

---

# أهمية بيئة الأعمال العربية في صناعة المزايا التنافسية للمؤسسات الاقتصادية في ظلّ التوجه نحو الوحدة الاقتصادية العربية

عبد الله قلش (\*)

أستاذ في جامعة حسية بن بوعلي الشلف - الجزائر.

## مقدمة

إن فرص تأسيس ونمو المؤسسات الاقتصادية وبقاءها لا يقتصر على ما تمتلكه من موارد وإمكانات فحسب، بل يكون ذلك مرتبطاً ارتباطاً شديداً بمدى فعالية الطرق المتبعة في استغلال تلك القدرات والمهارات الداخلية، وتوجيهها نحو استغلال الفرص وتجنب التهديدات، فتحليل فرص نجاح تلك المؤسسات، وتحديد وضعيتها التنافسية، لا بد من أن يقوم على بعدين أساسيين، هما: البعد الداخلي، والبعد الخارجي.

فنظراً إلى الارتباط الشديد بين إمكانية نجاح المؤسسة وطبيعة العوامل البيئية، يكون من المهم جداً أن تعمل بشكل دائم على دراسة بيئتها التسويقية وتحليلها من أجل تحديد الفرص والتهديدات البيئية. هذا ما يجب أن تركز عليه المؤسسات الاقتصادية العربية من أجل دعم تنافسيتها، وتحقيق السبق في استغلال الفرص التسويقية التي تزخر بها بيئتها، وخاصة في ظلّ التوجه نحو الوحدة الاقتصادية العربية.

بناءً على ما سبق، سنقوم بدراسة أهمية عوامل بيئة الأعمال العربية العامة في توليد المزايا التنافسية للمؤسسات الاقتصادية، وعليه تأتي صياغة السؤال الرئيسي على النحو الآتي:

ما أهمية بيئة الأعمال العربية في صناعة المزايا التنافسية للمؤسسات الاقتصادية في ظلّ التوجه نحو الوحدة الاقتصادية؟

## أهمية البحث

يمكن تلخيص أهمية البحث في النقاط التالية:

- إبراز دور العمل العربي المشترك في تحسين بيئة الأعمال وزيادة فرص نجاح المؤسسات الاقتصادية.
- تحديد الفرص التسويقية والاستثمارية التي تصنعها العوامل البيئية في ظلّ التوجه نحو الوحدة الاقتصادية العربية.
- توجيه المؤسسات الاقتصادية نحو استغلال الفرص وتشجيعها على الاستثمار في البلدان العربية، أي تشجيع الاستثمارات العربية البينية.
- تحديد مختلف المعوقات والمشاكل البيئية التي تواجه المؤسسات الاقتصادية العربية.
- تحديد الوسائل والسياسات التي تعمل على تحسين بيئة الأعمال العربية، وزيادة جاذبيتها للاستثمارات، وخاصة العربية منها.
- تشجيع المؤسسات الاقتصادية العربية على النمو والتطور من خلال استغلال مختلف الفرص التسويقية المتاحة.

## المنهج المتبع

- من أجل دراسة أهمية بيئة الأعمال العامة للبلدان العربية كوحدة واحدة، سنعمل على تحليل بعض إحصاءات وبيانات الفترة (٢٠١٠ - ٢٠٠٠) لمجموعة البلدان العربية الخاصة بكل عامل من عوامل البيئة العامة. وهذا من خلال ما يلي:
- تحليل وضعية واتجاه تطور العوامل المكوّنة لبيئة الأعمال العامة الخاصة بالمؤسسات الاقتصادية العربية.
- تحليل طبيعة تأثر تنافسية المؤسسات الاقتصادية العربية بمختلف العوامل البيئية.
- استنتاج دور عوامل بيئة الأعمال العامة في صناعة المزايا التنافسية للمؤسسات الاقتصادية العربية.

## أولاً: تقييم عام لتنافسية المؤسسات الاقتصادية العربية

لتقييم تنافسية المؤسسات الاقتصادية بشكل عام في قطر ما، يتعيّن بحث وتحليل بعض المؤشرات والعوامل الدالة على ذلك، كتحليل التنافسية الكلية للاقتصاد وللقطاع، وتحليل أهم مكاسب هذه المؤسسات من الشهادات العالمية كشهادات الجودة، إضافة إلى اعتماد حجم المؤسسات مقارنة بالمؤسسات العالمية. وفيما يلي تحليل عام لأهم تلك المؤشرات:

## ١ - التنافسية الكلية للبلدان العربية

تعتبر التنافسية الكلية للاقتصاد الوطني أمراً مهماً لفهم مدى قوة الاقتصاد وفعالية المؤسسات وقدرته على إحداث التنمية، ورغم أنه لا يوجد ارتباط مباشر بين التنافسية الكلية وتنافسية المؤسسات، إلا أنه يمكن أن نلمس تأثيراً متبادلاً بين المستويين، لأن الأداء الكلي للمؤسسات في بلد ما هو الذي يصنع مستوى الأداء الاقتصادي في ذلك البلد<sup>(١)</sup>، لكون هذه الأخيرة تشكّل وحدة أساسية وجوهرية في إحداث الأنشطة الاقتصادية، ولهذا يكون من المهم

جداً بحث تطور تنافسية الدول كمدخل إلى فهم تنافسية مؤسساتها، ومعرفة قدرة بيئات تلك الدول على دعم تنافسية المؤسسات وتوفير المزايا التنافسية لها. وعند تحليل هذا المؤشر، بحسب ما ورد في تقرير التنافسية العربية ٢٠٠٩ الصادر عن المعهد العربي للتخطيط، الذي تضمّن التنافسية لعدد من البلدان العربية، إضافة إلى ثلاث دول للمقارنة، تبين أن هناك فجوة بين تنافسية البلدان العربية ودول المقارنة

تعتبر القيمة المضافة لصناعة ما مؤشراً مهماً لقياس تنافسية المؤسسات العاملة في هذا القطاع، ولهذا يكون من المهم تحليل هذا المؤشر في البلدان العربية من أجل تحديد مدى فعالية مؤسسات هذه القطاعات.

بلغت حوالى ٤٩ بالمئة<sup>(٢)</sup>. وهذا ما يعبر عن ضعف تنافسية البلدان العربية، وذلك عائد إلى ضعف مؤسساتها الاقتصادية، وعدم قدرتها على مواجهة التحديات التنافسية، وخاصة تلك المرتبطة بالمنافسة الأجنبية، إضافة إلى احتواء بيئة الأعمال العربية على معوقات ومخاطر، كالفساد الإداري، وضعف البنية التحتية، وغيرها.

## ٢ - تحليل التنافسية للصناعات العربية

تظهر تنافسية القطاعات الصناعية من خلال مؤشرات عديدة، كالقيمة المضافة لهذه القطاعات، والهيكل القطاعي للنتاج المحلي، وهيكل الصادرات.

تعتبر القيمة المضافة لصناعة ما مؤشراً مهماً لقياس تنافسية المؤسسات العاملة في هذا القطاع، ولهذا يكون من المهم تحليل هذا المؤشر في البلدان العربية من أجل تحديد مدى فعالية مؤسسات هذه القطاعات، حيث بلغ متوسط مساهمة القيمة المضافة للصناعة التحويلية إلى الناتج المحلي الإجمالي خلال الفترة من عام ٢٠٠٥ إلى عام ٢٠٠٧، حوالى ١٥,٤ بالمئة بالنسبة إلى مجموعة الدول الصناعية، وحوالى ٢٠,٣ بالمئة بالنسبة إلى مجموعة الدول النامية، بينما لم يشكّل سوى ٩,٤ بالمئة بالنسبة إلى مجموعة البلدان العربية، كما شهدت تلك النسبة تراجعاً

(١) منير نوري، «تحليل التنافسية العربية في ظل العولمة»، مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا (جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف)، العدد ٤ (٢٠٠٤)، ص ٢٥.

(٢) تقرير التنافسية العربية ٢٠٠٩ (الكويت: المعهد العربي للتخطيط، ٢٠٠٩)، ص ٥٠.

نسبياً من ٩,٧ إلى ٩,٣ بالمئة. ويشير تدني هذه النسبة لدى البلدان العربية مقارنةً بمجموعات الدول الأخرى، إلى تدني تنافسية قطاع الصناعات التحويلية، بحيث إن مجموعة البلدان العربية تغلب على اقتصاداتها الصناعات الإستخراجية التي تحتل النسبة الكبرى من الناتج المحلي الإجمالي، حيث تبلغ نسبة القيمة المضافة في هذه الصناعات حوالى ٣٠,٤ بالمئة<sup>(٣)</sup>، بينما تشكل نسبة هذه القيمة في الصناعات التحويلية ١٠,٢ بالمئة، وفي قطاع الخدمات ٤٥,٦ بالمئة. وهذا ما يؤكده الهيكل القطاعي للناتج المحلي الإجمالي للبلدان العربية الذي يظهر من خلال الجدول الرقم (١):

**الجدول الرقم (١)**  
**الهيكل القطاعي للناتج المحلي الإجمالي للبلدان العربية**

٢٠٠٩	٢٠٠٨	٢٠٠٥	٢٠٠٠	
٥٣,٩	٦٢,٩	٦٠,٥	٥٥,٨	إجمالي قطاعات الإنتاج بالنسبة المئوية، منها:
٦,٧	٥,٢	٦,٤	٨,٣	الزراعة
٣٠,٤	٤٣,٤	٣٨,٦	٣١,٠	الصناعات الاستخراجية
١٠,٢	٨,٧	٩,٧	١٠,٦	الصناعات التحويلية
٦,٦	٥,٥	٥,٨	٥,٩	باقي قطاعات الإنتاج
٤٥,٦	٣٦,٩	٣٨,٧	٤١,٦	إجمالي قطاعات الخدمات بالنسبة المئوية، منها:
١٢,٠	٩,٤	١١,٠	١٢,٤	الخدمات الحكومية
٠,٦	٠,٢	٠,٧	٢,٦	صافي الضرائب غير المباشرة
١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	الناتج المحلي الاجمالي (بالمئة)

**المصدر:** جامعة الدول العربية، الأمانة العامة [وآخرون]، التقرير الاقتصادي العربي الموحد ٢٠١٠ (أبو ظبي: صندوق النقد العربي، الدائرة الاقتصادية والفنية: القاهرة: جامعة الدول العربية، الأمانة العامة، ٢٠١٠)، ص ٢٤.

نلاحظ أن قطاع الصناعات الاستخراجية يحتل نسبة كبيرة في اقتصادات البلدان العربية، إذ تفوق هذه النسبة ٣٠ بالمئة خلال الفترة (٢٠٠٠ - ٢٠٠٩)، بينما تبلغ الصناعات التحويلية نسبة ١٠ بالمئة فقط، وتتراوح باقي قطاعات الإنتاج، بما فيها الزراعة، بين ٥ و ٦ بالمئة فقط. هذا ما يدل على أن اقتصادات البلدان العربية لا زالت تعتمد على الصناعات الاستخراجية، وعلى رأسها النفط، بينما تتميز القطاعات الأخرى بضعف التنافسية. ومن جهة أخرى، تظهر التحليلات أن هناك تبايناً في هذه النسب بين البلدان العربية، فنجد مثلاً أن قطاع الصناعات التحويلية بلغ المرتبة الأولى في البلدان النفطية، كليبيا مثلاً، بنسبة ٤٨,٤ بالمئة، وقد

(٣) جامعة الدول العربية، الأمانة العامة [وآخرون]، التقرير الاقتصادي العربي الموحد ٢٠١٠ (أبو ظبي: صندوق النقد العربي، الدائرة الاقتصادية والفنية: القاهرة: جامعة الدول العربية، الأمانة العامة، ٢٠١٠)، ص ١٧٠.

احتل القطاع الزراعي المرتبة الأولى في السودان بنسبة ٣٠,٤ بالمائة، أما في سورية فقد احتل قطاعا التجارة والمطاعم المرتبة الأولى بنسبة ٣٣,٥ بالمائة. هذا التنوع والتباين بين تنافسية القطاعات لدى البلدان العربية يوفر لها دوافع ومزايا مهمة للتكامل وتعزيز العمل العربي المشترك، كما أن ضعف تنافسية بعض القطاعات في بعض البلدان يدل على ضعف تنافسية مؤسسات هذه القطاعات. وهذا ما يميز معظم المؤسسات العربية مقارنة بالمؤسسات العالمية، ويجعلها مهددة بمخاطر الانفتاح على الأسواق الدولية.

وعند عرض هيكل الصادرات الإجمالية للبلدان العربية لعام ٢٠٠٩، تبين أن الوقود والمعادن يشكلان ٧٠,٨ بالمائة، والسلع غير المصنفة ٩,٦ بالمائة؛ أما السلع الزراعية فتشكّل ٣,١ بالمائة، والمصنوعات ١٦,٤ بالمائة<sup>(٤)</sup>. يتضح من ذلك أن البلدان العربية تعتمد بشكل كبير على الصناعات الاستخراجية، حيث تحتل نسبة تفوق ٧٠ بالمائة، بينما باقي القطاعات، بما فيها الصناعات التحويلية والآلات، فهي تحتل نسباً ضعيفة. وهذا يدل على ضعف تنافسية هذه القطاعات، وعدم قدرة المؤسسات في هذه القطاعات على دخول الأسواق العالمية، أي ضعف تنافسياتها مقارنة بتنافسية المؤسسات العالمية. ونجد أن نسبة أداء اقتصادات البلدان تختلف من بلد إلى آخر، إذ احتلت السعودية مثلاً الترتيب الرقم ١٨ عالمياً من حيث قيمة الصادرات السلعية بقيمة تصل إلى ١٨٩ مليار دولار، وبذلك تقدر نسبتها إلى العالم بـ ١,٥ بالمائة. وقد تلتها في الترتيب الإمارات العربية المتحدة بقيمة ١٧٥ مليار دولار، بحيث تقدر نسبتها إلى العالم بـ ١,٤ بالمائة.

وبحسب تحليلات التقرير الاقتصادي العربي الموحد الصادر عن صندوق النقد العربي لمؤشرات التنافسية الصناعية للبلدان العربية، اتضح أن ١٦ دولة تتميز بتنافسية في منتجات صناعية تشمل الزيوت والشحوم والكيماويات والمنتجات البلاستيكية والأسمدة والملابس والمنتجات الجلدية والإسمنتية والألمنيوم. وهذا ما يظهر من خلال مؤشر التخصص الدولي (لافاي)<sup>(٥)</sup>، كما يوضحه الجدول الرقم (٢):

يعكس هذا المؤشر مدى تنافسية المؤسسات التي تعمل في كل قطاع من القطاعات، فالأردن والمغرب مثلاً يملكان ميزة نسبية في منتجات، منها الأسمدة والمنسوجات والكيماويات غير العضوية والملح والكبريت. ورغم هذا، إلا أنه يظهر أن هناك ضعفاً في تنافسية المؤسسات العربية بسبب غياب الكثير من البلدان في هذا المؤشر، مثل الجزائر ومصر ولبنان والسعودية وغيرها، كما لم تظهر لهذه البلدان في قطاعات أخرى ما يدل على أن تنافسية مؤسسات هذه القطاعات لا تزال ضعيفة ودون المستوى.

(٤) المصدر نفسه، ص ١٧١.

(٥) مؤشر لافاي هو مؤشر يقيس مدى تنافسية الدول في أحد المنتجات ومدى امتلاكها لميزة نسبية، وهو يعادل الفرق بين الميزان التجاري المعدل لمنتج معين وإجمالي الميزان التجاري المعدل للبلد مضروباً في نسبة التجارة في ذلك المنتج إلى إجمالي تجارة البلد. وكلما كان أكبر دل ذلك على امتلاك هذا البلد لتنافسية قوية في هذا المنتج.

## الجدول الرقم (٢)

## مؤشر التخصص الدولي لمنتجات الصناعة التحويلية للبلدان العربية (٢٠٠٨)

المنتج	الدولة وقيمة المؤشر
الأسمدة	الأردن: ٩٢، تونس: ٤٢، البحرين: ٢٣، المغرب: ١٧
الملابس الجاهزة	تونس: ٦٧، الأردن: ٥٢، المغرب: ٢٧
الكيميائيات غير العضوية	المغرب: ٣١، الأردن: ٢٩، تونس: ٢٢
الملح والكبريت	الأردن: ٣٨، المغرب: ٢٤، سورية: ٩
صناعة الأسماك	موريتانيا: ٦٤، اليمن: ٨
الألمنيوم	البحرين: ٩٥
منتجات الحديد الخام	موريتانيا: ٣١٦
الجلود	جيبوتي: ١٩

المصدر: المصدر نفسه، ص ٨٩.

## ٣ - قياس أداء المؤسسات الاقتصادية العربية عالمياً

تبيّن البيانات والمؤشرات المعتمدة في قياس تنافسية المؤسسات الاقتصادية العربية عالمياً، التي توضح مستويات أدائها مقارنةً بالمؤسسات العالمية، أن هناك ضعفاً كبيراً لهذه المؤسسات، حيث تظهر قلة المؤسسات الاقتصادية العربية في التصنيفات العالمية والحصول على الشهادات العالمية كشهادات الإيزو. ويمكن الاستناد إلى بعض المؤشرات في تحليل الأداء التنافسي للمؤسسات الاقتصادية العربية على النحو الآتي:

- تطور حيازة البلدان العربية لشهادات الجودة الدولية: تبين دراسة شملت ١٧ بلداً عربياً تطور عدد شهادات الجودة الدولية المتضمنة لإيزو ٩٠٠٠ (Iso 9000) وإيزو ٩٠٠١ (Iso 9001) التي حازتها البلدان العربية لثلاثة أعوام، وهذا ما يلخصه الجدول الرقم (٣):

## الجدول الرقم (٣)

## تطور عدد شهادات الجودة الدولية المتضمنة لإيزو ٩٠٠٠ (Iso 9000)

## وإيزو ٩٠٠١ (Iso 9001) التي حازتها البلدان العربية لثلاثة أعوام

الأعوام	عدد الشهادات عام ٢٠٠١	عدد الشهادات عام ٢٠٠٢	عدد الشهادات عام ٢٠٠٣
الوطن العربي	٣٥١٠	٤٣١٥	٣٢٣٣
إجمالي العالم	٥١٠٦١٦	٥٦١٧٤٧	٥٦٧٩٨٥
أوروبا	٢٦٩٩٥٠	٢٩٢٩٧٠	٢٦٧٧٣٢
أمريكا الشمالية	٥٠٨٩٤	٥٣٨٠٦	٥٥٢٦٥

يتبع

## تابع

٣٩٧٥	٣٩٤١	٢٩٤٩	تركيا
١٢٨٤٦	١٤٥٢٠	١٧٦٧٦	كوريا الجنوبية
٣٤٨٠	٥٣٧٩	٣٥١٣	سنغافورا
٣٦٦٨	٣٧٢٣	٣١٩٥	ماليزيا

المصدر: محمد ماجد خشبة، الجودة الشاملة وتنافسية المشروعات، تحرير محمد عدنان وديع، سلسلة الخبراء؛ ١٥ (الكويت: المعهد العربي للتخطيط، ٢٠٠٥)، ص ٣٢.

كما نلاحظ أن عدد المؤسسات الحاصلة على شهادات الجودة العالمية في الوطن العربي يقدر بـ ٣٢٢٣ عام ٢٠٠٣، وهذا الرقم ضعيف جداً إذا ما تمت مقارنته بدول أخرى، ففي ماليزيا وحدها مثلاً بلغت هذه الشهادات ٣٦٦٨، وفي تركيا ٣٩٧٥. وهذا أيضاً يدل على ضعف أداء هذه المؤسسات على المستوى العالمي، وخاصة أنه يظهر تراجعاً في عدد المؤسسات الحاصلة على الجودة العالمية من عام ٢٠٠١ إلى عام ٢٠٠٣، حيث بلغت ٣٥١٠. وهذا يدل على أن هناك ضعفاً في الأداء التسويقي والتنظيمي لهذه المؤسسات مقارنةً بالمؤسسات العالمية، مما يجعلها مهددة بشكل كبير من طرف المنافسة العالمية.

- عند تحليل أداء المؤسسات بحسب القطاعات، وبالتركيز على القطاع المصرفي، نجد أن عدد المصارف العربية في ترتيب أكبر ألف مصرف في العالم بلغ ٨١ مصرفاً في عام ٢٠٠٦، وشكلت حصة موجودات هذه المصارف نحو ١,٢ بالمائة من مجموع موجودات أكبر ألف مصرف، كما أنها حققت أرباحاً ضخمة شكلت نسبة ٤ بالمائة من إجمالي أرباح أكبر ألف مصرف في العالم. وهذا يعتبر تطوراً ملحوظاً مقارنةً بعام ١٩٩٨، إذ بلغ عدد المصارف العربية الكبرى ضمن قائمة أكبر ألف مصرف في العالم ٦١ مصرفاً، وشكلت حصة موجوداتها نسبة تقل عن ١ بالمائة من إجمالي موجودات أكبر ألف مصرف. وقد جاء أكبر مصرف عربي ضمن هذه القائمة في عام ٢٠٠٦ في المرتبة ١١٠ من حيث رأس المال، وفي المرتبة ٢١٥ من حيث الموجودات. أما بقية المصارف العربية الكبرى، فتندرج في مرتبة متأخرة ضمن ترتيب أكبر ألف مصرف<sup>(٦)</sup>، حيث تشير هذه الأرقام إلى تأخر تصنيف المؤسسات العربية من حيث الأداء عالمياً، وبالتالي ضعف تنافسياتها أمام المؤسسات الأجنبية.

من خلال دراسة تنافسية المؤسسات الاقتصادية العربية، يتضح أن معظم المزايا التنافسية التي تكتسبها هذه المؤسسة هي من صنيع بيئتها الخارجية، التي مكنتها من التنافس والبقاء بالاعتماد على العوامل التالية:

- تتميز البيئة الاقتصادية العربية بوفرة الموارد الاقتصادية، سواء البشرية أو

(٦) جامعة الدول العربية، الأمانة العامة [وآخرون]، التقرير الاقتصادي العربي الموحد ٢٠١٠، الفصل

- الطبيعية أو المالية، الأمر الذي مكن هذه المؤسسات من امتلاك موارد بتكاليف أقل.
- الرعاية والدعم الحكومي، فكثير من البلدان العربية تعمل على دعم مؤسساتها الاقتصادية من خلال تقديم الدعم المالي لها، وكذلك تقديم مختلف الامتيازات الضريبية والاستثمارية.
- الحماية الاقتصادية، حيث تتبنى معظم البلدان العربية سياسة حماية الاقتصاد الوطني من المنافسة الأجنبية، وهذا العامل يجنب المؤسسات الاقتصادية العربية مواجهة المنافسة الأجنبية في الأسواق المحلية.
- انخفاض شدة المنافسة، وذلك نتيجة انخفاض الإنتاج المحلي أمام الطلب المحلي، وانخفاض عدد المؤسسات العربية.
- تنوع وكبر حجم الأسواق، حيث تمتاز المنطقة العربية بمعدلات نمو عالية، مما يساهم في نمو الأسواق وارتفاع معدلات الاستهلاك.
- تتميز السوق العربية بأنها سوق استهلاكية بالدرجة الأولى، وذلك لارتفاع معدلات الاستهلاك.

تساهم العوامل السابقة في بناء ودعم المزايا التنافسية للمؤسسات الاقتصادية العربية، إذا ما تمكنت هذه الأخيرة من بناء وتحديد خيارات استراتيجية وتنافسية فعالة تمكّنها من إحداث توافق وتكيف بين العوامل الداخلية والعوامل الخارجية، وخاصة أن نتائج تحليل مستويات تنافسية هذه المؤسسات تشير إلى ضعفها أمام المؤسسات الأجنبية، مما يوجب على البلدان العربية تبني سياسات تستهدف دعم وتنمية هذه المؤسسات، والاتجاه نحو دعم العمل العربي المشترك الذي يمكن أن يساهم في دعم تنافسياتها، وهذا ما سيتم بحثه لاحقاً.

## ثانياً: العمل العربي المشترك ودوره في دعم تنافسية المؤسسات الاقتصادية

لقد أصبح الاتجاه نحو الوحدة الاقتصادية العربية ضرورة ملحة لتعزيز التنمية ومواجهة التهديدات والمخاطر التي تفرضها الاقتصادات القوية، ولهذا فقد بذلت البلدان العربية جهوداً كبيرة في هذا السبيل مكنتها من تحقيق قفزة مهمة نحو تعزيز العمل العربي المشترك، خاصة بظهور عدة مؤسسات ومنظمات مشتركة تحرص على تنمية وتفعيل العمل العربي المشترك، وأبرزها جامعة الدول العربية، والمنظمة العربية للتنمية الصناعية، وصندوق النقد العربي، فهذه التنظيمات كان لها الفضل الكبير في دفع عجلة الوحدة الاقتصادية العربية، الأمر الذي أسفر عن نتائج مهمة، منها: إبرام العديد من المعاهدات الثنائية والجماعية، وإنشاء مناطق التجارة الحرة وغيرها، حيث قام المجلس الاقتصادي والاجتماعي التابع لجامعة الدول العربية خلال دورته الـ ٥٩ بالإعلان عن منطقة التجارة



الحرّة العربية الكبرى خلال ١٠ أعوام ابتداء من ١/١/١٩٩٨<sup>(٧)</sup>. وقد اعتمد على جملة من القواعد والأسس التي بموجبها تتم معاملة السلع العربية التي تتمتع بالإعفاء التدريجي من الرسوم الجمركية والضرائب ذات الأثر المماثل<sup>(٨)</sup>. ورغم هذا التقدم في تحقيق منطقة التجارة الحرة، إلا أنها لم تتمكّن من رفع مستوى مؤشر التكامل الاقتصادي أكثر من ٥ بالمئة عام ٢٠٠٩ مقارنة بـ ٤,٨ بالمئة عام ١٩٩٨. ويعود ذلك إلى ضعف القاعدة الإنتاجية العربية، وعدم اكتمال البنية الأساسية للمنطقة، وممارسة العديد من الإجراءات المقيدة للتجارة<sup>(٩)</sup>.

**إن الاتحاد بين البلدان العربية وإزالة القيود والحواجز أمام تنقل رؤوس الأموال والبضائع والأشخاص يجعل الأسواق العربية مفتوحة أمام المؤسسات، بما يسهّل عملية الدخول والخروج منها، ويجعلها تستفيد من مزايا اتساع الأسواق ووفورات الحجم.**

كما شهد عام ٢٠٠٩ العديد من اللقاءات العربية التي ركّزت على تعزيز العمل العربي المشترك، ومواجهة التحديات السياسية والاقتصادية التي تواجهها المنطقة<sup>(١٠)</sup>، وأهمها عقد قمة عربية في الكويت عام ٢٠٠٩، كما نصّت على ضرورة البدء بالتحضير للانتقال إلى الاتحاد الجمركي العربي، مع تأكيد ضرورة الانتهاء من استكمال كافة متطلبات إقامة الاتحاد الجمركي العربي والتطبيق الكامل له في عام ٢٠١٥، إضافة إلى قيام العديد من الاتحادات العربية المشتركة في مختلف المجالات.

ونتيجة لذلك، فقد حققت البلدان العربية خطوات مهمة نحو تعزيز العمل العربي المشترك، فقد ساهمت المؤسسات العربية المشتركة، وعلى رأسها مجموعة التنسيق، في تقديم مساعدات إنمائية في شكل قروض بلغت قيمتها حوالي ٥,٤ مليار دولار عام ٢٠٠٩<sup>(١١)</sup>، حيث ركّزت هذه المساعدات على دعم مشروعات البنية الأساسية والموجهة في الأساس إلى البلدان النامية، وبنسبة أكبر إلى البلدان العربية. كما انعكس ذلك على تطور الاستثمارات العربية

---

(٧) التقرير السنوي لعام ٢٠٠٩ (الكويت: المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات (ضمان)، ٢٠٠٩)، ص ٧٨.

(٨) كما توصلت الدول الأعضاء إلى منح الإعفاء بالكامل للسلع العربية منذ عام ٢٠٠٥، وعلى هذا الأساس تم تأسيس اللجان ذات العلاقة بقضايا تحرير التجارة مثل لجنة قواعد المنشأ.

(٩) جامعة الدول العربية، الأمانة العامة [وآخرون]، التقرير الاقتصادي العربي الموحد ٢٠١٠، ص ١٧٤.

(١٠) مناخ الاستثمار في الدول العربية ٢٠٠٩ (الكويت: المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، ٢٠٠٩)، ص ٢١.

(١١) وهي تضم البنك الإسلامي للتنمية، وصندوق أبو ظبي للتنمية، وصندوق أوبك للتنمية الدولية، والصندوق السعودي للتنمية، والصندوق العربي للإنماء الاقتصادي والاجتماعي، والصندوق الكويتي للتنمية الاقتصادية العربية، والمصرف العربي للتنمية الاقتصادية في أفريقيا، وبرنامج الخليج العربي للتنمية، وصندوق النقد العربي.

البينية، حيث ارتفعت نسبتها إلى الإجمالي الوارد من ٢٤,٥ بالمئة عام ٢٠٠٤ إلى ٣٥,٢ بالمئة عام ٢٠٠٨<sup>(١٢)</sup>، إضافة إلى تطورات التجارة الخارجية البينية لهذه الدول، حيث ارتفعت نسبة التجارة الخارجية البينية إلى إجمالي التجارة الخارجية من ١٠,٥٥ بالمئة عام ٢٠٠٥ إلى ١٠,٧٥ بالمئة عام ٢٠٠٩<sup>(١٣)</sup>. إلا أنه يظهر أن هناك استقراراً في هذه النسبة، وذلك يعود إلى وجود معوقات لهذا العامل تحول دون تقدمه، وتتسبب في إفشاله في الكثير من المرات، منها النزاعات والاختلافات السياسية بين البلدان العربية، إضافة إلى الضغوط الممارسة من المنظمات العالمية، كمنظمة التجارة العالمية، والبنك الدولي، إضافة إلى ضغوط الحكومات الأجنبية، مما يجعل القرار العربي غير مستقل بشكل كاف، وخاصة أن تلك المنظمات والدول تعمل على توجيه السياسات الاقتصادية للبلدان العربية وفق المناهج الليبرالية المحابية للأغنياء، والأعمال الهامشية والخدمات المالية والمضاربات، وتعزيز ثقافة الاستهلاك على حساب ثقافة الإنتاج، بهدف ربط الاقتصادات العربية بالاقتصاد العالمي. كذلك تعتبر المنطقة العربية بؤراً للتوتر والنزاعات والحروب، إضافة إلى وجود معوقات مرتبطة بهيكل وطبيعة اقتصادات البلدان العربية التي تتميز في معظمها بالضعف وعدم التنظيم الجيد.

كما أن الاتجاه نحو تعزيز الوحدة الاقتصادية العربية له دور مهم في تعزيز تنافسية المؤسسات الاقتصادية، وهذا ما نلمسه من خلال ما يلي:

- إتاحة فرص التكتل والاندماج بين المؤسسات الاقتصادية العربية من دون قيود، وهذا ما يجعل المؤسسات تستفيد من أثر تآزر واتحاد الموارد والإمكانات المتنوعة التي تمتلكها هذه المؤسسات.

- المساهمة في توسيع وزيادة حجم الأسواق وتنوعها ورفع معدلات نموها، إذ إن الاتحاد بين البلدان العربية وإزالة القيود والحواجز أمام تنقل رؤوس الأموال والبضائع والأشخاص يجعل الأسواق العربية مفتوحة أمام المؤسسات، بما يسهل عملية الدخول والخروج منها، ويجعلها تستفيد من مزايا اتساع الأسواق ووفورات الحجم.

- زيادة الفرص والمزايا التسويقية المتاحة أمام المؤسسات الاقتصادية، حيث تساهم الوحدة الاقتصادية العربية في ظهور فرص تسويقية جديدة نتيجة التغييرات والإصلاحات التي تجريها هذه البلدان على سياساتها وتوجهاتها الاقتصادية، وأيضاً نتيجة إزالة القيود الجمركية والعراقيل الاستثمارية من بعض القطاعات.

- إمكانية اتحاد وتآزر الموارد والإمكانات الاقتصادية، مما يساهم في تعزيز ودعم تنافسية المؤسسات، وخاصة أن البلدان العربية تمتاز بتنوع واختلاف في الموارد الاقتصادية.

- تتيح الوحدة الاقتصادية للمؤسسات العربية الاستفادة من المزايا المتاحة في سياسات

(١٢) التقرير السنوي لعام ٢٠٠٩، ص ٧٨.

(١٣) جامعة الدول العربية، الأمانة العامة [وآخرون]، التقرير الاقتصادي العربي الموحد ٢٠١٠،

الاتحاد، كإعفاءات الجمركية والامتيازات الضريبية والتسهيلات الاستثمارية.

بناءً على ما سبق، يجب على البلدان العربية العمل على تعزيز الوحدة الاقتصادية بما تحمله من مزايا للمؤسسات الاقتصادية، وخاصة أن تنافسية هذه الأخيرة ضعيفة لا يمكنها مواجهة المؤسسات العالمية، حيث يمكن للوحدة الاقتصادية أن تؤثر إيجاباً في بعض العوامل المكونة لبيئة أعمال هذه المؤسسات، وهذا ما يمكن توضيحه لاحقاً.

### ثالثاً: تحليل أهمية العوامل البيئية في صناعة المزايا التنافسية

إن وضعية واتجاهات العوامل المكونة لبيئة الأعمال العربية تختلف من دولة إلى أخرى، إلا أن البيانات العامة حول هذه البيئة تشير إلى أنها لم تصل بعد إلى المستوى المطلوب. وهذا ما يظهر من خلال مؤشر بيئة الأعمال<sup>(١٤)</sup> المبين في الجدول الرقم (٤):

**الجدول الرقم (٤)**  
**مؤشر بيئة الأعمال ومكوناته (٢٠٠٩)**

البلد	البنية التحتية	تدخل الحكومة في الاقتصاد	الحاكمية وفعالية المؤسسات	جاذبية الاستثمار	تكلفة القيام بالأعمال	رأس المال البشري	مؤشر بيئة الأعمال
متوسط البلدان العربية	٠,٢٧	٠,٥٥	٠,٤٠	٠,٤٢	٠,٤٦	٠,٤٨	٠,٤١
متوسط دول المقارنة(*)	٠,٣٩	٠,٥٣	٠,٦٣	٠,٥٦	٠,٦٨	٠,٧٠	٠,٥٥

(\*) تضم دول المقارنة كلاً من: ماليزيا، كوريا، أيرلندا، التشيك، التشيلي، البرتغال، جنوب أفريقيا.

المصدر: تقرير التنافسية العربية ٢٠٠٩ (الكويت: المعهد العربي للتخطيط، ٢٠٠٩)، ص ٢٨.

يظهر هذا المؤشر ضعف بيئة الأعمال العربية مقارنةً بدول أخرى، فقد بلغ متوسط هذا المؤشر فيها ٠,٥٥، في حين لم تتجاوز قيمته في البلدان العربية ٠,٤١. وقد اختلفت قيمة هذا المؤشر من دولة إلى أخرى، حيث تصدرت قطر البلدان العربية بقيمة ٠,٥٨، وتلتها البحرين بقيمة ٠,٥٦، ثم الكويت بقيمة ٠,٥٥، واحتلت سورية آخر مرتبة بقيمة ٠,٢٦. وتعكس هذه القيم عدم جاهزية بيئة الأعمال بشكل عام، بما فيها البنية التحتية والحكمية وجاذبية الاستثمار والتكلفة ورأس المال البشري، إلا أن البلدان العربية قامت بعدة تحسينات وإصلاحات لبيئة الأعمال في مختلف المجالات، مكنتها من تحسين بيئتها مقارنة بعام ٢٠٠٣ التي بلغت قيمة المؤشر الخاص بها ٠,٣٩. وسنقوم بشرح كل عامل من عوامل بيئة الأعمال وتطورها من خلال ما يلي:

## ١ - سهولة أداء الأعمال

يقوم هذا المؤشر على الإصلاحات التنظيمية التي تهدف إلى زيادة السهولة في أداء

(١٤) يضم مؤشر بيئة الأعمال للدول العربية عدة مؤشرات فرعية، منها البنية التحتية وجاذبية الاستثمار ودينامية الأسواق وغيرها.

الأعمال، من خلال قياس تأثير هذه الإصلاحات في المؤشرات الفرعية العشر المكوّنة له<sup>(١٥)</sup>.  
يبيّن الجدول الرقم (٥) ترتيب البلدان العربية وفق هذا المؤشر.

### الجدول الرقم (٥)

#### ترتيب البلدان العربية في مؤشر سهولة أداء الأعمال

البلدان	٢٠١٠	٢٠٠٩	التغير
السعودية	١٣	١٥	٢ ↑
البحرين	٢٠	١٨	(٢) ↓
الإمارات	٣٣	٤٧	١٤ ↑
قطر	٣٩	٣٧	(٢) ↓
الكويت	٦١	٥٢	(٩) ↓
عُمان	٦٥	٦٠	(٥) ↓
تونس	٦٩	٧٣	٤ ↑
اليمن	٩٩	١٠٣	٤ ↑
الأردن	١٠٠	١٠٤	٤ ↑
مصر	١٠٦	١١٦	١٠ ↑
لبنان	١٠٨	١٠١	(٧) ↓
المغرب	١٢٨	١٣٠	٢ ↑
الجزائر	١٣٦	١٣٤	٢ ↑
فلسطين	١٣٩	١٣٧	(٢) ↓
سورية	١٤٣	١٣٨	(٥) ↓
العراق	١٥٣	١٥٠	(٣) ↓
السودان	١٥٤	١٤٩	(٥) ↓
جيبوتي	١٦٣	١٥٧	(٦) ↓
موريتانيا	١٦٦	١٦١	(٥) ↓

المصدر: التقرير السنوي لعام ٢٠٠٩ (الكويت: المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات (ضمان)، ٢٠٠٩)، ص ١٧٥.

يظهر الجدول الرقم (٥) الترتيب العالمي للبلدان العربية بحسب مؤشر سهولة أداء الأعمال بناءً على عوامل وإصلاحات ذات علاقة بهذا المجال، حيث تحصّلت السعودية على المرتبة الأولى عربياً برتبة ١٣ عالمياً، وتلتها البحرين برتبة ٢٠، بينما وردت موريتانيا في ذيل ترتيب البلدان العربية برتبة ١٦٦، وهذا بحسب بيانات عام ٢٠١٠. وعند مقارنة هذه البيانات

(١٥) تتمثل هذه المؤشرات في: مؤشر تأسيس مشروع، ومؤشر حماية المستثمر، ومؤشر استخراج التراخيص، ومؤشر دفع الضرائب، ومؤشر توظيف العاملين، ومؤشر التجارة عبر الحدود، ومؤشر تسجيل الممتلكات، ومؤشر إنفاذ العقود، ومؤشر الحصول على الائتمان، ومؤشر إغلاق المشروع.

ببيانات عام ٢٠٠٩ يتضح أن هناك ٨ بلدان تحسّنت رتبته، تتقدمها الإمارات التي تقدمت بـ ١٤ رتبة، ثم مصر بـ ١٠ رتب، وهذا ما يدل على عزم البلدان العربية على تحسين بيئة أعمالها، مما يزيد في قدرة تلك البيئة على توليد المزايا التسويقية وتسهيل نشاط المؤسسات الاقتصادية، إلا أن هذا المؤشر بقدر ما يعبر عن سهولة أداء الأعمال وإنفاذ المشاريع، يعبر عن جهة أخرى عن بعض المخاطر التي يمكن أن تواجه المؤسسات الاقتصادية العربية، خاصة في ما يتعلق بمؤشر التجارة عبر الحدود، الذي يشير إلى سهولة دخول المؤسسات الأجنبية إلى السوق العربية، وبالتالي زيادة المخاطر التنافسية لهذه المؤسسات، الأمر الذي يؤثر سلباً في الفرص التسويقية المتاحة أمام هذه الأخيرة. ولهذا يجب على البلدان العربية تفعيل الاتفاقيات الثنائية والجماعية المبرمة في إطار الاتحاد الجمركي، الذي يعطي الأفضلية للسلع ذات المنشأ العربي وتعزيز الحماية للمؤسسات المحلية.

## ٢ - الاستقرار السياسي

إن الاستقرار السياسي الإيجابي يشجع المؤسسات على العمل والنمو وزيادة حجم استثماراتها، على عكس الاستقرار السياسي السلبي الذي يؤثر سلباً في الفرص التسويقية للمؤسسات، ويثبط رغبتها في النمو وزيادة حجم استثماراتها. إلا أن مستويات الاستقرار السياسي للبلدان العربية كمجموعة يأتي في المرتبة ما قبل الأخيرة بعد الدول الأفريقية، بحسب مؤشر الاستقرار السياسي<sup>(١٦)</sup> وغياب العنف، وذلك بقيمة تقارب - ١,١٣، بينما قاربت نسبة دول آسيا - ٠,٣، وأمريكا اللاتينية - ٠,١، في حين حققت كل من أمريكا الشمالية وأوروبا قيمة إيجابية لهذا المؤشر<sup>(١٧)</sup>.

تختلف قيمة هذا المؤشر من دولة إلى أخرى، فمثلاً بحسب بيانات عام ٢٠٠٩ ظهرت الصومال بأسوأ قيمة قاربت - ٣,٣١، بينما حصلت كل من السودان والعراق واليمن على قيمة أقل من - ٢، فيما حصلت خمسة بلدان أخرى على قيمة أقل من - ١، وثلاثة بلدان أخرى أقل من الصفر، فيما تحصّلت سبعة بلدان أخرى على قيمة إيجابية لهذا المؤشر، كما أظهر هذا المؤشر تحسناً في ١٢ دولة انتقالاتاً من عام ٢٠٠٨ إلى عام ٢٠٠٩<sup>(١٨)</sup>.

وبالنظر إلى هذه التحليلات، فإن العوامل السياسية المكوّنة لبيئة الأعمال العربية لا تعتبر

---

(١٦) مؤشر ذاتي على إدارة الحكم تم تجميعه من مصادر مختلفة يقيس الإدراكات الحسية لاحتمال ظهور أو حدوث حالة من عدم الاستقرار السياسي (توترات إثنية، نزاع مسلح، قلاقل اجتماعية، تهديد إرهابي، صراع داخلي، تشقق الطبقة السياسية، تغيرات دستورية، انقلابات عسكرية).

(١٧) برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، تقرير التنمية الإنسانية العربية للعام ٢٠٠٨ (نيويورك: برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، المكتب الإقليمي للدول العربية، ٢٠٠٨)، مؤشرات الحكم في البلدان العربية، الملحق الرقم (٢).

(١٨) «الاستقرار السياسي - إحصاءات ومؤشرات»، موقع برنامج إدارة الحكم في البلدان العربية التابع لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، < <http://www.pogar.org> >.

مشجعة في بعض البلدان، ولكن تعتبر أكثر جاذبية بالنسبة إلى بعض البلدان الأخرى<sup>(١٩)</sup>. هذا ما يجعل هذه الأخيرة أكثر حظاً في استقطاب الاستثمارات العربية، والأكثر ملائمة لنشاط المؤسسات.

وبشكل عام، على البلدان العربية العمل على تحقيق الاستقرار السياسي، والاتجاه نحو توحيد التشريعات في مختلف المجالات، وخاصة الاقتصادية منها، حتى تتمكن من التقدم نحو تحقيق الوحدة الاقتصادية، إضافة إلى العمل على تعزيز الأمن، والحد من الصراعات والتهديدات المختلفة.

### ٣ - الحاكمية وفعالية المؤسسات<sup>(٢٠)</sup>

تشير الإحصاءات إلى ضعف هذا المؤشر في البلدان العربية، إذ تحصّلت على قيمة ٠,٤،

مقارنة بـ ٠,٦٣ بالنسبة إلى دول المقارنة، كما ورد في الجدول الرقم (٥)، كما احتلت المنطقة العربية المرتبة ما قبل الأخيرة بعد الدول الأفريقية، بحسب مؤشر ضبط الفساد بقيمة سلبية، حيث يظهر سلبياً في ١٥ بلداً، باستثناء البحرين والأردن والكويت والسعودية والإمارات، وهذا بحسب إحصاءات عامي ٢٠٠٨ و ٢٠٠٩<sup>(٢١)</sup>. هذا ما يدل على أن الفساد

**على البلدان العربية تفعيل الاتفاقيات الثنائية والجماعية المبرمة في إطار الاتحاد الجمركي، الذي يعطي الأفضلية للسلع ذات المنشأ العربي وتعزيز الحماية للمؤسسات المحلية.**

لا يزال يعيق الأعمال والأنشطة الاقتصادية في

البلدان العربية، وخاصة أن المجال الاقتصادي قد احتل المرتبة الثالثة بعد مجال السياسة والعلاقات الاجتماعية، حيث بلغت نسبة الفساد فيه ٢٠ بالمئة وفق إحصاءات عام ٢٠٠٣، بينما كان الفساد منتشراً في وسط رجال الأعمال بنسبة ١٨ بالمئة، ليحتلوا المرتبة الثالثة بعد السياسيين وكبار الموظفين<sup>(٢٢)</sup>. كما بلغت نسبة دوافع الحصول على الخدمات من الفساد ما يفوق ٤٠ بالمئة. هذا ما يدل على أن الفساد في البلدان العربية أصبح يتخلل الأنشطة

(١٩) يعزى عدم الاستقرار السياسي في البلدان العربية إلى عدة عوامل، منها التدخلات الأجنبية في البلدان العربية، وعدم استقلالية القرار العربي، والخلافات الموروثة عن المستعمر الأجنبي، كما هي الحالة بالنسبة إلى بلدان المغرب العربي، والنعرات الطائفية التي يحدثها الغرب، إضافة إلى تدهور الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية للبلدان العربية، كتدني مستويات المعيشة، وانتشار البطالة والفقر.

(٢٠) تعني قدرة الدولة على منع الفساد ومعالجته بشتى أنواعه، وقدرة المؤسسات الحكومية على ضبطه ومكافحته، فهذا الأخير يعتبر من معوقات بيئة الأعمال، إذ يؤثر في نشاطات المؤسسات الاقتصادية، ويؤدي إلى اللامعالة في توزيع الفرص التسويقية.

(٢١) «الاستقرار السياسي - إحصاءات ومؤشرات» موقع برنامج إدارة الحكم في البلدان العربية التابع لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي.

(٢٢) برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، تقرير التنمية الإنسانية العربية للعام ٢٠٠٤: نحو الحرية في

الوطن العربي (نيويورك: برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، المكتب الإقليمي للدول العربية، ٢٠٠٤)، ص ١٢٩.

الاقتصادية ومعوقاً لها. وهذا عائد إلى انعدام العدالة وضعف أجهزة الدولة وعجزها عن محاربة الفساد، وخاصة حينما يتعلق الأمر بكبار الموظفين ورجال الأعمال، إضافة إلى انعدام الوازع الديني والأخلاقي لدى فئات المجتمع. وهذا من شأنه أن يؤثر سلباً في تنافسية المؤسسات الاقتصادية، وذلك يؤدي إلى اللامعالة في توزيع الفرص، وإلى تدهور فعالية الأنشطة الاقتصادية.

#### ٤ - الضرائب والرسوم

تتميز السياسة الضريبية للبلدان العربية بشكل عام بالاختلاف وعدم التجانس، لكن يمكن القول إن غالبية هذه الدول تستمد حصيلتها الضريبية عن طريق الضرائب غير المباشرة، كالرسوم الجمركية والضريبة على الاستهلاك. فقد تراوحت نسبة الضرائب على الدخل من جملة الإيرادات الضريبية ما بين ٢٥ إلى ٣٠ بالمئة. كما أن إيرادات الضرائب تمثل نسبة قليلة من الإيرادات، فقد بلغت نسبتها من الناتج المحلي الإجمالي في عام ٢٠٠٢ حوالي ١٧ بالمئة في البلدان غير النفطية، ونحو ٥ بالمئة فقط في البلدان النفطية، مقارنة بحوالي ٢٣ بالمئة في ألمانيا، و٢٤ بالمئة في إيطاليا، و٢٨ بالمئة في بريطانيا<sup>(٢٣)</sup>. وهذا يدل على أن البلدان العربية لا تعتمد على الضرائب بشكل عام، والضرائب المباشرة بشكل خاص، في تحصيل إيراداتها؛ وهذا ما يمثل فرصة بالنسبة إلى المؤسسات الاقتصادية العربية لاستثمار أموالها في هذه المنطقة، وخاصة أن البلدان العربية تعتمد في معظم الأحيان الحماية الجمركية لمؤسساتها ومنتجاتها. كما أن نسبة ضريبة الشركات إلى إجمالي الضرائب تراوحت ما بين ١٦ و ٢٠ بالمئة خلال الفترة (٢٠٠١ - ٢٠٠٩)، وهذا ما يعبر عن أن البلدان العربية تتجه نحو تدعيم وتشجيع الشركات بغرض تنمية الاستثمار والصادرات. ورغم أن ذلك ورد نتيجة سياسات محاباة الأغنياء، إلا أنه يمكن القول إن السياسات الضريبية في البلدان العربية تعتبر من العوامل المحفزة للمؤسسات الاقتصادية العربية.

كما أن البلدان العربية، في إطار تعزيز العمل العربي المشترك، أقرت امتيازات وإعفاءات جمركية بالكامل بالنسبة إلى السلع ذات المنشأ العربي، وخاصة في إطار اتفاقية منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى خلال ١٠ أعوام، ابتداء من ١/١/١٩٩٨<sup>(٢٤)</sup>. كما أن معظم البلدان العربية تقوم بدعم وتشجيع الاستثمار من خلال تقديم امتيازات معينة، تتمثل إما في تخفيضات الضرائب والرسوم أو تقديم تسهيلات ومنح.

#### ٥ - معدل التضخم

يعتبر التضخم من متغيرات بيئة الأعمال التي تؤثر في المؤسسات الاقتصادية، حيث تكون الحالة المستقرة هي الحالة المثالية. وفي البلدان العربية، كمجموعة، تعتبر معدلات

(٢٣) المصدر نفسه، ص ١٤٤.

(٢٤) قرار المجلس الاقتصادي والاجتماعي الرقم ١٣١٧ د.ع ٥٩ بتاريخ ١٩/٢/١٩٩٧.

التضخم مرتفعة بالنسبة إلى باقي الأقاليم في العالم، أو بالنسبة إلى المتوسط العالمي. ففي عام ٢٠٠٨، بلغ معدل التضخم حوالي ١٠,١٩ بالمئة، بينما كان المعدل العالمي ٥,٩٧ بالمئة. وفي مجموعة الدول النامية والناهضة كان معدل التضخم ٩,٢٣ بالمئة، والدول المتقدمة ٣,٣٩ بالمئة. أما في ما يخص عام ٢٠٠٩، فقد انخفض معدل التضخم في البلدان العربية إلى ٣,١٨ بالمئة، لكن هذا الانخفاض، وإن كان بنسبة كبيرة، إلا أنه لم يجعل البلدان العربية في حالة أفضل بالنسبة إلى باقي دول العالم، فالمعدل العالمي بلغ ٢,٤٥ بالمئة فقط. ويعتبر التضخم في البلدان العربية أفضل من معدل التضخم في الدول النامية والناهضة ككل، حيث بلغ في هذه الأخيرة ٥,٢٤ بالمئة<sup>(٢٥)</sup>، إذ يؤثر معدل التضخم المرتفع في البلدان العربية في تكاليف الإنتاج، بما فيها الأجور، وتكاليف المواد الأولية، ومصاريف التوزيع، كما يؤثر في أسعار المنتجات، وهو ما يضعف من تنافسيتها أمام المنتجات العالمية، إضافة إلى تأثيره في سياسات المؤسسات ووضعيتها المالية.

## ٦ - الموارد الاقتصادية

تعتبر المنطقة العربية منطقة ذات أهمية اقتصادية كبيرة، اعتباراً من الموقع والامتداد الجغرافي الذي يجعلها تتميز بتنوع المناخ والأقاليم، وأيضاً لاحتوائها على موارد اقتصادية كثيفة ومتنوعة. ومن خلال ما يلي سنقوم بشرح أهم هذه الموارد:

- تقدر المساحة الكلية للوطن العربي بحوالي ١٤,٢ مليون كلم<sup>٢</sup>، حيث تمثل حوالي ١٠,٢ بالمئة من مساحة العالم<sup>(٢٦)</sup>. وهذا ما يجعل الوطن العربي يوفر إمكانيات وموارد مهمة أمام المؤسسات الاقتصادية، وخاصة أن المساحة القابلة للزراعة تقدر بنحو ١٩٧ مليون هكتار، إذ تشكل المساحة المستغلة منها حوالي ٣٦,٥ بالمئة فقط<sup>(٢٧)</sup>.

- بلغ عدد سكان الوطن العربي حوالي ٣٤٠ مليون نسمة عام ٢٠١٠، وهو يمثل نسبة ١٠,٢ بالمئة من سكان العالم، بزيادة قدرها ٨ ملايين نسمة على عام ٢٠٠٨، وبمعدل ٢,٣ بالمئة. ويعتبر هذا المعدل مرتفعاً مقارنةً بباقي الأقاليم في العالم.

ويساهم هذا المعدل المرتفع في نمو الأسواق، وبالتالي ظهور الفرص التسويقية، كما يبين أن الوطن العربي يحتوي على موارد بشرية معتبرة، وخاصة أن حجم العمالة يبلغ حوالي ١٣٦ مليون عامل، بحسب إحصاءات عام ٢٠٠٨، وهو يمثل ٤١,١ بالمئة من إجمالي عدد السكان<sup>(٢٨)</sup>.

- تحتوي المنطقة العربية على ثروات باطنية، كالمعادن ومولدات الطاقة، فقد بلغت نسبة

(٢٥) مناخ الاستثمار في الدول العربية ٢٠٠٩، ص ٢٣٧.

(٢٦) جامعة الدول العربية، الأمانة العامة [وآخرون]، التقرير الاقتصادي العربي الموحد ٢٠١٠، ص ج.

(٢٧) المصدر نفسه، ص ١٨٠.

(٢٨) إحصاءات السكان والقوى العاملة في البلدان العربية (منظمة العمل العربية)، الجدول

الرقم (٣).



احتياطي النفط العربي المؤكد إلى الاحتياطي العالمي حوالي ٥٧,٨ بالمئة<sup>(٢٩)</sup>، بينما بلغت نسبة احتياطي الغاز الطبيعي العربي إلى الاحتياطي العالمي حوالي ٢٨,٩ بالمئة، عام ٢٠١٠.

- تملك البلدان العربية احتياطات مهمة من العملات الأجنبية، حيث تظهر المؤشرات الأولية ارتفاعاً في تلك الاحتياطات بمعدل ٥,٣ بالمئة، لتصل إلى ٩٥٨ مليار دولار في نهاية عام ٢٠١٠ مقابل ٩١٠ مليارات دولار في نهاية عام ٢٠٠٩<sup>(٣٠)</sup>، الأمر الذي يدفع بهذه البلدان إلى زيادة عدد المشاريع الاستثمارية ومخصصاتها.

## ٧ - حجم وطبيعة السوق العربية

تتميز السوق العربية بشكل عام بالتنوع والاتساع وسرعة النمو، وهذا ما يجعل هذه الأخيرة ذات فرص تسويقية متنوعة ومتجددة باستمرار. ويمكن إبراز خصائصها بشكل عام من خلال تحليل بعض المؤشرات والعوامل المعبرة عن ذلك على النحو التالي:

### أ - الفقر

صنّف التقرير الاقتصادي الموحد لعام ٢٠١٠، الصادر عن صندوق النقد العربي، البلدان العربية إلى ثلاث مجموعات، بحسب نسبة الفقراء إلى إجمالي السكان، حيث تتكوّن المجموعة الأولى من البلدان التي تفوق فيها نسبة الفقر ٤٠ بالمئة، وتشمل اليمن وموريتانيا وفلسطين والصومال والسودان وجيبوتي وجزر القمر، والمجموعة الثانية تضم البلدان التي تتراوح فيها نسبة الفقر بين ١٠ إلى ٢٥ بالمئة، وهي الأردن والبحرين وسورية والعراق ومصر، والمجموعة الثالثة تضم البلدان التي تقل فيها نسبة الفقر عن ١٠ بالمئة، وهي تونس والجزائر والمغرب ولبنان ودول مجلس التعاون الخليجي. وتوضح هذه البيانات أن هناك تنوعاً وتبايناً بين الأسواق العربية، ما يتيح للمؤسسات الاقتصادية تنوع أنشطتها ومنتجاتها، بحسب خصائص كل سوق. كما يشير أيضاً إلى ضرورة التكامل والاتحاد بين هذه البلدان.

### ب - تنمية تجارة التجزئة العربية (الأسواق)

يصدر هذا المؤشر سنوياً منذ عام ٢٠٠١ عن أ. ت. كيرني (A. T. Kearney)<sup>(٣١)</sup>، ويعمل على توفير المعلومات حول ٣٠ بلداً ناشئاً، منها ٦ بلدان عربية. ويبين الجدول الرقم (٦) ترتيب البلدان العربية وفق هذا المؤشر.

(٢٩) جامعة الدول العربية، الأمانة العامة [وآخرون]، المصدر نفسه، ص ٣٧.

(٣٠) التقرير السنوي لعام ٢٠١٠ (الكويت: المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات

(ضمان)، ٢٠١٠، ص ٩.

(٣١) إحدى أكبر الشركات الاستشارية في العلوم الإدارية في العالم، وذات حضور عالمي في قياس أداء

الأسواق الرئيسية والناهضة، وتقديم الاستشارات الاستراتيجية والتشغيلية والتقنية والتنظيمية للشركات الرائدة في هذا المجال. تهدف إلى مساعدة الشركات الدولية لتجارة التجزئة على ترتيب أولويات استراتيجياتها الاستثمارية في دول الأسواق الناشئة.

## الجدول الرقم (٦) ترتيب البلدان العربية في مؤشر تنمية تجارة التجزئة

الترتيب عربياً	البلد	الترتيب عالمياً		
		٢٠٠٨	٢٠٠٩	التغير
١	الإمارات	٢٠	٤	١٦ ↑
٢	السعودية	٧	٥	٢ ↑
٣	الجزائر	١٢	١١	١ ↑
٤	تونس	١٨	١٤	٤ ↑
٥	مصر	٥	١٥	(١٠) ↓
٦	المغرب	٦	١٩	(١٣) ↓

المصدر: المصدر نفسه، ص ١٧٠.

يبين المؤشر السابق أن السوق العربية عرفت تحسناً ملحوظاً في أربعة بلدان من بين ستة بلدان تمت دراستها، ما عدا مصر والمغرب اللتين عرفتتا تراجعاً ضمن هذا المؤشر. كما أن الترتيب العام للبلدان العربية، ممثلة في ستة بلدان تمت دراستها، يعتبر ترتيباً مناسباً، الأمر الذي يصف مدى ملائمة السوق العربية واحتوائها على فرص تسويقية جيدة للمؤسسات الاقتصادية، كما يشير أيضاً إلى تنامي وتحسن هذه الفرص، خاصة إذا علمنا أن صاحب هذا المؤشر تقرير استحدث مؤشراً جديداً حول تجارة التجزئة للملابس، تضمن تقييم أكثر من ٣٠ سوقاً دولية للملابس لتحديد قائمة أفضل ١٠ بلدان، في ضوء أربعة عوامل شملت: حجم السوق، وآفاق النمو، وثراء المستهلك واستعداده لشراء الملابس ذات الأسماء التجارية الشهيرة عالمياً، حيث أسفرت النتائج عن دخول السعودية قائمة أفضل ١٠ بلدان ضمن هذا المؤشر.

**يؤثر معدل التضخم المرتفع في البلدان العربية في تكاليف الإنتاج، بما فيها الأجور، وتكاليف المواد الأولية، ومصاريف التوزيع، كما يؤثر في أسعار المنتجات، وهو ما يضعف من تنافسيتها أمام المنتجات العالمية.**

وهذا يعني أن السوق العربية تشهد تحسناً، وتعتبر عاملاً مشجعاً لنشوء المؤسسات الاقتصادية من حيث الحجم، وآفاق النمو، وثراء المستهلك واستعداده للشراء. كما يعبر هذا المؤشر عن آثار سلبية في التنمية في البلدان العربية بفعل ميل المستهلك العربي إلى العلامات التجارية الأجنبية وانخفاض ثقته بالإنتاج المحلي. وهذا ما يفرض على البلدان العربية العمل على معالجة هذه الجوانب في إطار استراتيجيا موحدة تضم كافة المجالات ومختلف الأطراف، بما فيها المؤسسات الاقتصادية. كما أن الاتجاه نحو الوحدة الاقتصادية، وتعزيز العمل العربي المشترك الذي يعطي الأولوية للاستثمارات العربية، يساعدان على تخفيف تلك المخاطر

والسلبيات، حيث إن ذلك يجعل المؤسسات العربية تحظى بسوق واسعة وذات فرص تسويقية متطورة ومتنوعة.

### ج - المنافسة المحلية<sup>(٣٢)</sup>

رغم أهمية المنافسة بالنسبة إلى المجتمع، إلا أنها تمثل تهديداً بالنسبة إلى المؤسسات الاقتصادية، حيث تؤثر سلباً في الفرص التسويقية المتاحة، وبالتالي فإن رغبة هذه المؤسسات تتجه دوماً نحو تفضيل الأسواق ذات المنافسة القليلة الكثافة، ففيما يخص الأسواق العربية، تظهر البيانات الصادرة عن البنك الدولي ضعفاً في مؤشرات هذه الكثافة، ما يعبر عن ضعف شدة المنافسة في الأسواق العربية، وهو ما يشكل فرصاً تسويقية أمام المؤسسات الاقتصادية العربية، حيث بلغ متوسط هذا المؤشر عام ٢٠٠٨ حوالي ٥,٠٤، وهي قيمة تعتبر ضعيفة، إلا أنها تعتبر مرتفعة بالنسبة إلى الأعوام السابقة، حيث يظهر هناك تطور في كثافة المنافسة في الأسواق العربية، إذ ارتفعت من ٤,٨٨ عام ٢٠٠٦ إلى ٤,٩٦ عام ٢٠٠٧، لتصل إلى ٥,٠٤ عام ٢٠٠٨. وما يدل أيضاً على ضعف المنافسة المحلية قلة المؤسسات الاقتصادية الجديدة التي تظهر في البلدان العربية، فبحسب مؤشر كثافة مؤسسات الأعمال الجديدة (الشركات المسجلة لكل ١٠٠٠ نسمة) نلاحظ أن هناك ضعفاً شديداً في هذه النسبة، حيث استقر هذا المؤشر عند قيمة ١ من عام ٢٠٠٦ إلى عام ٢٠٠٩ لمعظم البلدان العربية، بينما وصل إلى ٢٠ في قبرص، و ٣ في ماليزيا، و ٧ في سنغافورا، عام ٢٠٠٩<sup>(٣٣)</sup>.

### د - المنافسة الأجنبية

تعتبر المنافسة الأجنبية تهديداً كبيراً بالنسبة إلى المؤسسات الاقتصادية العربية، وتنعكس تهديداتها ومخاطرها في تنامي وتطور حجم الواردات والاستثمارات المباشرة للمؤسسات الأجنبية في البلدان العربية، وهذا ما يوضحه تطور حجم هذه الاستثمارات الواردة إلى المنطقة العربية، حيث ارتفعت قيمة هذه الأخيرة بنسبة ١٠ بالمئة عام ٢٠١٠، لتبلغ قيمتها ٨٨ مليار دولار مقارنة بـ ٧٩,٢ مليار دولار عام ٢٠٠٩.

وقد أدى تنامي وتطور نسبة الواردات والاستثمارات الأجنبية المباشرة الواردة إلى البلدان العربية إلى زيادة مخاطر المنافسة الناجمة عن المؤسسات الأجنبية التي أصبحت ترى في السوق العربية سوقاً واعدة بالفرص التسويقية والاستثمارية.

---

(٣٢) يقصد بها شدة المنافسة الموجودة في بيئة المؤسسات، وتتحدد بعدد المؤسسات المتنافسة وحجم أعمالها وسياساتها العدائية، إضافة إلى حجم السوق بما فيه عدد المستهلكين وقدراتهم الشرائية ومدى استعدادهم للشراء، فهو يوضح مدى إمكانية حصول المؤسسات على حصص سوقية وتسويق منتجاتها.

(٣٣) «كثافة المنافسة المحلية - مناخ الأعمال - الإحصاءات العربية»، برنامج إدارة الحكم في البلدان

## ٨ - الفرص التسويقية

تعتبر بيئة الأعمال العربية مصدراً مهماً لظهور ونمو الفرص، وهذا ما يظهر من خلال تحليل بعض المتغيرات ذات العلاقة، كتكلفة الخطط التنموية والعروض الاستثمارية، وفجوة الطلب التي تظهر من خلال الواردات، والفجوة الغذائية.

### أ - تحليل الفرص الاستثمارية المعروضة

لقد عبّرت اللوائح الترويجية للمشاريع الاستثمارية في البلدان العربية لعام ٢٠٠٩ عن تعددها وتنوعها، وهذا ما يظهر من خلال توقعات الفرص الاستثمارية المبينة في الجدول الرقم (٧):

#### الجدول الرقم (٧)

بعض الخطط الاستثمارية المعلنة في عدد من القطاعات في البلدان العربية

البلد	الاستثمارات المتوقعة بمليار دولار	أهم القطاعات
السعودية	١٧٠	مشاريع النفط والكهرباء والمياه
الإمارات	٦٤	في قطاع النقل الجوي (مطارات)
قطر	١٤٠	مشاريع الطاقة والبنية التحتية والعقار والنقل
عُمان	٧٨	مشاريع المياه والكهرباء
الكويت	١٠٤	مشاريع متنوعة في البنية التحتية والطاقة والإسكان
الجزائر	٤٠	مشاريع الكهرباء والغاز والإسمنت
مصر	٢٥	مشاريع الكهرباء
الأردن	١٨	ضمن الخطة الوطنية للطاقة
العراق	٢٠٠	قطاعات الطاقة والإسكان والبنية التحتية
الإجمالي	٨٣٩	

المصدر: المصدر نفسه، ص ١٠٨.

يظهر الجدول الرقم (٧) تنوع وتعدد المشاريع الاستثمارية في البلدان العربية، إلا أنها ركّزت على قطاع الطاقة والبنية التحتية، حيث استحوذ قطاع النقل الجوي وحده على ١٠٥ مليارات دولار، كما بلغ مجموع ما عرضه ٢٠ بلداً عربياً ما يزيد على ١٣٣٨ فرصة استثمارية في مختلف المجالات بتكلفة ٧٢٠ مليار دولار. وهذا ما يشير إلى ثراء بيئة الأعمال العربية بالفرص الاستثمارية، ولكن ثراء البيئة العربية بالفرص قد يؤدي إلى إغراء المؤسسات الأجنبية على دخول السوق العربية. ولهذا يجب على المؤسسات الاقتصادية العربية تفعيل سياساتها لاستغلال الفرص المتاحة، كما يجب على البلدان العربية تعزيز التكامل الاقتصادي الذي يمكن المؤسسات العربية من استغلال الفرص من دون قيود ويعطيها الأولوية.

## ب - تحليل الفجوة الغذائية

تعبّر الفجوة الغذائية عن قصور الإنتاج المحلي على تغطية حجم الاستهلاك، أي هي عبارة عن فرص تسويقية غير مستغلة يكون بإمكان المؤسسات الاقتصادية استغلالها، خاصة إذا علمنا أن هذه الفجوة تعتبر مرتفعة في البلدان العربية. ففي عام ٢٠٠٧، مثلاً، وصل حجم الفجوة الغذائية إلى ٥١,١ بالمئة من الحبوب والدقيق. أما في ما يتعلق بالزيوت النباتية فوصل

حجم الفجوة فيها إلى ٦٢,٨ بالمئة، ووصل حجم الفجوة في السكر الخام إلى ٧٠,٨ بالمئة. وتشير البيانات إلى تراجع نسبة الفجوة بالنسبة إلى خمسة أصناف من المواد الغذائية، وارتفاعها في خمسة أصناف أخرى، وهذا بين عامي ٢٠٠٠ و٢٠٠٧.

**تعتبر السوق العربية استهلاكية بالدرجة الأولى، مما يجعلها ذات قدرة عالية على صناعة المزايا والفرص التسويقية للمؤسسات الاقتصادية، لكنه من جهة أخرى، يعتبر أمراً ذا تأثير سلبي في التنمية في البلدان العربية.**

أما عن الحجم الإجمالي لهذه الفجوة، فهي بلغت في عام ١٩٩٠ حوالي ١١,٨ مليار دولار، ثم ارتفعت إلى حوالي ١٣,٩ مليار دولار عام ٢٠٠٠، لترتفع أيضاً إلى حوالي ١٨,١ مليار دولار عام ٢٠٠٥. كما بلغت حوالي ٢٣,٨ مليار

دولار عام ٢٠٠٧، وازدادت بنحو ٤٠ بالمئة في عام ٢٠٠٨ مقارنة بعام ٢٠٠٥. وتظهر هذه الأرقام أن الفجوة ازدادت بمعدل سنوي بلغ ١,٧ بالمئة خلال الفترة (١٩٩٠ - ٢٠٠٠)، بينما ازدادت بمعدل ٨ بالمئة خلال الفترة (٢٠٠٠ - ٢٠٠٧). وبحسب تقديرات المنظمة العربية للتنمية الزراعية، ستصل هذه الفجوة في عام ٢٠٢٠ إلى ٤٤ مليار دولار. إن هذه النسبة المرتفعة للفجوة الغذائية تعبّر عن وجود فرص تسويقية متاحة أمام المؤسسات الاقتصادية بحيث يكون بإمكانها استثمارها.

## ج - تطور الواردات العربية من الدول الأجنبية

يمكن معرفة فجوة الطلب أو الفرص التسويقية ونوعيتها من خلال تحليل الواردات من الدول الأجنبية أيضاً، لأن ذلك يعبر عن حجم الطلب الذي تمت تغطيته من خلال الاستيراد، وخاصة أن حجم الواردات العربية يعتبر مرتفعاً، إذ بلغ سنة ٢٠٠٩ حوالي ٦٠٣,٣ مليار دولار أمريكي، وتمثل نسبتها إلى الواردات العالمية ٤,٨ بالمئة. وتختلف نسبة الواردات العربية من الدول الأجنبية بحسب القطاعات، حيث تحتل السلع الزراعية ١٦ بالمئة، والوقود والمعادن ١٥,٨ بالمئة، والسلع غير المصنفة ٧,٦ بالمئة، والمصنوعات ٦٠,٦ بالمئة<sup>(٣٤)</sup>.

يتضح من ذلك أن نسبة الواردات في قطاع المصنوعات بمختلف أنواعها يحتل نسبة

(٣٤) المصدر نفسه، ص ١٧١.

كبيرة ضمن هذا الهيكل، مما يوحي بوجود فجوة طلب في هذا القطاع كبيرة، أي أن هناك فرصاً استثمارية أمام المؤسسات العربية.

## ٩ - الاستهلاك

تحتوي السوق العربية على فرص واسعة النطاق، وذلك لارتفاع معدل الاستهلاك فيها، سواء كان العائلي أو الحكومي، وخاصة في الأعوام التي ارتفعت فيها المداخيل النفطية. ومن خلال تحليل هيكل الناتج المحلي الإجمالي للبلدان العربية، نلاحظ أن نسبة الاستهلاك مرتفعة، حيث تفوق ٦٨ بالمئة، بحسب بيانات عام ٢٠٠٩، إذ يحتل الاستهلاك العائلي نسبة ٤٩,٣ بالمئة، والاستهلاك الحكومي ١٨,٨ بالمئة، والاستثمار الإجمالي ٢٨,٤ بالمئة<sup>(٣٥)</sup>. ونتيجة لذلك، تعتبر السوق العربية استهلاكية بالدرجة الأولى، مما يجعلها ذات قدرة عالية على صناعة المزايا والفرص التسويقية للمؤسسات الاقتصادية، لكنه من جهة أخرى، يعتبر أمراً ذا تأثير سلبي في التنمية في البلدان العربية، إضافة إلى أنه يساهم في تشجيع الواردات، كما يعمل على جذب المؤسسات الأجنبية، مما يساهم في زيادة حدة المخاطر التنافسية للمؤسسات العربية.

## ١٠ - جاذبية الاستثمار

يشير مؤشر جاذبية الاستثمار إلى مدى تحسن بيئة الأعمال، من حيث الفرص التسويقية، والحرية الاقتصادية، والاستقرار السياسي، وجميع معوقات الأنشطة الاقتصادية. ورغم أن بيانات عام ٢٠٠٩ الخاصة بمؤشر جاذبية الاستثمار تشير إلى ضعف قيمته، إذ بلغت ٠,٣٩ في البلدان العربية، وذلك مقارنة بدول أخرى، وصل فيها المؤشر إلى ٠,٥٤، إلا أن هناك تحسناً ملحوظاً في قيمة هذا المؤشر، انتقلاً من عام ٢٠٠٠ إلى عام ٢٠١٠، نتيجة اتخاذ مجموعة من التدابير والإصلاحات الأكثر ملاءمة لتشجيع الاستثمار، وبالأخص الاستثمار الأجنبي، ومنها<sup>(٣٦)</sup>: خفض معدلات الضرائب، واعتماد سياسة الحفز المالي، والقيام بإصلاحات بغرض تسهيل أداء الأعمال. ورغم الإيجابيات التي يبيّنها هذا المؤشر بالنسبة إلى المؤسسات الاقتصادية العربية، بكونه يشير إلى زوال واختفاء بعض صعوبات وعوائق استثماراتها، إلا أن هذا يزيد في حجم المخاطر التي تشكّلها المؤسسات الأجنبية المتعددة الجنسيات، لأن ذلك يساهم كذلك في جذب هذه المؤسسات، ويسهّل نفاذها إلى الأسواق العربية<sup>(٣٧)</sup>. ويمكن، بالتالي، تخفيف هذه المخاطر إذا اتجهت البلدان العربية إلى تعزيز وحدتها الاقتصادية من خلال تفعيل اتفاقية الاتحاد الجمركي التي تعطي الأولوية والأفضلية للسلع ذات المنشأ العربي.

(٣٥) المصدر نفسه، ص ٢٦.

(٣٦) التقرير السنوي لعام ٢٠١٠ (المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات)، ص ١٠.

(٣٧) يظهر ذلك جلياً في ارتفاع نسبة الاستثمارات الأجنبية الواردة إلى البلدان العربية من إجمالي

الاستثمارات الأجنبية الواردة إلى العالم، حيث ارتفعت من ٤٣ بالمئة عام ٢٠٠٠ إلى ٥,٥٨ بالمئة عام ٢٠٠٨.

## ١١ - النمو الاقتصادي

انخفض إجمالي الناتج المحلي العربي (بالأسعار الثابتة) خلال عام ٢٠٠٩ إلى معدل نمو ٢,٤٢ بالمائة مقارنة بمعدل نمو بلغ ٥,٠٩ بالمائة عام ٢٠٠٨. ورغم هذا التراجع في معدل النمو، إلا أن هذا المعدل يظل إيجابياً مقارنة بمعدل النمو السلبي للاقتصاد العالمي<sup>(٣٨)</sup> الذي بلغ عام ٢٠٠٩ نسبة ٠,٦ بالمائة، وفي الدول المتقدمة بقيمة سلبية بلغت ٣,١٦ بالمائة. إن تفوق البلدان العربية في معدل نمو الاقتصاد على معدل نمو الاقتصاد العالمي، يدل على انتعاش اقتصادات هذه البلدان في ظل الظروف الراهنة، أي أن هناك تحسناً في بعض المتغيرات الاقتصادية الكلية، كالطلب المحلي والتجارة، وغيرها.

### رابعاً: العوامل البيئية والتسويقية المساهمة في إضعاف تنافسية المؤسسات الاقتصادية العربية

من خلال تحليل مختلف مكونات البيئة التسويقية العربية، يتضح أن هناك مجموعة من العوامل التي ساهمت في عرقلة نجاح المؤسسات الاقتصادية العربية، وأدت إلى إضعاف تنافسياتها. ويمكن ذكر أهم تلك العوامل في ما يلي:

- **الانتشار الواسع لثقافة السوق السوداء<sup>(٣٩)</sup>:** تتميز البيئة التسويقية العربية بالانتشار الواسع للأسواق السوداء التي لا تكون خاضعة للرقابة القانونية والضريبية، حيث تلقى قبولاً واسعاً من طرف المستهلك العربي. وهذا نتيجة لعدة عوامل اجتماعية وسياسية واقتصادية، أبرزها عدم تمكن أجهزة الدولة وتشريعاتها من احتواء وتنظيم الأسواق والتحكم في الأنشطة الاقتصادية وضبطها، وهو عادة ما يكون نتيجة حتمية للسياسات الاقتصادية الليبرالية في ظل ضعف القوانين وآليات تنفيذها.

- **عدم جاهزية البيئة التسويقية العربية لتقبل بعض الأساليب والنماذج التسويقية الحديثة،** كالتعاون مع بحوث التسويق ومبادئ المسؤولية الاجتماعية، وهذا عائد إلى انتشار الأمية، وانخفاض الوعي لدى المستهلكين.

- **غياب المعلومات التسويقية والمعلومات الخاصة بالأنشطة الاقتصادية،** إما بسبب احتكارها من الجهات المختصة وإما بسبب ندرتها الناتجة من عدم وجود هيئات مختصة تعمل على جمع وتحديث تلك المعلومات وتوفيرها إلى مستحقيها، إلى جانب نقص في مكاتب الخبرة والاستشارات التسويقية والمعاهد التي تبحث في ترقية وتطوير النشاط التسويقي للمؤسسات العربية والعمل على حل مشاكله.

- **المنافسة الأجنبية:** تعاني المؤسسات الاقتصادية العربية المنافسة الأجنبية المتأتية من

(٣٨) مناخ الاستثمار في الدول العربية ٢٠٠٩، ص ١٨.

(٣٩) ياسر محمد زكي، استراتيجيات التطوير في المؤسسات العربية (القاهرة: المنظمة العربية للتنمية

الإدارية، ٢٠٠٦)، ص ٦٠.

مختلف بلدان العالم، خاصة بالنسبة إلى المؤسسات المتعددة الجنسيات، علماً أن ٥٠٠ شركة متعددة الجنسية تسيطر على مختلف الأعمال الدولية، وتسيطر على ٩٠ بالمئة من الاستثمار الأجنبي المباشر في العالم، وعلى ٥٠ بالمئة من التجارة العالمية<sup>(٤٠)</sup>، ما يجعل المؤسسات الاقتصادية العربية أمام منافسة غير متكافئة، ساهمت في تعزيزها سياسات الانفتاح وتحرير التجارة الخارجية قبل تمكين الاقتصاد الوطني.

**- غياب استراتيجيات تسويقية واستثمارية مشتركة بين البلدان العربية وانتشار الخلافات السياسية بينها، وهذا نتيجة لفشل مساعي الوحدة الاقتصادية، وعدم التقيد باتفاقيات العمل العربي المشترك.**

**- التبعية الأجنبية الاقتصادية: تعاني الكثير من البلدان العربية الضغوطات التي**

تمارسها عليها الدول الأجنبية، الأمر الذي يضعف من استقلالية قرارها الاقتصادي. ويساهم في توجيه السياسات الاقتصادية المحلية نحو خدمة المصالح الاقتصادية الأجنبية، وهو ما يؤثر سلباً في الفرص التسويقية والاستثمارية للمؤسسات العربية. وما يعزز هذه التبعية وجود عدة عوامل، منها التاريخية، ومنها الديون، حيث بلغت قيمة الدين الخارجي للبلدان العربية عام ٢٠٠٩ حوالي ١٦٢,٣ مليار دولار أمريكي، وقيمة خدمة الدين العام نحو ١٤,٦ مليار دولار أمريكي، ونسبة الدين إلى الناتج المحلي الإجمالي ٢٢,٧ بالمئة<sup>(٤١)</sup>، حيث تعمل الدول الأجنبية على أن يبقى الاقتصاد العربي يعمل وفق الحدود التالية<sup>(٤٢)</sup>:

**إن الوحدة الاقتصادية العربية تساهم في بناء مناخ ملائم لصناعة الفرص التسويقية للمؤسسات الاقتصادية العربية، فكلما تقدمت البلدان العربية في اتجاه تعزيز وحدتها وتنمية العمل المشترك، زاد حجم المزايا والفرص التسويقية لديها.**

● منع قيام سوق عربية مشتركة أو الوحدة العربية، وهذا من خلال الضغوط التي تمارس على الحكومات، سواء في إطار الاتفاقيات والمنظمات الدولية أو الثنائية التي تعززها التبعية الاقتصادية والتاريخية.

● العمل وفق اقتصاد القطاع الواحد، حيث يطغى على اقتصادات البلدان العربية أنها ريعية، أي ترتكز بالأساس على الصناعات الاستخراجية والموارد الطبيعية الخام، وتوجيه مداخل ذلك نحو الاستيراد فقط بدلاً من توجيهها نحو تنمية اقتصادية حقيقية.

(٤٠) فريد النجار، التصدير المعاصر والتحالفات الاستراتيجية (الإسكندرية: الدار الجامعية، ٢٠٠٨)،

ص ٦٥.

(٤١) جامعة الدول العربية، الأمانة العامة [وآخرون]، التقرير الاقتصادي العربي الموحد ٢٠١٠،

ص ١٧٤.

(٤٢) النجار، المصدر نفسه، ص ٥١.



● غياب شبكة قوية للاتصالات والمواصلات والنقل الجوي والبحري والبري، مع ارتفاع التكاليف.

● التركيز على قطاع الخدمات، والتقليل من أهمية الصناعة والزراعة.

● ربط البلدان العربية بقاعدة الدولار، والضغط عليها للتعامل مع المصارف الأجنبية، بدلاً من اعتماد مصارف عربية مشتركة.

● نشر فلسفة اعتماد الوكالات التجارية، الأمر الذي يرجح كفة الاستيراد بدلاً من الاعتماد على الإنتاج المحلي.

● الاعتماد على الخبرات والاستشارات الأجنبية في حلّ المشاكل، واتخاذ القرارات الاقتصادية والاستثمارية بدلاً من الاعتماد على الخبرات المحلية.

● إزدياد الضغوط الأجنبية من أجل رفع الأجور، وتحسين مستويات الرفاهية الاقتصادية، وتقليص حجم الدعم للمؤسسات الاقتصادية.

● تأثير الإعلام الغربي في سلوك المستهلك العربي واتجاهاته، بحيث أصبح أكثر قبولاً للمنتجات الأجنبية وانبهاراً بها، الأمر الذي زاد في تراجع ثقة هذا المستهلك في المؤسسات العربية ومنتجاتها.

– العراقيل الإدارية والتنظيمية، كالبيروقراطية والفساد الإداري وغيرهما، وصلابة القوانين التي لا تساعد على تشجيع الاستثمار والابتكار.

– ضعف حماية الملكية الفكرية، مما يجعل هذه المؤسسات تشعر بعدم الأمان، وبالتالي انخفاض جهود الإبداع والابتكار.

– الاعتماد على الاستيراد، وتراجع الإنتاج المحلي، بالنظر إلى ارتفاع تكاليف هذا الأخير مقارنةً بالمنتج الأجنبي.

– تطبيق النماذج والأساليب الإدارية والتسويقية المستوردة التي غالباً ما تكون غير ملائمة للبيئة التسويقية العربية<sup>(٤٣)</sup>.

## خاتمة

من خلال ما سبق، اتضح أن بيئة الأعمال العربية تتميز بسخاء وتنوع من حيث الفرص التسويقية المتاحة أمام المؤسسات. فالخصائص التي تتميز بها من حيث اتساع فجوة الطلب المحلي، وانخفاض كثافة المنافسة، وتنوع الأسواق وكبر حجمها، فضلاً عن اتجاهات البلدان العربية إلى تحقيق الوحدة الاقتصادية العربية، يجعل السوق العربية سوقاً واسعة النطاق

(٤٣) أحمد إبراهيم غنيم، أساسيات إدارة التسويق الحديث (جدة: خوارزم العلمية للنشر والتوزيع،

ومتنوعة. كل هذه الميزات توفر للمؤسسات الاقتصادية فرصاً تسويقية تمكنها من اكتساب مزايا تنافسية إذا ما أحسنت استغلالها، بناءً على دراسة وتحليل تلك الأسواق. ومن جهة أخرى، تظهر التحاليل العامة أن هناك بعض العوائق البيئية التي تواجه المؤسسات الاقتصادية العربية، يتمثل أهمها في تنامي ظاهرة الفساد الإداري، وعدم الاستقرار السياسي والأمني، وظهور النزاعات والخلافات بين البلدان العربية، إضافة إلى تشبّع السوق العربية بثقافة السوق السوداء، وانخفاض ثقة المستهلك العربي بالمؤسسات العربية. ولهذا يجب على هذه المؤسسات، العمل على معالجة وتقليل مخاطر وعوائق البيئة المحيطة، بالتعاون مع حكومات البلدان العربية ومختلف الهيئات العربية، وذلك على النحو التالي:

- تطبيق مبادئ وتقنيات التسيير الحديث، والاعتماد على التحالفات الاستراتيجية بين مختلف المؤسسات العربية.

- استخدام الأساليب التسويقية الفعّالة التي تزيد من قدرة المؤسسات على كسب ثقة المستهلك.

- دعم الحكومات للعمل العربي المشترك من خلال تفعيل الاتفاقيات الثنائية والجماعية الخاصة بهذا الشأن.

- تشجيع المؤسسات الاقتصادية على تحسين أدائها بدلاً من انتهاج أساليب الدعم الكلاسيكية، كتقديم الدعم المالي أو الحماية الجمركية.

- توعية المؤسسات العربية بأهمية المسؤولية الاجتماعية والمساهمة في التنمية الشاملة.

- الاهتمام بتنمية الكفاءات البشرية والاعتماد عليها في حلّ المشكلات الاقتصادية والتسويقية، والعمل على توفير مكاتب وبيوت الخبرة والدراسات التسويقية والاقتصادية. وهذا يلزم رفع كفاءة وفعالية نظم التعليم والتكوين وربطها بالمجال الاقتصادي.

- محاربة التصرفات والثقافات السلبية لدى المستهلكين، كالميل إلى المنتجات الأجنبية، وانخفاض الوعي الاستهلاكي، من خلال اعتماد استراتيجيات إعلامية موحّدة تعمل على معالجة المشاكل في هذا الاتجاه، وتتصدّى لهجمات الإعلام الغربي.

من خلال ما سبق يتضح أن الوحدة الاقتصادية العربية تساهم في بناء مناخ ملائم لصناعة الفرص التسويقية للمؤسسات الاقتصادية العربية، فكلما تقدمت البلدان العربية في اتجاه تعزيز وحدتها وتنمية العمل المشترك، زاد حجم المزايا والفرص التسويقية لديها، انطلاقاً من توسيع حجم السوق وتكامل الفرص والمزايا المتنوعة والمتعددة التي تتميز بها كل دولة، وتبادل الخبرات والموارد، والاستفادة من أثر الامتيازات ومبدأ الأولوية، وبالأخص الإعفاءات الجمركية وغيرها. وهذا يتطلب أن تكون للبلدان العربية مواقف قوية ومستقلة، مستمدة من إصلاحات شاملة تمسّ جميع المجالات، بما فيها الاقتصادية والسياسية والتعليمية والاجتماعية، وترتكز في الأساس على القاعدة الشعبية التي تساهم في تعزيز موقف الدولة □