، محاولة تنويع الاقتصاد الجزائري، وإبلاء أهمية بالغة للصادرات خارج قطاع المحروقات، لذلك عملت على تحرير التجارة الخارجية لدعم هذا التوجه من خلال التسهيلات المالية التي أعطت حرية أكبر للبنوك التجارية في إدارتها للنقد الأجنبي من حصيلة الصادرات خارج قطاع المحروقات والمساعدات المالية المقدمة للمعارض والدولية وتكاليف النقل ودراسة الأسواق والتسهيلات الضريبية والمتمثلة في إقرار مجموعة من الإعفاءات الضريبية تحفيزا لهذا النوع من الصادرات بالإضافة إلى دعم القطاعات التصديرية عن طريق التنظيم المؤسسي الذي يسهر على تطبيق سياسة الدولة في هذا المجال.

لكن وبالرغم من كل هذه الجهود والتحفيزات، إلا أن حجم الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات لا زال يراوح مكانه بنسب ضئيلة جدا، لأن الاختلال لا يتعلق فقط بالتنظيم القانوني والمؤسسي، وإنما يشمل في طبيعة المنتج المصدر في حد ذاته حيث تعتبر المنتجات الجزائرية من المنتجات المنخفضة إلى شبه معدومة القدرة التنافسية في الأسواق الدولية مقارنة بالمنتجات الأجنبية، وسبب في ذلك راجع للحزمة التكنولوجية المستخدمة في إنتاج وتسويق المنتج الجزائري.

وإيماننا من الجزائر بالأهمية البالغة لعنصر التكنولوجيا في تعزيز القدرة التنافسية لصادراتها خارج قطاع المحروقات، سعت إلى تدعيم الحزمة التكنولوجية المستخدمة في إنتاج المنتجات خاصة الموجهة للتصدير عن طريق إبرام عقود لنقل التكنولوجيا بشتى الطرق، سواءا كان نقل رأسي أو أفقي، حتى يتسنى لها تكوين قاعدة تكنولوجية متينة قادرة على إدارة الإنتاج الوطني وتدعيمها مسعى تنويع الصادرات خارج قطاع المحروقات.

وبالرغم من ذلك، إلا أن النتائج المسجلة في تقارير الدولية للتنافسية وحجم الصادرات لا يعكس حجم الجهود المبذولة، والسبب في ذلك راجع إلى طبيعة التكنولوجيا المنقولة من جهة والعلاقة بين النقل الرأسي والأفقي للتكنولوجيا من جهة أخرى فالأولى تتمثل في نقل التكنولوجيا غير الملائمة لاحتياجات الاقتصاد الوطني، في حين تتمثل الثانية في إبرام عقود لنقل التكنولوجيا الجاهزة للإستعمال المباشر، بمعنى عدم

تمريرها على المخابر البحثية والجامعات وحتى مصالح البحث والتطوير في المؤسسات الاقتصادية لفهمها واستيعابها ومحاولة توطينها وتوليد التكنولوجيا الملائمة منها لاحتياجات الاقتصاد الوطني

الخاتمة العامة

إذا كانت التجارة الخارجية تعتبر المحرك الأساسي للتنمية الاقتصادية لما توفره من تدخلات قوية لعجلة التنمية الاقتصادية، فالصادرات تعتبر الأداة التي تنفذ من خلالها مختلف هاته التدخلات، حيث تعمل بالإضافة إلى توفير النقد الأجنبي وتصريف الفائض عن السوق المحلي من الإنتاج على تحسين القدرة التنافسية للمنتجات الوطنية في الأسواق الدولية

ومن هذا المنطلق لم تدخر مختلف الدول العربية بما فيها الجزائر أي جهد في سبيل تعزيز حجم صادراتها، وبالنظر إلى تعاضم المخاطر الناجمة عن استراتيجية الاعتماد على المنتجات الريعية بما فيها المحروقات، سعت مختلف الدول العربية إلى انتهاج تنويع الاقتصاد وتعزيز صادراتها من المنتجات خارج قطاع المحروقات.

ولتحقيق ذلك هناك العديد من الآليات والوسائل لكن بالنظر إلى طبيعة ومستوى القدرة التنافسية للمنتجات الداخلة في العملية التصديرية يحتم البحث على الأداة الأكثر كفاءة.

إن عنصر التكنولوجيا يعتبر من الأدوات الأكثر كفاءة لضمان مستوى عالٍ من القدرة التنافسية لمواجهة تنافسية مختلف المنتجات في الأسواق الدولية، لذلك سعت الجزائر إلى بذل مختلف الجهود من أجل الرفع من المستوى المحلي للتكنولوجيا عن طريق إبرام عقود لنقلها بمختلف الطرق سواء النقل الرأسي أو الأفقي.

وبالرغم من كل الجهود المبذولة، إلا أن حجم الصادرات خارج قطاع المحروقات لا زال يراوح مكانه للعديد من الاعتبارات، أهمها طبيعة التكنولوجيا المنقولة والتي تعتبر غير ملائمة لاحتياجات القطاع الاقتصادي، بالإضافة إلى أن معظم أنواع الثقة في الخبرات المحلية الناتج عن عدم الاستثمار في تكوين قاعدة تكنولوجية قوية تعمل على استقطاب التكنولوجيا وتوطينها بما يتلائم واحتياجات القطاع الاقتصادي وتوليد منها تكنولوجيا جديدة.

النتائج:

على ضوء الدراسة التي تناولنا فيها مدى مساهمة عقود التكنولوجيا في تعزيز صادرات الدول العربية خارج قطاع المحروقات وما تضمنها من استعراض وتحليل لأوضاع الدول العربية والجزائر نستخلص النتائج التالية:

- 1- تعتبر التجارة الخارجية المحرك الأساسي للتنمية الاقتصادية لأي بلد سواء كان متقدما أو ناميا، خاصة ما تعلق منها بالصادرات باعتبار أنه تحقق أهم الأهداف الاقتصادية والمتمثل في النقد الأجنبي وتصريف الفائض من الإنتاج للأسواق الدولية.
- 2- تعتبر السوق المحلي العمق الخلفي لتشجيع الصادرات، خاصة الصادرات خارج المحروقات منها، باعتبار أن نجاح المنتجات على المستوى الدولي يستوجب نجاحها محليا.
- 3- تعتبر استراتيجية التوجه نحو التصدير من أهم آليات تشجيع الصادرات من خلال دراسة واختيار أسواق الاقتصاد خارجة تمكن من استغلال مزايا اقتصاديات الحجم الكبير، الأمر الذي يؤدي إلى تنمية الاقتصاد الوطني وتنويع مصادر دخله.
- 4- يعتبر التصدير من أقل أشكال غزو الأسواق الدولية احتياجا لرؤوس الأموال بالإضافة إلى اتسامه بالمرونة في التكيف والمتغيرات التي تطرأ عليها.
- 5- للإستثمار الأجنبي المباشر أهمية بالغة في التغلغل العميق في الأسواق الدولية والقدرة على خلق الطلب على المنتجات من الداخل.
- 6- تعمل الاتفاقيات التعاقدية وباعتبارها ارتباطا طويلا مع الشريك المحلي للبلد المضيف من الحصول على نقل التكنولوجيا اللازمة وحق المعرفة دون الإستثمار في الأصول المادية.
- 7- تتميز الأسواق الدولية بحالة عدم اليقين والتغير المستمر في متغيرات بيئتها، ولذلك وقبل الدخول إلى أي سوق يجب القيام بدراسة معمقة وفق طرق ومعايير محددة مع تحديد مجموعة من البدائل للحصول على راحة مواجهة مفاجآت.
- 8- يعتبر التسويق الدولي أهم آلية في عمليات التصدير، خاصة وأنه يتطرق إلى جميع جوانب المنتجات المصدرة للأسواق الدولية بما فيها استراتيجيات المنتج في حد ذاته، باعتبار أن المنافسة المفروضة في مثل هذه الأسواق شديدة جدا.
- 9- إن التركيز على قطاع الصادرات في تنمية الاقتصاد الوطني يتطلب احتكاكها بالأسواق الدولية، ما يمكنها من الحصول على التكنولوجيا اللازمة لبناء قدرات تنافسية مرتفعة.
- 10- تحظى التكنولوجيا بإهتمام بالغ الناتج عن تقليل تكاليف الإنتاج والزيادة في المبيعات والمساهمة في جودة المنتج، بالإضافة إلى مساهمتها في تقديم طريق وتقنيات حديثة وبصفة دورية ومستمرة تكمن من تحقيق مستويات أداء عالية جدا.

- 11- هناك نوعان من عقود نقل التكنولوجيا والمتمثلة في عقود النقل الرأسي للتكنولوجيا وعقود النقل الأفقي، حيث يتجلى الأول في التكنولوجيا المنقولة ضمن قطاع اقتصادي واحد، أو هي المنقولة عن مراكز البحث والتطوير إلى المؤسسات والمؤسسات الاقتصادية، في حين يتمثل في نقل الطرق والأساليب التكنولوجية دون أي تعديلات لتكييفها مع الظروف المحلية للبلد المضيف.
- 12- تعمل التكنولوجيا على تعزيز تنافسية المنتجات الداخلة في عمليات التصدير من خلال توفر أساليب إنتاج جديدة وبراءات اختراع يمكن المنتجات من الاستفادة من السبق التسويقي.
- 13- إن نقل التكنولوجيا عن طريق استيرادها ليس شرطاً كافياً لدعم النمو الاقتصادي ومن ثم تعزيز حجم الصادرات، لأن التقدم التكنولوجي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمستوى رأس المال البشري المحلي، فلا يمكن لأي دولة تحقيق مستوى مرتفع من التقدم التكنولوجي دون الاقتزان بالخبرات والمهارات البشرية، والتي تعد المحفز والضامن الأساسي لحدوث النقلة التكنولوجية.
- 14- إن العلاقة بين التكنولوجيا والتنمية علاقة متبادلة التأثير، بإعتبار أن عملية التنمية هي الثمرة الناتجة عن التفاعل المستمر بين الجهود المادية والفكرية، في حين تقوم التنمية بتوفير المناخ الملائم لتطبيق مختلف الابتكارات والاختراعات المتوصل إليها وتجسيدها في شكل منتجات وأساليب إنتاج.
- 15- بإعتبار أن مستوى الدول العربية من التقدم التكنولوجي متدني وشبه معدوم، يحتم عليها اللجوء إلى النقل الأفقي للتكنولوجيا عن طريق إبرام عقود للنقل التكنولوجي المتحصل عليها من طرف الدول المتقدمة وتوظيفها في عمليات التنمية من أجل تحقيق الأهداف المنشودة.
- 16- إن الملاحظ لطبيعة المنتجات الداخلة في العملية التصديرية للدول العربية بما فيها الجزائر، يلاحظ أن الجزء الأكبر منها يتميز بالطابع الريعي، أما المنتجات غير الريعية، فتشكل نسبة ضئيلة جداً وشبه معدومة في بعض الدول، والسبب الرئيسي في ذلك يعود إلى الانخفاض الشديد في تنافسيتها في الأسواق الدولية الناتج عن انخفاض العنصر التكنولوجي في تركيبها.
- 17- بتطبيق مختلف المنتجات المصدرة من طرف الدول العربية بما فيها الجزائر على التصنيف التكنولوجي للصادرات والمتكون من (10) فئات، نلاحظ أن معظمها يندرج ضمن الفئات من (0) إلى (4) والتي تتصف بالتدني في العنصر التكنولوجي، وهذا ما يدل على عدم تنافسيتها في الأسواق الدولية وبالتالي إنخفاض حجم الصادرات العربية خارج قطاع المحروقات.

- 18- بغيت تدارك مختلف الاختلالات التي يعاني منها الاقتصاد الجزائري، قامت هذه الأخيرة بانتهاج استراتيجية تنويع الاقتصاد والتركيز على تشجيع الصادرات، حيث لم تدخر جهدا إلا وبذلت في سبيل تحقيق ذلك.
- 19- إيماننا من الجزائر بالأهمية البالغة لعنصر التكنولوجيا في تعزيز القدرة التنافسية لصادراتها خارج قطاع المحروقات سعت إلى تدعيم الحزمة التكنولوجية من خلال السعي إلى استيراد مختلف أنواع التكنولوجيا المتقدمة وعبر مختلف الطرق والقنوات.
- 20- بالرغم من كل الجهود المبذولة في سبل تدعيم القدرة التكنولوجية المحلية وتعزيز الصادرات خارج المحروقات، إلا أنها لا زالت تحتل المراكز المتأخرة في معظم التقارير التنافسية العالمية ولا زالت المحروقات تشكل النسبة الأكبر عن مجمل الصادرات، والسبب في ذلك راجع إلى طبيعة التكنولوجيا المنقولة من جهة والعلاقة بين النقل الرأسي والأفقي للتكنولوجيا من جهة أخرى.

الاقتراحات:

- على ضوء هذه النتائج يمكن تقديم مجموعة من الاقتراحات والمتمثلة في:
- 1- انتهاج استراتيجية وطنية مثلى ومحددة المعالم لتوفير مناخ استثماري ملائم وفعال لتعزيز حجم الصادرات خارج قطاع المحروقات.
 - 2- العمل على بناء قاعدة تكنولوجية من خلال الاهتمام أكثر بتكوين رأس مال بشري قادر على الإبداع والابتكار، والأهم من ذلك قادر على استيعاب وفهم على الأقل التكنولوجيا المنقولة من الخارج.
 - 3- العمل على إبرام عقود نقل التكنولوجيا من أجل توطينها وتوليد منها تكنولوجيا محلية جديدة، وليس الاقتصر على نقل التكنولوجيا الجاهزة فقط.
 - 4- قبل القيام بعملية إبرام عقود نقل التكنولوجيا يجب دراسة احتياجات الاقتصاد الوطني دراسة دقيقة من أجل تحديد التكنولوجيا اللازمة.
 - 5- الاهتمام أكثر بتفعيل النقل الرأسي للتكنولوجيا وتعزيز الثقة في المخرجات العلمية المحلية.
 - 6- العمل على تدعيم مراكز البحث والمؤسسات الجامعية والاعتماد على مخرجاتهم من أجل تحفيزهم على الإبداع والابتكار.

- 7- توفير آليات جذب الاستثمار الأجنبي المباشر لاستقطاب أكبر عدد ممكن من المستثمرين الأجانب لتنشيط العمل الإنتاجي والاستفادة من الخبرة والتكنولوجيا لزيادة الإنتاج من أجل التصدير.
- 8- الاهتمام بالقطاع الخاص بمزيد من الإنتاجية من أجل التصدير وتفعيل دوره في العمل التصديري.
- 9- مواصلة تفعيل دور المؤسسات الصغيرة والمتوسط لما لها دور في تنمية القطاعات الاقتصادية خارج قطاع المحروقات، مع ضرورة احترام معايير الجودة الشاملة التي أصبحت أداة فعالة للدخول في المنافسة الدولية.

أفاق الدراسة:

بعد التطرق لهذه الدراسة لاحظنا أنها واسعة ومتشعبة، ما ترك لنا انطباع أن أكبر جزء منها يمكن أن يكون بحثاً بكامله، لذلك فيمكن البحث في كل من:

- 1- التحالفات الاستراتيجية ودورها في نقل التكنولوجيا.
- 2- الاتفاقيات التعاقدية والصادرات خارج قطاع المحروقات.
- 3- حماية حقوق الملكية الفكرية وعلاقتها بتعزيز الصادرات خارج قطاع المحروقات.
- 4- دور براءات الاختراع في غزو الأسواق الدولية.
- 5- القاعدة التكنولوجية والتنمية الاقتصادية للدول العربية.

المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

1- الكتب:

1. ابراهيم سيد أحمد، عقد نقل التكنولوجيا، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2004.
2. ابراهيم قادم، الشروط المفيدة في عقود نقل التكنولوجيا ودورها في تكوين التبعية التكنولوجية على المستوى الدولي، رسالة دكتوراه، جامعة عين الشمس، 2002.
3. إبراهيم مجني، عقد نقل التكنولوجيا، التنظيم القانوني لعقود نقل التكنولوجيا والتجارة الالكترونية، دار المعارف، مصر 2002.
4. أحمد عارف العساف ومحمود حسين الوادي، اقتصاديات الوطن العربي، دار المسيرة، عمان، 2010.
5. أحمد عبد الرحمن أحمد، مدخل إلى إدارة الأعمال الدولية، دار المريخ، الرياض، 2001
6. أحمد نديح بليح، الاقتصاد الدولي، الاسكندرية، 1993
7. أشرف أحمد عدلي، التجارة الدولية، ط1، مؤسسة رؤية ومؤسسة طيبة، مصر 2006
8. إكرام عبد الرحيم، التحديات المستقبلية للتكتل الاقتصادي العربي، العولمة والتكتلات الاقليمية البديلة، مكتبة مدبولي، القاهرة، 2000
9. أنطونيوس كرم، العرب أمام تحديات التكنولوجيا، عالم المعرفة، 1982
10. أنور سلكان، الموجز في مصادر الالتزام، منشأة المعارف، مصر، 1996
11. جلال وفاء محمد، الاطار القانوني لنقل التكنولوجيا في ظل الجهود الدولية، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2001.
12. جوني عز الدين، التجارة الخارجية السورية خلال ربع القرن الماضي، 1975-1999، دار الرضا للنشر سوريا، 2001
13. حبيب الله بن محمد رحيم التركستاني، التسويق الدولي، ط3، دار إعلام للنشر والتوزيع، جدة، 2011.

14. حسام محمد عيسى، نقل التكنولوجيا، دراسة في الآليات القانونية للتبعية الدولية، دار المستقبل العربي، مصر، ط3، 1996.
15. حسين عبد القادر صالح، التوجه الجغرافي للتنمية الوطنية والإقليمية، دار وائل، عمان، 2002.
16. حمدي عبد العظيم، اقتصاديات التجارة الدولية، مكتبة زهراء الشرق، مصر 1996
17. خلان عبد الجابر خلان، القيود الجمركية وتطوير التجارة الخارجية للدول الأخر في النهر، دار الفكر العربي، بدون سنة النشر
18. خليل عليان عبد الرحيم، الاقتصاديات النامية في ظل OMC حالة السعودية، معهد الإدارة العامة، 2003.
19. خليل عليان عبد الرحيم، الاقتصاديات النامية في ظل المنظمة العالمية للتجارة مع التطبيق على السعودية، معهد الإدارة العامة، 2009
20. خير الدين عمرو، التسويق الدولي، دار الكتب، مصر، 1996.
21. رعد حسين الصرن، أساسيات التجارة الدولية المعاصرة، الجزء الثاني، دار الرضا للنشر، 2001، دمشق
22. زينب حسين عوض الله، الاقتصاد الدولي، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2004
23. زينب حسين عوض الله، العلاقات الاقتصادية الدولية، الدار الجامعية، بيروت، ب.س.ن
24. زينب رابع، الدخول إلى الأسواق الدولية، دار النهضة العربية، القاهرة، 1996
25. سامي عفيف حاتم، الاتجاهات الحديثة في الاقتصادية الدولي والتجارة الدولية، "التكتلات الاقتصادية بين التنظيم والتطبيق"، ج2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005
26. سامي عفيفي حاتم، الاتجاهات الحديثة في الاقتصاد الدولي والتجارة الدولية، قضايا معاصرة في التجارة الدولية، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005
27. سامي عفيفي حاتم، التجارة بين التطور والتنظيم، ط2، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 1993
28. سامي عفيفي حاتم، دراسات في الاقتصاد الدولي، الدار المصرية اللبنانية، ط5، القاهرة، 2000
29. سعيد عبد الغفار أمين شكري، القانون الدولي العام للعقود، دار الفكر العربي، مصر، 2007.

30. سميحة القليوبي، شرح العقود التجارية، دار النهضة العربية، ط4، مصر، 1999.
31. سميرة إبراهيم أيوب، صندوق النقد الدولي وقضية الإصلاح الاقتصادي والمالي، مركز الاسكندرية للكتاب، مصر، 2000
32. سهير محمد السيد حسن، محمد محمد النبا الاتجاهات الحديثة في السياسات التجارية، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، 2005
33. شيراز عزيز سليمان، حسن النية في إبرام العقود، دار دجلة، عمان، 2008.
34. صالح بن بكر الطيار، العقود الدولية لنقل التكنولوجيا، مركز الدراسات العربي، الأوروبي، ط2، لبنان، 20013.
35. صديق محمد عفيفي، التسويق الدولي "نظم التصدير والاستيراد"، مكتبة عين الشمس، مصر، 2003.
36. صديقة باقر عبد الله، الميزان التجاري وتنمية الصادرات غير النفطية، مركز التدريب والبحوث الاحصائية، العراق، 2012
37. صلاح الدين جمال الدين، التحكيم والتاريخ في عقود تنمية التكنولوجيا، دار الفكر العربي، مصر 2005.
38. صلاح الدين جمال الدين، عقود نقل التكنولوجيا في إطار القانون التجاري الدولي، دار الفكر الجامعي، مصر 2005.
39. طارق الحاج، علي ربايعة، محمد الباشا، التسويق من المنتج إلى المستهلك، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2010
40. طالب حسن موس، قانون التجارة الدولية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2005.
41. طلعت أسعد الحميد، التسويق الفعال "الأساسيات والتطبيق"، ط 9، مكتبة عين شمس، القاهرة 1999
42. عادل أحمد حشيش، العلاقات الاقتصادية الدولية، دار الجامعة الجديدة للنشر، 2000
43. عادل أحمد حشيش، مجدي محمود شهاب، أساسيات الاقتصاد الدولي، منشورات الجلي المنفوقية مصر، 2003.
44. عبد الرحمان يسري أحمد، الاقتصاديات الدولية، الدار الجامعية، مصر، 2001

45. عبد الرحمن يسري أحمد، قضايا اقتصادية معاصرة، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2000
46. عبد الرحمن زكي، اقتصاديات التجارة الخارجية، دار الجامعات المصرية، بدون سنة النشر
47. عبد الرحمن يسري، الاقتصاديات الدولية، بدون دار النشر، الاسكندرية، 2007
48. عبد الرؤوف جابر، الوجيز في عقود التنمية التقنية، دار الحلبي الحقوقية، لبنان، 2005.
49. عبد الرؤوف جابر، الوجيز في عقود التنمية التقنية، منشورات الحلبي الحقوقية، 2005.
50. عبد الستار محمد العلي، إدارة الإنتاج والعمليات ، مدخل كمي، رويال للطباعة والنشر، الأردن، 2000.
51. عبد السلام ، أبو قحف، التسويق الدولي، دار الجامعية، الاسكندرية، 2002.
52. عبد السلام أبو قحف، دراسات في إدارة الأعمال، مكتبة ومطابع الاشعاع الفنية، مصر، 2001.
53. عبد العزيز عجية محمد، والعيشيش محمد علي التنمية الاقتصادية مفهومها ونظرياتها وسياساتها، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2004
54. عبد العزيز عجيمة، فصول في الاقتصاد العربي، الدار الجامعية، بيروت، 1988.
55. عبد الكريم بن أعراب، أهمية استقرار المنظومة الجزائرية للبحث والتطوير في تحقيق التنمية الإنسانية، جامعة قسنطينة، الجزائر.
56. عبد اللطيف بن أشنهو، عصرنة الجزائر حصيلة وأوقاف 1999-2000 Alpha Design باريس، فرنسا، 2004
57. عبد الله بشرى، دور الدخالة الوطنية للتأمين وتمويل الصادرات في دعم قطاع الصادرات السودانية غير البترولية، بنك السودان المركزي، السودان، فبراير 2010.
58. عبد المجيد قدي، المدخل إلى السياسات الاقتصادية الكلية (دراسة تحليلية تقييمية)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2004.
59. عبيدات محمد إبراهيم، استراتيجية التسويق، دار المستقبل للنشر والتوزيع، الأردن، 1997
60. عجة الجيلالي، التجربة الجزائرية في تنظيم التجارة الخارجية من إحتكار الدولة إلى احتكار الخواص، الدار الخلدونية، 2007
61. عجة الجيلالي، التجربة الجزائرية في تنظيم التجارة الخارجية، دار الخلدونية 2007، الجزائر

62. عصام الدين أمين أبو عفلة، التسويق الدولي، الاتجاهات التسويقية المعاصرة، مؤسسة طيبة للنشر، القاهرة، 2003.
63. علاء عزيز الجبوري، عقد الترخيص، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.
64. علاء عزيز الجبوري، عقد الترخيص، دراسة مقارنة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن 2011.
65. علي حسين علي وآخرون، الإدارة الحديثة لمنظمات الأعمال، البيئة والوظائف والاستراتيجيات، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن 1999.
66. علي حسين وآخرون، الإدارة الحديثة لمنظمات الأعمال، البيئة والوظائف والاستراتيجيات، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1999.
67. علي عبد الفتاح أبو شرار، الاقتصاد الدولي، نظريات وسياسات، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
68. علي عبد الله، الأداء المتميز، المؤتمر الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة 09/08 / مارس 2005 .
69. عمر خير الدين، التسويق الدولي، دار الكتب، مصر، 1996.
70. عمر معاشر، النظام القانوني لعقود المفتاح في اليد، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1995.
71. غسان قاسم الامي، إدارة التكنولوجيا، مفاهيم ومدخل وتقنيات، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.
72. فليح حسن خلف، اقتصاديات الوطن العربي، دار الوراق، عمان، 2004.
73. فيصل ياشير، المتوسط في الثروة التكنولوجية، ترجمة، فهيمة شريف الدين، دار الفراجي، لبنان 1996.
74. قدي عبد المجيد، المدخل إلى السياسات الاقتصادية الكلية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
75. لعويسات جمال الدين، العلاقات الاقتصادية الدولية والتنمية، الجزائر، دار حوش، 2000.
76. مجدي محمود شهاب، الاقتصاد الدولي المعاصر، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية 2007.
77. مجيد ضياء الموسوي، العملة وإقتصاد السوق الحرة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.

78. محرز أحمد محمد، الحق في المنافسة المشروعة في مجالات النشاط الاقتصادي، دار الكتب القانونية، مصر، 2004
79. محمد التكريشي، التكنولوجيا والتنمية.
80. محمد الثابت، التجارة الداخلية والخارجية، منشورات جامعة حلب، 1977
81. محمد الجوهري وآخرون، الاقتصاد والمجتمع في العالم الثالث، دار المعارف، القاهرة، ط2، 1999
82. محمد سيد محمد حسين، التسويق الدولي ودوره في الاقترحام الأسواق الدولية، بدون دار نشر، 2010
83. محمد عبد العزيز، مصطفى رشيد شبيحة، النقود والبنوك والعلاقات الاقتصادية الدولية، دار الجامعة، بدون سنة النشر
84. محمد علي منصور، مبادئ الادارة، الأسس والمفاهيم، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 1999.
85. محمد فريد الصحن، التسويق، المفاهيم والاستراتيجيات، الدار الجامعية، الاسكندرية، مصر، 1998
86. محمود حامد محمود عبد الرزاق، تكنولوجيا المعلومات وزيادة مصادرات ودعم التنمية الصناعية، مكتبة الحرية للنشر والتوزيع، مصر، 2006.
87. محمود الكيلاني، عقود التجارة الدولية في مجال نقل التكنولوجيا، مصر 1988.
88. محمود جاسم الصميدعي، استراتيجيات التسويق، مدخل كمي تحليلي، ط2، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004.
89. محمود جاسم الصميدعي، استراتيجيات التسويق الدولي، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2000.
90. محي الدين الأزهرى، ادارة النشاط التسويقي، مدخل استراتيجي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1998.
91. مختار عبد الحكيم طلبة: مقدمة في المشكلة الاقتصادية، جامعة القاهرة، 2007
92. مصطفى رشيد شبيحة، الأسواق الدولية (المفاهيم والنظريات والسياسات)، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2003
93. مصطفى محمود حسن هلال، التسويق الدولي، مراجعة حامد أبو زيد، (ب.ب.ن) (ب.ب.ن) (ب.س.ن)

94. موريس شيف ول، آلن ويتنرز، التكامل الإقليمي والتنمية، مركز قراء الشرق الأوسط، مصر 2003
95. موسى سعيد وآخرون، التجارة الخارجية، دار الصفاء، عمان 2001.
96. ناصر دادي عدون، اقتصاد المؤسسة، دار المحمدية العامة، الجزائر، 1998
97. نداء عمر الصوص، التجارة الدولية، مكتبة المجتمع العربي، 2008.
98. نداء كاظم محمد جواد المولى، الآثار القانونية لعقود نقل التكنولوجيا، دار وائل للنشر والتوزيع، الاردن 2003.
99. نعيمة فوزي، التجارة الدولية، دروس في قانون الأعمال الدولي، ج1، ديوان المطبوعات الجامعية، 1999
100. هاني حامد الضمور، التسويق الدولي، ط4، دار وائل للنشر، 2007
101. هوشيار معروف، تحليل الاقتصاد التكنولوجي، دار جرير للنشر والتوزيع، الأردن، 2013
102. هيثم منايصة، التجارة الخارجية والأرقام القياسية للتجارة، البنك المركزي الأردني، 2008
103. وليد عودة الممشري، عقود نقل التكنولوجيا، الالتزامات المتبادلة والشروط التقييدية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
104. يحيى سعيد علي عيد، التسويق الدولي والمصدر الناجح، دار الأمين للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 1997.
105. يحيى عروودي، عمليات التصدير والصادرات والمصدرون، غرفة تجارة دمشق، 1996.
106. يحيى يحيى، الوطن العربي وتحديات التكنولوجيا الإعلام والاتصال البوكلي للطباعة والنشر والتوزيع المغرب، 1997.

2- المعاجم:

1. أحمد خليل، معجم المصطلحات الاقتصادية، دار الفكر اللبناني، بيروت، 1997.
- 2.

3- الموسوعات:

1. فاخر مطانيرس حبيب، التجارية الماركنتيلية، الموسوعة العربية، المجلد السادس.

4- الاطروحات والرسائل:

1. بن حمودة سكيينة، ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر، 1986-1995، أطروحة دكتوراه دولة في الإقتصاد، جامعة قسنطينة، 1999

2. بوزلحة سامية، واقع اقتصاديات الدول العربية في ظل التحولات الاقتصادية العالمية، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، 2005

3. رجب كريم عبد الله، التفاوض على العقد، دراسة مقارنة أطروحة دكتوراه، جامعة القاهرة، 2000.

4. عبد الرشيد بن ديب، تنظيم وتطور التجارة الخارجية، أطروحة دكتوراه دولية جامعة الجزائر، 2003.

5. عبدوش عبد العزيز، دور الميزة التنافسية في تحسين أداء المؤسسات (دراسة حالة الجزائر)، ماجستير، جامعة تلمسان، 2006

6. العيدي خليفعة، تحرير التجارة الخارجية وإنعكاساتها على تطوير ميزان المدفوعات الجزائري، جامعة الجزائر، 2001-2002

7. قاسم محمد التل، التكاملية بين الاستشارات البشرية والصادرات كمحددات للنمو الاقتصادي في الأردن، أطروحة دكتوراه، الجامعة الأردنية، الأردن، 2004.

8. محمد العيد بيوض، تقييم أثر الاستثمار على النمو الاقتصادي والتنمية المستدامة في الاقتصاديات العربية، دراسة مقارنة " تونس، المغرب، الجزائر "رسالة ماجستير، كلية ع. ق، جامعة سطيف، 2011.

9. محمد مسلم حمود المجالي، الصادرات الوطنية ودورها في التنمية الاقتصادية والأردن، أطروحة دكتوراه، جامعة القاهرة، 1999

10. مشدن وحمية، أثر تغيرات أسعار البترول على الاقتصاد العربي، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر.

11. مصطفى شلابي، دور التسويق الدولي في اقتحام الأسواق الدولية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 1998

12. منى طعيمة الجرف، دور الصادرات في تنمية الاقتصاد المصري في ضوء التوجهات الاقتصادية الجديدة، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة 1995

13. نصيرة بوجمعة سعدي، عقود نقل التكنولوجيا في مجال التبادل الدولي، رسالة دكتوراه جامعة الاسكندرية، مصر، 1987.
14. وصاف سعدي، أثر تنمية الصادرات غير النفطية على النمو الاقتصادي في البلدان النامية، الحوافز والعوائق، أطروحة دكتوراه جامعة الجزائر، 2004
15. وفاء مزيد فلحوط، المشاكل القانونية في عقود نقل التكنولوجيا إلى الدول النامية، رسالة دكتوراه، جامعة دمشق، 2005.

5- المقالات والمدخلات:

1. أحمد بلالي، استراتيجية التنافس كأساس لميزة تنافسية مستدامة، المؤتمر العلمي حول الأداء المتميز، جامعة ورقلة، مارس 2005.
2. أحمد عمراني، واقع وأفاق مساهمة البحث العلمي في التنمية بالجزائر في ظل السياسة الوطنية الجديدة للبحث العلمي والتطوير التكنولوجي المؤتمر الثاني للتخطيط وتطوير التعليم والبحث العلمي في الدول العربية، جامعة الملك فهد للبترول والمعادن، والظهران، السعودية، 27/24 فيفري 2008.
3. أحمد كواز ، الأداء التنافسي للصناعة لعدد من الدول العربية، مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية، المجلد العاشر، العدد الثاني، 2009.
4. أحمد مختار، التعليم الجامعي في الوطن العربي، بين الواجهة الاجتماعية والبحث العلمي، شؤون عربية 127، 2006.
5. إيمان محمد أحمد، النشاط الحالي للصادرات الصناعية ذات القدرة التنافسية في مصر، مجلة بحوث اقتصادية عربية، مصر، العدد 38، 2007
6. بطاهر علي، سياسات التحرير والاصلاح الاقتصادي في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، جامعة شلف، العدد (8)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2004
7. بن حمودة محبوب، بن قالة اسماعيل، أزمة العقار في الجزائر ودوره في تنمية الاستثمار الأجنبي، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد 05، 2007

8. بن زكورة العونية، أثر الإنفتاح التجاري خارج قطاع المحروقات على النمو الاقتصادي في الجزائر دراسة قياسية 2014/2000، الملتقى الوطني حول التنمية الصناعية وترقية الاستثمار في الجزائر، 26/25 نوفمبر 2014، جامعة قلمة.
9. بن علي بلعوز، نبيل بوفليح، القنوات البديلة لنقل التكنولوجيا في الدول النامية الأقل جذبا للاستثمار الأجنبي المباشر، ورقة بحثية، الملتقى الدولي الأول، الاستثمار الأجنبي المباشر ونقل التكنولوجيا إلى الدول النامية، المركز الجامعي بشار، جانفي 2008
10. حمدي بارود المبادئ التي تحكم المفاوضات في عقود نقل التكنولوجيا، مجلة القانون والاقتصاد، العدد 74، القاهرة، مصر، 2004.
11. حمزة القليل، النجاح التكنولوجي بين المقومات والتحديات. www.attoumissia.com.tn
12. رمزي زكي، ظاهرة التدويل في الاقتصادي العالمي وأثرها في البلدان النامية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 1993
13. زايري بلقاسم، بلحسن هواري، تحليل بيئة الأعمال وتنافسية الاقتصاد الجزائري، الملتقى الدولي الأول حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي، ومساهمته في تكوين المزايا التنافسية للدول العربية، جامعة الشلف 27 / 28 نوفمبر 2007.
14. الزهرة بن يخلف، رفيقة بوسالم، تحليل الأثر المزدوج لحدود حماية الملكية الفكرية في مجال نقل التكنولوجيا، ورقة بحثية، الملتقى الدولي الأول حول "الاستثمار الأجنبي المباشر ونقل التكنولوجيا إلى الدول النامية"، المركز الجامعي بشار، جانفي 2008.
15. سلطان بلغيث، دور الجامعات العربية في دعم ثقافة البحث العلمي الإبداعي، مجلة شؤون عربية العدد 127، 2006.
16. سليمان رشيد سليمان، الاتجاهات العلمية العالمية الحديثة والبحث العلمي، شؤون عربية، العدد 78.
17. سميحة القليوبي، التفاوض في عقود نقل التكنولوجيا، ورقة بحثية، ندوة التراخيص في الملكية الفكرية وتسوية المنازعات، WIPO مركز القاهرة للتحكيم التجاري الدولي، القاهرة، 1998.

18. شهر زاد زغيب، لمياء عماني، الاستفادة من الاستثمار الأجنبي في النقل التكنولوجي وتشجيع الإبداع، ورقة بحثية، الملتقى الدولي الأول حول الاستثمار، الاجنبي المباشر ونقل التكنولوجيا إلى الدول النامية، المركز الجامعي بشار، جانفي 2008.
19. عبد الحفيظ مازري، محمد سعدوني، البحث العلمي في الوطن العربي ودوره في نقل وتوظيف التكنولوجيا، ورقة بحثية مقدمة للملتقى الدولي الأول بعنوان الاستثمار الأجنبي المباشر ونقل التكنولوجيا إلى الدول النامية، المركز الجامعي بشار، جانفي 2008.
20. عبد القادر بوعزة، محمد بن مسعود، الشراكة الأجنبية ودورها في نقل التكنولوجيا، ورقة بحثية، الملتقى الدولي الأول حول "الاستثمار الأجنبي المباشر ونقل التكنولوجيا إلى الدول النامية"، المركز الجامعي، بشار، جانفي 2008.
21. عبد الله بن صالح الضويان، محان في طريق نقل التقنية والتخلف التقني من العالم الإسلامي، [www.aloofokmag.net .Html](http://www.aloofokmag.net.Html)
22. عطا الله وراذ خليل، دور التنافسية في دعم قرارات اقتصاد المعرفة والتنمية الاقتصادية (دراسة محاسبية مقارنة)، المؤتمر الدولي الخامس، اقتصاد المعرفة والتنمية الاقتصادية، جامعة الزيتونية الادرنية، عمان، 27/ 28 أفريل 2005 .
23. عمر محمد عماني، مدى تأثير برنامج الإصلاح على القدرة التنافسية على الاقتصاد، مجلة البحوث والدراسات العلمية، القاهرة، 1997.
24. فاطمة بكدي، اشكالية استيعاب التكنولوجيا في الدول العربية، ورقة بحثية، الملتقى العلمي الثاني حول الاستثمار الأجنبي ومهارات الأداء الاقتصادي جامعة بومرداس، أكتوبر 2007.
25. فتيحة محمد زغلزل، توجيهات القطاع الصناعي نحو التصدير، محمد التخطيط القومي، سلسلة التخطيط والتنمية في مصر، 1995
26. كساب علي، راتول محمد، التكامل الاقتصادي العربي في إطار التدافع الاقتصادي والشراكة، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، جامعة الشلف، العدد (10)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2004.
27. كسرى مسعود، التحرير الاقتصادي والخصوصية، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة العدد 12، منشورات الجزائر، 2005.

28. كمال رزيق، فارس مسرور، تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، المتلقى الوطني الأول حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وتحديات المناخ الاقتصادي الجديد، جامعة ورقلة، 22-23 أفريل 2003.
29. كمال عياشي، دور نظرية الأدر الأسيوية في السياسة الصناعية الجديدة في الجزائر للتحويل إلى الهياكل التصديري، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد (06)، الجزائر، 2000
30. محمد مزباني، التطور التكنولوجي لاستدامة الصناعة في ظل منافسة عالمية واقتصادية المعرفة، www.mafhoum.com/syr/articles/marayati/maryati1.
31. مصطفى أحمد الوطي، عبد المطلب مفتاح أحمد، أثر الانضمام لمنظمة التجارة العالمية على القدرة التنافسية للاقتصاد الليبي، ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر رفع القدرة التنافسية للمنتجات المحلية، اللجنة الشعبية العامة للاقتصاد والتجارة والاستثمار، طرابلس، 08 أوت 2007.
32. نبيه عاقل، البحث العلمي في الوطن العربي، دور الجامعات ومسؤولياتها، شؤون عربية، العدد 72.
33. نوري منير، المؤسسات الاقتصادية الجزائرية واشكالية التصدير خارج المحروقات، المتلقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات خ. ق. م. 2010، جامعة الشلف
34. وديع محمد عدنان، القدرة التنافسية وقياسها، مجلة خبير التنمية، المعهد العربي للتخطيط الكويت العدد 24، 2003.
35. وصاف سعدي، تنمية الصادرات والنمو الاقتصادي في الجزائر، مجلة الباحث، العدد 01، 2002.

6- القوانين والمراسيم:

1. المادة رقم 195 من قانون المالية لسنة 1996.

7- التقارير:

1. تقرير الاقتصادي العربي الموحد 2015.

2. تقرير الاقتصادي العربي الموحد، 2003.

3. تقرير التنافسية العربية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 2003.

4. تقرير التنافسية العربية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 2012.
5. تقرير صندوق النقد الدولي، الجزائر: تحقيق الاستقرار، التحول إلى اقتصاد السوق، 1998، 113
6. تقرير وزارة الاقتصاد المصرية استراتيجية تنمية الصادرات المصرية، 2001
7. صندوق النقد العربي، إحصائيات تنافسية التجارة العربية الإجمالية والبيئية، 2015
8. صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد، 2015
9. صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد، العدد 2002.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية اللغة الأجنبية:

1. ARMAND Dayan, alain ollivier, le marketing international , que saisje, presse universitaire de France , 1990
- 2.BENHAMOU , A, Les instruction Algériennes charge de les gestion et de la promotion du commerce extérieure , Revue l' économie , N 25, Mai 1998
- 3.Bouzidi M'Hamsadji Nachida,
- 4.CHARLES Crove, marketing international , 3 emme edition, de boeck, bruremes 1999
- 5.Clande Daniel, Etautres, dictionnaire d'economie et des services sociales, 1990
- 6.Debonneuil Michelle et fontagne Tidiel – cometitivité conseil d'analyse economique-Paris, 2003
- 7.Gean- perre bibeau, introduction à l'economie intermationale, gaetan quebec, 2 E, 1995
- 8.Gillochon. B. Economie internationnal, Paris, Deunod, 1995
- 9.Guide investir en algerie, edition 2009
- 10.Guide pour la redaction de contrats internationale de cooperation 13.industrellle lindoc/ece/ trade/ 124 dara.
- 11.Kada akacem, comptabilities nationale, OPU, Alger, 1990
- 12.Nadia Nour, Algérie : Economie cherche diversification, l'actuel N° : 104 , magazine de l'économie et du partenariat international , les nouvelles revues Algériennes, ANEP, Alger, Juin, 2009
- 13.Ph. Labolager, les contrats entre etats et entreprises etranges, economica, Paris, 2005 , 8 emme edtion , Paris, 1994."18. p.Koteler, marketing
- 19.Silem Ahmed, Albertini (J.M), Lemique d'economie, Dalloz, 4émme edtion , paris, 1992
- 14.Algex, le commerce extérieur, un iniriop économique Mars 2010
- 15.Said Bendrima, politique de promotion de PME en Algerie 05/Mars/ 2012.

2- المواقع الإلكترونية:

1. [www. ALGEX.DZ](http://www.ALGEX.DZ).
2. [www. Elkhobar. Com](http://www.Elkhobar.Com)
3. [www.vitmine. dz.org](http://www.vitmine.dz.org)
4. Trade competitiveness Map.intracen.org
5. Comtrade. Un.org/ DATA/
6. Douane. Gov.dz. consulté le : 08/12/2015.
7. www.andi.dz
8. Wipo.INT/ ipstats/ statistics/ country – profile.
9. word Bank, Data base, indicator location Alegria

الملاحق

Structure détaillée et notes explicatives

الملحق رقم 01

CTCI Rev.3

Cliquer sur un numéro de code pour voir le détail. Cliquer [ici](#) pour voir uniquement le premier niveau de classement.

- [0](#) - Produits alimentaires et animaux vivants
 - [00](#) - Animaux vivants autres que ceux figurant dans la division 03
 - [01](#) - Viandes et préparations de viande
 - [02](#) - Produits laitiers et oeufs d'oiseaux
 - [03](#) - Poissons (à l'exclusion des mammifères marins), crustacés, mollusques et autres invertébrés aquatiques et leurs préparations
 - [04](#) - Céréales et préparations à base de céréales
 - [05](#) - Légumes et fruits
 - [06](#) - Sucres, préparations à base de sucre et miel
 - [07](#) - Café, thé, cacao, épices, et produits dérivés
 - [08](#) - Nourriture destinée aux animaux (à l'exclusion des céréales non moulues)
 - [09](#) - Produits et préparations alimentaires divers
- [1](#) - Boissons et Tabacs
 - [11](#) - Boissons
 - [12](#) - Tabacs bruts et fabriqués
- [2](#) - Matières brutes non comestibles, à l'exception des carburants
 - [21](#) - Cuirs, peaux et pelleteries, bruts
 - [22](#) - Graines et fruits oléagineux
 - [23](#) - Caoutchouc brut (y compris le caoutchouc synthétique et le caoutchouc régénéré)
 - [24](#) - Liège et bois
 - [25](#) - Pâtes à papier et déchets de papier
 - [26](#) - Fibres textiles (à l'exception des laines en ruban (tops) et autres laines peignées) et leurs déchets (non transformés en fils ou en tissus)
 - [27](#) - Engrais bruts, autres que ceux de la division 56, et minéraux bruts (à l'exclusion du charbon, du pétrole et des pierres précieuses)
 - [28](#) - Minerais métallifères et déchets de métaux
 - [29](#) - Matières brutes d'origine animale ou végétale, n.d.a.
- [3](#) - Combustibles minéraux, lubrifiants et produits annexes
 - [32](#) - Houilles, coques et briquettes
 - [33](#) - Pétrole, produits dérivés du pétrole et produits connexes
 - [34](#) - Gaz naturel et gaz manufacturés
 - [35](#) - Énergie électrique
- [4](#) - Huiles, graisses et cires d'origine animale ou végétale
 - [41](#) - Huiles et graisses d'origine animale
 - [42](#) - Graisses et huiles végétales fixes, brutes, raffinées ou fractionnées
 - [43](#) - Huiles et graisses animales ou végétales, préparées; cires d'origine animale ou végétale; mélanges ou préparations non alimentaires de graisses ou d'huiles animales ou végétales, n.d.a.
- [5](#) - Produits chimiques et produits connexes, n.d.a.
 - [51](#) - Produits chimiques organiques
 - [52](#) - Produits chimiques inorganiques
 - [53](#) - Produits pour teinture et tannage et colorants
 - [54](#) - Produits médicaux et pharmaceutiques
 - [55](#) - Huiles essentielles, résinoïdes et produits de parfumerie; préparations pour la toilette, produits d'entretien et détergents
 - [56](#) - Engrais (autres que ceux du groupe 272)
 - [57](#) - Matières plastiques sous formes primaires
 - [58](#) - Matières plastiques sous formes autres que primaires
 - [59](#) - Matières et produits chimiques, n.d.a.
- [6](#) - Articles manufacturés classés principalement d'après la matière première
 - [61](#) - Cuirs et peaux préparés et ouvrages en cuir, n.d.a., et pelleteries apprêtées
 - [62](#) - Caoutchouc manufacturé, n.d.a.
 - [63](#) - Ouvrages en liège et en bois (à l'exclusion des meubles)
 - [64](#) - Papiers, cartons et ouvrages en pâte de cellulose, en papier ou en carton
 - [65](#) - Fils, tissus, articles textiles façonnés, n.d.a., et produits connexes
 - [66](#) - Articles minéraux non métalliques manufacturés, n.d.a.
 - [67](#) - Fer et acier
 - [68](#) - Métaux non ferreux
 - [69](#) - Articles manufacturés en métal, n.d.a.
- [7](#) - Machines et matériel de transport
 - [71](#) - Machines génératrices, moteurs et leur équipement

- [72](#) - Machines et appareils specialises pour industries particulieres
- [73](#) - Machines et appareils pour le travail des metaux
- [74](#) - Machines et appareils industriels d'application generale, n.d.a., et parties et pieces detachees, n.d.a., de machines, d'appareils et d'engins
- [75](#) - Machines et appareils de bureau ou pour le traitement automatique de l'information
- [76](#) - Appareils et equipement de telecommunication et pour l'enregistrement et la reproduction du son
- [77](#) - Machines et appareils electriques, n.d.a., et leurs parties et pieces detachees electriques (y compris les equivalents non electriques, n.d.a., de machines et appareils electriques a usage domestique)
- [78](#) - Vehicules routiers (y compris les vehicules a coussin d'air)
- [79](#) - Autre materiel de transport
- [8](#) - Articles manufacturés divers
 - [81](#) - Constructions préfabriquées; appareils sanitaires et appareillage de plomberie, de chauffage et d'éclairage, n.d.a.
 - [82](#) - Meubles et leurs parties ; articles de literie, matelas, sommiers, coussins et articles similaires rembourrés ou garnis interieurement
 - [83](#) - Articles de voyage, sacs a main et contenants similaires
 - [84](#) - Vetements et accessoires du vetement
 - [85](#) - Chaussures
 - [87](#) - Instruments et appareils professionnels, scientifiques et de vœux, n.d.a.
 - [88](#) - Appareils et fournitures de photographie et d'optique, n.d.a. ; montres et horloges
 - [89](#) - Articles manufactures divers, n.d.a.
- [9](#) - Articles et transactions non classés ailleurs dans la CTCI
 - [91](#) - Colis postaux non classés par catégorie
 - [93](#) - Transactions spéciales et articles spéciaux non classes par
 - [96](#) - Monnaies (autres que les pièces d'or) n'ayant pas cours légal
 - [97](#) - Or, a usage non monetaire (a l'exclusion des minerais et concentres d'or)
- [1](#) - Or monetaire
- [11](#) - Pièces d'or et pièces de monnaie en circulation

Would you like to leave some feedback?
(on this classification, the site in general or any other issue)

Then drop us a line at CHL@un.org.

[Back to top](#) [Statistics Division Home](#) [Contact Us](#) [Search](#) [Site Map](#)
Copyright © United Nations, 2016

الملحق رقم 02

Total exports commodities
Classification Harmonized System - 2 Digits Section
For the Period (2007-2013)
Arab Countries

إجمالي الصادرات السلعية
تصنيف النظام المنسق - أبواب المستوى الثاني
للاعوام (2007-2013)
الدول العربية

Unit Measure (US Dollar thousand)		وحدة القياس (الصادرات الأمريكية)							
Code	Section	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
I	Live animals, animal products.	3,638,870	4,638,399	4,782,832	5,781,058	6,332,718	5,517,403	6,947,493	الحيوانات الحية والمنتجات الحيوانية
II	Vegetable Products.	4,454,984	5,177,020	6,424,786	6,476,174	7,140,000	7,521,371	8,949,100	المنتجات النباتية
III	Animal and vegetable fats and oils and their cleavage products.	1,486,375	1,981,152	1,326,744	1,394,785	2,325,771	1,823,537	2,225,623	الدهون الحيوانية والنباتية والزيوت ومشتقاتها
IV	Prepared foodstuffs, beverages, spirits and vinegar, tobacco.	4,877,193	6,680,395	6,862,013	9,067,697	9,032,801	6,852,951	9,078,639	مأكولات جاهزة، مشروبات، كحوليات، خل، دخان ومنتجات التبغ
V	Mineral products.	561,881,287	776,931,570	506,155,903	646,614,545	896,198,539	1,006,902,048	977,240,085	المعادن الخام
VI	Products of the chemical or allied industries.	19,806,584	29,305,532	20,234,587	31,806,719	41,886,281	45,291,547	47,275,964	منتجات الصناعات الكيماوية والصناعات الحرفية
VII	Plastics and articles thereof, rubber and articles thereof	12,505,097	14,018,547	14,516,299	20,181,989	24,964,990	28,283,366	32,037,810	البلاستيك ومشتقاته، المطاط ومشتقاته
VIII	Raw hides and skins, leather, furskins and articles thereof.	653,269	711,096	656,950	823,963	1,000,075	850,255	867,448	الجلود الخام والجلود، الفراء ومشتقاتها
IX	Wood and articles of wood, wood charcoal, cork and articles of cork	514,111	557,279	412,800	477,154	543,290	482,802	494,664	الخشب ومشتقاته، الفحم الخشبي، الكافور والخشب الرقائقي
X	Pulp of wood or of other fibrous cellulosic material, paper and paperboard	1,982,491	2,143,019	2,330,219	3,339,745	3,402,588	2,781,192	2,774,028	مخلفات الخشب، ورق، مقادير ورقية ومشتقاتها
XI	Textiles and textile articles	14,832,559	16,420,547	14,968,375	15,875,354	16,689,362	13,778,673	13,481,029	المنسوجات والنسيج
XII	Footwear, headgear, umbrellas, sun umbrellas, walking sticks, seat sticks	1,532,732	1,515,169	1,305,607	1,374,520	1,407,264	1,201,916	991,261	الأحذية والملابس والملحمة والشماسية والمظلات، عصي المشي، عصي الجلوس
XIII	Articles of stone, plaster, cement, asbestos, ceramic products	2,011,518	4,436,269	2,654,734	3,218,317	3,456,103	3,075,043	3,638,350	مشتقات الحجر، الجبس، الإسمنت، الأسبستوس، الخزف، السيراميك
XIV	Natural or cultured pearls, precious or semi-precious stones, precious metal	15,617,920	25,991,537	27,612,063	35,940,403	49,383,520	35,124,943	33,681,182	الؤلؤ الطبيعي والاصطناعي، الأحجار الكريمة، الذهب، الفضة، النيكل
XV	Iron and steel, base metals and articles of base metal	11,313,429	15,191,520	12,406,519	16,526,685	20,711,505	25,062,167	31,127,344	الحديد والصلب والمعادن الأساسية ومشتقاتها
XVI	Mach. and mechanical appl., electr. equip, sound recorders and reproductions	18,990,645	22,439,171	20,636,058	25,150,503	28,487,220	21,291,924	21,329,484	الآلات الميكانيكية والكهربائية، المعدات الكهربائية، أجهزة التسجيل والتسجيلات
XVII	Vehicles, aircraft, vessels and associated transport equipment.	13,390,736	16,153,527	16,797,914	19,007,867	17,944,389	12,041,119	16,364,602	السيارات والطائرات والسفن والمعدات الناقلة
XVIII	Optical, photo, cinema, measuring, checking, precision instrum.	1,038,668	1,095,194	1,140,931	1,576,337	1,423,692	1,232,532	1,253,143	معدات البصريات، التصوير، السينما، القياس، الفحص، المعدات الدقيقة
XIX	Arms and ammunition, parts and accessories thereof.	18,574	47,386	75,208	11,907	28,186	11,031	11,042	الأسلحة والذخيرة وأجزاءها وملحقاتها
XX	Miscellaneous manufactured articles .	1,576,827	1,844,824	1,741,317	1,916,006	1,990,009	1,873,523	2,404,947	المصنوعات المصنوعة الأخرى
XXI	Works of art, collectors' pieces and antiques (excl. chapter 99).	12,637	14,809	28,198	34,817	103,886	271,544	142,548	العمل الفنية، مجموعات الجمع، التحف (علا الفصل 99)
XXII	Commodities not elsewhere specified.	35,613,617	55,873,256	73,191,091	53,892,952	61,816,489	2,883,106	1,448,337	السلع غير محددة في مكان آخر
Total		727,652,471	1,005,235,589	737,970,861	903,877,775	1,182,098,940	1,225,836,710	1,213,667,136	الإجمالي

الملحق رقم 03

صناعات متنوعة		المنتجات المعدنية		الملابس الجاهزة		معدات النقل		معدات إلكترونية		صناعات تكنولوجيا المعلومات		المعدات غير الإلكترونية		الصناعات الأساسية		المنتجات الجلدية		المنتجات الكيماوية		المنتجات والغزل		المنتجات الخشبية		الأغذية المصنعة		
M	A	M	A	M	A	M	A	M	A	M	A	M	A	M	A	M	A	M	A	M	A	M	A	M	A	
56	01	62	08	40	03	77	07	48	03	45	02	77	08	50	02	59	03	45	02	26	01	61	02	26	01	مصر
150	12	19	04	-	-	-	-	124	10	-	-	136	10	120	12	90	06	68	07	-	-	114	10	100	10	الجزائر
60	03	51	06	77	05	53	03	75	08	52	03	55	02	47	01	-	-	73	09	71	05	76	04	78	05	البحرين
63	04	112	11	41	04	72	06	66	06	63	04	67	07	83	07	105	09	57	06	76	06	72	03	80	06	الأردن
68	06	008	03	92	07	50	02	76	09	70	07	63	04	84	08	98	08	53	05	96	08	84	08	88	09	الكويت
72	07	121	12	86	06	104	09	72	07	78	08	64	05	99	09	89	05	81	10	88	07	82	06	81	07	لبنان
74	08	81	09	26	02	39	01	34	01	65	05	65	06	75	05	39	02	48	03	47	02	77	05	50	02	المغرب
86	09	27	05	107	10	99	08	62	04	-	-	-	-	53	04	119	11	52	04	98	10	99	09	70	04	عمان
93	10	006	02	-	-	138	11	-	-	-	-	-	-	140	13	-	-	116	11	-	-	146	13	152	13	قطر
67	05	002	01	94	08	69	05	64	05	66	06	60	03	52	03	67	04	17	01	50	04	51	01	55	03	السعودية
120	11	140	13	100	09	150	12	-	-	-	-	126	09	117	10	91	07	118	12	97	09	133	11	127	11	سوريا
57	02	87	10	24	01	54	04	36	02	44	01	54	01	76	06	31	01	71	08	49	03	83	07	83	08	تونس
152	13	57	07	-	-	132	10	-	-	-	-	142	11	119	11	116	10	122	13	-	-	137	12	131	12	اليمن

Source : International trade centre, trade performance index legacy. Intracen. Org. Consulté le 17/08/2015

الملحق رقم 04

جدول رقم (13): التنافسية الكاملة

الترتيب	مؤشر التنافسية الكامن	مؤشر الابتكارية ودرجة التنافسية	رأس المال البشري	البنية التحتية المتنامية	الدولة
22	0.33	0.16	0.48	0.36	الجزائر
7	0.50	0.30	0.75	0.45	الأرجنتين
8	0.48	0.16	0.59	0.68	البحرين
14	0.42	0.27	0.64	0.35	البرازيل
10	0.45	0.34	0.64	0.38	تشيلي
17	0.40	0.31	0.48	0.40	الصين
5	0.54	0.48	0.63	0.51	التشيك
24	0.32	0.14	0.47	0.36	مصر
3	0.57	0.37	0.84	0.51	اليونان
2	0.70	0.57	0.81	0.71	إيرلندا
12	0.43	0.28	0.63	0.38	الأردن
1	0.74	0.71	0.70	0.82	كوريا الجنوبية
19	0.39	0.12	0.56	0.49	الكويت
18	0.39	0.20	0.62	0.35	لبنان
26	0.29	0.14	0.60	0.13	ليبيا
6	0.51	0.45	0.56	0.53	ماليزيا
29	0.18	0.17	0.12	0.24	موريتانيا
15	0.42	0.32	0.58	0.35	المكسيك
27	0.27	0.21	0.31	0.29	المغرب
21	0.35	0.25	0.51	0.29	عمان
4	0.57	0.40	0.79	0.52	البرتغال
16	0.41	0.24	0.65	0.34	قطر
13	0.43	0.24	0.57	0.49	السعودية
20	0.39	0.22	0.62	0.33	جنوب أفريقيا
28	0.23	0.23	0.18	0.29	السودان
25	0.31	0.06	0.53	0.34	سوريا
11	0.44	0.32	0.60	0.41	تونس
23	0.33	0.22	0.50	0.27	تركيا
9	0.47	0.21	0.53	0.66	الإمارات
30	0.14	0.05	0.21	0.15	اليمن
	0.35	0.19	0.48	0.37	متوسط الدول العربية
	0.50	0.38	0.66	0.47	متوسط دول القارة

الملحق رقم 05

جدول رقم (14): الطاقة الابتكارية وثوطين النشأة

الدولة	نسبة الصادرات ذات القيمة المضافة العالية	نسبة واردات المعدات والآلات من إجمالي الواردات	صافي تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر	نسبة الطاقة المتجددة في إجمالي الإنتاج المحلي	الأصل على البحث العلمي والتكنولوجيا كجزء من الناتج	عدد الباحثين لكل مليون ساكن	عدد براءات الاختراع	عدد المقالات العلمية والتقنية	مؤشر الطاقة الابتكارية وتوزيعها	الترتيب
الجزائر	0.03	0.63	0.08	0.51	0.00	0.04	0.000	0.02	0.16	24
الأرجنتين	0.15	0.85	0.16	0.70	0.15	0.21	0.011	0.15	0.30	11
البحرين	0.00	0.08	0.67	0.40	0.00	0.03	0.000	0.09	0.16	25
البرازيل	0.24	0.54	0.19	0.63	0.31	0.14	0.007	0.11	0.27	13
تشيلي	0.13	0.47	0.53	0.98	0.21	0.21	0.009	0.18	0.34	7
الصين	0.60	0.73	0.11	0.44	0.44	0.23	0.005	0.07	0.31	10
التشيك	0.28	0.69	0.30	0.84	0.47	0.61	0.032	0.62	0.48	3
مصر	0.01	0.13	0.55	0.08	0.08	0.15	0.001	0.04	0.14	27
اليونان	0.19	0.35	0.07	0.92	0.16	0.43	0.016	0.78	0.37	6
إيطاليا	0.62	0.66	0.06	0.78	0.40	0.67	0.387	1.00	0.57	2
الأردن	0.02	0.25	1.00	0.75	0.11	0.00	0.002	0.10	0.28	12
كوريا الجنوبية	0.65	0.38	0.01	1.00	1.00	1.00	1.000	0.67	0.71	1
الكويت	0.01	0.59	0.00	0.03	0.03	0.04	0.020	0.18	0.12	28
لبنان	0.03	0.00	0.82	0.65	0.00	0.00	0.008	0.10	0.20	22
ليبيا	0.00	0.66	0.29	0.00	0.00	0.00	0.000	0.01	0.14	26
ماليزيا	1.00	0.98	0.23	0.96	0.20	0.12	0.038	0.05	0.45	4
موريتانيا	0.00	0.50	0.73	0.12	0.00	0.00	0.000	0.00	0.17	23
المكسيك	0.38	0.81	0.16	0.84	0.16	0.11	0.008	0.07	0.32	9
نمرب	0.19	0.32	0.15	0.61	0.20	0.15	0.000	0.02	0.21	21
عمان	0.01	0.91	0.48	0.55	0.00	0.00	0.001	0.09	0.25	14
البرتغال	0.18	0.39	0.16	0.99	0.31	0.55	0.012	0.57	0.40	5
قطر	0.00	0.91	0.32	0.58	0.00	0.00	0.009	0.08	0.24	16
السعودية	0.01	0.79	0.44	0.59	0.01	0.00	0.007	0.04	0.24	15
جنوب أفريقيا	0.12	0.59	0.15	0.37	0.29	0.09	0.022	0.10	0.22	19
السودان	0.01	1.00	0.43	0.09	0.09	0.06	0.000	0.00	0.23	17
سوريا	0.03	0.14	0.21	0.00	0.00	0.01	0.000	0.01	0.06	29
تونس	0.11	0.36	0.37	0.91	0.32	0.37	0.001	0.12	0.32	8
تركيا	0.04	0.38	0.19	0.62	0.19	0.14	0.003	0.22	0.22	18
الإمارات	0.04	0.40	0.64	0.51	0.00	0.00	0.010	0.08	0.21	20
اليمن	0.01	0.20	0.21	0.00	0.00	0.00	0.000	0.00	0.05	30
متوسط الدول العربية	0.03	0.46	0.33	0.51	0.05	0.16	0.000	0.06	0.19	
متوسط الدول العربية	0.35	0.60	0.18	0.20	0.33	0.55	0.000	0.33	0.35	

(Classification of exports by technological content)

Category name	Code	Lab
Resource context exports	0	Food and live animals.
	1	Beverages and tabaco.
	24	Cork and wood.
	25	Pulp and waste paper.
	28	Metalliferous ores and metal scrap.
	33	Petroleum, petrolum products and related materials.
	62	Rubber manufactures.
	63	Cork and wood manufactures (excluding furmiture).
Low-tech exports	64	Paper, paper board and articles of pulp, of paper or of paper board .
	26	Textile fibres (otherrhan wool tops and other cambed...).
	61	Teather, leather manufactures, and olressed furskins.
	65	Textile yorn, Fabrics, made-up articles, and related products
	69	Manufactures of metals
Un Edium-tech exports	82	Furnitur, and ports thereof, bedding, mattresses.
	51	Amine- function compounds.
	52	Inorganic chemicals.
	53	Dyeing, taning and colouring materials.
	57	Plastics in non- primary forms
	58	Plastics in non-primary forms.
	59	Chemical materials and products.
High-tech exports	73	Metal working machinery.
	54	Medicinal and pharmaceutical products.
	87	Professional, scientific and controlling instruments.
	88	Photographic apparatus, equipment and supplies and optical goods, watches and clocks.

Source : commodity trade

الملحق رقم 07

PIB

2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
103.2	117.03	134.98	171.00	137.21	161.21	200.01	209.05	209.70	213.52	166.84	الجزائر
15.97	18.50	21.73	25.71	22.94	25.71	28.78	30.75	32.54	33.39	31.13	البحرين
32.27	34.38	38.91	44.86	43.45	44.05	45.81	45.04	46.26	47.60	43.02	تونس
328.46	376.90	415.95	519.80	429.10	526.81	669.51	733.96	744.34	753.8	646	السعودية
26.52	35.82	45.90	54.53	53.15	65.63	67.33	68.73	72.07	82.15	97.16	السودان
49.95	65.14	88.84	131.61	111.66	138.52	185.75	218	234.65	228.73	180.07	العراق
31.08	37.22	42.09	60.91	48.39	58.64	67.94	76.69	78.94	81.03	69.83	عمان
44.53	60.88	79.71	115.71	97.80	125.12	167.78	186.83	198.73	206.22	164.64	قطر
80.80	101.55	114.64	147.40	105.90	115.42	154.03	174.07	174.16	162.63	114.04	الكويت
21.29	21.80	24.58	28.83	35.14	38.01	40.08	43.20	44.35	45.73	74.09	لبنان
47.33	54.96	67.52	87.14	63.03	74.77	34.70	-	-	-	-	ليبيا
89.69	107.48	130.48	162.8	188.98	218.9	236	276.35	286.01	301.50	330.8	مصر
62.34	68.64	79.04	92.5	92.9	93.2	101.4	98.3	106.8	109.9	100.59	المغرب
02.18	03.04	03.36	04.03	03.66	04.34	05.17	05.23	05.65	05.44	-	موريتانيا
16.75	19.08	21.66	26.91	25.13	30.91	32.73	35.40	40.41	43.23	37.73	اليمن
12.59	15.06	17.11	21.97	23.82	26.43	28.84	30.94	33.59	35.8	37.5	الأردن
180.62	1222.1	257.9	315.5	253.5	286.05	348.5	373.4	388.6	401.9	370.3	الإمارات
04.83	04.94	05.51	06.67	07.27	08.91	10.46	11.28	12.48	12.72	12.68	فلسطين
63.91	70.25	88.33	112.10	96.83	113.48	134.71	153.95	159.37	162.66	153.09	آ
153.09	162.66	159.37	135.95	134.71	113.48	96.83	112.10	88.33	70.25	63.91	
1150.98	1264.5	1589.94	2017.8	1742.94	2042.64	2424.78	2617.15	2709.29	2765.22	2449.44	المجموع

الملحق رقم 08

متوسط نصيب الفرد من PIB

2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
2710	3100	3590	4200	4280	4470	4590	5200	5520	5490	4870	الجزائر
16970	18220	19840	20840	18650	18660	17770	19410	20900	20610	19840	البحرين
3190	3360	3560	3880	4110	4170	4000	4110	4170	4180	3980	تونس
12460	14160	15830	18380	17940	18470	20450	23690	25230	25500	23550	السعودية
10640	11640	14850	18080	18480	18770	17150	19100	19550	18220	16910	عمان
39560	52570	59970	67830	63710	66890	71530	79380	87620	90460	83990	قطر
34600	41130	46930	50770	45010	41220	42860	49600	52060	49910	42150	الكويت
5710	5665	6250	6960	7840	8450	8600	8440	8180	7950	7710	لبنان
1240	1330	1550	1860	2140	2390	2590	2850	3040	3210	3340	مصر
2070	2250	2390	2710	2900	2950	3020	3000	3100	3070	3030	المغرب
690	830	920	1060	1090	1140	1210	1330	1420	1370	9218.4	موريتانيا
690	790	880	990	1080	1180	1060	1240	1420	1440	1140	اليمن
2530	2720	2980	3400	3680	3820	3990	4210	4420	4590	4680	الأردن
38390	40360	40360	41010	36040	34140	35250	40110	43750	44410	43090	الإمارات
6860	8570	10330	12070	11940	12250	4660	-	-	-	-	ليبيا
-	2020	2510	3530	4020	4410	4790	6100	6840	6560	5820	العراق
1660	1570	1600	1660	2110	2310	2560	3070	3060	3090	-	فلسطين
560	710	880	1080	1130	1200	1410	1640	1170	1750	1920	السودان
											سوريا
10619	11722	13068	14462	13676	13716	12985	16028	17144	17165	17202	\bar{x}