



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم: العلوم التجارية

التخصص: تسويق دولي

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث ل.م.د.

أثر صورة البلد على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر

إشراف: د. طالب فاطمة

إعداد الطالبة: خليفة فاطيمة الزهرة

لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة معسكر	أستاذ التعليم العالي	بن عبو الجيلالي
مقررا	جامعة معسكر	أستاذة محاضر أ	طالب فاطمة
عضوا	جامعة معسكر	أستاذ محاضر أ	سحانيين الميلود
عضوا	جامعة معسكر	أستاذ محاضر أ	بغداد باي غالي
عضوا	جامعة تيارت	أستاذ محاضر أ	صحراوي مروان
عضوا	جامعة البيض	أستاذ محاضر أ	مهر الحاج محمد

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

" يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ
وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ "

صدق الله العظيم

الآية 11 من سورة المجادلة.

كلمة شكر وتقدير

الحمد والشكر لله رب العالمين على فضله وتوفيقه لإنجاز هذا البحث.

يسرني بصدق ووفاء، أن أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى أستاذتي المشرفة

د. طالب فاطمة لإشرافها على تأطير هذا البحث، وعلى توجيهاتها القيمة

وإرشاداتها طوال فترة إعداد هذه الأطروحة.

كما أتقدم كذلك بخالص الشكر والامتنان الى

رئيس مشروع الدكتوراه الأستاذ الدكتور هشماوي كمال ومدير مخبر "المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بحث وإبداع" الأستاذ الدكتور كربوش محمد وزميلاتي وزملائي طلبة الدكتوراه.

كما لا يفوتني أيضا أن أشكر السادة رئيس وأعضاء لجنة المناقشة المحترمين

على قبولهم تقييم ومناقشة هذه الأطروحة.

وكل من أمدني بيد العون والمساعدة في إعداد هذه الأطروحة من قريب أو من

بعيد.

إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى من لهما الفضل في تربيّتي وتعليمي، إلى
من منحاني القدرة على المواصلة، إلى أعلى إنسانين في الوجود أُمي
الحبيبة، ورمز فخري واعتزازي أبي العزيز،

حفظهما الله وأطال في عمرهما.

إلى إخوتي وزوجة أخي وأبناء أخي؛

إلى كل الأساتذة الذين ساهموا في تعليمي ولو حرفاً؛

إلى صديقاتي؛

إليكم جميعاً أهدى هذا العمل.

ملخص

يعتبر الاستثمار الأجنبي المباشر (FDI) أحد أهم مصادر التمويل الخارجية التي تعتمد عليها معظم الدول من أجل الرفح من تميمتها الاقتصادية، وذلك بفضل الآثار المفيدة التي يولدها. نتيجة لهذا أصبحت البلدان تتنافس على استقطابه من خلال تبني سياسات سليمة تشمل الميادين السياسية؛ القانونية؛ التكنولوجية؛ الاقتصادية؛ الاجتماعية والثقافية، والتي بدورها تساهم في تشكيل الصورة العامة للبلد وتحسينها بهدف جذب انتباه المستثمرين الأجانب والتأثير على قراراتهم .

ولهذا تهدف هذه الدراسة الى استكشاف أثر صورة البلد على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر، وقد تم استخدام بيانات عينة من البلدان عددها 12، تضمها ثلاث كتلات اقتصادية BRICS, MERCOSUR, MINT، خلال الفترة الزمنية الممتدة من 2000 الى غاية 2020، وقد تمثلت متغيرات الدراسة في صافي تدفقات الاستثمار (بالدولار الأمريكي) (متغير تابع)، والعوامل السياسية (الاستقرار السياسي؛ الديمقراطية؛ الفساد)، الاقتصادية (حجم السوق؛ الانفتاح التجاري)؛ القانونية (القواعد القانونية)؛ الاجتماعية (التعليم)؛ التكنولوجية (الانترنت)؛ والعوامل الجغرافية (الموارد الطبيعية) (متغيرات مستقلة).

وظفت الدراسة منهج بيانات البانل، واعتمدنا على نموذج الآثار الثابتة في قياس الأثر، استخلصنا من خلال النموذج الكلي أن الاستقرار السياسي، الموارد الطبيعية، السيطرة على الفساد والانترنت لها أثر معنوي إيجابي على تدفقات الاستثمارات الأجنبية المباشرة، في حين أن حجم السوق، الانفتاح التجاري، مستويات الديمقراطية، النظام التعليمي والقواعد القانونية لا يؤثران على تدفقات الاستثمارات في تلك المناطق.

الكلمات المفتاحية: الاستثمار الأجنبي المباشر، الشركات متعددة الجنسيات، صورة البلد، جاذبية البلد، نموذج بيانات البانل.

Abstract:

Foreign Direct investment is one of the most important sources of foreign funding on which most countries depend in order to increase their economic development, thanks to the beneficial effects it generates . Therefore, countries are in competition to attract it by adopting solid policies that include political fields; Legal; Technology; Economic; Social and cultural, which in turn contributes to the forming the country's general image and improvement in order to attract the attention of foreign investors and to influence their decisions.

for examine the impact of a country's image on attract foreign direct investment, this research uses data from a sample of 12 nations, from groups of the BRICS, MERCOSUR, and MINT economic blocks, from the year 2000 through the year 2020. the study variables were net investment flows (US dollars) (a dependent variable), political factors (political stability, democracy, corruption), economic (market size; commercial openness); Legal (legal rules); Social (education); Technology (Internet); Geographical factors (natural resources) (independent variables).

Our research, which relied on the Panel Data Study Program, depending on the fixed effect mode, we concluded through the global model that political stability, natural resources, corruption and the Internet have a significant positive effect on foreign direct investment. flows, while trade openness, market size, levels of democracy, education system and legal rules do not affect investment flows in these regions

Keywords: Foreign Direct investment; Multinational corporations; Country image; Country attractiveness; Panel Data.

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات
	كلمة الشكر
	الاهداء
	الملخص باللغة العربية
	الملخص باللغة الانجليزية
	فهرس المحتويات
	قائمة الأشكال والجداول
	قائمة الملاحق
	قائمة المختصرات
أ - و	مقدمة عامة
الفصل الأول: مدخل الى الاستثمار الأجنبي المباشر	
08	تمهيد
09	المبحث الأول: المفاهيم الأساسية للاستثمار الأجنبي المباشر، نظرياته، أشكاله.
09	المطلب الأول: مفهوم الاستثمار الأجنبي المباشر وأهميته.
11	المطلب الثاني: أشكال وإستراتيجيات الاستثمار الأجنبي المباشر.
17	المطلب الثالث: نظريات الاستثمار الأجنبي المباشر.
23	المبحث الثاني: الاستثمار الأجنبي المباشر وإستراتيجيات الشركات متعددة الجنسيات.
23	المطلب الأول: مفهوم الشركات متعددة الجنسيات MNC وعلاقتها بالاستثمار الأجنبي المباشر.
27	المطلب الثاني: إستراتيجيات MNC .
31	المطلب الثالث: اتخاذ قرار المشروع الاستثماري للشركات متعددة الجنسيات.
38	المبحث الثالث: العوامل المؤثرة على قرارات الاستثمار الأجنبي المباشر.
38	المطلب الأول: العوامل السياسية والقانونية.
46	المطلب الثاني: العوامل الاقتصادية والبيئية (الجغرافيا).
51	المطلب الثالث: العوامل التكنولوجية، الاجتماعية والثقافية.
56	خلاصة.
الفصل الثاني: الإطار المفاهيمي لصورة البلد وعلاقتها بجذب الاستثمار الأجنبي المباشر	

58	تمهيد.
59	المبحث الأول: مفاهيم عامة حول صورة البلد وكيفية ادارتها.
59	المطلب الأول: الصورة الذهنية في التسويق.
62	المطلب الثاني: مفهوم صورة البلد، أهميتها وأشكالها.
73	المطلب الثالث: إدارة صورة البلد.
76	المبحث الثاني: اساسيات حول صورة البلد.
76	المطلب الأول: عناصر وأبعاد صورة البلد.
81	المطلب الثاني: بناء صورة البلد.
84	المطلب الثالث: أساليب قياس صورة البلد.
88	المبحث الثالث: صورة البلد وعلاقتها بجذب الاستثمار الأجنبي المباشر.
88	المطلب الأول: جذب البلدان للاستثمار الأجنبي المباشر.
91	المطلب الثاني: عوامل الجاذبية.
96	المطلب الثالث: العلاقة بين صورة البلد وجذب الاستثمار الأجنبي المباشر.
98	خلاصة
الفصل الثالث: قياس أثر صورة البلد على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر خلال الفترة الزمنية 2000-2020	
100	تمهيد.
101	المبحث الأول: عرض الدراسات السابقة ومقارنتها بالدراسة الحالية ونموذجها.
101	المطلب الأول: الدراسات السابقة.
108	المطلب الثاني: محل الدراسة من الدراسات السابقة.
108	المطلب الثالث: متغيرات، عينة الدراسة وفرضياتها.
114	المبحث الثاني: جذب الاستثمار الأجنبي المباشر في دول التكتلات الاقتصادية الثلاث محل الدراسة خلال الفترة الزمنية 2000-2020.
114	المطلب الأول: جذب الاستثمار الأجنبي المباشر في دول BRICS .
117	المطلب الثاني: جذب الاستثمار الأجنبي المباشر في دول الـ MERCOSUR .
121	المطلب الثالث: جذب الاستثمار الأجنبي المباشر في دول الـ MINT .
124	المبحث الثالث: تقدير النماذج وتحليل النتائج.

124	المطلب الأول: منهجية القياس الاقتصادي لبيانات البائل تعريفها وانواعها.
127	المطلب الثاني: تحليل بيانات الدراسة والعلاقة بين المتغيرات.
133	المطلب الثالث: تقدير النماذج وتحليل النتائج.
144	خلاصة.
145	خاتمة عامة.
152	قائمة المراجع.
164	ملاحق.

قائمة الأشكال

والجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
19	الشكل رقم (1-1): دورة حياة المنتج لـ R- Vernon	1-1
25	تصنيف الشركات وفق درجة ترتيبها.	2-1
33	أهمية بيئة الاستثمار بالنسبة للشركة.	3-1
35	مخطط لمراحل سيرورة قبل وبعد اتخاذ القرار.	4-1
67	نموذج صورة البلد.	1-2
75	نموذج إدارة صورة البلد	2-2
77	عناصر صورة البلد.	3-2
80	نموذج الأبعاد الخمسة لصورة البلد	4-2
83	هيكل بناء صورة البلد.	5-2
91	العلاقة بين مقاربات Micro, Meso, Macro	6-2
113	نموذج الدراسة.	1-3
117	التمثيل البياني لصافي تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر لدول الـ BRICS خلال 2000-2020	2-3
120	التمثيل البياني لصافي تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر لدول الـ MERCOSUR خلال 2000-2020	3-3
123	التمثيل البياني لصافي تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر لدول الـ MINT خلال 2000-2020	4-3

قائمة الجداول:

الصفحة	العنوان	الرقم
14	مزايا وعيوب أشكال الاستثمار الأجنبي المباشر على مستوى البلد الأم والبلد المضيف.	1-1
22	مزايا نظرية OLI	2-1
42	العوامل السياسية المؤثرة على تدفق الاستثمار	3-1
48	العوامل الاقتصادية المؤثرة على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر	4-1
54	العوامل الاجتماعية والثقافية المؤثرة على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر.	5-1
65	مكونات الصورة الكلية.	1-2
66	خصائص الصورة الجزئية	2-2
78	عناصر صورة البلد	3-2
83	أوجه التشابه والاختلاف في نظريات بناء صورة البلد	4-2
86	أساليب قياس صورة البلد	5-2
92	العوامل المؤثرة في جذب البلدان للشركات الأجنبية	6-2
94	مؤشرات جاذبية البلد	7-2
110	طريقة قياس المتغيرات المستقلة.	1-3
111	عينة الدراسة	2-3
116	صافي تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر لدول الـ BRICS خلال 2000-2020	3-3
119	صافي تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر لدول الـ MERCOSUR خلال 2000-2020	4-3
122	صافي تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر لدول الـ MINT خلال 2000-2020	5-3
128	جدول الاحصائيات الوصفية لمتغيرات الدراسة	6-3
130	مصفوفة الارتباط بين متغيرات الدراسة	7-3
131	نتائج اختبارات جذر الوحدة لمتغيرات الدراسة.	8-3
132	اختبار التكامل لمتغيرات الدراسة	9-3
135	اختبارات التجانس للنماذج القياسية	10-3

قائمة الأشكال والجداول

136	نتائج اختبارات Hausman للنماذج الثلاثة.	11-3
136	نتائج تقدير نماذج البانل للعينة الكلية، وللتكتلات الفردية.	12-3

قائمة الملاحق

الصفحة	العنوان	الرقم
165	انتشار البواقي للنموذج المقدر .	1
166	تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر لدول التكتلات الاقتصادية.	2
167	التحليل باستعمال المركبات الأساسية.	3
167	وصف متغيرات الدراسة.	4
168	اختبار جذر الوحدة لمتغير الاستثمار الأجنبي المباشر .	5
168	اختبار جذر الوحدة لمتغير الناتج المحلي الإجمالي للفرد.	6
169	اختبار جذر الوحدة لمتغير القواعد القانونية.	7
169	اختبار جذر الوحدة لمتغير الموارد الطبيعية.	8
170	اختبار جذر الوحدة لمتغير الانفتاح التجاري.	9
170	اختبار جذر الوحدة لمتغير الاستقرار السياسي.	10
171	اختبار جذر الوحدة لمتغير الفساد.	11
172	اختبار جذر الوحدة لمتغير مستوى الديمقراطية.	12
172	اختبار جذر الوحدة لمتغير الانترنت.	13
173	اختبار تقدير النماذج.	14
174	اختبار التكامل المشترك لمتغيرات دول BRICS .	15
175	اختبار التكامل المشترك لمتغيرات دول MERCOSUR.	16
176	اختبار التكامل المشترك لمتغيرات دول MINT.	17
177	اختبار التكامل المشترك لمتغيرات كل الدول	18

قائمة المختصرات

الرمز	المعنى باللغة العربية	المعنى باللغة الانجليزية
CMC	مجلس السوق المشتركة	Common Market Council
ECOSOC	لجنة المجلس الاقتصادي والاجتماعي التابعة للأمم المتحدة	Economic and Social Council of the United Nations
FDI	الإستثمار الأجنبي المباشر	Foreign Direct Investment
CMG	مجموعة السوق المشتركة	Common Market Group
IMD	مؤشر التنافسية العالمية	Global Competitiveness Index
IMF	صندوق النقد الدولي	International Monetary Fund
IIA	اتفاقيات الإستثمار الدولية	International Investment Agreements
ISDS	تسوية المنازعات بين المستثمرين والدول	Settlement of disputes between investors and states
IUCN	الاتحاد الدولي للحفاظ على الطبيعة	International Union for Conservation of Nature
MNC	شركة متعددة الجنسيات	Multinational corporation
MENA	دول الشرق الأوسط وشمال أفريقيا	Middle East and North African countries
OCDE	منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية	Organization for Economic Co- operation and Development
OLI	الملكية، الموقع، التدويل.	Ownership, Location, Internalization
SMSE	المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم	Small and medium sized enterprises
UN	الأمم المتحدة	United nations
UNCTAD	منظمة الأمم المتحدة للتجارة والتنمية	United Nations Trade and Development Organization
WTO	منظمة التجارة العالمية	World organization of Trad

مقدمة عامة

تسعى مختلف الحكومات في دول العالم الى تحقيق التنمية الدائمة من خلال تطبيق سياسة قوية تنطوي على القيام بمشاريع وبرامج اقتصادية تنموية متنوعة؛ هذه المشاريع تتطلب مصادر تمويل مختلفة بهدف توفير الاموال اللازمة لتحقيقها، لذلك تلجأ هذه الدول الى المصادر الخارجية للتمويل بجميع انواعها المختلفة بغرض سد الفجوة الموجودة بين احتياجات التمويل وضعف الموارد المحلية المتوفرة والمتاحة.

من بين تلك المصادر نجد الاستثمار الأجنبي المباشر الذي يمثل أحد أهم القضايا المتعلقة بالسياسة الاقتصادية لأي بلد؛ باعتباره مصدر من مصادر التمويل الخارجي؛ ويعتبر عنصر هام يدخل ضمن مخططات واستراتيجيات التنمية الاقتصادية لكافة الدول خاصة النامية منها؛ بالإضافة إلى ما يوفره من نقل للتكنولوجيا والتقنيات الحديثة؛ المساهمة في تكوين رأس المال؛ خفض معدل البطالة؛ تحفيز المنافسة؛ تخفيض عجز الميزان التجاري؛ هذا فضلا عن رفع كفاءة رأس المال البشري وتحسين المهارات وتكوين الخبرات؛ عرض منتجات وخدمات جديدة على المستهلك؛ تسريع النمو الاقتصادي وزيادة احتياطي النقد الأجنبي، هذه الخصائص التي يوفرها لا يمكن نقلها عن طريق التجارة أو عن طريق التدفقات الدولية الأخرى نظرا لاستقرارها وتأثيرها الإيجابي على الأعمال التجارية المحلية؛ وإنما عن طريق إنشاء شركات تابعة للشركة الأم في البلد المضيف، لهذا اشدت التنافس بين الدول على جذب المزيد من الاستثمارات الأجنبية المباشرة للاستفادة من المزايا المترتبة عنه.

ومع ذلك، يمكن أن يكون للاستثمار الأجنبي المباشر أيضًا بعض الآثار السلبية التي تتعلق بالتكاليف التي تتحملها البلدان المضيضة والتي يمكن لها ان تتسبب في تدهور ميزان المدفوعات بسبب إعادة الأرباح أو إغلاق بعض الشركات المحلية التي لا يمكنها مواجهة المنافسة الأجنبية.

وبما أن دول العالم اليوم أصبحت أكثر انفتاحا على الاستثمار الأجنبي المباشر، بات اهتمامها ينصب حول كيفية استقطاب هذا النوع من الاستثمارات والتأثير على قرار تحديد موقع الاستثمار الذي يعتمد على مجموعة من الخيارات التي توفرها الدول المضيضة بالإضافة الى اتاحتها على أكبر قدر ممكن من الفرص والمزايا؛ ولهذا ازدادت شدة المنافسة بينها، مما جعلها تتسابق نحو وضع إجراءات وسياسات حكومية باستعمال كل الوسائل والأدوات المتوفرة لديها من أجل تحسين الصورة العامة للبلد المضيف وتعزيز سمعته؛ ومحاولة توفير بيئة استثمارية خالية نوعا ما من الصعوبات والعراقيل التي تعيق اتجاهات المستثمرين الأجانب عند اختيارهم لمواقع استثماراتهم التي يتوقعون فيها تحقيق أعلى عائد فيها، وذلك من خلال اتباع

سياسات اقتصادية مناسبة؛ واستخدامها للعديد من الحوافز والامتيازات المالية والتمويلية لدفع وتطوير مناخ الاستثمار.

تتكون الصورة العامة للبلد من عدة عوامل تؤثر على جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة، وقد صنفها Abbes Elhasbi وآخرون (2017) إلى ستة عوامل رئيسية شملت العوامل السياسية (الاستقرار السياسي، الفساد، الديمقراطية...)؛ الاقتصادية (سعر الصرف، الانفتاح التجاري؛ الناتج المحلي الإجمالي...)؛ القانونية (التشريعات؛ حماية الملكية الفكرية؛ قوانين الاستثمار...)؛ البيئية (المناخ؛ القرب الجغرافي...)؛ التكنولوجية (البنية التحتية للاتصالات؛ الانترنت...)؛ الاجتماعية والثقافية (النمو الديموغرافي؛ العادات وتقاليد؛ التعليم...)؛ كل عامل من هذه العوامل يعتبر محددًا يمكن أن يؤثر على زيادة أو تراجع تدفق الاستثمارات الأجنبية، حيث يقوم المستثمر بدراساتها قبل البدء في المشروع الاستثماري؛ لأنه لا يمكن أن يستوطن إلا في البيئة الأكثر ملائمة واستقرارًا.

لهذا أصبحت جاذبية الاستثمار الأجنبي المباشر مصدر قلق رئيسي في كل من البلدان المتقدمة والنامية، وأصبح البحث عن بيئة ملائمة ومستقرة من أصعب المهام، وهذا المشكل يعد واحداً من أسباب ظهور التكتلات الاقتصادية التي أصبح العالم بها أكثر ديناميكية، والتي تشير إلى مجموعة الترتيبات التي تتم بين مجموعة من الدول الهادفة إلى تحرير التبادل التجاري فيما بينها وتنسيق سياساتها الحكومية والمالية؛ حماية منتجاتها الوطنية في الخارج؛ التفاوض كعضو واحد على الاتفاقيات التجارية العالمية؛ من أجل تخفيض تكلفة التنمية عبر ترشيد تكاليف الاستيراد؛ وتحقيق الاستغلال الأمثل للموارد؛ العمل على تحسين مناخ الاستثمار بتوسيع دائرة السوق وتقديم حوافز خاصة بالاستثمار، وكذلك التعاون فيما بينها على مجابهة المشكلات الاقتصادية والسياسية وكأنها دولة واحدة؛ خاصة وأنه أصبح من شبه المستحيل على أي دولة تحقيق متطلباتها التنموية بشكل منفرد.

من بين هاته التكتلات كتل BRICS الذي يحتل اقتصاده مراتب متقدمة على الصعيد الدولي؛ تكتل السوق الجنوبية المشترك لدول أمريكا اللاتينية MERCOSUR؛ ويوجد تكتل آخر وهو MINT؛ ويعتبر من الاقتصاديات المهمة في الفترة القادمة، هذه التكتلات يتوقع لها العديد من الاقتصاديين أن تشهد بلدانها نموًا أسرع من المتوسط خلال العقود القادمة، ونتيجة لهذا التنبؤ يتجه العديد من المستثمرين إلى تلك البلدان للبدء في استثماراتهم بها على أمل ارتفاع قيمة تلك الاستثمارات.

1- الإشكالية:

تطورت استراتيجية إنشاء الاستثمارات الأجنبية وترسيخها الإقليمي بشكل كبير، فأصبحت البلدان تشهد منافسات قوية تتصارع من أجل جذبها أو الاحتفاظ بها؛ من خلال السعي وراء وضع استراتيجية تسويقية مناسبة للمساعدة في تشكيل صورة البلد وتحسينها؛ وتحديد مختلف العوامل التي تساهم في جاذبية الاستثمار الأجنبي المباشر.

ولذلك، ومن خلال ما سبق يمكننا طرح إشكالية الدراسة كما يلي:

كيف تؤثر صورة البلد على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر في دول BRICS، MERCOSUR

و MINT ؟

2- الفرضية الرئيسية:

صورة البلد لها أثر إيجابي على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر في دول BRICS،

MERCOSUR و MINT .

3- الهدف من الدراسة:

يهدف هذا البحث إلى استكشاف أثر صورة البلد على جذب الاستثمار الأجنبي من خلال الخطوات

التالية:

- إجراء مراجعة شاملة لأدبيات الاستثمار الأجنبي المباشر مع التطرق الى مختلف العوامل التي تؤثر في تدفقاته؛
- التركيز بشكل خاص على المفاهيم الاساسية لصورة البلد والعوامل التي تؤثر في تكوينها، بالإضافة الى أهم النماذج المقاسة بها؛
- تحديد علاقة صورة البلد بجاذبية الاستثمارات الأجنبية المباشرة؛
- تحليل العوامل الرئيسية الجاذبة للاستثمار الأجنبي المباشر وقياس أثرها في الدول محل الدراسة.

4- أهمية الدراسة:

هذه الدراسة تساهم في تقديم كم معرفي يساعد في معرفة مختلف المفاهيم والنظريات التي تخص كل من صورة البلد والاستثمار الأجنبي المباشر؛ كما تساعد على فهم العوامل الجاذبة له والتي لها علاقة بصورة البلد المضيف.

كما تكمن أهمية الدراسة في كون أن الاستثمار الأجنبي المباشر يعتبر من بين وسائل التمويل الحديثة نسبياً؛ والذي يمثل بديلاً متميزاً مقارنة بأشكال التمويل التقليدية كالقروض الخارجية والمساعدات الدولية؛ نظراً لانخفاض تكلفته وتدني المخاطر المرتبطة به؛ بالإضافة إلى كثرة النقاش الدائر حول الكيفية المثالية التي تساهم في جذبها.

إن صورة البلد من بين المحفزات التي لها تأثير كبير على المستثمرين لذا فإن قياس تأثيرها على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر سيسهم في تقييم التجربة، ويحفز الحكومات على تحديد العوامل التي تساعد في تدفقه.

5- منهج البحث المتبع وأدوات الدراسة:

لإجراء دراستنا هذه، استندنا على المنهج الوصفي أولاً من خلال الاعتماد على الدراسات الشاملة والملمة بموضوع الاستثمار الأجنبي المباشر وصورة البلد والتي تمثلت في الكتب؛ أطروحات؛ مقالات علمية؛ مواقع إلكترونية؛ تقارير عالمية... الخ، وقد ساعدتنا بشكل كبير في إتمام الجزء النظري لهذه الأطروحة الذي يخص الفصلين الأول والثاني، أما في الجزء الأخير اعتمدنا على تحليل اقتصادي قياسي من أجل إيجاد الأثر بين متغيرات صورة البلد المختارة (المتغيرات المستقلة) والاستثمار الأجنبي المباشر (المتغير التابع)، استعنا فيه بقواعد بيانات من البنك الدولي (World Bank Data base) وعلى مؤشرات الحوكمة للبنك الدولي (World Bank Worldwide Governance Indicators)، وقمنا بتوظيف منهج تحليل بيانات البانل باستخدام نموذج الآثار الثابتة الذي كان الأنسب بالنسبة لدراستنا وهذا بالاعتماد على برنامج Eviews 12 في ادخال البيانات ومعالجتها.

6- حدود الدراسة:

تقتصر هذه الدراسة على ثلاثة حدود رئيسية تمثلت في:

✓ الحدود الموضوعية:

اقتصرت الدراسة على معرفة أهم العوامل التي تتضمنها صورة البلد والتي لها دور كبير في جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة وكذلك الشركات المتعددة الجنسيات التي تعتبر المساعد الأكبر في انتشار هذا النوع من الاستثمارات.

✓ الحدود المكانية:

تخص هذه الدراسة البلدان التي يتضمنها كتل BRICS الذي يضم خمس دول: البرازيل؛ روسيا؛ الهند؛ الصين وجنوب إفريقيا؛ وتكتل السوق الجنوبية المشترك لدول أمريكا اللاتينية MERCOSUR ويتكون من أربع دول هي: البرازيل؛ الأرجنتين؛ الأوروغواي و براغواي؛ بالإضافة الى كتل MINT الذي يضم تركيا؛ اندونيسيا؛ المكسيك ونيجيريا.

✓ الحدود الزمانية:

المدة الزمنية المختارة في دراستنا هي 20 سنة الممتدة من سنة 2000 الى غاية 2020، وقد اخترناها للأسباب التالية:

- توفر البيانات الإحصائية خلالها الخاصة بمتغيرات الدراسة؛
- المدة تساعد في نمذجة أحسن لأثر صورة البلد على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر.

7- هيكل الدراسة:

لتحقيق الأهداف المنتظرة من هذا الموضوع والوصول الى اهم النتائج الخاصة بالدراسة قمنا بتقسيمها الى مقدمة ذكرنا فيها التفاصيل الخاصة بالإشكالية؛ الفرضيات؛ اهداف واهمية الدراسة؛...الخ، وثلاثة فصول مقسمة الى مباحث ومطالب، يخص منها الفصل الأول والثاني ضبط الاطار النظري لمتغيرات الدراسة (صورة البلد، الاستثمار الأجنبي المباشر)، اما الفصل الثالث فتم تخصيصه للجانب التطبيقي والقياسي للدراسة، بالإضافة الى الخاتمة التي تختصر اهم النتائج المتوصل اليها؛ الاقتراحات والتوصيات.

حيث:

تناول الفصل الأول الاطار النظري للاستثمار الأجنبي المباشر؛ تطرقنا فيه في المبحث الأول الى المفاهيم الأساسية للاستثمار الأجنبي المباشر؛ نظرياته؛ أشكاله؛ والمبحث الثاني للاستثمار الأجنبي المباشر

واستراتيجيات الشركات متعددة الجنسيات؛ اما المبحث الثالث فيخص العوامل المؤثرة على قرارات الاستثمار الأجنبي المباشر؛

احتوى الفصل الثاني الإطار المفاهيمي لصورة البلد وعلاقتها بجاذبية الاستثمار الأجنبي المباشر؛ وتضمن هو الآخر ثلاث مباحث خصصنا فيها المبحث الأول لمفاهيم عامة حول صورة البلد وكيفية ادارتها؛ وتناول المبحث الثاني اساسيات حول صورة البلد؛ كما عالج المبحث الثالث صورة البلد وعلاقتها بجاذبية الاستثمار الأجنبي المباشر؛

اما الفصل الثالث والأخير يخص الدراسة القياسية لأثر صورة البلد على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر في دول التكتلات الاقتصادية الثلاث المذكورة أعلاه خلال الفترة الزمنية الممتدة من 2000 الى 2020، حيث تم في المبحث الأول استعراض اهم الدراسات السابقة لهذا الموضوع، وتحديد الاطار النظري للدراسة القياسية (متغيرات وعينة الدراسة)، يليه في المبحث الثاني جاذبية البلدان محل الدراسة للاستثمارات الاجنبية المباشرة، وتطرقنا في المبحث الأخير الى اختيار النموذج المناسب للدراسة تمثل في نموذج الاثار الفردية الثابتة؛ بعدها قمنا بتحليل ومناقشة النتائج.

وبعدنا انهينا دراستنا بخاتمة خصصت لعرض أبرز النتائج المتحصل عليها من خلال الفصل النظري و الفصل التطبيقي مدعمة أيضا ببعض التوصيات والاقتراحات.

الفصل الأول

مدخل الى الاستثمار الأجنبي المباشر

تمهيد:

يمثل الاستثمار الأجنبي المباشر (FDI) أحد القضايا المعاصرة ويعتبر عامل مهم من العوامل الرئيسية التي تؤثر على رفع مستوى التنمية الاقتصادية، وذلك نظراً لأهميته في تحسين الأداء الاقتصادي للدول المضيفة؛ واستعادة توازنها المالي وزيادة قدرتها التنافسية الدولية؛ بالإضافة الى جلب رأس المال الأجنبي؛ التكنولوجيا والمهارات الإدارية؛ فضلاً عن الوصول إلى أسواق عالمية جديدة، لهذا تسعى مختلف الدول الى تبني سياسات من شأنها جلب واستضافة هذا النوع من الاستثمارات والتأثير على قرارات الشركات متعددة الجنسيات المؤهلة التي تمثل قوى دافعة للاقتصاد العالمي والحصول على أكبر قدر ممكن من الأرباح عليها من خلال توفير بيئة ملائمة خالية من العراقيل تسهل على الشركات القيام بمختلف نشاطاتها، ولذلك وفي هذا السياق سنتطرق في هذا الفصل الى المفاهيم المتعلقة بالاستثمار الأجنبي المباشر، وقد تضمن مجموعة من المباحث هي كالتالي:

المبحث الأول: المفاهيم الأساسية للاستثمار الأجنبي المباشر، نظرياته، أشكاله؛

المبحث الثاني: ماهية الشركات متعددة الجنسيات وعلاقتها بالاستثمار الأجنبي المباشر؛

المبحث الثالث: العوامل المؤثرة على قرارات الاستثمار الأجنبي المباشر.

المبحث الأول: المفاهيم الأساسية للاستثمار الأجنبي المباشر، نظرياته، أشكاله.

يعتبر الاستثمار الأجنبي المباشر حجر الزاوية في مجال الأعمال التجارية الدولية، وعنصراً أساسياً في تطور العولمة والاقتصاد العالمي، كونه يساهم في تحسين الإنتاجية؛ والتقدم التكنولوجي؛ ويسد فجوات التنمية وتعزيز الكفاءة... الخ، وله عدة آثار إيجابية على النحو الاقتصادي من خلال تدفق رأس المال الأجنبي إلى الدول المضيفة وذلك من خلال توفير بيئة استثمارية مناسبة لتشجيع الاستثمار.

المطلب الأول: مفهوم الاستثمار الأجنبي المباشر وأهميته.

لقد تعددت المفاهيم الخاصة بالاستثمار الأجنبي المباشر كونه حظي باهتمام الكثير من الباحثين الاقتصاديين والهيئات الدولية والمنظمات، وذلك من أجل الوصول إلى مفهوم دقيق وواضح.

1- تعريف الاستثمار الأجنبي المباشر:

يقصد به: "تلك الاستثمارات التي يملكها ويديرها المستثمر الأجنبي إما بسبب ملكيته الكاملة لها؛ أو ملكيته لنصيب منها يكفل له حق الإدارة".¹

وعرفه صندوق النقد الدولي IMF على أنه: "أي استثمار في رأس المال أكبر من أو يساوي 10 % خارج الحدود الوطنية (إنشاء الشركات، استثمارات الأسهم والأرباح المستثمرة والقروض التابعة)".²

أما منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OCDE عرفته على أنه: "كل شخص طبيعي؛ كل مؤسسة عمومية أو خاصة؛ كل حكومة؛ كل مجموعة من الأشخاص الطبيعيين الذين لديهم علاقة تربطهم فيما بينهم؛ كل مجموعة من المؤسسات التي تمتلك الشخصية المعنوية والمرتبطة فيما بينها، هي عبارة عن مستثمر أجنبي مباشر إذا كان لديه مؤسسة استثمار مباشر، ويعني كذلك شركة فرعية تابعة تقوم بعمليات استثمارية في بلد غير البلد الذي يقيم به المستثمر الأجنبي".³

¹ د. نزيه عبد المقصود محمد مبروك، الآثار الاقتصادية للاستثمارات الأجنبية (دراسة مقارنة)، دار الفكر الجامعي، ط 1، 2013، ص 31.

² International Monetary Fund (IMF), 1993, **Balance of payments Manual**, firth edition, Washington, P 86.

³ OCDE, 1983, **définition des références détaillées des investissements internationaux**, troisième édition, Paris, P 08.

حسب منظمة الأمم المتحدة للتجارة والتنمية UNCTAD: "هو ذلك الاستثمار الذي ينطوي على علاقة طويلة المدى من أجل تحقيق مصالح دائمة والقدرة على التحكم الإداري بين الشركة الأم (الدول التي ينتمي إليها المستثمر الأجنبي)؛ وشركة أو وحدة إنتاجية في دولة أخرى (البلد المستقبل للاستثمار)".¹

ويشير إليه Maurice Obstfeld، Paul Krugman: "على أنه تدفق لرؤوس الأموال الدولية من بلد إلى آخر من خلال الأعمال التجارية أو التوسع لشركة تابعة، ومن مميزاته نقل الموارد واكتساب السيطرة".²

ويرى كل من Grosse و Kujawa: "أنه ملكية الأصول والسيطرة عليها من قبل شركة ما في بلد أجنبي، أي أنه ينطوي على شراء أصول مالية في بلد أجنبي".³

وهو أيضا الاسم الذي يطلق على العملية التي من خلالها تقوم شركة/مؤسسة في بلد ما باستثمار رأس المال في شركة / مؤسسة قائمة أو حديثة النشأة في بلد آخر.⁴

ويتضمن ما يلي:⁵

- الأموال المنفقة من أجل تمويل إنشاء مؤسسة جديدة أو توسيع المؤسسة المنشأة، أين المستثمر الأجنبي يراقب التسيير؛
- الأموال المنفقة من أجل شراء كلي أو جزئي لمؤسسة موجودة عن طريق الشراء المباشر أو عن طريق شراء أسهم، وهنا أيضا تكون الرقابة من طرف المستثمر الأجنبي.

2- أهمية الاستثمار الأجنبي المباشر:

للاستثمار الأجنبي المباشر أهمية كبيرة لتنمية أي اقتصاد، كونه يعتبر مصدرا هاما من مصادر التمويل الدولية خاصة بالنسبة للدول المضيفة التي عجزت فيها المدخرات المحلية عن سد الفجوة للتجارة الخارجية⁶، وتكمن أهميته من خلال تحسين الظروف الخاصة بالبلد بشكل عام، وهذا من حيث القدرة على التنوع؛

¹ سيدات كريمة، العوامل المؤثرة في الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه علوم اقتصادية، جامعة الجيلالي اليابس، سيدي بلعباس، 2014-2015، ص 57.

² Paul. R Krugman, Maurice. Obstfeld, 2001, **Economie internationale traduction de la 5^{eme} édition américaine par Achille Hannequart et Fabienne Leloup**, P 197.

³ Douglas E. Thomas, Robert. Grosse, 2001, **country of origine determinant of foreign direct investment in an emerging market, the case of Mexico**, journal of international Management, vol (7), P 60.

⁴ Raluca. Elena Iloie, 2015, **connections between FDI, corruption Index and country Risk assessments in central and eastern Europe**, Procedia economics and finance, vol (32), P 627.

⁵ د. سيف محمود عبد الله التهامي، د. إبراهيم جابر السيد أحمد، إدارة الاستثمار الأجنبي المباشر، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، ط 01، 2019 ص 109.

⁶ عبد الكريم كاكي، الاستثمار الأجنبي المباشر والتنافسية الدولية، مكتبة حسن العصرية، بيروت، 2013، ص 43.

ومستوى القدرة الاستيعابية؛ والاستفادة من الفرص المختلفة للربط بين الاستثمار الأجنبي المباشر والاستثمار المحلي¹.

وينظر للاستثمار الأجنبي المباشر على أنه أيضا مصدرا قيما لنقل التكنولوجيا والمعرفة؛ تعزيز العلاقات مع الوافدين الأجانب وشركائهم في الاقتصاد المضيف، إضافة إلى أنه وسيلة يتم من خلالها نقل الأفكار الجديدة والتقنيات والمهارات بين البلدان.²

كما يساهم فيما يلي:³

- الاستغلال الأمثل لموارد الدولة المضيضة؛
 - تحسين ميزان المدفوعات عن طريق توفير رؤوس الأموال، ونقل التكنولوجيا إلى البلد المضيف؛
 - زيادة رأس المال الاجتماعي من خلال ما يقوم به المستثمر الأجنبي.
- إضافة إلى دوره في التنمية الاقتصادية من خلال تمويل الدول النامية بحزمة من الأصول الغير ملموسة بطبيعتها والنادرة نوعا ما وذلك من خلال الشركات متعددة الجنسيات وتشمل التكنولوجيا؛ المهارات الإدارية؛ وقنوات تسويق المنتجات الدولية.⁴
- كما له دور كبير في:⁵
- المساهمة في خلق فرص العمل ورفع إنتاجية هذا الأخير وبالتالي الحد من مشكلة البطالة؛
 - رفع معدل الاستثمار بالدول النامية من خلال تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر والأنشطة الأساسية أو الأنشطة المكملة؛
 - زيادة الصادرات في الدول المضيضة و تقليل عجز ميزان المدفوعات.

المطلب الثاني: أشكال وإستراتيجيات الاستثمار الأجنبي المباشر.

للاستثمار الأجنبي المباشر عدة اشكال وإستراتيجيات تتمثل فيما يلي:

¹ Halil. Kukj, Faruk B. Ahmeti, 2016, **The importance of foreign direct investment on economic development in transitional countries: a case study of Kosovo**, European scientific journal, P 288.

² Zeb. Aurangzeb, Thanasis, Stengos, 2014, **the role of foreign direct investment (FDI) in a dualistic growth framwork: a smooth coeficeint semi-parametric approach**, Borsa Istambul Review, 14-3, P 133.

³ د. يحي محمد جويده، المناخ الاستثماري بين المخاطر والتحديات، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2017، ص 34-35.

⁴ Manual R. Agosin, Roberto. Machado, 2005, **Foreign investment in developing countries, does it Growth in domestic investment?** Oxford Development Studies, Taylor and Francis Journals, vol 33, N° 02, P 149.

⁵ د. أميرة حسب الله محمد، محددات الاستثمار الأجنبي المباشر وغير المباشر في البيئة الاقتصادية العربية، دراسة مقارنة (تركيا، كوريا الجنوبية، مصر)، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2004، ص 20-21.

1- أشكال الاستثمار الأجنبي المباشر:

مع تزايد أهمية الاستثمار الأجنبي المباشر، أصبح ظاهرة معقدة ومتعددة الأوجه، حيث ازداد التنوع في شكله، وذلك لينتج مع التغيير الذي تفرضه الظروف الجديدة التي يوفرها التنوع التكنولوجي، قد تتكون هذه الاستثمارات من إنشاء عمل جديد أو تغيير حالة الملكية لشركة ما من خلال الدمج أو الاستحواذ، وبالتالي يمكن أن يأخذ الأشكال التالية:

1-1- الاستثمار المشترك (Joint project):

حسب التعريف المذكور في قاموس الاقتصاد والعلوم الاجتماعية (1998)، فإن المشاريع المشتركة هي شركة فرعية مشتركة بين شركتين مستقلتين أو أكثر؛ يتم إنشاؤها باتفاق متبادل؛ دون السيطرة عليها بغض النظر عن مقدار المشاركة.¹

وهو أيضا الاستثمار الذي يقوم على مبدأ الشراكة بين طرفين أو أكثر؛ من بلدين مختلفين أو أكثر عن طريق شركة دولية النشاط، ويحدث ذلك في شكل مشاريع اقتصادية تندرج فيها عمليات إنتاجية وتسويقية ومالية²، حيث يأخذ المشروع المشترك شكلا قانونيا معينا يعود بفائدة كبيرة لكل الأطراف.

1-2- الاستثمارات المملوكة بالكامل للمستثمر الأجنبي (Wholly – Owned FDI):

هذا النوع من الاستثمارات هو المفضل لدى الشركات المتعددة الجنسيات، حيث تقوم هذه الشركات بإنشاء فروع (Subsidiarities) للإنتاج والتسويق وغيرها من الأنشطة في الدول المضيفة، حيث يسمح هذا الاستثمار للمستثمر الأجنبي بالسيطرة الكاملة في اتخاذ القرارات، ولهذا التصديق على الاستثمارات من قبل الدول المضيفة يعتبر الأمر الصعب، وذلك خوفا من هيمنة المستثمر الأجنبي واستنزافه لثروات البلد المضيف التي تحقق أكبر عائد ممكن³، وهنا اكتساب الحيابة لا يتحقق إلا بعد الوصول إلى حق الرقابة (بلوغ عتبة الرقابة).⁴

¹ Aloui. Zouheir, 2018, *investissements directs étranger, Gouvernance et leurs impacts sur la réduction de la pauvreté*, thèse de doctorat en sciences économiques, université de Sousse, P 27.

² د. عبد الرزاق محمد حسين الجبوري، دور الاستثمار الأجنبي المباشر في التنمية الاقتصادية، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، 2014، ص 41.

³ د. أشرف السيد حامد قبال، الاستثمار الأجنبي المباشر، دراسة تحليلية لأهم ملامحه واتجاهاته في الاقتصاد العالمي، دار الفكر الجامعي، ط 1، 2013، ص 33.

⁴ Denis. Tersen, Jean Luc. Bricout, 1996, *L'investissement international*, Edition Armond Colin, Paris, P 8.

1-3- مشروعات أو عمليات التجميع (Assembly operations):

يتمثل هذا الشكل في عقد اتفاقية بين الطرف الأجنبي والطرف المضيف، يتم من خلالها تزويد الطرف الأول للطرف الثاني بالمواد الأولية ومكونات منتج ما لتحويلها لمنتج معين، وفي معظم الحالات تقوم الجهة الأجنبية بتقديم الخبرة والمعرفة وكل ما يتعلق بعمليات التصميم والتخزين والصيانة... الخ مقابل عائد متفق عليه.¹

تأخذ هذه المشاريع صفة الامتلاك الكلي المحلي، ويترتب عن ذلك وجود مزايا وعيوب في هذا الشكل من الاستثمار سواء بالنسبة للطرف الأجنبي أو الطرف المحلي.

إذا كان المشروع الاستثماري التجميعي على شكل عقد أو اتفاقية بين الطرفين لا تتضمن أي مشاركة أجنبية فإنه يكون مشابه لنمط الاستثمار الأجنبي المباشر في مجال الإنتاج.²

1-4- الشركات المتعددة الجنسيات (A Multinational Corporation)

تعرف على أنها مجموعة من وحدات الأعمال التي تم إنشاؤها في بلدان مختلفة ويتم تنسيق عملها من قبل مركز التحكم الإداري الذي يتخذ القرارات بناء على الفرص وأهداف الربح الشاملة؛ بمعنى هي شركة يقع مقرها الرئيسي في بلد ما ولديها عمليات في بلد آخر أو أكثر، وفي بعض الأحيان يكون من الصعب معرفة ما إذا كانت الشركة متعددة الجنسيات؛ لأنها غالباً ما تقلل من حقيقة امتلاكها من طرف الأجانب³، هذه الشركات مسؤولة عن أكثر من 80% من الاستثمارات الأجنبية حول العالم، حيث تستثمر في المناطق التي تضمن فيها المعدلات الربحية؛ وتعتمد في اختيار نشاطاتها ومراكز إنتاجها على ما يتلاءم وتحقيق أهدافها.

لها عدة نقاط قوة تتمتع بها مثل التقدم التقني والخبرة الإدارية والتنظيمية؛ سهولة الوصول إلى الأسواق العالمية، وهي تمتلك وسائل الإنتاج الخاصة بها؛ وتقوم بالسيطرة عليها لمباشرة نشاطها في دولتين أو أكثر.⁴ وللمتيز أكثر بين مزايا وعيوب أشكال الاستثمار الأجنبي المباشر قمنا بوصفها في الجدول الموالي:

¹ نشأت علي عبد العال، الاستثمار والترابط الاقتصادي الدولي، دار الفكر الجامعي، ط1، 2012، ص 206.

² د. عبد الرزاق حمد حسين الجبوري، 2014، نفس المرجع السابق، ص 47.

³ Alan M. Rugman, Simon. collinson, 2006, **International Business**, 4th edidtion, Pearson Education limited, p 38.

⁴ د. يحيى محمد جويده، 2017، مرجع سبق ذكره، ص 25.

الجدول رقم (1-1): مزايا وعيوب أشكال الاستثمار الأجنبي المباشر على مستوى البلد الأم والبلد المضيف.

البلد الأم		البلد المضيف		أشكال الاستثمار
عيوب	مزايا	عيوب	مزايا	
- قد يحصل تعارض في المصالح بين طرفي الاستثمار (الوطني والأجنبي) كنسبة المساهمة برأس المال، درجة السيطرة والإشراف.	- في حالة وجود قيود على تملك المستثمر الأجنبي تملكا مطلقا لمشروع الاستثمار، يعد هذا الشكل مفضلا قد يحقق قدرا من التحكم والسيطرة، - يفضل هذا الشكل في حالة عدم توافر الموارد المالية والبشرية؛ المادية والمعلوماتية بشكل كاف؛ - ذو مخاطر أقل قياسا بالأشكال الأخرى مثل مخاطر المصادرة والتأميم؛	- إن تحقق أي من المزايا المذكورة يتوقف على مدى توافر الاستعدادات الجيدة من قبل الطرف الوطني من حيث القدرات الإدارية والتنظيمية، المالية للمشاركة في مشروعات الاستثمار المشترك.	- يساعد على تدفق رؤوس الأموال الأجنبية والتكنولوجيا الحديثة؛ - خلق فرص العمل الجديدة والمتنوعة؛ - تنمية قيادات إدارية محلية؛ - تخفيض درجة تحكم الطرف الأجنبي في الاقتصاد الوطني.	المشاريع المشتركة والتحالفات الإستراتيجية
- مخاطر سياسية عالية، ولاسيما مخاطر التأميم؛ المصادرة؛ الحروب؛ النزاعات الأهلية والطائفية.	- يوفر الحرية الاقتصادية في إدارة المشاريع الاستثمارية؛ - تحقيق أرباح	- يتعلق بقضايا الاحتكار والتبعية الاقتصادية؛ - تعارض المصالح الوطنية	- زيادة حجم تدفقات رأس المال الأجنبي؛ - خلق فرص عمل على نطاق واسع؛	الاستثمارات المملوكة بالكامل

	عالية.	والأجنبية.	- إشباع حاجة المجتمع المحلي من السلع والخدمات، تصدير الفائض.	
- المخاطر السياسية الناجمة عن عدم الاستقرار السياسي والاجتماعي والحروب الأهلية؛ - يحتاج إلى رؤوس أموال ضخمة بالمقارنة مع الأشكال السابقة؛	- توفر الحرية الكاملة في الإدارة والتحكم في النشاط الإنتاجي وسياسات الأعمال؛ - كبر حجم الأرباح المتوقع الحصول عليها، نتيجة انخفاض كلفة المدخلات في الدول النامية؛ - يساعد على التغلب على القيود التجارية والجمركية التي تضعها البلدان المضيفة على الواردات.	- الاحتكار والتبعية الاقتصادية وما يترتب عليها من آثار سياسية سلبية.	- زيادة أكبر في حجم تدفق رأس المال الأجنبي؛ - تحقيق صادرات عالية مما يترتب على هذا تحسين في ميزان المدفوعات؛ - يساهم في التحديث التكنولوجي على نطاق كبير؛ - كبر حجم المشاريع يساعد على خلق فرص عمل أكبر.	الشركات المتعددة الجنسيات

المصدر: نغم حسين نعمة عبيد، نموذج الاستثمار الأجنبي المباشر في ظل نظريات الأعمال الدولية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، العلوم الاقتصادية، جامعة بغداد، العراق، 2006، ص24.

2- إستراتيجيات الاستثمار الأجنبي المباشر:

يمكن التمييز بين إستراتيجيتين هما:

2-1- الاستثمار الأفقي (Horizontal):

وفقا لـ (Michalet 1999) يتم تنفيذ الاستثمار الأجنبي المباشر مع إستراتيجية أفقية في البلدان التي لديها نفس المستوى من التنمية؛ وتسمى بالأفقية لأنها تتعلق بتدفقات الاستثمار بين الشمال والشمال، حيث يسمح الاستثمار الأفقي للشركة بنقل نشاطها إلى بلد آخر من أجل إنتاج نفس السلع المصنعة في بلد المنشأ من أجل خدمة السوق المحلي أو الأسواق الأخرى.¹

بمعنى تفضل الشركة إنشاء العديد من مواقع الإنتاج لخدمة الأسواق المحلية إذا كان بإمكانها تحقيق وفورات الحجم بين هذه المواقع المختلفة بسبب وجود الأصول غير الملموسة (التقنيات؛ المعرفة ... الخ)؛ وإذا كانت تكاليف التأسيس منخفضة نسبيا؛ إذا كانت تكاليف النقل مرتفعة نوعا ما وإذا كان الطلب المحلي قوي.²

وتستند النماذج النظرية لهذا النوع من الاستثمار إلى المفاضلة بين التكاليف الثابتة الإضافية الناتجة عن إنشاء مصنع جديد وتوفير التكاليف المتغيرة من خلال تجنب التعريفات الجمركية وتكاليف النقل، وفي هذا السياق يعتبر نموذج كل من (Markusen 1984) و (Brainard 1993) أحد أقدم النماذج التي تناقش دور تأثيرات الحجم على مستوى الشركة والمصنع كقوة دافعة، فيما يتعلق بتكاليف النقل.³

2-2- الاستثمار الرأسي (Vertical):

تهدف هذه الإستراتيجية إلى ترشيد الإنتاج، وتشير إلى البحث عن الكفاءة، وتكون التدفقات الاستثمارية في هذه الحالة في اتجاه الشمال والجنوب عكس الاستثمار الأفقي، وتكون بين البلدان التي تختلف في حجمها وعواملها، حيث تقوم الشركات متعددة الجنسيات بتوزيع أنشطتها وفقا للمزايا النسبية المختلفة، وتقوم بتحديد مراحل الإنتاج الأكثر كثافة في العمالة في البلدان ذات التكاليف المنخفضة.⁴

¹ Mohamed. Azeroual, Nouna. Cherkaoui, 2015, **principaux déterminants des investissements directs étrangers au Maroc (1980-2021)**, revue economic, gestion et société, N 04, P 04.

² Sébastien. Dupuch, 2004, **les investissements directs étrangers dans les nouveaux pays adhérents à l'union européenne**, revue région et développements N 20, P 47.

³ Alexander. Protsenko, 2004, **vertical and horizontal foreign direct investments in transition countries**, Munich Dissertations in Economics, Université de Munich, Département d'économie, 11 February, P 17.

⁴ Dupuch, S. Milan, C. 2005, **les déterminants des investissements directs européen dans les pays d'Europe centrale et orientale**, L'actualité économique, vol (81), N (3), pp 521-534, P 523.

الدوافع وراء الاستثمار الأجنبي المباشر الرأسي هو الوجود المتزامن لتأثير استغلال الأصول وتأثير شروط الاستعانة بالمصادر الخارجية، حيث يشير التأثير الأول إلى حقيقة أن الاستثمار الرأسي يؤدي إلى المزيد من مبيعات المدخلات في الخارج، وبالتالي زيادة الأرباح من الدولة الأجنبية؛ أما الثاني فيتوافق مع التحسن في الشروط التي تقوم بموجبها الشركة الأم للمنشآت متعددة الجنسيات بمصادر المدخلات المحلية.¹

قد تحدث بعض الاختلافات بين الشركات متعددة الجنسيات والشركات المحلية، فمثلا الشركات متعددة الجنسيات ذات الانتشار العالمي يمكن الاعتماد عليها في المفاوضات مع الموردين المحليين (كالحصول على أسعار أقل والاستفادة من أفضل الشروط للاستيراد)؛ وتكون هناك آثار إيجابية كبيرة عندما تقوم الشركات المحلية قادرة على توفير المنتجات أو المدخلات الوسيطة.²

المطلب الثالث: نظريات الاستثمار الأجنبي المباشر

على الرغم من محاولة العديد من الباحثين شرح ظاهرة الاستثمار الأجنبي المباشر، لا يمكن القول ان هناك نظرية مقبولة بشكل عام، فكل دراسة تضيف عناصر وانتقادات جديدة إلى الدراسات السابقة، ويمكننا ذكر هذه النظريات كما يلي:

1- نظرية التجارة الدولية:

موضوع التجارة يعد موضوعا أكثر أهمية بعد أن بدأت الدول في التركيز على فهم التجارة الدولية، وذلك من خلال التعرف على الغاية من التجارة؛ أي لماذا تقوم الدول بالتجارة؟، وفي هذا السياق قدم المذهب التجاري (Mercantilism) أقدم وأبسط الإجابات على هذا السؤال، حيث يرى أن الحكومة يمكنها تحسين الاقتصاد ورفاهية البلاد من خلال تشجيع الصادرات وتخفيف الواردات، مما يؤثر بالإيجاب على الميزان التجاري وزيادة تدفق الثروة (الذهب) إلى البلاد.

¹ Chrysovalantou, Milliou, Joel. Sadonis, 2020, **vertical foreign investment, Make, by, and sell**, Review of international economics, V28, P 02.

² Ergun, Dogan, Koi. Nyer wong, and all, 2017, **vertical and horizontal spillovers from foreign direct investment, evidence from Malaysian manufacturing**, Asian Economic Panel and the massachusetts institute of technology, P 163.

أما المذهب التجاري الجديد (Neo mercantilism) سعى إلى تحقيق توازن للتجارة ولكن دون الاعتماد على المعادن الثمينة، ويعتقد معظم خبراء التجارة الدولية أن هذه النظرية مبسطة وخاطئة بالرغم من وجود أتباع لها.¹

بدأت هذه النظرية بالتطور على مدار عدة سنوات ما بين 1776 - 1826 وكذلك من خلال أبحاث كل من: (1951) David Ricardo , (1776-1886) Adam Smith حول

principales of ecos, Wealth of nation التي توصلنا من خلالها إلى تطور نظرية التجارة الحرة، فبالنسبة لـ Smith فإن ثروة الأمم تقاس بما تنتجه من سلع لإشباع الحاجات الإنسانية المتعددة وهذه تتوقف بدورها على ظاهرة التخصص وتقسيم العمل من ناحية؛ وعلى توزيع قوة العمل بين الأنشطة المنتجة من ناحية أخرى.²

ورأى أيضا أن تقسيم العمل في الصناعات الناشئة واسعة النطاق في إنجلترا، يؤدي إلى تخفيض تكاليف العمالة، مما يضمن المنافسة الفعالة بين الدول.

وبعدها تولى Ricardo فرز المبادئ الأساسية لهذه النظرية ودافع عنها من أجل تحقيق كفاءة الإنتاج على المستوى العالمي؛ من خلال تحديد ساعات العمل، حيث كانت ميزة نسبية وليست مطلقة، واعتبرت ضرورية وكافية لضمان تجارة مربحة للطرفين في الدول، مما يستدعي التخصص الكامل في سلعة معينة، مع ميزة نسبية من حيث ساعات العمل المستخدمة لكل وحدة من الناتج.³

2- نظرية دورة حياة المنتج 1966 Rymand Vernon:

تم استخدام نظرية دورة حياة المنتج التي طورها Vernon 1966 من أجل شرح أشكال الاستثمار الأجنبي المباشر التي قامت به الشركات الأمريكية في أوروبا الغربية بعد الحرب العالمية الثانية في الصناعة التحويلية.

هذه النظرية تجزم ان للمنتج دورة حياة يتميز بها من خلال المرور بمجموعة من المراحل تتمثل في:⁴

✓ المرحلة الأولى (التقديم):

¹ Alan M, Rugman, Simon collison, 2006, op-cit, P 160.

² - د. محمد صفوت، نظريات وسياسات التجارة الدولية، مطبعة العشري، 2010، ص 137.

³ Sananda. Sen, 2005, **international trade theory and policy a review of the literature**, development and change, vol (36), N (06), P 02.

⁴ Raymond Vernon, 1966, **intentional investment and international trade in the product cycle**. The quarterly journal of economics, vol (80), N (02), P 195.

يهتم المنتجون بتكلفة المدخلات لذلك يجب تحديد طبيعتها بعناية، وعادة ما يواجهون صعوبة في إدخال منتج جديد، فقد يكون غير قياسي من البداية، لذلك بالأخذ بالاعتبار اختيار الموقع المناسب.

✓ المرحلة الثانية (النمو):

وهي الخطوة الأكثر إستراتيجية في العملية لأن خلال هذه المرحلة يمكن للشركة أن تميز نفسها حقاً عن المنافسة من خلال صورة علامتها التجارية أو علاقتها مع العملاء أو تحديد المواقع.

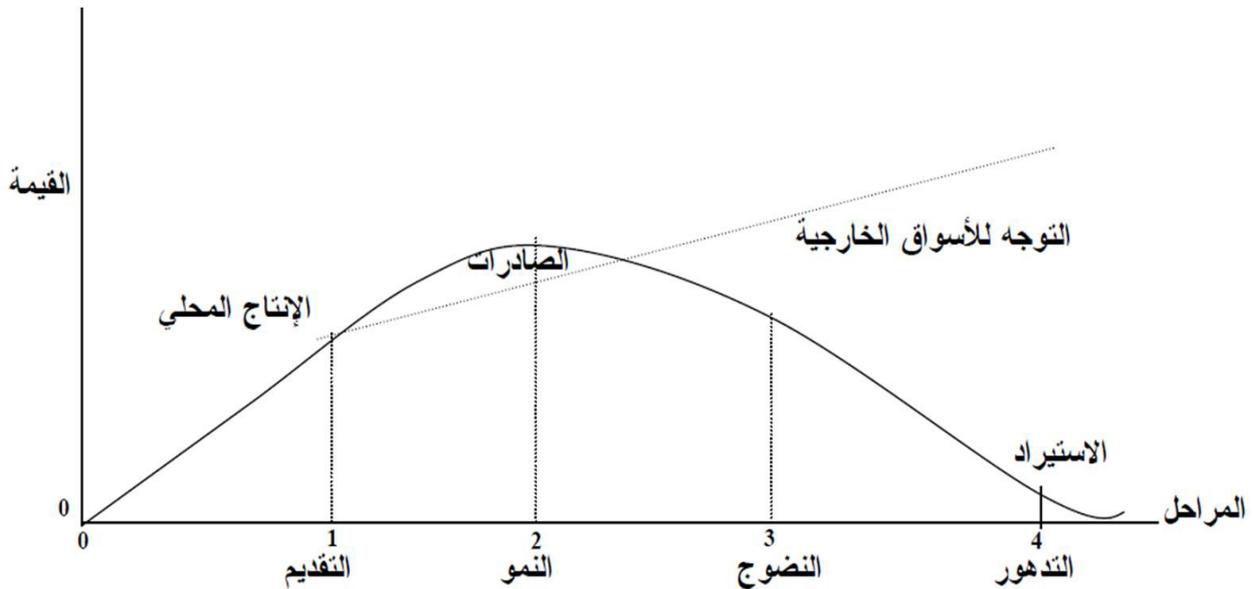
✓ المرحلة الثالثة (النضج):

هذه المرحلة يكون فيها الطلب والربح أكثر أهمية، ويصبح فيها معدل استخدام المنتج في أقصى حد له، وتكون المنافسة أكثر حدة أيضاً.

✓ المرحلة الرابعة (التدهور):

يرجع هذا الانخفاض عموماً إلى التغيرات في أذواق المستهلكين وممارساتهم بسبب اتجاهات الموضة ووصول المنتجات البديلة، وهنا تعد الحاجة إلى اتصال سريع وفعال من جانب المنتج مع العملاء والموردين وحتى المنافسين عالية، لأنه لا يمكن التأكد والتيقن بالأبعاد النهائية للسوق؛ وجهود المنافسين والمدخلات اللازمة للإنتاج.

الشكل رقم (1-1): دورة حياة المنتج لـ Vernon - R



source: Eaker, Mark, Grant. Dwight, 1996, **International Corporate Finance**, Chicago: The Dryden Press, p 264.

3- نظرية الميزة الاحتكارية او الشركة متعددة الجنسيات (Hymer 1960):

تمثلت المساهمة العظيمة لأطروحة Stephen Hymer في كسر القيود الفكرية للأعمال التجارية الكلاسيكية الجديدة والنظريات المالية والتوجه نحو تحليل المؤسسة متعددة الجنسيات (MNC) على أساس نظرية التنظيم الصناعي، من أجل توسيع الاسواق خارج الحدود الوطنية.

الميزة الأساسية لهذه النظرية هي احتفاظ الشركات متعددة الجنسيات بالسيطرة على الأنشطة الإنتاجية خارج البلد الأم، أي أن الاستثمار الأجنبي المباشر يعني الإنتاج الدولي.

من هذا المنظور فإن الاستثمار الأجنبي المباشر هو أكثر من مجرد عملية يتم من خلالها تداول الأصول دولياً، وحسب Hymer فرؤيته العظيمة كانت بغرض لفت الانتباه إلى الشركات متعددة الجنسيات كمؤسسة للإنتاج الدولي، بدلا من التبادل الدولي.¹

من وجهة نظر Hymer، تتمتع الشركات متعددة الجنسية ب²:

- شخصية قانونية تفرض قيودا على سلوك الشركة؛
- يقيم معظم المساهمين في دولة معينة، وتلتزم الشركة بدفع حصتهم من الأرباح بعملة معينة؛
- يتمتع الرؤساء بجنسيات مختلفة وهذا قد يؤثر على ولائهم وسلوكهم.

الاستثمار الأجنبي المباشر لا يحدث إلا إذا كانت الفوائد تفوق التكاليف النسبية لتشغيل الأعمال التجارية في الخارج، حسب Hymer 1976، تتشكل الشركة متعددة الجنسيات من خلال متطلبات السوق التي تؤدي إلى الاختلاف في المنافسة، حيث ناقش مشكلة تكاليف المعلومات للشركات الأجنبية مقابل الشركة المحلية، بالإضافة إلى السياسات الحكومية ومخاطر العملة وقد أكد أن الاستثمار الأجنبي المباشر هو قرار إستراتيجي على مستوى الشركة وليس قرارا ماليا لسوق رأس المال.³

4- النظرية الانتقائية (OLI) (Dunning 1973):

تعتبر في نظر كثير من المختصين من أبرز النظريات المفسرة لسلوك المستثمر الأجنبي المباشر، وذلك نظرا لشموليتها والقبول الواسع الذي حظيت به وقدرتها المتناهية في تفسير ظاهرة التدويل؛ كما تعرف

¹ Jhon H. Dunning, Alan M. Rugman, 1985, **The influence of Hymer's dissertation on the theory of foreign direct investment**, the American economic review, vol (75), N (02), P 228.

² Peter J. Buckley, Stephan Hymer, 2006, **three phases, one approach ?** international Business review, vol (15), P 141.

³ Vintila. Denisia, 2010, **foreign direct investment theories: An overview of the Main FDI theories**, European journal of interdisciplinary studies, vol (02), N (02), P 107.

أيضا تحت اسم نموذج (OLI، الملكية، الموقع ، التدويل)، هذا النموذج يؤكد على وجود ثلاث مزايا تفسر دوافع اختيار الشركة متعددة الجنسيات للاستثمار الاجنبي المباشر .

تتمثل هذه المزايا في¹:

- مزايا الملكية (Ownership Advantages (O)؛
- مزايا الموقع (Location Advantage(L)؛
- التدويل (Internalisation Advantages (I) .

حيث²:

يتعلق "O" في نموذج OLI بالمزايا الخاصة بالامتلاكات (الخاصة بالأعمال)، لأنه لتقرير ما إذا كانت الشركة ستقوم بالاستثمار الأجنبي المباشر أم لا، ويجب أن تكون تملك خصائص محددة تسمح لها بالمنافسة في السوق المحلية.

يرمز الحرف "L" في نموذج OLI إلى المزايا الخاصة بالموقع والتي تؤثر على قرار اختيار الاستثمار الأجنبي المباشر لسوق معينة.

أما "I" (التدويل) في نموذج OLI يوضح سبب اختيار الشركة لخدمة سوق خارجي من خلال الاستثمار الأجنبي المباشر بدلاً من اتباع طرق بديلة دون السيطرة على ملكية النشاط الأجنبي، ويتم ذلك من خلال بحث مكثف لتطوير الخبرة في مجال التكنولوجيا، الإدارة والتسويق.

شمل نموذج OLI مجموعة متنوعة من العوامل الاقتصادية والمتغيرات الاجتماعية، تتمثل في التكاليف الاقتصادية الناجمة عن المسافة الجغرافية، بما في ذلك النقل والتعريفات الجمركية، والتكاليف الاجتماعية الناتجة عن الجهل والمخاطر التمييزية التي تواجهها الشركات الأجنبية في البلد المضيف.

الفرضية الرئيسية للنموذج هو أن الشركات متعددة الجنسيات تطور مزايا تنافسية O في بلدانها الأصلية ثم تنقلها إلى الخارج، حيث يمكن استغلالها (بناءً على مزايا L) من خلال الاستثمار الأجنبي المباشر، مما يسمح للشركات متعددة الجنسيات (MNC) باستيعاب هذه المزايا³.

¹ Claudia Cruz, Dinor Eliete Florian, and all, 2020, **The OLI Paradigm as a comprehensive model of FDI determinants: a subnational approach** Dinor a Eliete Floriani, International Journal of Emerging Markets, p 05.

² Lars. Oxelheim, Trond. Randøy, and all, 2001, **On the treatment of finance-specific factors within the OLI paradigm**, International Business Review, vol (10), pp 381-398, p 385-386.

³ Jose R. Godinez, Ling. Liu, 2014, **Corruption distance and FDI flows into Latin America**, International Business Review .p 02.

يمكن تلخيص مزايا نظرية OLI فيما يلي:

الجدول رقم (1-2): مزايا نظرية OLI

مزايا الشركة	مزايا موقع البلد المضيف	مزايا الاستعانة بمصادر داخلية في سلسلة الإنتاج
<ul style="list-style-type: none"> - التكنولوجيا؛ - وفرات الإنتاج؛ - خصائص معينة مثل: رأس المال، التنظيم؛ اليد العاملة ..؛ - الوصول إلى الأسواق (العوامل والمنتجات)؛ - تعدد الجنسيات. 	<ul style="list-style-type: none"> - تكاليف النقل؛ - اللغة، الثقافة ... الخ؛ - سهولة الاتفاق في العقود؛ - جودة الموارد؛ - الاختلافات في أسعار المدخلات؛ - وفرة المواد الطبيعية والبشرية؛ - مستوى التنمية الاقتصادية. 	<ul style="list-style-type: none"> - أقل سعر تكلفة؛ - حماية حقوق الملكية؛ - الحد من عدم اليقين؛ - المراقبة.

المصدر: من إعداد الباحثة بناءا التعريف السابق.

المبحث الثاني: الاستثمار الأجنبي المباشر والشركات متعددة الجنسيات.

تمثل الشركات متعددة الجنسيات حصة كبيرة من الإنتاج؛ العمالة والتجارة الدولية في العالم، إذ يتزايد الإنتاج الدولي أكثر فأكثر من خلال عمليات التدويل التي تقوم بها هاته الشركات من خلال قيامها بالاستثمار الأجنبي المباشر في العديد من الدول، حيث كلما زاد عدد الدول التي تستثمر فيها زادت درجة تعدد جنسياتها في النشاط التي تؤديه.

المطلب الأول: مفهوم الشركات متعددة الجنسيات MNC وعلاقتها بالاستثمار الأجنبي المباشر:

ترتبط الشركات متعددة الجنسيات ارتباطا وثيقا بتطور نمط الإنتاج الرأسمالي، وقد كان أول ظهور لها في النصف الثاني من القرن التاسع عشر وذلك في الدول الأوروبية؛ والسبب في ظهورها هو ضيق وصغر السوق المحلية، مما جعلها تتوسع خارج حدود الوطن، حيث تعد من أبرز الظواهر الاقتصادية في العصر الحديث، كونها تعمل ضمن تقييم العمل الدولي الواسع النطاق، في مجالات عديدة وواسعة مثل الاستثمار، التجارة، الإعلام... الخ.

1- الشركات متعددة الجنسيات MNC:

يؤدي إنشاء الشركات التابعة للاستثمار الأجنبي المباشر إلى الاستحواذ على ممتلكات رأس مال شركة مقيمة من قبل شركة غير مقيمة؛ بهدف السيطرة على رأس المال؛ الإدارة؛ الإنتاج ونشاط الشركة في البلد المضيف.¹

تعرف الشركة متعددة الجنسيات على أنها شركة لها فروع تابعة، تسيطر عليها كليا أو جزئيا في عدة دول؛ ويكون تسييرها وإدارتها بأسلوب مركزي.²

الشركات متعددة الجنسيات MNC هي شركات الاستثمار الأجنبي المباشر المنشأة في مجال دولي، وتلعب دور مهم للغاية في التجارة الدولية على جميع المستويات في الإنتاج وتصدير المنتجات الأولية؛ والخدمات النهائية؛ لذلك فاختيارها للموقع الإستراتيجي يكون له سياسة جد دقيقة.³

¹ Fatima Boualem, 17 et 18 Octobre 2008, **Les institutions et attractivités des CDE**, Colloque international, Ouverture et émergence en Méditerranée, Rebat, Maroc, Université de Montpellier, Sciences Economiques Laser, P 6.

² Denis. Tersen, Jean-Luc. Bricout, 1996, Op-cit, P 15.

³ Augustin. Mwana, Muhindo. Ngeleza, 2009, **Déterminants de l'investissement direct à l'étranger dans les pays en voie de développement ; application faite à la RDC**, Unigom, P65.

لقد استطاعت هذه الشركات أن تمتد في العالمين المتقدم والنامي وأن تنمو وتستمر في أكثر من دولة، وباتت قوة اقتصادية مؤثرة في العالم، لها عدة مظاهر لم تكن تألفها المجتمعات سابقا، واستقت أهدافها مع الأهداف الوطنية للدولة الأم، وتعاقت مظاهرها وأشكالها مما أكسبها تعاريف مختلفة.

اعتمد تعريف لجنة المجلس الاقتصادي والاجتماعي التابعة للأمم المتحدة (ECOSOC) على أنها: "مؤسسة ذات فرع أو شركة منتسبة، أو شركة تابعة أجنبية واحدة أو أكثر، تتخرط في الاستثمار في أصول إنتاجية أو مبيعات أو إنتاج أو تشغيل الفروع والتسهيلات الأجنبية".

يشمل هذا التعريف كافة المشاريع التي تستثمر مباشرة خارج بلادها الأصلية (البلاد التي يوجد بها المركز الرئيسي للشركة الأم).

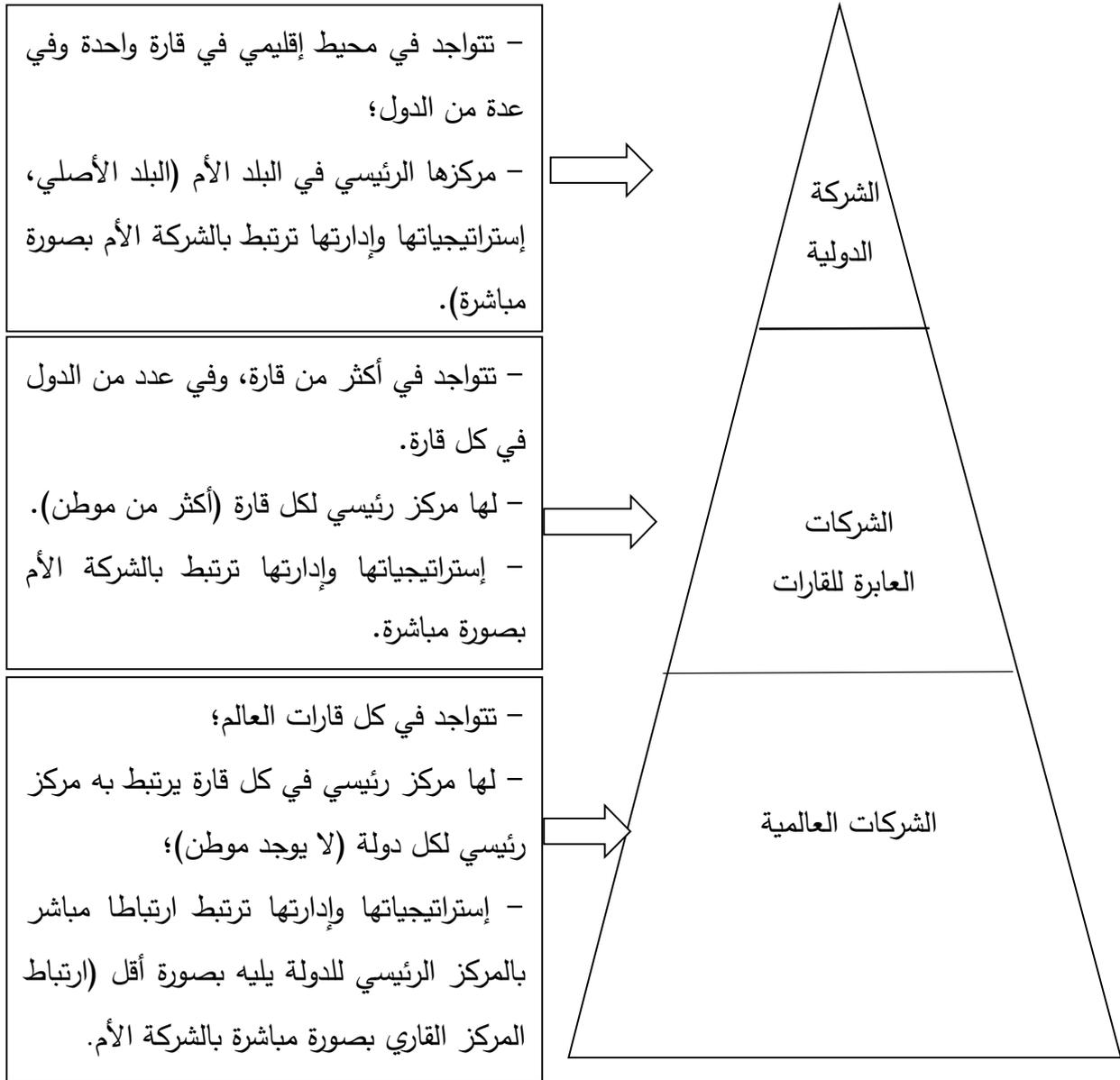
من خلال التعريف السابق يمكن القول أن هذه الشركات تمارس نشاطات مختلفة في قطاعات مختلفة صناعية، خدمية؛... الخ، خارج الدولة الأصلية التي تقيم فيها؛ أي في الخارج؛ من خلال إنشاء فروع عديدة في عدد من الدول المضيفة لها.¹

2- تصنيف الشركات متعددة الجنسيات:

يمكننا تصنيف الشركات وفق درجة تركيبها (دولية، متعددة الجنسية، عالمية)؛ ومن حيث توأجدها؛ مركزها الرئيسي؛ إستراتيجياتها وإدارتها؛ وهذا ما يوضحه الشكل التالي:

¹ عنتره برياش، أثر خطر البلد على تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر إلى دول المغرب العربي حالة: الجزائر - المغرب - تونس، دراسة تحليلية قياسية للفترة 1990-2012، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، 2016، ص 47.

الشكل رقم (1-2): تصنيف الشركات وفق درجة ترتيبها.



المصدر: قاشي فايضة، الاقتصاد الدولي، تنقل السلع وحركة عوامل الإنتاج، نماذج نظرية وأسئلة تطبيقية، منشورات دار الأديب، دون سنة، ص 212. نقلا

عن: Erik Izaraelewizn Quand le chine change le monde.

من خلال الشكل السابق نلاحظ ان درجات ترتيب هذه الشركات تختلف في الخصائص، إلا أنها قد تتفق في كونها تبني عدة قرارات يكون أغلبها بعيد المدى بغرض تعظيم الأرباح؛ إلى جانب تحقيق جملة من الأهداف نذكر منها؛ تدعيم وجودها في بعض الأسواق؛ توسيع نطاق السوق أو حصصها فيه؛ تقديم خدمات

جديدة؛ اكتساب أسواق خارجية؛ اعتماد تنظيم جديد أو إعادة تمركز النشاطات؛ زيادة التدفقات النقدية؛ رفع معدل العائد على حقوق الملكية من جهة وعلى الأموال المستثمرة من جهة أخرى وتعظيم قيمة أصول الشركة.¹

3- العلاقة بين الشركات متعددة الجنسيات والاستثمار الأجنبي المباشر:

هناك الكثير من الآراء حول علاقة الاستثمار المباشر بالشركات متعددة الجنسيات، يمكن تلخيصها كما

يلي:

3-1- الشركات متعددة الجنسيات هي تجسيد الاستثمار الأجنبي المباشر:

يقول أصحاب هذا الرأي أن الاستثمار الأجنبي المباشر هو الشركات متعددة الجنسيات، والعكس صحيح ولكن (Duning J.H) يرى أن كلاهما لا ينطبق على الآخر على الرغم من أنه غالبا ما يتم تعريف أحدهما بالآخر، وذلك بسبب:²

- الاستثمار الأجنبي المباشر قد يتم بواسطة وكلاء اقتصاديين؛ وليس من الضروري أن يتم بواسطة شركات؛ وإن كانت هذه الاستثمارات التي تتم بواسطة هؤلاء الوكلاء؛ ما زالت قليلة؛ ولكنه يظل فرضا تاما؛
- يتم الاستثمار الأجنبي المباشر بواسطة أي شركة بغض النظر عن كونها تعمل في الأنشطة الخارجية أو تعمل أساسا في الأنشطة المحلية؛
- إن الشركة متعددة الجنسيات عندما تقوم بالاستثمار الأجنبي المباشر في شركة أخرى وفي دولة ما فإنها تسيطر على حجم مواردها أكبر من رأس المال الذي تملكه في هذه الشركة داخل الدول المضيفة، أي أن دورها الاقتصادي لا يرتبط بحجم رأسمالها؛ بل إنه يتحدد إلى حد كبير بحجم الموارد التي تسيطر عليها فعلا.

3-2- الشركات متعددة الجنسيات هي أداة الاستثمار المباشر في الدول الأجنبية:

أصحاب هذه الفكرة يرون أن المؤسسين لهم هدف واحد بعد إنشاء الشركة وهو العمل في الدول الأجنبية وهذا الرأي مردود لأصحابه لعدة أسباب منها:

¹ دحماني سامية، أثر مناخ الاستثمار في استقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر، دراسة مقارنة لدول المغرب العربي خلال الفترة 2002-2015، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص: نقود مالية، جامعة الجزائر 3، 2016، ص 88.

² Dunning J.H, 1970, *The Multinational Enterprise*, Lloyds Bank Review, N 97, P21.

- انفصال الملكية عن الإدارة، أي أن المسيرين هم الذين يحددون أيهما أفضل للشركة في الخارج أو الداخل؛
- المال هو أحد عوامل الإنتاج، وبالتالي فالأقرب إلى المنطق أن يكون رأس المال هو الأداة وليس الشركة التي تستخدمه هي الأداة، ويمكن القول إن الشركة هي الإطار التنظيمي والصيغة القانونية التي سوف تستخدم رأس المال، سواء للاستثمار داخليا أو خارجيا أو الاثنين معا.

3-3- الاستثمار الأجنبي المباشر يضم الشركات متعددة الجنسيات:

بمعنى أن الاستثمار الأجنبي المباشر ما هو إلا أداة تستخدمها الشركات متعددة الجنسيات لتحقيق أهدافها وليست هي الوحيدة، وإنما هو الأداة الأكثر انتشارا على المستوى الدولي.

3-4- الاستثمار الأجنبي المباشر يضم الشركات متعددة الجنسيات:

الشركات متعددة الجنسيات لا تعني أكثر من كونها تدرج تحت عنوان الاستثمار المباشر، فأصحاب هذا الرأي ينصحون بأنه من الأجدى دراسة ظاهرة الاستثمار الأجنبي المباشر، لأنه يتضمن كل الشركات التي تستثمر في الخارج بغض النظر كونها عملاقة أم لا وبغض النظر عن مجال النشاط الذي تعمل فيه وعن عدد الدول التي تعمل فيها.

3-5- العلاقة بين الاستثمار الأجنبي المباشر والشركات متعددة الجنسيات دائرية:

تقوم الشركة الوطنية بالاستثمار المباشر في العديد من الدول، وبالتالي تتحول الى شركة متعددة الجنسيات في عملياتها؛ فكلما زاد عدد الدول التي تستثمر فيها زادت درجة تعدد جنسياتها في النشاط التي تؤديه.¹

المطلب الثاني: إستراتيجيات MNC:

يمكن أن يتخذ توسع الشركات متعددة الجنسيات في الأسواق الخارجية عدة أشكال تتمثل في التصدير المباشر من مقرها الأصلي؛ إنشاء شركة تسويق فرعية؛ وامتلاك وحدة إنتاج (عن طريق إنشاء شركة محلية؛ أو

¹ عنتره برباش، 2016، مرجع سبق ذكره، ص 50.

الحصول عليها؛ امتياز ترخيص الإنتاج إلى شركة أجنبية أو تأسيس مشروع مشترك مع شركة محلية في البلد (المضيف).

يعتمد الاختيار بين هذه البدائل المختلفة على العديد من المتغيرات التي تتعلق باستراتيجية الشركة، وأيضا بخصائص البلد المضيف (درجة نضج المنتج؛ هيكل وتنظيم السوق الأجنبية؛ حواجز التبادل... الخ).¹

تتميز الإستراتيجيات الرئيسية التي تتبناها الشركات متعددة الجنسيات في أربع إستراتيجيات تتمثل في: إستراتيجية التوريد؛ السوق؛ ترشيد وتقليل التكلفة والإستراتيجية المالية التقنية؛ ويمكن الاعتماد على واحدة أو اثنتين منها في وقت واحد؛ بناء على التوجهات الجغرافية ووفقا لفروع النشاط، وهي كالاتي:²

1- إستراتيجية التوريد (إستراتيجية الوصول إلى الموارد الطبيعية):

تعتبر السبب الرئيسي لجذب الاستثمار الأجنبي المباشر؛ كان تطورها وحجمها موجودا منذ القرن السادس عشر، وتحقيقا لهذه الغاية، يتم استغلال الموارد الطبيعية في الخارج لأسباب مناخية أو جيولوجية، فهي نادرة أو تقريبا غير موجودة في أراضي منشأ الشركات أو لأن الدولة التي لديها مواردها الطبيعية غير قادرة على استخدامها، استغلالها وتسويقها مثل النفط وممتلكات التعدين.

التطور الاقتصادي للبلدان الصناعية يفسر جزئيا تطور هذه الإستراتيجية في بداية ظاهرة تعدد الجنسيات.

تعتبر هذه الإستراتيجية أساس دستور وتطور الإمبراطوريات الاستعمارية، بحكم أن الاستثمارات في المواد الخام والزراعة هي أصل الشركات متعددة الجنسيات الأولى.³

2- إستراتيجية السوق (أو الإستراتيجية الأفقية):

عندما تقوم شركة ما باستثمار أجنبي مباشر أفقي، فهذا يعني أنها تقوم بنفس النشاط (كما هو الحال في البلد المحلي) في المناطق الجغرافية التي تنفذ فيها هذا الاستثمار الأجنبي المباشر، وبالتالي يكون لها هدف رئيسي يتمثل في توسيع سوقها.

¹ Stim Driss, 2007, L'attractivité des investissements directs étrangers industriels en Tunisie, Région et développement, N (25), P141.

² C.A. Michalet, 1999, La séduction des nations ou comment attirer les investissements, ED, Economica, P51.

³ Delapierre. Michel, Milelli. Christian, 1995, Les firmes multinationales, Ed Vuibert, Paris, P104.

السمة الرئيسية لهذه الإستراتيجية هي أنها تتعلق بتدفقات الاستثمار المتقاطعة بين الشمال والشمال، بمعنى آخر، يتم تنفيذها في البلدان التي لديها مستوى معادل من التنمية وينطبق على قرارات الاستثمار في الخارج، والتي تهدف إلى الإنتاج للسوق المحلي من خلال الشركات التابعة.

كل شركة تابعة منتشرة في جميع أنحاء العالم مستقلة في إنتاجها؛ والعلاقة مع الشركة الأم تقتصر فقط على ملكية ونقل التكنولوجيا ورأس المال إلى البلد المضيف.

الهدف الرئيسي لشركات الإنتاج التابعة التي تم تأسيسها في مختلف البلدان هو البيع في أسواقها المحلية للتأسيس والبيع في الأسواق الأخرى هو ثانوي بالنسبة لها.¹

3- إستراتيجية تقليل التكلفة أو (الإستراتيجية العمودية):

تؤثر هذه الإستراتيجية بشكل أساسي على أنشطة الإنتاج وتهتم بالشركات التي وصلت بالفعل إلى مرحلة متقدمة من تعدد الجنسيات.

إن المنافسة العالمية الناتجة عن العولمة وفتح الأسواق المختلفة تعرض نفسها على الشركات وتؤدي إلى البحث المستمر عن تعظيم الأرباح وهذا عن طريق خفض الأسعار؛ وبالتالي التكاليف.

في هذه الإستراتيجية يتم توجيه تدفقات الاستثمار حصريا في اتجاه الشمال والجنوب، التطور الغير متكافئ في التنمية هو أساس هذه الإستراتيجية، وهذا التفاوت في التنمية بين الشركاء له تأثير على الاستثمارات التي يتم تحديدها من خلال التمايز بين عوامل الثروات.

يتم تقسيم الشركة إلى سلسلة من ورش العمل الفرعية التي تستخدم أكثر عوامل الإنتاج ووفرة في بلد التأسيس للإنتاج في السوق العالمية وليس لسوق التأسيس.²

وبالتالي تؤدي الإستراتيجية الرأسية إلى عملية تكامل رأسي بين اقتصاديات الشمال واقتصاديات الجنوب من خلال السماح بتقليل التكاليف، وهذا باستخدام عوامل الإنتاج الأفضل اسعارا في السوق العالمية.

¹ C.A. Michalet, 1999, Op cit, P50.

² C.A. Michalet, 1999, Op cit, PP 48-49.

4- الإستراتيجية التقنية المالية:

هي نوع جديد من الإستراتيجيات التي لم تعد تعتمد على نقل الأنشطة الإنتاجية سواء كانت شركات فرعية تابعة أو ورش عمل؛ بل تعتمد على بيع التكنولوجيا؛ براءات الاختراع؛ التراخيص؛ المصانع الجاهزة؛ المعرفة؛ الهندسة والمساعدة الفنية.

يتوافق هذا الشكل من تعدد الجنسيات مع تدويل يستند إلى أصول الشركة غير الملموسة ومهارات رأس مالها البشري بدلا من أصولها المالية.

يحدد هذا الأداء الجديد للشركات الوصول إلى الربح ليس من خلال الحيازة المباشرة لرأس المال؛ ولكن من خلال التحكم في التكنولوجيا ومصادر التمويل؛ ويتسبب في مخاوف الشركات في التعرض لمخاطر التأميم وخسائرها الحقيقية (الأصول)؛ وتقليل الوجود الأجنبي المباشر في جهاز الإنتاج الوطني.¹

على الرغم من هذه الاختلافات الواضحة بين إستراتيجيات التنفيذ المختلفة لا يمكننا دائما تصنيف جميع تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر إلى أفقي أو رأسي.

هذه الطريقة التي تنفذ بها بعض الشركات متعددة الجنسيات كلا من الاستثمار الأجنبي المباشر الأفقي والرأسي، بعبارة أخرى تستفيد من العمالة الأرخص وفي نفس الوقت تقلل من تكاليف النقل، وبالتالي الحصول على التعايش بين الإستراتيجيتين الأفقية والرأسية.

ومما تبين نلاحظ أن الدافع وراء الاستثمار الأجنبي المباشر هو اعتبارات إستراتيجية من جانب الشركات متعددة الجنسيات، والتي تستند إلى محددات مختلفة.

تعتمد إستراتيجية الشركات متعددة الجنسيات على مجموعة أصول وقرارات إستراتيجية تتبناها وتلتزم بها لفترة طويلة، تمثل أغلب هذه القرارات في دعم وجود هذه الشركات في الأسواق العالمية، وإنتاج منتجات وتقديم خدمات جديدة وإعادة تمركز النشاطات وإعادة تنظيم جديد.

وما يدعم إستراتيجية الشركات متعددة الجنسيات هو تحقيق أهدافها المالية، والتي يمكن حصرها فيما يلي:

يلي:

- زيادة التدفقات النقدية؛

¹ C.A. Michalet, 1999, ibid, P62.

- زيادة معدل العائد على حقوق الملكية؛
 - الرفع من معدل العائد على الأموال المستثمرة وتعظيم قيمة الشركة.¹
- وبصفة عامة هذا النوع من الشركات يعمل جاهدا على تحقيق واحد أو أكثر من الأهداف التي سنذكرها في ما يلي:
- دخول أسواق جديدة أو تلك ذات المنافذ التصديرية أو أسواق ضخمة ذات الطلب الفعال، أو الأسواق المغلقة والمحمية بالحواجز الجمركية؛
 - توفير اليد العاملة أقل تكلفة وذات مهارة؛
 - القرب من الموارد الطبيعية الهامة و الأصول الإستراتيجية؛
 - تجنب الحواجز التجارية أو عوائق أخرى؛
 - تعزيز الكفاءة من خلال سلاسل العمليات المتكاملة إقليميا ودوليا المؤدية إلى الإنتاج خارج حدود البلد، أو إلى تخصيص عمليات الإنتاج.²

المطلب الثالث: اتخاذ قرار المشروع الاستثماري للشركات متعددة الجنسيات.

يمكن وصف قرار موقع المشروع الاستثماري لشركة متعددة الجنسيات على أنه سلسلة من الخيارات الجغرافية التي تختار فيها الشركة البلد أولا ثم منطقة ما داخل ذلك البلد وهذه الخيارات ترتكز على العديد من المعايير المختلفة.

1- مفهوم قرار الاستثمار الأجنبي المباشر:

يعد اختيار وتحديد موقع المشروع الاستثماري من أهم وأصعب القرارات التي تواجه الشركات المستثمرة والتي يعتمد عليها نجاح المشروع أو فشله، ويرجع ذلك إلى حجم الاستثمارات المالية المستثمرة في المشروع.³

هذا القرار موضوعي ودقيق، لأنه يرتبط باختيار الاستثمار الذي تتوقع الشركات زيادة أرباحها فيه مستقبلا.⁴

¹ سعود جايد العمري، المالية الدولية نظرية وتطبيق، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2008، ص 22.

² داودي محمد، السياسة المالية وأثرها على استقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر، حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة تلمسان، 2012، ص 57.

³ Khelifa. Fatima Zohra, Taleb. Fatima, 2021, **Factors affecting the foreign direct investment decision in Turkey during the period (1995-2019)**, Journal of Finance, Investment and sustainable development, Vol (06), N (06), P417.

⁴ Flack. Simon, 2014, **Location of foreign direct investment in services : some gross-industrial evidence from Sweden**, Revue d'économie Régionale et Urbaine, P290.

قرار الاستثمار عرفه Bertrand 2004 بأنه عملية اختيار من قبل الشركة لموقع جغرافي تمارس فيه نشاطها.¹

قبل اتخاذ القرار تقوم الشركة بدراسة نقاط القوة والضعف، الفرص والتهديدات التي تتكون منها البيئة المراد الاستثمار فيها، والتي تتكون من البيئة الداخلية والخارجية للشركة، وتقوم بتحديد المراحل والاساليب المنتبجة في اتخاذ القرار.

2- محيط الشركة (بيئة متخذ القرار):

تعتمد الشركة في اتخاذ قرار استثمارها بشكل رئيسي على معرفة كل ما يحيط بالشركة مباشرة وغير مباشر وتشمل البيئة الداخلية والخارجية للشركة:²

✓ البيئة الداخلية للشركة:

ترتبط بكل ما تملكه الشركة من مزايا وكفاءات؛ موارد؛ ميزتها الرئيسية أنها تحت سيطرة الشركة.

✓ البيئة الخارجية والمحيطة بالشركة:

هاته البيئة لا تستطيع الشركة التحكم فيها، ولكن يمكن لها أن تتغلب عليها بشكل محدود من خلال البحوث والدراسات من طرف المختصين وتتكون من المنافسين؛ المستهلكين؛ السياسة... الخ.

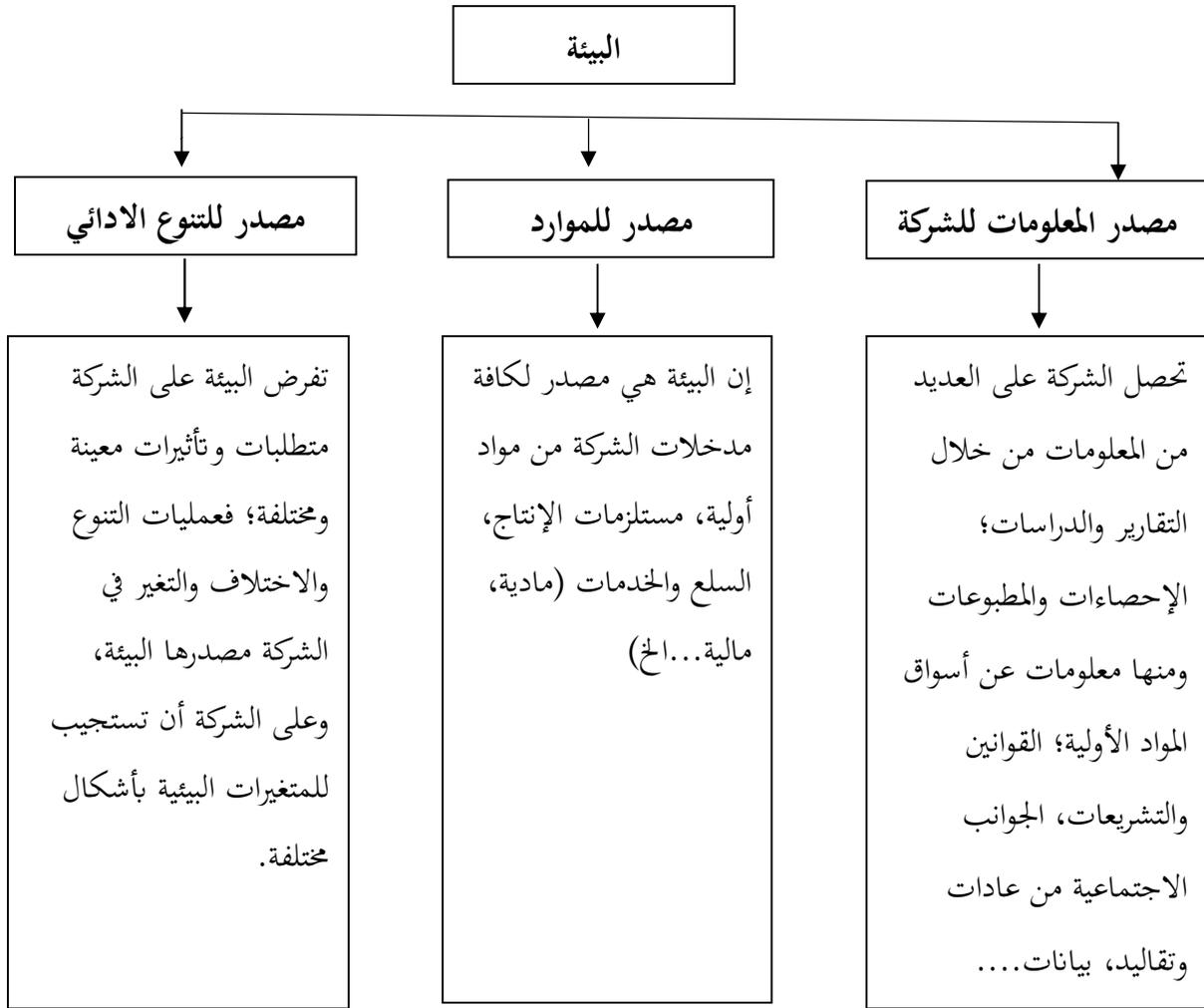
تعد بيئة متخذ القرار مصدرًا للعديد من العناصر التي تدخل ضمن نشاط الشركات يمكن تلخيصها في

الشكل الموالي:

¹ Bertrand. Sergot, 2004, *Les déterminants des décisions de localisation – les création de nouveaux sites des entreprises française de l'industrie et des services*, Paris, Gestion et management, Rance, P 19.

² دحماني سامية، مرجع سبق ذكره، 2016، ص 173.

الشكل رقم (1-3): أهمية بيئة الاستثمار بالنسبة للشركة.



المصدر: دحماني سامية، أثر مناخ الاستثمار في استقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر، دراسة مقارنة لدول المغرب العربي خلال الفترة 2002-2015، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص: نقود مالية، جامعة الجزائر 3، 2016، ص 88.

إضافة إلى ما سبق يمكن أن نقول أن:¹

- متغيرات البيئة لها دور أساسي في تحديد قدرة الشركة على التكيف مع البيئة؛
- للبيئة عوامل ومتغيرات متعددة منها ما يمكن قياسه ومنها ما لا يمكن قياسه؛
- يمكن النظر للبيئة من وجهة نظر ما تمثله من قيود وتهديدات وما تمنحه من فرص وتسهيلات؛
- تؤثر البيئة بعواملها على مدى تحقيق الشركة لأهدافها ومستوى أداء مختلف أنشطتها وتكاليفها، لذلك نجد فعالية كل إدارة تختلف من تنظيم لآخر، فكل ما يقع داخل التنظيم أو خارجه، يدخل في مفهوم إطار البيئة.

¹ خليل محمد حسن الشماع، خضر كاظم محمود، نظرية المنظمة، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة 3، الأردن، 2007، ص 195.

3-مراحل ما قبل اتخاذ القرار وبعده:

بهدف جمع المعلومات الكافية تبدي الشركة استعدادها الكبير للقيام بالدراسات والتحليل من خلال عدة مراحل متتابعة، كما هي موضحة في الشكل الموالي:

الشكل رقم (1-4): مخطط لمراحل سيرورة قبل وبعد اتخاذ القرار.



من خلال الشكل السابق لاحظنا أن مراحل سيرورة اتخاذ القرار تشمل أربع مراحل أساسية، أولها الاعتماد على الأسس والمبادئ العلمية لاتخاذ القرار، ثم تليها مرحلة صنع القرار من خلال الدراسة التمهيديّة للمشروع الاستثماري وكيفية اتخاذ القرار، ثم اختيار القرار، لتأتي بعد ذلك المرحلة الأخيرة وهي مرحلة ما بعد القرار التي تتمثل في إعداد المشروع، انطلاق العملية وانطلاق النشاط.

4- الأساليب المتخذة في اتخاذ القرار:

قبل أن تتخذ الشركات متعددة الجنسيات قرار الاستثمار في الخارج، تقوم بتقييم مناخ الاستثمار للبلد الذي تنوي الاستثمار فيه، وذلك لتحقيق أهدافها التي غالب ما تكون تعظيم الأرباح على المدى الطويل، وتعتمد في ذلك على مجموعة من الأساليب من خلال¹:

4-1- الأسلوب الأول (القبول أو الرفض لتحقيق الاستثمار) GO, NO GO:

تلجأ إليه الشركة لتقليص فترة البحث المخصصة لدراسة مناخ الاستثمار، من خلال هذا الأسلوب، فمجرد اعتماد الشركة على دراسة عامل أو عاملين من مناخ الاستثمار فإنها تصدر قرار القبول أو الرفض، فمثلا تتخذ القرار بالرفض في حالة ما إذا كان الوضع السياسي أو الأمني للبلد المضيف غير مستقر، وعندما تحدد الشركة موقفها (القيام بالاستثمار أو عدم الاستثمار)، فإنها تتبنى إستراتيجيات لتسيير المخاطر لاسيما السياسية، وبذلك نجد حالتين:

✓ في حالة عدم الاستثمار: تضع الشركة إستراتيجية تسيير المخاطر؛ والاحتفاظ بالفرص الاستثمارية المتاحة لها دوليا؛

✓ في حالة الاستثمار: يتم إعداد إستراتيجية تسيير المخاطر قبل انطلاق عمليات التدويل.

4-2- الأسلوب الثاني: إدخال علاوة الخطر (Risk premium):

يشترط هذا الأسلوب أن يكون معدل الربح على الاستثمار مرتفع في البلدان ذات بيئة مناسبة، ولهذا الأسلوب عدة مشاكل منها:

- إصدار الحكم على أساس قبول بعض عناصر البيئة الاستثمارية، والتي عادة ما تختلف آثارها تبعا لطبيعة نشاط الشركات؛

¹ دحماني سامية، مرجع سبق ذكره، 2016، ص 177-178.

- وجود مشكلة في مختلف العوامل المشكلة للبيئة الاستثمارية، فهناك عوامل لها وزن مثل الاستقرار السياسي ومخاطر الصرف.

4-3- الأسلوب الثالث: ترتيب مناخ الاستثمار (Investment climate ranking) :

يتميز هذا الأسلوب بالعقلانية في اتخاذ قرار الاستثمار، لكونه يساهم في تحديد وبدقة مجال وكيفية تعظيم الأرباح، كما يعتمد على طرق الحساب التقليدية والمؤشرات التي تعرضها الهيئات الدولية والإقليمية المتخصصة في تقييم مناخ الاستثمار، ومن عيوب هذا الأسلوب عجزه عن تقديم مجال للإنجاز رغم تقديمه لمجال تقدير الأرباح.

المبحث الثالث: العوامل المؤثرة على قرار الاستثمار الأجنبي المباشر:

تطرق العديد من الدراسات الى العوامل التي تدفع بالاستثمار الأجنبي المباشر إلى البلدان المضيفة، وقد أعطت اهتمامًا للمزايا التي تتمتع بها تلك الدول، غير أن نمو الاستثمارات واستمرار تدفقها يتأثر بالمناخ الاستثماري السائد والذي يشمل الأوضاع التي تؤثر في تدفق رأس المال الاجنبي والتي يجب أن تكون مناسبة لجذب وتشجيع الاستثمارات المحلية والأجنبية، حيث تشمل هذه الظروف الأبعاد السياسية؛ والاقتصادية وكفاءة وفعالية التنظيمات الإدارية والقانونية التي يجب أن تكون ملائمة؛ بالإضافة الى العوامل الاجتماعية والتكنولوجية وكذا الطبيعية.

المطلب الأول: العوامل السياسية والقانونية:

كل دولة تتميز بطبيعتها السياسية والقانونية؛ التي بدورها قد تكون عاملا مهما في جذب الاستثمارات الأجنبية من خلال التسهيلات التي تقدمها الحكومات للمستثمرين الأجانب، فيما يلي أهم العوامل السياسية والقانونية الي تأخذها الشركات الأجنبية عند اختيار موقعها الاستثماري:

1-العوامل السياسية:

على الرغم من الاختلافات في نتائج الدراسات الخاصة بهذا الموضوع، والتي تؤكد على أهمية العوامل الاقتصادية في التأثير على تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر، إلا أنه يجب أيضا أن يكون لدى أي مستثمر فكرة عن الاستقرار السياسي للبلد، باعتبار أن الإطار السياسي الملائم يساهم في جذب المزيد من الاستثمارات، وفي هذا الصدد سنعرض أهم العوامل السياسية.

1-1- الحوافز الضريبية:

إن أول عامل من أدوات السياسة العامة في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر الذي يتبادر إلى الذهن بشكل طبيعي هو الحوافز الضريبية، ويمكن أن تتخذ أشكالا متنوعة للغاية مثل، الضرائب على الأرباح؛ دوران المبيعات؛ القيمة المضافة؛ تخفيض ضرائب الاستيراد والتصدير؛ تقليل مساهمات الضمان الاجتماعي أثناء العمل... الخ، يجب أن يكون النظام الضريبي بسيط؛ حديث وشفاف، حيث يتم استخدامه كمؤشر لمعدل الضريبة على الشركات في القطاع الرسمي (يعكس هذا المقياس وزن الأعباء الضريبية التي تتعلق بالنتائج المحلي، ويشمل الضرائب الفردية للشركات).

معدل الضريبة يجسد تأثير السياسة الضريبية على الاستثمار، والواقع أن ارتفاع معدل الضريبة يمكن أن يثبط الاستثمار بشكل عام، والاستثمار الأجنبي المباشر بشكل خاص¹.

1-2- الرسوم الجمركية:

تتمثل في الضريبة التي تفرض على السلع عند عبورها الحدود الوطنية للدولة؛ دخولا في حالة الواردات؛ وخروجا في حالة الصادرات، والغالب هو أن تفرض الرسوم الجمركية على الواردات بينما تعفى الصادرات من كل الرسوم².

هاته الرسوم قد تؤثر سلبا على البلدان في ظل الاقتصاد العالمي الذي يعتمد على سلاسل القيمة العالمية، لأن الزيادات الحادة في التعريفات الجمركية يمكن أن تؤدي إلى تكاليف اقتصادية كبيرة وتداعيات متوالية ملحوظة على المدى الطويل مما يؤدي إلى تردي أوضاع الاقتصاد العالمي؛ ونقص نسبة تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر إلى البلدان التي تفرض رسوم جمركية مرتفعة³.

1-3- الاستقرار السياسي:

له أثر هام في تحديد اتجاه الاستثمارات، فالدول التي تتمتع بالاستقرار السياسي والأمان تستقطب قدر كبير من الاستثمارات الأجنبية المباشرة، لان المستثمر يبحث عن الأمان والاستقرار للقيام بمشاريعه، ولا يمكنه المخاطرة بنقل رأسماله وخبرته إلى دولة تسودها أوضاع سياسية غير مستقرة⁴.

في الواقع تتجسد المخاطر السياسية بشكل عام من خلال الانقلابات، الحروب الأهلية، أعمال الشعب؛ الجرائم المنظمة... الخ، وبالتالي إذا كان احتمال حدوث انقلاب أو سلسلة من الانقلابات مرتفعا، حتى لو كانت ربحية المشروع جذابة، فمن المحتمل ألا تثير الدولة اهتمام المستثمرين، لأنهم يتجنبون الاستقرار في الاقتصادات التي من المحتمل أن تتعطل أنشطتهم فيها بسبب مظاهر انعدام الأمن.

¹ Bouri Sarah, 2015, *Les déterminants de l'investissements direct étranger: evidence empirique à partir des données de panel dans la région MENA 1980-2011*, thèse de doctorat en sciences économiques, monétaires et finances, Université de Tlemcen, P 96-97.

² خضراوي حفيظة، سياسة الاتحاد الأوروبي التجارية للسلع الزراعية وانعكاساتها على القطاع الزراعي الجزائري، دراسة حالة منتج القمح خلال الفترة (2000-2014)، اطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد دولي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2019، ص 03.

³ IMF. Fonds Monétaire International, 2019, *c'est l'économie qui dicte l'évolution des balances commerciales, et non les droits de douane*, on www.inf.org/fr, 09-09-2022.

⁴ سيدات كريمة، مرجع سبق ذكره، 2015، ص 117.

تجدر الإشارة إلى أن توافر الاستقرار السياسي كأحد مقومات البيئة السياسية يتعلق بنظام الحكم؛ شكل الطبقة الحاكمة؛ الأوضاع الحربية؛ درجة الوعي والنضوج السياسي وكل ما يترتب على ذلك من مشكلات سياسية واقتصادية واجتماعية.

والواقع أن الدول التي تسودها أوضاع سياسية غير ديمقراطية وغير مستقرة لا يمكنها أن توفر المناخ المناسب للاستثمار، وبالتالي تحد قدرة الاقتصاد على استيعاب وتوظيف الاستثمار، فعدم الاستقرار يؤخر من خطوات التنمية المرسومة لأنه يقضي بالأمور إلى عدم التأكد وعدم الضمان إزاء المستقبل.¹

المستثمرون يتساءلون دوما عما إذا كان من المحتمل أن تشهد دولة معينة تغييرا خارج نطاق القانون، هذا التساؤل جوابه مهم جدا لتحديد نوع النظام السياسي السائد في الدولة.²

1-4- الفساد الإداري والمالي:

هو عبارة عن كل عمل يتضمن سوء استخدام للسلطة العامة، والخروج عن النظام العام والقانون أو استغلال غيابهما؛ وتجاوز السياسة العامة والأهداف المعتمدة؛ وذلك بغية تحقيق منفعة شخصية سواء كانت سياسية؛ اجتماعية أو مالية للفرد أو الجماعة.³

ويميز بين حالتين من الفساد؛ الأولى تتم بقبض الرشوة عند تقديم الخدمة الاعتيادية، المشروعة والمقررة، والثانية تتمثل في قيام الموظف بتأمين خدمات غير مشروعة وغير منصوص عليها ومخالفة للقانون مقابل تقاضي الرشوة كإفشاء معلومات سرية أو إعطاء تراخيص غير مبررة أو القيام بتسهيلات ضريبية وإتمام صفقات غير شرعية ... وغيرها من التعاملات غير القانونية.⁴

لهذا فان تغلغل الفساد في أجهزة الدولة يعرقل الاستثمار ويضعف التنمية، ويعوق التجارة الخارجية فضلا عن ضعف ثقة الجهات المتاحة بالدول التي ينتشر فيها الفساد.⁵

¹ ريال زوينة، مناخ الاستثمار الجزائري ومحدداته، مجلة معارف، العدد 19، ديسمبر 2015، ص 252-253.

² Hoon. Lee, Glen. Biglaiser and all, 2014, **The effects of political Risk on Different Entry Modes of Foreign Direct Investment**, International Interactions, vol(40), N(50), P 685.

³ ميادة بلعياش، العوامل المساهمة في التطبيق السليم لنظام حوكمة الشركات ودورها في الحد من الفساد المالي والإداري، مجلة رؤى اقتصادية، المجلد 2، العدد 3، جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي، ديسمبر 2012، ص 111.

⁴ عبد الحق طير، عقبة ريمي، بولرياح غريب، أثر الفساد على جاذبية الدول العربية للاستثمار الاجنبي المباشر - دراسة قياسية باستخدام نماذج بانل للفترة (2003-2016)، مجلة رؤى الاقتصادية، المجلد 09- العدد (2)، 2019، ص 108-109.

⁵ عبد الرحمن عبد الأمير، واثي الشهري، أثر المعوقات الاقتصادية والسياسية على تدفقات الاستثمارات الأجنبية المباشرة في العراق، دراسة تحليلية (2003-2014)، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، المجلد الثامن، العدد (03)، 2017، ص 666.

1-5- النظام السياسي الديمقراطي:

بشكل عام هناك منطقتين رئيسيين وراء الحجة القائلة بأن الديمقراطية تقلل من حوافز الاستثمار، لأنه يعتقد أولاً أن الديمقراطية تحفز الرغبة في الاستهلاك الفوري، مما يقلل من مجموعة الموارد التي يتم استخدامها في الاستثمار؛ وثانياً الديمقراطية تسمح بإعادة توزيع الدخل على الفقراء، وبالتالي تقليل حوافز الادخار والاستثمار، وقد أعرب بعض الاقتصاديين عن قلقهم من احتمال وجود حوافز لمصادرة رأس المال في النظام الديمقراطي، يستند هذا المنطق إلى الطبيعة السياسية للديمقراطية.

يتطلب النظام السياسي الديمقراطي دعماً واسعاً لجعل العملية السياسية فعالة وآمنة، وقد تعطي مظهراً عن الاستقرار الحكومي، لكنها قد تفتقر عموماً إلى القاعدة الاجتماعية الأساسية لنظام مستقر، في حين أن التعديلات السياسية في ظل الحكومة الديمقراطية يمكن أن تساعد في إحداث تغيير سياسي جذري طويل الأجل. يفضل المستثمرين العملية الديمقراطية التي على الأقل تضيي الطابع المؤسسي على نظام إعادة التوزيع، وعلى عدم اليقين السياسي، الذي يتميز بالتغيرات غير المنتظمة للحكومة.

ومن وجهة نظر ثالثة فإن الاستثمار ليس مرتبطاً بالمؤسسات السياسية، ولكنه يتأثر بالتحالفات الوطنية بين مجموعات المصالح/ مثل المصرفيين؛ والبيروقراطيات الحكومية والنقابات العمالية، حيث أن النفوذ المؤسسية والتنظيمية للبنوك تعكس الصورة حول الأوضاع السياسية والاقتصادية للبلد.¹

1-6- الأحداث السياسية المحلية:

يمكن التنبؤ بالسياسات الاقتصادية بشكل كبير من خلال الأحداث السياسية الفردية على سبيل المثال قد يؤدي الفشل السياسي غير المتوقع أو المخالفات الشخصية إلى استبدال السياسيين أو استقالة الوزراء.

غالبا ما تكون هذه الأحداث تجسيدا للعمليات التي يصعب التنبؤ بنتائجها النهائية، مما يشجع المستثمرين على المضاربة على السياسات الاقتصادية المستقبلية، وفقا لفرضية السوق الفعالة الخاصة ب (FAMA 1870) فالأحداث غير المتوقعة تستهدف الأسواق المالية بشكل كبير، لذلك على الفاعلين أخذها بعين الاعتبار وإيلاءها أهمية خاصة.²

¹ Yi Feng, 2001, **Political Freedom, Political Instability, and Policy Uncertainty : A Study of Political Institutions and Private Investment in Developing Countries**, International Studies Quarterly, 45(02), pp271-294, P 273-274.

² Michael. M.Bechtel, 2009, **The Political sources of Systematic Investment Risk : Lessons from a consensus democracy**, The Journal of Politics, Vol (71), N (2), P 667-668.

1-7- الأحزاب السياسية:

اهتم علماء الاقتصاد السياسي بتأثير السياسات الحزبية على الاقتصاد منذ سنة 1977، حيث كان السؤال الرئيسي آنذاك هو ما إذا كانت التقلبات في متغيرات الاقتصاد الكلي الرئيسية مثل التضخم، البطالة يمكن تفسيرها بالتغيرات في أحزاب الحكومة، قد جادلت بعض الدراسات بأن مخاطر التضخم تتأثر بإمكانية التنبؤ بالسياسات الاقتصادية للحزب.

إن عدم اليقين السياسي والانتخابي يخلق حالة شك بشأن الحزب الذي سيفوز في الانتخابات القادمة، لذلك تنشأ عدم معرفة السياسات الاقتصادية التي يفضلها حزب معين بالضبط، وهذا ما يثير قلق المستثمرين من تغيير القوانين وأنظمة الحكومة.¹

ومما سبق يمكن تقسيم هاته العوامل إلى عوامل داخلية (محلية)، وعوامل خارجية (أجنبية) تتمثل في:

الجدول رقم (1-3): العوامل السياسية المؤثرة على تدفق الاستثمار.

العوامل الأجنبية	العوامل المحلية
صراعات مقلقة للنظام من خارج البلد:	النظام السياسي:
بسبب:	القوة السياسية للحكومة؛
حدوث مشكلة مع دولة أخرى؛	قدرة الحكومة على مقاومة الضغوط المتنوعة،
- معاهدة أو التزامات أخرى مع دولة أو شركة خاصة.	القدرة على التغيير بدون صراعات.
العلاقات مع شركاء تجاريين رئيسيين قد تتعرض لنكسات؛	جماعات الضغط والنفوذ السياسي:
علاقات البلد الأم للشركة مع بلدان أخرى.	فلسفتها وأهدافها؛
	السياسات والتكتيكات التي تنتهجها.
	موظفي الحكومة:
	- عدد الموظفين والمؤهلين؛
	- قدرتهم واستعدادهم لاتخاذ قرارات صعبة؛
	- قدرتهم على تطبيق أو تنفيذ الخطط.
	مجموعات معارضة:
	احتمال حدوث انقلاب عسكري أو سياسي على

¹ Micheal M. Bechtel, 2009, ibid, P 664.

	<p>النظام الحاكم من داخل البلد؛ فلسفة وأهداف جماعات المعارضة القوية. حكومة البلد: من حيث الكفاءة، الروتين في انجاز المعاملات، المرونة ومدى تجاوبها مع المطالب الشعبية.</p>
--	--

المصدر: عنقزة برياش، أثر خطر البلد على تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر إلى دول المغرب العربي حالة: الجزائر- المغرب - تونس، دراسة تحليلية
قياسية للفترة 1990-2012، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، 2016، ص 77.

2- الاستقرار القانوني والتنظيمي:

يمثل القانون والتشريعات أداة الترجمة السياسية الاستثمارية للدولة أو للتعبير عنها في كافة نواحيها الاقتصادية والمالية والإدارية... الخ، إذ أن هناك تشريعات الاستثمار المباشرة وهي التي تقوم على عملية تنظيم استثمار رأس المال؛ والغير مباشرة وهي التي تتعلق بقوانين النقد الأجنبي؛ وقوانين التصدير والاستيراد... الخ.

إن الأوضاع التشريعية تعد أحد أهم العناصر المؤثرة في تكوين المناخ السياسي الذي يعمل فيه المستثمر، لذلك وفي ظل تعاظم حدة المنافسة الدولية على جذب الاستثمارات الخاصة يصبح تهيئة البيئة القانونية من خلال وضوح القوانين المنظمة للاستثمار واستقرارها مطلباً جوهرياً لتحسين بيئة الاستثمار ورفع درجة الثقة في جدارة النظام الاقتصادي ككل، فالحماية القانونية وتسيير المعاملات والإجراءات التي يوفرها الإطار القانوني السليم كلها أمور تشجع على الاستثمار؛ وتساهم في منح المستثمر الشعور بالاستقرار الحقيقي المطلوب للاستثمار طويل الأجل.¹

إن العوامل القانونية غالباً ما تتأثر بالعوامل السياسية، بحكم أن الجهات الحكومية هي التي تسن القوانين، ولكن هذا لا يعني أن كلا الصنفين يشيران إلى نفس القضايا، فعلى الرغم من أن قوانين العمل والتشريعات البيئية ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالسياسات الحكومية إلا أن هناك مجموعة من العوامل القانونية الأخرى قد تؤثر على نجاح الشركات مثل حقوق الملكية الفكرية وبراءات الاختراع.²

تشمل البيئة القانونية عوامل معينة مثل القواعد واللوائح البيروقراطية وحوكمة الشركات، والتي يمكن أن تسهل عملية جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة من قبل الشركات متعددة الجنسيات، خاصة إذا كانت تشمل مستويات منخفضة من البيروقراطية وزيادة الشفافية.³

ولذلك من أجل تشجيع المستثمرين للتأسيس في الخارج يجب على الحكومة أن توفر استقراراً حكومياً

معيناً من حيث⁴:

¹ ريال زوينة، مرجع سبق ذكره، ص 252-253.

² هيفاء علي، البيئة الخارجية العامة للشركة تحليل PESTEL، أكاديمية حسوب، academy.hsoub.com، 6 جويلية 2022، تاريخ الاطلاع: 18 جويلية 2022.

³ Razan. Faeed Bougari, 2018, *Exploring the Impact of City Image on Foreign Direct Investment Perception : The Case of Dubai*, A thesis of Doctorat, Brunel University London, P 45-46.

⁴ المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، تقرير مقارن عن تشريعات تشجيع الاستثمار في الدول العربية وما يقابلها في بعض دول العالم الأخرى، الكويت، 2002، ص 3-4.

- ضمان تقليل تكاليف التقاضي؛
 - ضمان حماية حقوق الملكية للمستثمرين الأجانب والاستفادة من نفس الحقوق التي يتمتع بها المستثمرون المحليون؛
 - ضمان امكانية إعادة الأرباح ورأس المال في حالة التصفية؛
 - إقامة سوق التبادل الحر؛
 - وضع برامج تحفيز الاستثمار على أساس تعديل شفاف للعديد من المزايا الضريبية والجمركية؛
 - التزامات المستثمر والدولة؛
 - الترخيص بالاستثمار؛
 - الرقابة الحكومية؛
 - الجزاءات؛
 - تقديم حوافز للاستثمار مثل الإعفاءات والتسهيلات الممنوحة للمستثمر؛
 - وجود تشريعات قوية لمواجهة الفساد الإداري، مما يؤدي إلى التخفيض من قيم التكاليف التي يتحملها المستثمرين عند إقامة الاستثمار؛
 - الضمانات الأساسية للاستثمار.
- عموماً وتلخيصاً لما سبق فإن العوامل القانونية تتمثل في:¹
- الأنظمة القانونية التي تحكم الاستثمارات في البلد المضيف خاصة القواعد التي تسمح بدخول الاستثمارات، وتحديد الشكل القانوني الذي يجب أن تتخذه القطاعات الاقتصادية المسموح بالاستثمار فيها؛
 - الحماية القانونية للاستثمارات الأجنبية ضد المخاطر غير التجارية والتي تشمل الحماية ضد المخاطر السياسية كالتأميم ونزع الملكية والمصادرة؛ التجميد؛ الحماية ضد المخاطر الناجمة عن الحروب والاضطرابات الداخلية؛
 - الطريقة التي يتم بها تطبيق القوانين التي تحكم الاستثمارات الأجنبية، ودرجة الكفاءة في التطبيق؛ وكيفية حل النزاعات التي يمكن أن تنشأ بين المستثمرين والجهات الحكومية، ذلك من أكثر الأشياء التي تدفع المستثمر لاستثمار أمواله في دولة ما.

¹ نزيه عبد المقصود محمد مبروك، مرجع سبق ذكره، 2013، ص 92.

المطلب الثاني: العوامل الاقتصادية والبيئية (الجغرافيا):

المتعارف عليه من خلال الدراسات السابقة ان العوامل الاقتصادية للدول المضيفة من أهم المحددات الرئيسية التي تؤثر على الاستثمارات الأجنبية المباشرة، إضافة الى الخصائص البيئية والموقع الجغرافي الذي يساهم بشكل كبير في تسهيل أنشطة الشركات متعددة الجنسيات.

1- العوامل الاقتصادية:

على الرغم من أن الاستثمار الأجنبي المباشر أصبح ذا أهمية متزايدة في الاقتصادات المضيفة في السنوات الأخيرة، إلا أنه لا يوجد إطار نظري موحد لفهم محدداته الاقتصادية؛ والتي غالباً ما يستشهد بها المستثمرون باعتبارها أحد العوامل الرئيسية في قراراتهم المتعلقة بموقع الاستثمار، وقد يهتم هؤلاء المستثمرون باستقرار معايير معينة مثل التضخم المرتفع، العجز العام الثقيل، المبالغة في تقييم سعر الصرف، لأن ليس لديهم حافز يذكر لتخصيص رؤوس أموالهم لمشاريع ذات عوائد مستقبلية غير مؤكدة.

وفيما يلي أهم المحددات الاقتصادية التي تجذب اهتمام المستثمرين¹:

1-1 - حجم السوق Market Size:

يتم اتخاذ الناتج المحلي الإجمالي أو الناتج المحلي الإجمالي للفرد أو معدل نمو السكان كمؤشر لقياس حجم السوق، يكتسب هذا المؤشر أهمية كبيرة في استقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر، حيث تجذب الاقتصاديات التي تتميز بتوافر أسواق كبيرة المزيد من الاستثمارات في كافة المجالات الصناعية، الزراعية والخدمية... الخ.

1-2 - مؤشرات الاستقرار الكلي:

وتتكون من أهم المؤشرات التالية:

1-2-1 - التضخم Inflation:

معدل التضخم المرتفع هو علامة على التوتر الاقتصادي الداخلي وعجز الحكومة والبنك المركزي عن موازنة الميزانية، يؤثر ارتفاع أو انخفاض التضخم على التدفقات الواردة للاستثمار الأجنبي المباشر ويتوقع أن تكون إشارة هذا المتغير عكسية.

¹ صندوق النقد العربي (AMF)، محددات الاستثمار الأجنبي في الدول العربية، 2017، ص 20.

1-2-2- الكتلة النقدية (Broed Money):

يساهم ارتفاع معدل نمو الكتلة النقدية في البلد المضيف على تحفيز القروض؛ وبالتالي جذب الاستثمار الأجنبي المباشر، لذلك فإن الإشارة الخاصة بهذا المتغير ينبغي أن تكون ذات أثر موجب.

1-3- مؤشرات القطاع الخارجي:

من أهم المؤشرات لهذا القطاع هي:

✓ درجة الانفتاح (The degree of openness):

لقد ثبت أن الانفتاح التجاري على المدى الطويل لديه القدرة على تعزيز النمو الاقتصادي من خلال إمكانية الوصول إلى السلع والخدمات؛ وضمان كفاءة تخصيص الموارد وتحسين الإنتاجية من خلال نشر التكنولوجيا والمعرفة، لذلك يتوقع أن تتفوق البلدان الأكثر انفتاحاً على التجارة في الأداء على تلك الأقل انفتاحاً.

ومن جهة نظر أخرى فإن الدول النامية لديها الكثير لتكسبه من التجارة مع الدول المتقدمة، وبالنظر إلى هذه المكاسب المتوقعة، توصي المؤسسات الدولية والحكومات المانحة بانتظام سياسات تحرير التجارة للبلدان النامية على أمل الانفتاح والاندماج في السوق العالمية.¹

إن مقياس الانفتاح الأكثر استخداماً هو حصة التجارة في الناتج المحلي الإجمالي، وبالتالي فإن العلاقة الإيجابية بين حجم التجارة والاستثمار الأجنبي المباشر تعني أن البلدان الراغبة في جذب المزيد من الاستثمار الأجنبي المباشر ينبغي أن تزيد تجارتها.

1-4-4- مؤشر الحرية الاقتصادية (Economic Freedom):

تختلف مؤشرات الحرية الاقتصادية في تحديد إشارة تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الدول المضيفة وفيما يلي أهم المؤشرات:²

1-4-4-1 - مؤشر الحرية المالية (Financial Freedom):

¹ Agiomirigiana Kis. G.M , Asterion. D.and all, 2003, **The Determinants of foreing Direct Investment : A Panel Data Study for The OECD Countries**, (Report No. 03/06), Department of Economics, City University London, London, P 08.

² صندوق النقد العربي (AMF)، نفس المرجع السابق، 2017، ص 21.

يوضح مدى توافر الخدمات والمنتجات المصرفية المختلفة وإمكانية حصول المستثمر الأجنبي على الائتمان بكافة المزايا التي تتلقاها المؤسسات المحلية، كما يقيس المؤشر مدى تدخل الحكومات وتملكها للبنوك والمؤسسات المالية الأخرى.

1-4-2- مؤشر حرية الاستثمار (Investment Freedom):

هذا المؤشر يقيس القيود على الاستثمار الأجنبي والتحكم في تدفقات الأموال والتحويلات سواءاً للأفراد أو الشركات، حيث أن مثل هذه القيود قد تؤدي إلى عزوف المستثمر الأجنبي وعدم القدرة على استقطابه.

1-4-3- مؤشرات أخرى كالإنفاق الحكومي الرأسمالي:

يمثل الإنفاق المخصص من الدولة لشراء الأصول الرأسمالية والإنفاق على البنية التحتية كالإنشاءات الجديدة مثل بناء الجسور؛ المطارات؛ المرافئ؛ الطرق... الخ، وكذلك أنواع الصيانة والإصلاحات الرئيسية في الدولة، بمعنى أن الإنفاق على البنية التحتية يساهم في جذب المستثمرين إلى البلد المضيف.

1-5- نصيب الفرد من الناتج المحلي:

يعتبر من أهم العوامل التفسيرية والأكثر انتشاراً لمحددات الاستثمار الأجنبي المباشر، حيث من المرجح أن يؤدي ارتفاع مستوى دخل الفرد إلى تحفيز الاستثمار الأجنبي المباشر الأفقي بشكل أكبر، عكس الاستثمار الأجنبي المباشر الرأسمالي اعتماداً على ما إذا كانت الشركات تسعى إلى مزايا التكلفة أو الإنتاجية.

بناءً على ما سبق يمكننا إضافة عوامل اقتصادية أخرى مؤثرة على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر

والمتمثلة في:

الجدول رقم (1-4): العوامل الاقتصادية المؤثرة على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر

العوامل الأجنبية	العوامل المحلية
أ- التجارة الدولية وتشمل:	- النمو الاقتصادي وسياسات الاستثمار في البلد؛
- رصيد ميزان المدفوعات؛	- مدى التنوع الاقتصادي وحالات التسوق؛
- مدى مساهمة التجارة في تكوين الناتج المحلي الإجمالي؛	- معدلات التضخم ومستوياته الحالية واتجاهاته
- استقرار الإيرادات التجارية؛	المستقبلية؛

-	السياسات النقدية المتبعة؛
-	السياسات المالية والعجز في الموازنة؛
-	متانة الأسواق المالية المحلية وحجم الاستثمارات الممولة محليا؛
-	مدى تنوع الصادرات؛
-	مرونة الطلب على الصادرات؛
-	مرونة الطلب على الواردات؛
-	رأس المال الدولي للبلد:
	ب- العملة الوطنية:
-	نقاط القوة والضعف في عملة البلد؛
-	استقرار أسعار صرف العملة؛
-	جودة أسواق الصرافة؛
-	مدى السيطرة على اسواق الصرافة.
	ج- الديون:
-	الدين الإجمالي؛
-	الدين قصير الأجل كنسبة من الدين الإجمالي؛
-	نسبة خدمة الدين؛
-	الموارد المالية الدولية:
-	الاحتياطيات الدولية؛
-	القدرة على الاقتراض من السوق الدولي؛
-	تواريخ إعادة تسديد الدين؛
-	تصنيف الائتمان وسياسته؛
-	د- نسبة الاستثمار الكلي الممول من خارج البلد.

المصدر: عنتره برياش، مصدر سبق ذكره، ص79.

كل العوامل الاقتصادية التي ذكرناها سابقا تمثل الأداء الاقتصادي للدولة الذي كلما كان أفضل كلما انخفضت احتمالية قيام حكومتها باتخاذ الإجراءات التي من شأنها أن تؤثر سلبا في زيادة تدفق الاستثمارات الأجنبية المباشرة.

2- العوامل البيئية والجغرافية:

العوامل البيئية او الجغرافية والمعروفة باسم حدود الأرض والموقع مهمة عند اتخاذ قرارات الاستثمار الأجنبي المباشر، فالموقع يعتبر المحدد الرئيسي الذي يساعد الشركات متعددة الجنسيات بالتوسع وزيادة حصتها في الأسواق الأجنبية¹.

إن البيئة المادية التي تمنحنا الموارد الطبيعية اللازمة لعمليات التصنيع وإنتاج الطاقة تؤدي دورا رئيسيا في أعمال وأنشطة التجارة الخارجية، حيث يزداد تأثير العوامل البيئية في وقتنا الحالي لأن الموارد الطبيعية أصبحت أكثر ندرة وارتفعت تكلفتها، لذلك تسعى الشركات إلى تطوير تقنيات تمكنها من الحفاظ على البيئة واستخدام موارد أقل.

لقد كان هناك زيادة ملحوظة في الضغط السياسي على الشركات بهدف تقليل تأثيرها على البيئة الطبيعية، ومثالا على ذلك قد أعلنت كل من لندن وبرشلونة وباريس في عام 2017 عن سعيها لحظر استخدام السيارات المزودة بمحركات احتراق داخلي خلال العقود القليلة المقبلة من أجل مكافحة التلوث البيئي².

ومن العوامل الجغرافية الأكثر أهمية في نظر المستثمرين نذكر:

2-1- الموقع الجغرافي:

يفضل المستثمر الأجنبي الموقع الجغرافي الأقرب مسافة بين الموردين ووحدات التجميع، لأن بهذا تكون تكاليف النقل منخفضة خلال نشاط التصدير واستيراد جزءا من المدخلات (المواد الخام والمنتجات الوسيطة والآلات) بدلا من شراءها محليا³.

2-2- الموارد الطبيعية:

تعد الاتفاقية الأفريقية للحفاظ على الطبيعة والموارد الطبيعية واحدة من القلائل التي حاولت تعريف هذا المصطلح، حيث نصت هذه الاتفاقية في صيغتها الأصلية (1968) على أن مصطلح الموارد الطبيعية "يعني الموارد الطبيعية المتجددة؛ أي التربة والمياه والنباتات والحيوانات" ونصت في صيغتها المعدلة (2003) على

¹ Razan Fareed Bogari, 2018, op tic , P46.

² هيفاء علي، مرجع سبق ذكره، 2022.

³ Toumi,S , 2009, **Facteurs d'attractivité des investissements direct étrangers en Tunisie, L'actualité économique**, vol (85), N (2), pp 209-237, p 213.

أن الموارد الطبيعية تعني "الموارد المتجددة؛ الملموسة أو غير الملموسة؛ بما في ذلك التربة والمياه والنباتات والحيوانات؛ وكذلك الموارد غير المتجددة"

وقد عرفها الاتحاد الدولي للحفاظ على الطبيعة (IUCN) بأنها الموارد التي تنتجها الطبيعة، وتنقسم عادة إلى موارد غير متجددة؛ مثل المعادن والوقود الأحفوري؛ والموارد الطبيعية المتجددة التي تتكاثر أو تدعم الحياة وتتجدد بشكل طبيعي من قبلها عندما تُدار بشكل صحيح، والتي تشمل النباتات والحيوانات وكذلك التربة والمياه.

وفي مفهوم آخر حددت منظمة التجارة العالمية WTO في تقرير لها 2010، المخصص للتجارة في الموارد الطبيعية، الموارد الطبيعية على أنها "مخزونات المواد الموجودة في البيئة الطبيعية والتي تعتبر نادرة ومفيدة اقتصاديًا للإنتاج أو الاستهلاك؛ إما في حالة الخام أو بعد حد أدنى من المعالجة، يوضح هذا التعريف أن مخزونات المواد الموجودة في الطبيعة ليست كلها ذات أهمية لمنظمة التجارة العالمية، فقط تلك التي ستصبح سلعةً يحتمل تداولها في الأسواق مدرجة في التعريف المستخدم.¹

المطلب الثالث: العوامل التكنولوجية، الاجتماعية والثقافية:

تعد البيئة الاجتماعية والتكنولوجية مهمة أيضًا عندما يتعلق الأمر باتخاذ قرارات الاستثمار الأجنبي المباشر، بحيث أن المستثمر يختار التوسع في مناطق تتميز من الناحية الثقافية، الاجتماعية والتكنولوجية حتى يسهل عليها اتخاذ قرارات الإنتاج والتسويق، مما يزيد من فرص التوسع بنجاح.

1-العوامل التكنولوجية:

تعد التكنولوجيا والبيئة التكنولوجية عاملا آخر يأخذ بعين الاعتبار من قبل الشركات عند اتخاذ قرارها بشأن الاستثمار الأجنبي المباشر، إذا كان لبلد ما إمكانية الوصول إلى التكنولوجيا والمعدات الحديثة، فإنه يؤثر على قرار الاستثمار الاجنبي، لأن الوصول إلى التكنولوجيا يسمح لها بمراقبة عملياته بشكل أفضل؛ ويمكن أن تحسن الفعالية والكفاءة التشغيلية؛ وفي جانب اخر، اذا كان البلد المضيف تنقصه ميزة التقدم التكنولوجي فعندها يستوجب على الشركات القيام باستثمارات تكنولوجية كبيرة بنفسها لضمان الإنتاجية وكفاءة عملياتها في

¹ Edgar. Fernandez, Claire .Malwé, Ioan. Negrutiu, 2014, **Définitions desressources naturelles et implications pour la démarche juridique**, Penser une démocratie alimentaire Volume II-Proposition Lascaux entre ressources naturelles et besoins fondamentaux, INIDA, pp.71-77, p 1-2.

مجال استثمارها؛ وهذا ما قد يؤثر ويقلل من جاذبية المنطقة بسبب الالتزام بإجراء استثمارات أولية كبيرة والتي تشكل حاجزا أمام دخول الاستثمار الأجنبي المباشر.¹

إن المستوى العام للتكنولوجيا في البلد المضيف له أهمية كبيرة وفقا لمنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OECD)، لكي يكون للاستثمار الأجنبي المباشر تأثير ايجابي على الإنتاجية أكثر من الاستثمار المحلي، يجب أن تكون فجوة التكنولوجيا بين الشركات المحلية والمستثمرين الأجانب صغيرة نسبيا.

عندما تكون هناك اختلافات كبيرة، أو أن المستوى المطلق للتكنولوجيا في البلد المضيف منخفض، فلن يكون من الممكن للشركات المحلية أن تستوعب التقنيات المنقولة عبر الشركات الأجنبية.²

ومن بين أهم العوامل التكنولوجية:

1-1- الإنترنت:

قد يكون ظهور الانترنت هو التغيير الأكبر الذي أحدث ثورة تكنولوجية هائلة خلال القرن الماضي، إذ أصبح العالم أكثر ترابطا نتيجة للاتصالات السريعة ذات التكلفة المنخفضة، التي توفرها شبكة الانترنت، على سبيل المثال، أصبح بإمكان الموظفين الذين يعملون في الهند خدمة الزبائن الذين يعيشون في الولايات المتحدة، وذلك لأن التطور التكنولوجي أتاح لمزودي الخدمة الوصول إلى المعلومات المرتبطة بحسابات الزبائن مباشرة وبسهولة، بالإضافة إلى ذلك يستطيع رواد الأعمال من مختلف أنحاء العالم الوصول إلى الزبائن أينما كانوا من خلال شركات التجارة الالكترونية.³

1-2- البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال:

إذا كانت البنية الأساسية لتكنولوجيا المعلومات تتسم بالمرونة؛ الموثوقية والأمان فإنها قادرة على مساعدة أي مؤسسة في تحقيق أهدافها وتوفير ميزة تنافسية في السوق، وإذا لم يتم تطبيق البنية الأساسية لتقنية المعلومات بشكل صحيح، فقد تواجه الشركات مشاكل في الاتصال والإنتاجية والأمان، مثل اضطرابات الأنظمة والاختراقات بشكل عام، ويمكن أن يكون وجود البنية الأساسية المطبق بشكل صحيح عاملا في تحديد ما إذا كانت الأعمال التجارية مريحة أم لا.

عند الاعتماد على البنية الأساسية لتكنولوجيا المعلومات يمكن للشركة أن:

¹ Razan Fareed Bogari, 2018, op tic, P 47.

² Yankai Zhao, 2009, *L'insertion de la chine dans la mondialisation, les flux d'investissement direct étrangers et la disparité économique régionale en chine*, Thèse de Doctorat, Université Sorbonne, P50.

³ هيفاء علي، مرجع سبق ذكره، 2022.

- تقدم تجربة ايجابية للعملاء من خلال توفير إمكانية التواصل دون انقطاع إلى موقع الانترنت الخاص به؛
- تطوير وإطلاق الحلول للسوق بسرعة؛
- تجميع البيانات في الوقت الفعلي لاتخاذ قرارات سريعة؛
- تحسين إنتاجية الموظف.¹

تجدر الإشارة إلى أن للابتكار التكنولوجي خصائص تبرر إنشاء شركات معينة في البلدان المبتكرة، وتفسر رغبتها في الاقتراب من هذه المناطق، يتعلق الأمر بالمحتوى المعلوماتي والطبيعة الديناميكية لهذا الابتكار التكنولوجي، فيما يتعلق بالمحتوى المعلوماتي فهو يستند إلى وجود المعرفة التي تعتبر جزء لا يتجزأ من الأفراد أو المنظمات، أما فيما يخص الطبيعة الديناميكية فإن الابتكار يأتي من حقيقة أن آليات التعزيز الذاتي تعزز التجذير المحلي لأنشطة الابتكار في ضوء محتواها المعلوماتي، وعلى هذا الأساس، فإنها تحدد المسارات التكنولوجية الخاصة بموقع الاستثمار.²

2- العوامل الاجتماعية والثقافية:

البيئة الاجتماعية مهمة أيضا عند التفكير في اختيار موقع الاستثمار الأجنبي المباشر.

في الواقع فإن أوجه التشابه في العوامل الاجتماعية في الدولة الأم وبلد الاستثمار تسهل قرارات الإنتاج والتسويق، مما يزيد من فرص التوسع الناجح، وبالتالي يزيد من احتمالية تفضيل قرارات الشركات متعددة الجنسيات بشأن الاستثمار الأجنبي المباشر في التوسع في منطقة معينة وبيئة ثقافية معينة.³

تشمل العوامل الاجتماعية والثقافية كل ما يحدث في العالم مثل التغيرات في الخصائص الديمغرافية والتركيبة السكانية للدول؛ توجهات الموضة والأزياء... الخ.

تعد الخصائص الديمغرافية المؤشرات الوحيدة المستخدمة لمعرفة قدرة الإقليم على جذب أو الحفاظ على سكان جدد.

¹ موقع الكتروني، ماهي البنية الأساسية لتكنولوجيا المعلومات؟ www.ibm.com، تاريخ الاطلاع: 2022/09/12.

² Toumi.S, 2009, op tic , P215.

³ Razan. Fareed Bogari, 2018, op tic, P46-47.

أحيانا تكون بعض المناطق ذات التوجه الاقتصادي القوي جذابة للمستثمرين بينما تكون فيها أقل نسبة متوقعة من السكان، وقد تعتبر الهجرة معيارا جيدا لقياس الجاذبية السكنية إضافة إلى النمو السكاني والتطور الاجتماعي.¹

ترتبط البيانات الاجتماعية أيضا بالحقائق المرتبطة بالدخل ومستويات التعليم والفئات العمرية والتركيب العرقي للسكان، هذه الحقائق تمثل تحديات وفرصا محتملة في سوق العمل، حيث تستطيع الشركات تخصيص منتجاتها حتى تستهدف قطاعات معينة في السوق، وذلك من خلال دراسة احتياجات المجموعات السكانية وتفضيلاتهم.²

وتتضمن هذه العوامل أيضا التغيرات التي تطرأ على قيم الأشخاص واهتماماتهم؛ العادات والتقاليد؛ الديانات؛ والتوجهات الخاصة.

فيما يلي ملخص أهم العوامل الاجتماعية والثقافية:

الجدول رقم (1-5): العوامل الاجتماعية والثقافية المؤثرة على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر.

العوامل الأجنبية	العوامل المحلية
1- الروابط الإقليمية مع الدول المجاورة من حيث: الروابط اللغوية؛ الروابط التاريخية؛ الروابط الدينية؛ الروابط الاجتماعية.	1- مدى التجانس السكاني: دينيا: مدى تعدد وتنوع الديانات والمذاهب والطوائف الدينية... الخ؛ التعدد اللغوي (هل تسود لغة واحدة أم عدة لغات)؛ أسباب طبقية: يقصد بذلك مدى الفروقات والاختلافات بين الطبقات الاجتماعية، من حيث درجات الغنى والفقر، والطبقات الثقافية، و هل تتسبب هذه الاختلافات الطبقية بوجود صراع طبقي داخل المجتمع.
2- العداوة مع الدول المجاورة لأسباب الآتية: الاختلافات الدينية؛ الاختلافات اللغوية؛ الاختلافات العرقية؛	2- مدى التماسك أو الانقسام الاجتماعي

¹ Boukrif. Moussa, 2015, **La contribution des facteurs d'attractivité sur la création d'entreprise : Cas des entreprises agroalimentaires dans la wilaya de Bejaia (Algérie)**, revue de développement des ressources humaines, Vol (10), N(01), P27.

² هيفاء علي، مرجع سبق ذكره، 2022.

<p>الاختلافات الاقتصادية.</p> <p>الاختلافات التاريخية.</p>	<p>والتقافي داخل البلد؛</p> <p>المزاج النفسي السكاني، وأخلاقيات العمل، الثقة بين الناس، الصدق في التعامل، علاقات الصداقة والولاء والانتماء للشركة؛</p> <p>البطالة، حجمها، سلوكها... الخ؛</p> <p>مدى اهتمام الناس بالأنشطة السياسية واتجاهاتها؛</p> <p>مدى تكرار الإضرابات، الاحتجاجات... الخ.</p>
--	---

المصدر: عنتره برياش، مرجع سبق ذكره، ص 78.

خلاصة:

يولي الاستثمار الأجنبي المباشر أهمية بالغة في الوقت الحالي لما له من آثار إيجابية تؤدي بالدول المضيفة الى النهوض بالاقتصاد وزيادة مستوى التنمية الاقتصادية خاصة في الدول النامية، لذلك تطرقنا في هذا الفصل الى مراجعة المفاهيم المتعلقة بالاستثمار الأجنبي المباشر التي أوجت بأنه تلك الاستثمارات التي تتم في شركة تنفذ أنشطتها على أراضي اقتصاد غير اقتصاد المستثمر، من خلال الاعتماد على عدة استراتيجيات يتبناها المستثمرون لإتمام انشطتهم الاستثمارية أهمها الاستراتيجية الافقية و العمودية، كما له عدة أشكال ونظريات اقتصادية تعتمد عليها الشركات متعددة الجنسيات في الدخول الى الأسواق الدولية.

كما تطرقنا الى العلاقة التي تربط الشركات متعددة الجنسيات والاستثمار الأجنبي المباشر بالإضافة الى العوامل التي تؤثر على قرار الاستثمار واختيار الموقع الجغرافي لدى الشركات الأجنبية، حيث شملت هذه العوامل المختلفة بشكل أساسي العوامل البيئية الكلية مثل العوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتكنولوجية والبيئية والقانونية، والتي تؤثر جميعها على عملية صنع القرار بشأن الاستثمارات الأجنبية المباشرة.

الفصل الثاني

الإطار المفاهيمي لصورة البلد وعلاقتها

بجذب الاستثمار الأجنبي المباشر.

تمهيد:

تشكل صورة البلد أحد المحاور الرئيسية للسياسات الاقتصادية لجميع الدول التي تتبنى المزيد من الاستراتيجيات الصناعية الجديدة والتي تسمح لها بجذب الشركات الأجنبية ورؤوس الأموال والاحتفاظ بها على أراضيها.

وقد تتوفر البلدان على مجموعة من المزايا والخصائص المحددة التي تسمح لها بإثبات قدرتها التنافسية، أي الاحتفاظ بكل من الشركات المحلية والأجنبية وفسح المجال لها لتنفيذ استراتيجياتها التقنية والإدارية، من خلال توفير المناخ المناسب وتكوين صورة إيجابية عن البلد في مختلف الميادين، سواءً سياسية؛ اقتصادية؛ اجتماعية.... الخ؛ وايضا تقديم التسهيلات في كل المجالات امام المستثمرين الأجانب حتى يتسنى لهم القيام بأنشطتهم بكل سلاسة.

من خلال هذا الفصل سنحاول التطرق الى صورة البلد وعلاقتها بجذب الاستثمار الأجنبي المباشر مستعرضين بذلك في المبحث الأول مفاهيم عامة حول صورة البلد وكيفية ادارتها، وفيما تتجلى أهميتها في مختلف المجالات؛ أما في المبحث الثاني سيتضمن أساسيات حول صورة البلد، من حيث مكوناتها؛ أبعادها؛ وكيفية تشكيلها.

لنتناول بعدها في المبحث الأخير العلاقة بين صورة البلد وجاذبية الاستثمار الأجنبي المباشر، والتطرق إلى مختلف العوامل الجاذبة للاستثمارات الأجنبية.

المبحث الأول: مفهوم صورة البلد وكيفية ادارتها.

إن معرفة دور صور البلدان والاطلاع على مختلف قوانينها له تأثيرات جد قوية ليس فقط على الباحثين والمهنيين، بل على مختلف المجالات الأخرى؛ مثل العلاقات الدولية المباشرة؛ استقرار العلاقات السياسية... الخ، حيث أصبح المسؤولون في كل مكان من العالم يشعرون بقلق متزايد حول مدى احترام بلدانهم في الخارج، لذلك أصبح الكل منغمس في كيفية تحسين صورة بلده.

المطلب الأول: الصورة الذهنية في التسويق:

كثيرا ما تتداول كلمة الصورة بين الأفراد، فهي مدركة من خلال مفهوم التمثيل الاجتماعي الذي يتكون من مجموعة الاعتقادات والرموز المتقاسمة اجتماعيا بين أفراد المجتمع.

كلمة الصورة مستمدة من الكلمة اللاتينية (Imago) والتي تعني ظل محل شيء أي تعبير شيء حاضر عن شيء آخر غائب، وهي وجهة نظر سيميولوجية تدرس الإشارات في مضمونها الاجتماعي بالتركيز على الصورة الثابتة والمتحركة لتحديد الدال والمدلول، والمرجع فيها.

لكن هذه المقاربة تبقى مركزة على الرموز المادية التي تتداول في مضمون اجتماعي محدد لتمنح دلالات معنوية؛ ولا تعالج الصورة الذهنية المتعارف عليها في التسويق، وبالتالي الصورة في المقاربة السيميولوجية هي في خدمة الهوية البصرية، فالصورة البصرية (المادية) تساهم في تطوير الصورة الذهنية التي يكونها الفرد عن الأشياء، فطبيعة الحال هناك حاجة إلى فهم الصورة الذهنية، وليس فقط الصورة المادية.¹

1- مفهوم الصورة الذهنية:

تعني الصورة الذهنية انطباع صورة الشيء في الذهن أو بتعبير أدق حضور صورة الشيء في الذهن، ويعود مصطلح الصورة الذهنية في أصله اللاتيني إلى كلمة Image المتصلة بالفعل Imitri يحاكي أو يمثل، وعلى الرغم من أن المعنى اللغوي للصورة الذهنية يدل على المحاكاة والتمثيل إلا أن معناها الفيزيائي الانعكاس.

¹ لرادي سفيان، بربار نور الدين، إدارة الصورة الذهنية، للوجهات السياحية نموذج مقترح، مجلة الآفاق للدراسات الاقتصادية، جامعة العربي تبسي، المجلد 2، العدد 2، 2017، ص 30.

ظهر مصطلح الصورة الذهنية في أوائل القرن العشرين وأطلقه (Walter libman) ويفسر الكثير من عمليات التأثير التي تعمل بها وسائل الإعلام وتستهدف بشكل رئيسي ذهن الإنسان.¹

إن مفهوم الصورة قوي ومؤثر ويبدو أن السلوك البشري يعتمد بالفعل على الصورة المتصورة بدلا من الواقع الموضوعي، وتتص نظرية سلوك المستهلك على أن الناس يتصرفون بناء على صورهم وتصوراتهم بدلا من الحقائق، وفق لـ Boulding 1950-1986، فإن قرار الناس يتضمن صورا واسعة في ذهن الفرد تتعلق بأفراد وسلوكيات معينة، كما أشار المؤلف إلى السلوك أنه تصرف يجعل الصورة المستقبلية الأكثر تفضيلا من المفترض أن تتحقق.²

غالبا ما يستخدم مصطلح الصورة كإسم ويتضمن ثمانية معاني هي:

- تمثيل عقلي للدلالة على العمليات والمحتوى المعرفي؛
- تمثيل مرئي لشيء أو مشهد، شخص، منتج أو أي شيء من صنع الإنسان؛
- واجهة شخصية يقدمها الشخص للعالم، وتشير إلى سمات الأشخاص والأشياء؛
- مثال نموذجي: للدلالة على المعارف والعمليات؛
- اللغة المستخدمة مجازيا وليس حرفيا؛
- تشبيه الأشخاص (تعيينهم)؛
- انطباع عام بأن شيئا ما (شخص، منظمة، منتج...)، يقدم للجمهور (يشير إلى سمات الأشخاص والأشياء)؛
- تمثيل يقدمه الشخص عادة في شكل منحوتة تدل على أشياء من صنع الإنسان.³

في هذا الصدد عرفها 1999 Dicaudin "بأنها مجموعة من التصورات العاطفية والعقلانية التي يكونها مجموعة من الأفراد عن منتج؛ علامة تجارية أو مؤسسة".⁴

¹ المركز العالمي للتدريب والتطوير (ICTD)، إجراءات وأساليب إدارة العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات، 19 جويلية 2022، تاريخ الاطلاع: 29 جويلية 2022، www.ictd.ae.

² Boulding. Kenneth. E, 1956, **The image : Knowlegde in Life society**. MI – Michigan : University of Michigan Press, P 22.

³ Carlos. Manuel, Sucia. Burcio, 2014, **An Integrated Model For Measuring Country Image : Personality Congnition, Emotion and their impacts on Behavioral intentions**, Phd theses, Specialization in Marketing, University Of Lisboa, P 23.

⁴ Decaudin. Jean-Marc, 1999, **Glossaire de la communication marketing**, Economica, Paris, P 112.

وعرفها Keller 1993 بأنها: "التصورات المتعلقة بالعلامة التجارية وتظهر في الروابط الذهنية المخزنة في ذاكرة المستهلك، وتتصف بالنوع؛ القوة؛ الاتجاه (موجبة، سالبة) والتفرد".¹

أما William G 2002 "اعتبرها المشاعر التي يشعر بها الناس تجاه أي شيء يمكن إدراكه، وقد تتضمن عناصر ومفاهيم معينة مثل، الموقف؛ السلوك والدوافع، حيث الموقف يمثل حالة ذهنية مكتسبة تجاه الأشخاص أو الأحداث أو المواقف بدرجة معينة؛ أما السلوك فيتمثل في الاستجابة لبعض المحفزات الخارجية، وتمثل الدوافع مجموعة من المحفزات التي تؤدي إلى إثارة الاهتمام، هاته المفاهيم السابقة تشكل لدينا الصورة الذهنية".²

ولها أيضا عدة تعريفات منها:³

- أنها الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين؛ نظام ما، شعب؛ منشأة (منظمة) مؤسسة محلية أو دولية؛ مهنة أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان، وتتكون هذه الانطباعات من التجارب المباشرة وغير المباشرة.
- أنها مجموعة من المعارف والتجارب والخبرات المتراكمة التي تتشكل في ذهن الجمهور وترسم انطبعا معيناً عن طريق عدة وسائل اتصالية، وتؤثر في سلوك الأفراد اتجاه مجتمع؛ شركة... الخ، وترتبط هذه المعارف المتراكمة بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم وعاداتهم الاجتماعية.

2- تقسيمات الصورة الذهنية:

لا يوجد تقسيم ثابت ومستقر لأنواع الصورة الذهنية، فهي تختلف من حقل معرفي لآخر، ولكن أهم التصنيفات تتمثل في:⁴

2-1- الصورة المرغوبة: هي التي ترغب المنظمة بإيصالها الى المستهلك؛ وهي تطوير للصورة المدركة وتعكس مفهوم التوقع؛

2-2- الصورة الحقيقية: التي تعكس الواقع الحقيقي للمنظمة، وتعبّر عن هوية المنظمة؛

¹ Krishman , H.S, 1996, **Characteristics of memory associations: a consumer based brand equity**, internaional journal of research in marketing, Vol (13), pp 398-405, p 394.

² Hameed. Aldebi, Noryah. Aljiiaboory, 2018, **The Impact of Tourism Promotion-Mix Elements on the Foreign Tourist's Mental Images of the Jordanian Tourist Destinations (A Field Study)**, International Business Research , Vol (11), N (1), P 79.

³ خالد إبراهيم عبد العزيز إسحاق، العوامل المؤثرة على تكوين الصورة الذهنية لشركات الاتصال، مجلة الآداب، العدد 139، 2021، ص 596.

⁴ عبد الرحيم شنيني، الصورة الذهنية للمقصد السياحي غرداية المبنية بالإعلان المتكامل من وجهة نظر عينة من السياح، مجلة دفاتر اقتصادية، المجلد 10، العدد 1، 2018، ص 150.

2-3- الصورة المدركة: وهي التقييم العام للمستهلك لمنفعة منتج ما استنادا إلى ما قدم إليه، وتقسم إلى أربعة أنواع:1

- ✓ الصورة الذاتية: تعبر عن كيف نرى أنفسنا؛
- ✓ الصورة المرآة: الصورة التي تعكس الحقيقة أو الواقع؛
- ✓ الصورة المثلى: أفضل صورة يمكن تحقيقها؛
- ✓ الصورة الحالية: تعكس الصورة في ذهن المجتمع في الوقت الحالي.

المطلب الثاني: مفهوم صورة البلد، أهميتها وأشكالها.

تعرف معظم الدراسات الأجنبية صورة البلد على أنها صورة لمنتج ما؛ لمجموعة من الشركات وأداة لجذب السائحين للبلد²، هاته المفاهيم أدت إلى عدم كفاية التعريفات النظرية لهذا المصطلح. لذلك سنحاول تقديم بعض المفاهيم الواضحة لبعض الباحثين المختصين في هذا المجال.

1- مفهوم صورة البلد:

يعتبر الاقتصادي الأمريكي Knueth E. Boulding أول المهتمين بدراسة موضوع صورة البلد في خمسينيات القرن الماضي حيث اعتبرها رأس مال معلوماتي تم تكوينه أساسا من خلال الاعلام والوسائل الداخلية وقوانين التنمية والاستقرار، كما أكد بانها هي التي تحدد سلوك ما؛ وليس الحقيقة، أي أننا نتصرف وفقا للطريقة التي نرى بها العالم، وليس بالضرورة وفقا لما هو عليه.³

وحسب Naghashima 1970 فهي "الصورة والسمعة التي يأخذها رجال الأعمال والمستهلكين بعين الاعتبار على منتجات البلد، ويتم إنشاؤها بواسطة عدة متغيرات مثل خصائص المنتجات؛ المتغيرات الاقتصادية؛

والخلفية السياسية للبلاد؛ التاريخ والتقاليد".⁴

¹ مي علي محمد ندا، تقييم الصورة الذهنية لمصر في الملصقات السياحية ومدى ملائمتها لدعم السياحة، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، المجلد 2، العدد 8، تصدر الجمعية العربية للحضارة والفنون الإسلامية، 2017، ص 652.

² Leni.. Mossberg, Ingeborg. Astinal Kepp, 2005, **Country and Destination image-different of similar image concepts ?**, Service industries Journal, Vol (25), N (04) , PP 493-503, p496.

³ Kennth. E.Boulding, 1959, **National images and international Systems**, Journal of Conflict Resolution, Vol (03), N(02), P 121.

⁴ Akira. Naghashima, 1970, **A comparison of Japanese and U.S Attitudes Toword Foreign products**, Journal of Marketing, Vol (34), PP 68-74, P68.

وعرفها كل من Martin و Eroglu 1993 "بأنها مجموعة المعتقدات والأفكار التي يستنتجها الأفراد حول بلد ما".¹

وهي أيضا تمثل التصور العام للفرد عن بلد ما؛ الذي يتكون وفقا للجوانب القوية والضعيفة لذلك البلد وتتمثل في الخصائص الوطنية، البيئة الاقتصادية، السياسة، الاجتماعية، القانونية والتكنولوجية.²

هذا التعريف يجعل صورة البلد أقرب إلى الوسائل التي يستخدمها المستهلكين لتقييم المنتجات، والقدرة التصنيعية لبلد ما، الذوق في الأسلوب والتصميم، والابتكار التكنولوجي.³

وقد عرفها Kotler وآخرون سنة 1991 على أنها مجموع كل الصفات العاطفية والجمالية مثل التجارب؛ المعتقدات؛ الأفكار؛ الذكريات؛ والانطباعات التي يمتلكها الشخص أو مجموعة من الأشخاص عن مكان ما⁴، من خلال هذا التعريف يمكن القول ان الفرد يشكل صورة معينة حول بلد ما بناء على مفهومه الشخصي فقط.⁵

يؤكد Robert Jervis أن صورة البلد يمكن أن تكون عاملا رئيسيا في تحقيق أهداف البلد بكل سهولة، وغالبا ما تكون الصورة المرغوبة أكثر فائدة من القوة العسكرية والاقتصادية للبلد، أي أن الهدف من دبلوماسية أي دولة هو بناء الصورة المرغوبة.⁶

تتم دراسة صور البلدان فيما يتعلق بالشؤون الدولية والقوة السياسية، وفي هذا السياق تم تطوير وتطبيق مفهوم صورة البلد؛ الهوية؛ السمعة والعلامة التجارية بشكل رئيسي في المجالات الفرعية للعلاقات الدولية والسياسية.

¹ Ingrid. M.Martin, Sev-gin. Eroglu, 1993, **Mesuring a Multi-Demensional construct : Countru Image**, Journal of Business Research , vol(28), PP 191-210 , P193.

² Skoko, Bozo, 2012, **The image of Bosnia and Herzegovina and its titizens in Croatia and Serbia**, Sarajevo : Friendrich Ebert-Stiftung, P18.

³ Martin. S.Roth., Jean. B.Romeo, 1992, **Matching Product Category and Country image perception : A Frame Work for managing country of origine effects**, Journal of international Busness studies, P480.

⁴ Barich. H, Philip. Kotler, 1991, **A Fram work for Marketing image management**, Managment review, vol (22), PP 94-104, P 95.

⁵ Nina M. Lverson, Ingborg. Astrid kelppe, and all, 2002, **Country image in marketing strategies : Conceptual issues and empirical asian illustration**, Journal of Brand Managment, P 62.

⁶ Robert. Jervis, 1970, **The Login of image in international relation**, Princeton University Perss, USA, P 06.

يمكن أن تكون صورة البلد صورة داخلية (ذاتية) وتعني ما يفكر فيه المواطنون عن بلدهم، وقد تكون خارجية (معكوسة) أي ما يعتقد الأجنبي عن ذلك البلد.¹

وفق لـ Roth فإن تعريفات صورة البلد تختلف من مفهوم لآخر، بحيث يمكن أن تكون الصورة العامة للبلد (صورة الدولة)، صورة البلدان ومنتجاتها (صورة بلد المنتج)، وصورة المنتجات من بلد ما (صورة المنتج).²

يمكن اعتبار صورة البلد كنوع معين من الصور التي تغطي منتجات الدولة والعلامات التجارية والشركات وغير ذلك، حيث تتشكل الصورة على أساس الخبرة والآراء حول البلد؛ وعلى المعلومات التي يتم تلقيها عبر القنوات المختلفة؛ من خلال الجانب السياسي مثل الشؤون الداخلية والسياسة الخارجية؛ الاتصالات السلوكية واللاسلكية؛ الترفيه... الخ، وتشمل العديد من الرموز الوطنية؛ الأسواق؛ الملابس؛ المباني؛ العادات والتقاليد... الخ.³

واعتبرها Keller 2007 سمة أساسية في عصر العولمة الجديدة، ويمكن اعتبار المناطق الجغرافية

(البلدان؛ المقاطعات...) على أنها علامة تجارية لإعلام الناس بالأماكن؛ مثل السياح، العملاء، الشركات... الخ.⁴

2- أشكال صورة البلد:

تنحصر صورة البلد في شكلين رئيسيين هما الصورة الكلية والجزئية للبلد.

1-2 - الصورة الكلية:

اقترح بعض باحثو التسويق أن الصورة الكلية للبلد تتكون من بعد سياسي (النظام الرأسمالي والنظام

الشيوعي)؛ اقتصادي (مستوى المعيشة) والبعد التكنولوجي (طريقة الانتاج والحرف اليدوية)⁵، كما تتضمن

السمات ذات الصلة بتقييم المنتج؛ والسمات الغير اقتصادية مثل الثقافة؛ المناخ؛ والتي بدورها تعبر عن مؤشرات الجودة كما هو موضح في الجدول التالي:

¹ Jenes. Barbara, 2007, **Connection Between the ecologically oriented consumer behaaviour and country image**, marketing and managment, PP 34-43, P40.

² Jenes. Barbara, 2010, **The nature of country image**, AN Extented literature Review, In : WWW.marketing-trnds-congress.com, P 05.

³ Jenes. Barbara, 2005, **Possibilities of shaping country image**, Marketing and Managment, PP 18-29.

⁴ Mostafa. Jafari, Hasti Sadeghi and all, 2017, **Analysis of the Mental image of Iranian Consumer of foreign luxury and widely Used Goods from Non-Marketing Symbols of seven country of origin**, Advances in social Sciences Research Journal, vol (04), N (07) , pp 122-128, P125.

⁵ A Lain. d'Astons, Lilia. Boubjel, 2007, **Positioning countries on personality demensions : Scale development and implication for country marketing**, Journal of Busniss Research, vol(60), PP 231-239, P232.

الجدول رقم (2-1): مكونات الصورة الكلية.

البعد	الخصائص
السياسة	<ul style="list-style-type: none"> - الديمقراطية / الديكتاتورية؛ - الرأسمالية / الشيوعية؛ - مدنية / عسكرية؛ - غربية / شيوعية.
الاقتصاد	<ul style="list-style-type: none"> - السوق الحرة / التخطيط المركزي؛ - المستوى الاقتصادي للمعيشة؛ - الاستقرار الاقتصادي؛ - جودة المنتج؛ - وجود نظام حماية اجتماعية؛ - تكاليف العمالة.
التكنولوجيا	<ul style="list-style-type: none"> - المستوى التكنولوجي للتصنيع؛ - مستوى البحث التكنولوجي؛ - مستوى معرفة القراءة والكتابة؛ - التكنولوجيا المستخدمة في المنتج - يدوية أو آلية.

Source: Dana, Nicoleta Lascu, Zafar. U.Ahmed and All, 2020, **Dynamics of Country image : evidence frome Malaysia, Asia pacific**, Journal of Marketing and logistics, P6.

2-2 - الصورة الجزئية:

وتتضمن الصورة العامة لجميع منتجات البلد وتشير أيضا إلى صورة لمجموعة منتجات معينة.¹

¹ Erik. B.Nes, 2019, **The role country image in international marketing Taylor and Francis group**, New York and London, P 36.

الجدول رقم (2-2): خصائص الصورة الجزئية.

الخصائص:	البعد
- مبتكر؛ - متقدم تقنياً.	الابتكار
- جدير بالثقة؛ - ممتاز الشكل؛ - موثوق.	التصميم
- الفخر بامتلاكه؛ - راقى.	المكانة

Source: Dana. Nicoleta Lascu, Zafar. U.Ahmed and All, 2020, **Dynamics of Country image : evidence frome Malaysia, Asia pacific**, Journal of Marketing and logistics, P7.

تأخذ صورة الدولة الكلية شكل المعتقدات العامة للمستهلكين لبلد ما، أما صورة الدولة الجزئية، فتأخذ المعتقدات حول منتج أو مجموعة من المنتجات في ذلك البلد¹، وقد تؤثر هذه المعتقدات على التقييم والتفضيلات لعلامات تجارية معينة من ذلك البلد، كما تعكس قرارات الأفراد حول المنتجات بشكل عام، أو حول مجموعة معينة من المنتجات على وجه الخصوص، مع مراعاة العديد من الجوانب مثل الجودة؛ الابتكار؛ التصميم... الخ، وهذه القرارات لها تأثير مباشر على الشراء.²

3- نموذج صورة البلد (نظرية الموقف): يتمثل هذا النموذج في التسلسل الهرمي لتأثيرات البلد والذي يركز على العلاقات المتبادلة بين المعرفة، الشعور والعمل حيث يفترض أن "التسلسل الثابت لعدة خطوات ينتج عنه موقفاً ما"³.

¹ ByoungHo. Jin, Moudi O.Almoura, and all, 2018, **Defferential effects of macro and micro country image by product category and by country among saudi consumers**, Managment Descision, P02.

² Maria. del Mar, Angel. Herrero and All, 2021, **The effects of Maroco and Micro Country Image on Consumer Brand Preferences**, Journal of International Consumer Marketing, P06.

³ Michael. Solomon, Gary. Bamossy and All, 2006, **Consumer Behaviour**, a Europeau Perspective (3ed) Parentice-Hall, P237.

الشكل رقم (1-2): نموذج صورة البلد.



Source: K.P. Roth, A. Diamantopoulos, 2009, **Advancing the country image construct**, Journal of Business Research, vol (62), pp726_740, p735.

يوضح الشكل (1-2) أربعة أنواع مختلفة من النماذج، ويبين كيف تؤثر الجوانب المعرفية، العاطفية والسلوكية على البلد، حيث:

يعكس النموذج (أ) وجهة النظر التي تشير إلى أن الموقف يتكون من عنصرين حسب (Ajzen)، وفقاً له فإن صور البلد تتضمن كلا من معتقدات الدولة وتأثير البلد الذي يمكن أن يختلف بشكل مستقل على النوايا والسلوك.¹

يوضح النموذج (ب) (التسلسل الهرمي للتعلم القياسي) نظرية الفعل المنطقي لـ Fishbein و Ajzen التي تفترض أن الفرد يشكل أولاً المعتقدات حول بلد معين من خلال تجميع المعرفة فيما يتعلق بالنظام السياسي أو المناخ في البلد، ثم يعتمد على هذه المعتقدات لتنمية مشاعره تجاه ذلك البلد، مثلاً قد يحب البلد أو شعب ذلك البلد، لينخرط بعد ذلك في سلوك ما مثل زيارة ذلك البلد.

هذا النموذج هو الطريقة الأكثر شيوعاً التي يعالج بها الأفراد المعلومات حول البلد لأنه يشبه العملية التي يتم بها بناء معظم المواقف.

¹ Alexander. Buhman, 2016, **Measuring Country Image, Anew Model** USC Centre on Public diplomacy, Sep 16.2016, in USC Public Diplomacy.org/Blog/, 23-07-2022, 18 :25.

ويشير النموذج (ج) التسلسل الهرمي منخفض المشاركة أي انه لا يكون للفرد في البداية تفضيل قوي

لبلد ما لأنه يتصرف وفقاً لمعرفته المحدودة (المعتقدات) وتشكيل موقفه بناءً على سلوكه الفعلي، فالأفراد

يتصرفون وفق لمعتقداتهم ويشكلون مشاعرهم بعد سلوكهم الواقعي.¹

وأخيراً يعتمد التسلسل الهرمي التجريبي على استهلاك المتعة، حيث يتوقع من المستهلكين أن يتصرفوا

فقط على أساس ردود فعلهم العاطفية.

حيث يتعلق كل من:

✓ مكون الإدراك:

يمكن صياغة معتقدات البلد على أساس الجوانب الاقتصادية؛ السياسية؛ الثقافية؛ التكنولوجية والمناظر

الطبيعية (البيئة والمناخ)، إضافة إلى الجوانب التي تتعلق بالأشخاص (عادةً ما يعتمد على عوامل مثل الكفاءة؛

الإبداع؛ مستوى المعيشة؛ والتدريب والعمل)، في هذا الصدد، ونظرًا لأن هناك عوامل تختلف إلى حد ما عن

بعضها البعض مثل السياسة أو المناخ، يمكن القول أن الدولة مكون متعدد الأبعاد، وكل بعد منه يقاس على

أساس عدة عناصر مختلفة، على سبيل المثال، يحتوي البعد السياسي حسب Eroglu و Martin (1993) على

النظام الديمقراطي؛ النظام الرأسمالي؛ النظام المدني أو السوق الحرة، وفي هذه الحالة، قد تكون العناصر

المقاس بها مناسبة، لأن النظام الديمقراطي لا يحتاج بالضرورة أن يكون سوقًا حرًا أيضًا.

ويمكن القول أيضًا أن معتقدات الدولة تمثل شخصية البلد والتي من المفترض أنها تكون ثابتة في بعض

الحالات (الدين واللغة مثلاً).²

✓ المكون المعرفي:

يشير البعد المعرفي إلى تقييمات الفرد المعرفية المرتبطة بمعتقداته ومعارفه تجاه بلد ما، حيث يستلهم

آراءه نحو مختلف البلدان بالعودة إلى بنيته المعرفية التي تقوم على عمليات المعالجة العقلية، التي تشمل

الترميز والتخزين للمعارف على مستوى الذاكرة، بمعنى آخر البعد المعرفي هو تعبير عن المعالجة الذهنية

المبنية على أساس التحليل المنطقي للمعلومات أو الاستنتاج، فالطابع المعرفي لصورة البلد يعني بالأساس

المعتقدات والمعلومات المتراكمة في ذهن المستهلك عبر الزمن.³

¹ Katharina. P.Roth, Adamantios. Diamantopoulos, 2009, **Advancing the country image construct**, Journal of Business Research, vol (62), PP 726-740, P734.735.

² Katharina. P.Roth, Adamantios. Diamantopoulos, 2009, Ibid, p 736.

³ مسعودي عبد الرؤوف، أثر صورة بلد المنشأ على الخطر المدرك حالة العلامات الدولية المصنعة في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم التجارية، جامعة معسكر، 2023، ص 36-37.

✓ المكون السلوكي:

هو مرتبط برد فعل الفرد فيما يتعلق بموضوع ما، استعداده للقيام بعمل ما، وتلبية الحاجة المحسوسة، الزيارات لدولة ما أو إقامة العلاقات معها، أو الاستثمارات الشخصية في بلد معين، وهو مكون ناتج عن تفاعل المكونين السابقين اللذين يوجهان سلوك الفرد نحو فعل معين¹

4- أهمية الصورة الجيدة للبلد:

تظهر أهمية الصورة الجيدة للبلد من خلال التنافس الشديد الحاصل بين البلدان من أجل إنشاء ميزة تنافسية على البلدان المنافسة، الكل يسعى لتمييز بلده في الساحة العالمية في ظل البيئة المعاصرة التي نعيشها.

1-4- أهميتها بالنسبة للحكومة:

من الضروري أن يفهم المسؤولون والوكالات الحكومية أهمية صورة البلد؛ وكيف يمكن إدارتها جيدا لأنها يمكن أن تمنح ميزة تنافسية في العالم، فقد تتجلى فوائد الصورة الجيدة للبلد في الحصول على منافع اقتصادية عديدة من أهمها جذب المستثمرين؛ السياح؛ المهاجرين؛ الطلاب... الخ، بالإضافة إلى تسهيل التجارة وبيع المنتجات في الخارج مما يحقق مصالح اقتصادية كبيرة.

من ناحية أخرى، فهي تعتبر رصيد سياسي وإستراتيجي للبلد؛ يسهل على الآخرين فهم المواقف والأفعال؛ استقطاب الشركاء؛ تعزيز سمعة الدولة وبالتالي تعزيز موقف سياسي أفضل وتأثير أكبر في الساحة الدولية، وقد أوضح Joshua Cooper على أنه يمكن استخدام رأس مال السمعة للمساهمة في تقليل النزاعات الدولية.²

يعتقد أن صورة البلد بمثابة سلع عامة يمكن استخدامها لخلق بيئة مواتية للدول والأشخاص، لتحقيق سمعة إيجابية تتمكن من خلالها الدولة تحقيق أهدافها الخارجية، في حين أن السمعة السيئة للبلد تؤثر في الجانب الاقتصادي، نقص الاستثمارات؛ وتتسبب في أزمات مستقبلية وحتى في الصراعات العسكرية.³

في هذا الصدد قام Robert 1970 بتقديم الملاحظات التالية:⁴

¹ الصميدعي محمود جاسم، ردينة عثمان يوسف، سلوك المستهلك، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2007، ص 146.

² Joshua. Coofer Ramo, 2007, **Brand China**, Foreign Policy Centre, P 27.

³ Viufang. Li, Naren. Chitty, 2009, **Reframing National image : A methodological Framwork**, Conflict and communication Online, Vol (08), N (02), P 04.

⁴ Jervis. Robert, 1970, **The logic of Image in international relation**, Columbia University Press, A Morningside Book, P 06.

- الدول القوية قادرة على التأثير على الدول الأخرى ببساطة عن طريق تغيير صورتها، دون تغيير السياسات التي تتبعها؛
- يمكن أن تصبح الصورة عاملاً رئيسياً في تسهيل تحقيق أهداف الدولة في العلاقات الدولية؛
- يمكن للدول أن تدفع ثمنها باهظاً للحصول على صورة مرغوب فيها، وبالتالي يمكن تطبيق مفهوم الصورة حصرياً بمعنى التأثير المقصود والبناء المرغوب؛
- تصورات الناس وإراء الآخرين مرنة للغاية للضغوط البيئية المفاجئة.
- ولتخليص أهمية صورة البلد بالنسبة للدولة يجب التأكيد على أنها تستطيع اليوم أن تلعب دوراً¹:
- عامل/ أداة في الشؤون بين البلدين؛
- حصة من القوة الاستراتيجية؛
- طريقة بديلة للتفاعل؛
- وسيلة غير مكلفة لتحقيق الأهداف؛
- مفهوم إيديولوجي؛
- ممارسة القوة الناعمة / الذاتية؛
- امتداد للسياسة المحلية؛
- وسيلة لمعالجة قضايا الجاذبية والقدرة التنافسية للبلدان.

4-2- أهمية بالنسبة للمستهلكين:

أوضحت عدة دراسات أن لصورة البلد دوراً مهماً في تقييم وتصنيف المنتجات الاستهلاكية، فمثلاً عندما لا يعرف المستهلكون منتجاً أو علامة تجارية يلجؤون إلى صورة البلد كمرجع لاستنتاج جودتها والحد من تصوراتهم ومعتقداتهم حول سمات المنتج، ومن جهة أخرى، تعمل صورة البلد كإشارة خارجية أثناء تقييم المنتج عندما يفقر إلى معلومات أخرى، حيث تساعد في تنظيم المعلومات المقدمة وإنشاء المطابقات المعرفية بين صورة البلد والمنتج.

حسب Romeo و Roth يجب ان تتوافق الأبعاد المتعلقة بالمنتج مثل التصميم والمكان بصورة البلد²، وفي هذا الجانب قام Han بتلخيص نظريتين لتقييم المنتجات من طرف المستهلكين هما:

¹ Lianna. Ayvazyan, 2010, *The Country Image and Interational Relations*., 21 St Century environnement, vol(01), N(7), P 44.

² Byoungo. Jin, Moudi. O.ALmousa, Heesoon. Jang and All, 2018, optic, P04.

- ✓ يحكم المستهلكون على جودة المنتجات بناء على صورة البلد؛
- ✓ تؤثر صورة البلد على تقييم المستهلك لسمات المنتجات.

الصورة لها تأثيرات كبيرة على مواقف المستهلكين تجاه المنتجات المصنوعة في البلد المعني،

وقد تؤثر أيضا على كيفية تقييم المنتجات الخاصة بتلك البلدان.¹

تتضمن هاته الصور جودة المنتجات، درجة التطور التكنولوجي، الموثوقية والتنمية الصناعية لبلد ما، مما يؤدي بالمستهلكين الى تقييم منتجات معينة استنادا إلى ما يعرفونه عن القدرة التصنيعية لبلد ما حتى بدون تجربة شخصية بسبب سمعة البلد²، من خلال الابتكار التكنولوجي؛ التصميم الذوق؛ ويفضلون تلك المنتجات عندما يعتقدون أن هناك تطابق وانسجام بين نقاط القوة المتصورة للبلد والمهارات اللازمة لتصنيع المنتجات.³

عندما تتكون صورة بلد ما بشكل أساسي من المكون العاطفي، يصبح مؤشر المنشأ سمة بارزة للمنتج، ويؤثر بشكل مباشر على تقييم المنتج، وبالتالي يكون لصورة الدولة تأثير أكبر على تقييم المنتج، (تأثير مباشر)، أما إذا كانت صورة البلد تتكون أساسا من معتقدات معرفية مثل درجة التطور الصناعي والتكنولوجي للبلد فسيكون لها تأثير أكبر على معتقدات المستهلكين حول جودة المنتج فضلا عن تقييمهم المباشر للمنتجات.⁴

4-3 - أهميتها بالنسبة للسياحة:

تؤثر صورة البلد على صورة الوجهة السياحية من حيث القيمة؛ الرضا والسلوكيات المتوقعة؛ فالصورة المعرفية التي يتم إدراكها بشكل أفضل للبلد يكون لها تأثير إيجابي على الصورة العاطفية له؛ والتي بدورها تؤدي إلى تصور أكثر ملائمة لصورة الوجهة.⁵

¹ Papadopoulos. Nicolas, Louise. A.Heslop and All, 1989, **National Stereotypes and Product Evaluations in a Socialist country**, International Marketing Review, Vol (07), N (01), PP 32-47, P 33.

² Mouli..K, Zaveri.M, 2012, **Country image effects on employer attractiveness**, Phd thesis, RMIT University, P 37.

³ Martin S.Roth, Jean b.Romeo, 1992, Optic, P480.

⁴ Michel. Loroche, Nicolas. Papadopoulos and All, 2005, **The Influence of Country Image Structure on Consumer Evaluations of Foreign Products**, International Marketing Review, Vol (22), N (01), PP 96-115, P 102.

⁵ Suoshend. Wang, 2020, **An Inquiry Into Country Image Components and Their Effects on Perceived destination Image and Travel Intentions**, Tourism recreation reresearch, P03.

تعتبر صورة الوجهة عنصرا أساسيا لجذب السياح، وذلك لارتباط التصورات التي يمتلكها الأفراد عنها ارتباط وثيقا بسلوكهم السياحي؛ وبالتالي اختيار الوجهة، ويمكن أن تكون تلك التصورات عبارة عن انطباعات؛ خيال؛ معتقدات؛ أفكار مكتسبة؛ عواطف؛ آراء؛ خبرة شخصية¹.

ينجذب السياح إلى البلد أو مدينة ما من خلال مجموعة من عوامل الجذب والأحداث والخدمات التي يقدمها ذلك البلد، لذلك فتقييماتهم لخيارات الوجهة تأخذ شكلا قياسا إلى حد ما².

وقد أكدت منظمة السياحة العالمية (WTO) عام 1979 على أهمية صورة البلد في تشكيل السلوك السياحي باعتبار ان فكرة الصورة ذات أهمية حيوية لأي بلد، لذلك يجب قياسها ومراقبتها ووضعها في المراتب الأولى خلال التخطيط للترويج السياحي³، وبحكم أن لصورة البلد والسياحة علاقة ثنائية الاتجاه، بمعنى كثيرا ما يرتبط السفر إلى بلد ما بتكوين أو تغيير التصورات عن مكان الوجهة، وتتكون هذه الصورة غالبا من خلال التجربة السياحية والتي تؤثر بشكل مباشر على نية الزيارة⁴.

يمكن اعتبار صورة البلد عاملا من عوامل الدفع والجذب لتحفيز الأفراد على وجهة معينة حيث:

- يمكن للصورة أن تجعل الأفراد يرغبون في الذهاب إلى الوجهة المعنية؛
- يمكن للصورة ان تكون أداة إستراتيجية، وتقود الناس لاختيار الوجهة المعنية من خلال خبرة شخصية محدودة، حيث يتصرفون بناء على صورتهم لتلك الوجهة حتى لو كانت صورتهم المتصورة لا تتوافق بالضرورة مع الواقع الحقيقي.

صورة البلد تعتبر وسيلة لتمييز وجهة معينة عن وجهات أخرى لديها نفس السمات، ما يؤدي إلى تحسين القدرة التنافسية للسياحة، لهذا فإن صورة البلد تعتبر واحدة من المشاكل الحالية في التسويق السياحي كونها تقوم بتوفير معلومات مهمة للسائح لإدراك مكان ما⁵.

¹ Isabelle. Prin-Allez, Line. Ricarde et autres, 2008, **Quelles liens entre l'image du pays et l'image de l'une de ses villes ? Une Application ou cas de la France et de Lyon**, 4eme Journée thématique de recherche en marketing du tourisme et des loisirs, Chambéry, France, P04.

² Lena. Mossebreg, Ingeborg. Astrid Kleppe, 2005, **Country and Destination Image-Different or Similar image concept ?**, Service Industrees Journal, Vol (25), N(04), PP 493-503, P 501.

³ World Tourism Organization (WTO), 1979, **Tourist Image**, Madrid, Spain, P 03.

⁴ John. Nadeau, Louise. Heslop and All, 2008, **Destination in a Country Image Context**, Annals of Tourism Research, Vol (35), N (01), PP 84-106, P 90.

⁵ Ana. Ispas, 2011, **Evaluating the Image of tourism destination the cas of the autonomous community of the canary Island**, Journal of Tourism, N(12), P 07.

تلخيصاً لما سبق فإن صورة البلد لها تأثير قوي على الجذب السياحي سواء بالإيجاب أو بالسلب، فإما أن تؤدي إلى زيادة النشاط السياحي، وبالتالي تحقيق عوائد وأرباح في كل المجالات للبلد المضيف، أو تؤدي إلى الركود وتراجع عدد السياح الوافدين لذلك البلد؛ إضافة إلى رسم صورة سيئة له.

ولهذا فإن معظم الدول توجه جهودها إلى تحسين قوة صورة الوجهة السياحية من خلال تقديم أنشطة تسويقية إبداعية وتنفيذ البرامج الحكومية في إطار السياسات القطاعية وبرامج التسويق في إطار السياسات التسويقية للمؤسسات الاقتصادية، إضافة إلى العديد من الأنشطة التقليدية والتكميلية التي تساعد على تحسين التصورات الرئيسية والثانوية للبلد.

المطلب الثالث: إدارة صورة البلد.

يشير مصطلح إدارة الصورة إلى البحث المستمر عن صورة مكان ما بين الأفراد؛ تقسيم واستهداف وتحديد مزايا سمات المكان لدعم صورة حالية أو إنشاء صورة جديدة؛ وإيصالها إلى الأفراد المستهدفين (سياح؛ مستثمرين؛ سياسيين... الخ).¹

إن إدارة الصورة لبلد ما أو منطقة معينة، هي عبارة عن مراحل إدارية موجهة نحو رسم وتعزيز الصورة في ذهن المستهدفين.

من أجل تحقيق أهداف معينة تتمثل هذه المراحل في:²

- 1- **تصميم صورة البلد:** الصورة الذهنية للبلد أو المنطقة المرغوب إيصالها إلى الطرف الآخر مثل الهوية، يجب أن تسجل في ملف خاص يتم إرفاقه مع أصحاب المصلحة في جميع مراحل بناء الصورة لتكون بمثابة دليل أساسي في اتخاذ جميع القرارات المتعلقة بالبلد.
- 2- **تقديم الصورة:** وذلك حسب:

✓ **المستوى الجزئي:** تقوم المؤسسات الاقتصادية بمجموعة من الأنشطة التسويقية التي تهدف إلى التأثير على سلوك المستهلك بطريقة تزيد من الطلب على منتجاتهم، وفي هذا الصدد تؤثر جميع الأنشطة التسويقية بطريقة معينة وعلى مستويات مختلفة على تصورات المستهدفين وعلى مشاعرهم وخياراتهم.

¹ Philip. Kotler, David. Gretnen, 2002, **Country as Brand, Product and Beyond : A place Marketing and Brand management Perspective**, Brand Management, Vol (09), N (4-5), PP 249.261, P254.

² لرايدي سفيان، بربار نور الدين، مرجع سبق ذكره، 2017، ص 40-41.

✓ **المستوى الكلي:** من خلال جميع السياسات القطاعية التي تنفذها الدولة المتعلقة بالاقتصاد والتكنولوجيا وغيرها، لها تأثير كبير على تصورات البلد المستهدف لذلك يجب تصميم البرامج وتنفيذها بالطريقة التي تطور وتحسن نتائج الأداء سواء على المستوى الجزئي أو الكلي.

3- **تعزيز الصورة:** يتمثل في تقديم أنشطة تسويقية إبداعية بتنسيق رسائل اتصال حول البلد من قبل المؤسسات والحكومات؛ وانسجام مختلف المنبهات والمعلومات التي يستقبلها المستهدفون، بحيث تعدد مصادر المعلومة الواحدة يؤثر أفضل من تكرار المعلومة من نفس المصدر.

4- **قياس الصورة:** وهي المرحلة الأخيرة التي من خلالها يتمكن أصحاب المصلحة من الكشف عن نقاط الضعف التي يجب تصحيحها من خلال الاستعانة بطرق البحث النوعية وطرق البحث الكمية وفي أفضل الحالات تكون الطريقتين مكملتين لبعضهما.

في الشكل الموالي يوضح أكثر المراحل التي تمر بها إدارة الصورة:

الشكل رقم (2-2): نموذج إدارة صورة البلد



المصدر: لراي سفيان، بربار نور الدين، إدارة الصورة الذهنية، للوجهات السياحية نموذج مقترح، مجلة الآفاق للدراسات الاقتصادية، جامعة العربي تيسي،

المجلد 2، العدد 2، 2017، ص38.

المبحث الثاني: أساسيات حول صورة البلد

من الواضح أن الأفراد يشكلون صورة للبلدان بناء على إطارهم المرجعي الشخصي، من خلال استخدام اللغات والرموز والخبرات المشتركة، هذه الصور يمكن تصنيفها الى صور عامة وأخرى خاصة اعتماداً على ما إذا كانت الصورة مشتركة من قبل افراد آخرين أم أنها فريدة بالنسبة للفرد، وقد تبنى وتتطور صور بعض الدول، سواء كانت جيدة أو سيئة، من خلال عملية اتصال معقدة للغاية تتطوي على مصادر مختلفة للمعلومات؛ ليتم بعد ذلك قياسها من خلال معايير معينة.

المطلب الأول: عناصر وأبعاد صورة البلد

تتضمن صورة البلد العديد من العناصر، كما لها عدة أبعاد يمكن ذكرها فيما يلي.

1- عناصر صورة البلد:

صورة الدولة، مثل أي صورة أخرى؛ تتكون من عدة عناصر؛ قام العديد من الباحثين بدراساتها، والتي غالباً ما تتداخل فيما بينهما، فوفقاً لـ Wang و Lamp 1983 تتكون صورة البلد من البيئة السياسية؛ الثقافية والاقتصادية، أما Papodopoulos 1990 وجد أنها تشمل التنمية الصناعية؛ التوجه الصناعي؛ التأثير والتقارب، ووفقاً لـ Grumdhofer و Weber 1991 فإن عناصرها تتمثل في السياسة؛ الثقافة؛ الأفراد والاقتصاد، أما Verlegh 2001 أكد أن المناظر الطبيعية؛ المناخ؛ الكفاءة والإبداع والمشاعر السلبية والإيجابية هي العناصر الأساسية لصورة البلد.

وفقاً لدراسة Jens و Malota 2008 إن العناصر المهمة في تكوين صورة البلد هي: السياحة؛ الوضع الاقتصادي والسياسي؛ السلامة العامة، الثقافة والأفراد.¹

بالنسبة لـ Verlegh وآخرون سنة 1999 فإن صورة البلد تتضمن سلسلة من المعتقدات المتعلقة بالمناظر الطبيعية والثقافية والاقتصاد، حيث تشكل هذه المعتقدات بنية فكرية تسمح للأفراد باستنتاج سمات ذلك البلد، لذلك وحسب العديد من المؤلفين فصورة البلد تشمل الهيكل الاجتماعي والاقتصادي والثقافة والجغرافيا.²

يتم تعريف الهيكل الاجتماعي والاقتصادي من خلال استخدام عدة معايير مثل التنمية؛ الثروة؛ السلطة

¹ Barbara. Jenes, Erezbet Malota, 2009, **Mesuring Country Image and Practice**, Marketing and Management, P 04.

² Peeter W.J. Verlegh, Jan-Benedict. Steenkanf, 1999, **A Review and Meta-analysis of country of origine research**, Journal of Economic Integration, vol (20), PP 521-546, P 539.

السياسية؛ التصنيع والهيئة؛ أما البعد الجغرافي يشمل تصورات المناخ؛ المناظر الطبيعية؛ والجوانب البيئية، ويشير البعد الثقافي إلى نمط التفكير الذي يتميز به أعضاء مجموعة ما عن أعضاء مجموعة أخرى.

وبالتطرق الى مفهوم البلد الذي يشير إلى أنه مجموعة خصائص تتألف من: إقليم (الوطن)؛ التاريخ؛ والتقاليد المشتركة؛ الاقتصاد المحلي؛ ثقافة الشعوب؛ مجموعة من المعايير والقيم المشتركة؛ التنظيم السياسي و سيادة الدولة، يتم تصور البلد على أنها موقف يتخذه الأفراد اتجاه البلد، تاريخه؛ تقاليده؛ اقتصاده الوطني؛ ثقافة شعبه وتنظيمه السياسي.¹

وفي دراسات أخرى تمثلت عناصر صورة البلد في الصادرات ؛ سياسة البلد؛ مواطنيه؛ جاذبية الاستثمار الأجنبي المباشر؛ الثقافة؛ التجارب السياحية في البلد كما هو مبين في الشكل الموالي.

الشكل رقم (2-3): عناصر صورة البلد.



Source: Anholt Simon, 2005, **Brand New Justice**, Revised Edition, P 118.

استنادا إلى ما سبق يمكن توضيح عناصر صورة البلد كما يلي:

¹ Alexander. Bhuman, Diana. Ingehoff, 2015, **The 4D Model of the country image: An integrative approach from the perspective of communication management**, the International Communication Gazette, Vol (77), N(1), pp 102–124, P 113.

الجدول رقم (2-3): عناصر صورة البلد.

العنصر	مكوناته
الأفراد	سكان وممثلو البلد؛ أصحاب المصلحة؛ ويعتبرون عناصر مستقلة تحمل أفكارا إبداعية قادرة على التواصل.
سياسات البلد	السياسات الداخلية والخارجية للبلد؛ الأنظمة والقوانين الخاصة بالبلد؛ القدرات الدبلوماسية للبلد؛ الأمن؛ والاستقرار.
جغرافيا الإقليم	المناخ؛ المناظر الطبيعية؛ الجوانب البيئية؛ البحار؛ الصحاري.
الاقتصاد	التنمية الاقتصادية؛ الثروات؛ الصناعات؛ النشاط التجاري؛ راس المال؛ حجم الأسواق.
الثقافة، العادات والتقاليد	تتمثل في الأفكار؛ الأمثال؛ المعرفة والمعتقدات؛ المهارات؛ طرق التفكير، طرق معيشة الأفراد؛ الموسيقى؛ اللغة؛ الأعراف؛ العقيدة... الخ.
العلامة التجارية	العلامة التجارية الخاصة بمنهج ما وترتبط ارتباط وثيق ببلد منشأ العلامة مثل: ميونخ و BMW.
التاريخ	الحضارات؛ الأحداث التاريخية.
السياحة	الأحداث المختلفة مثل المعارض الدولية؛ المرافق السياحية؛ فنادق؛ أماكن تاريخية؛ بما في ذلك صناعة السياحة التي تعد ضرورية لجذب السياح الأجانب.
التكنولوجيا	التقنيات المستخدمة في التصنيع؛ جودة التطبيق العملي؛ جودة الوسائل المستخدمة؛ المعرفة الحديثة بالتقنيات والعمليات والأساليب الفنية والعمليات المستخدمة في التشغيل.

المصدر: إعداد الباحثة استنادا على ما سبق.

2- أبعاد صورة البلد:

لوصف النموذج الكامل الخاص بأبعاد صورة الدولة، يجب الإشارة أولاً إلى ثلاثة مفاهيم أساسية:

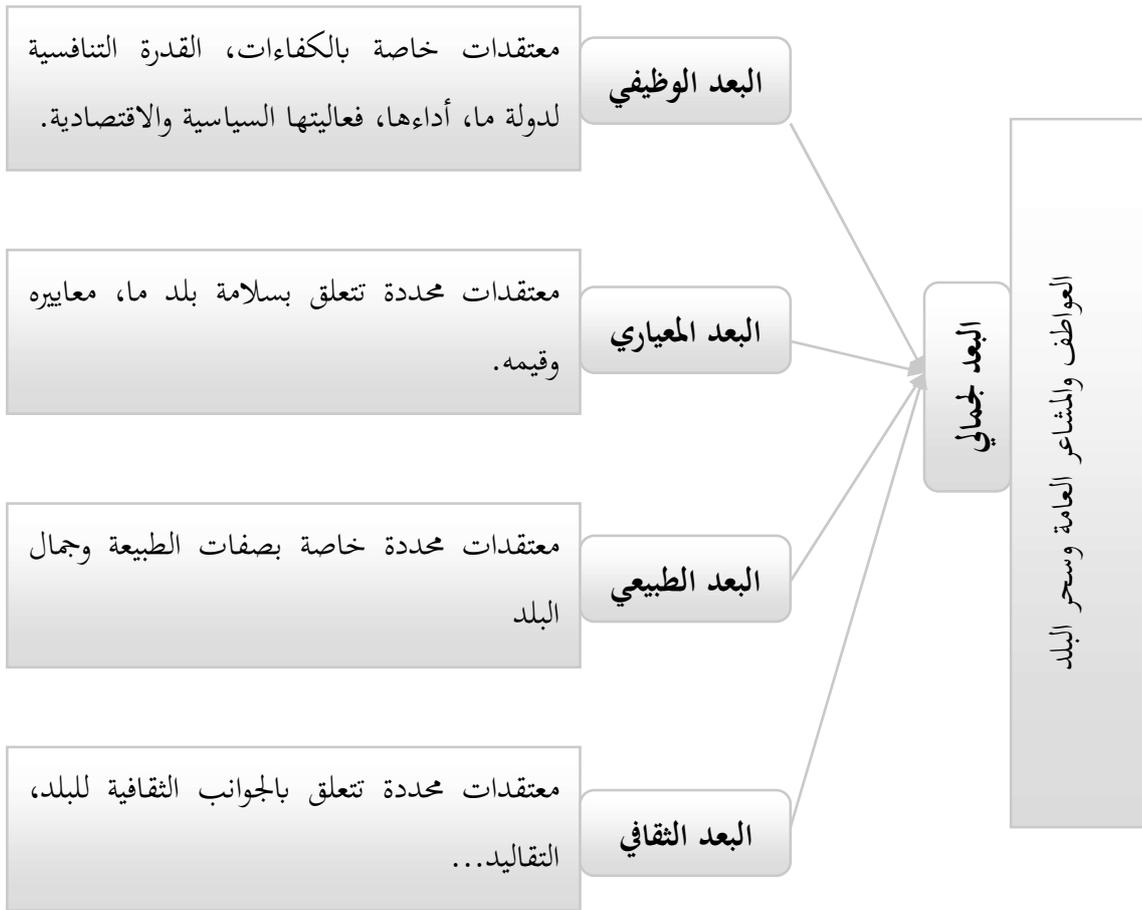
- مفهوم الهوية الوطنية لسميث 1991 لدعم السمات العامة للبلد؛

- نظرية الموقف لـ Fishben Ajizen 1980 التي تشير إلى أن صورة البلد عبارة عن بناء لموقف ما يشمل مجموعة معرفية من المعتقدات؛
- نموذج السمعة متعدد الأبعاد لـ Ingenhoff وآخرون 2008 و Sommer 2007، الذي يعمل على التمييز بين الأبعاد المختلفة لصورة البلد¹، ومن خلال دمج هذه المفاهيم تم اكتشاف نموذج رباعي الأبعاد من طرف Ingenhoff و Buhman سنة 2015، يتضمن: البعد الوظيفي، المعياري، الطبيعي والجمالي.
- بعد هذا قام Jerome و Ingenhoff سنة 2020 بتطويره إلى نموذج خماسي الأبعاد وذلك من خلال إضافة البعد الثقافي، ويعمل هذا النموذج كأداة لقياس صورة الدولة، ويسمح بتحليل أبعاد الصور التي تؤدي إلى توليد ردود أفعال عاطفية في القنوات المختلفة والمجموعات المستهدفة.
- بناء على نموذج 5D تم تعريف صورة البلد على أنها موقف يشكله أصحاب المصلحة تجاه البلدان، والذي يتضمن معتقدات معينة قد تكون معرفية (الوظيفية)؛ معيارية، ثقافية؛ طبيعية وعاطفية؛ كما هو موضح في الشكل الموالي²:

¹ Alexander Buhman, Diana Ingnehoff, 2015, optic, P112.

² Efe. Seveni, Kadir. Jun Ayhan and All, 2021, **Capturing Country Image : A Methodological Approach**, The Journal of International Communication, P 03.

الشكل رقم (2-4): نموذج الأبعاد الخمسة لصورة البلد



Source: Diana. Ingenhoff, Jérôme. Chariatte, 2020, Solving the Public Developing a 360 Degree Listening and Evaluation Approach to Assess Country Images, USC Centre on Public Diplomacy, Paper 2, P17.

كما لاحظنا في الشكل السابق تتكون الأبعاد الخمسة من:¹

- ✓ **البعد الوظيفي:** يتمثل في المعتقدات التي تتعلق بمهارات بلد ما وقدرته التنافسية، ويتمثل في السمات الاقتصادية والسياسية لذلك البلد؛ ويتكون من حالة الاقتصاد العام للبلد؛ القدرة التنافسية لمنتجات البلد وخدماته؛ أسواق العمل ونظام التعليم؛ مهارات وفعاليات النظام السياسي؛ فضلا عن أداء الدولة في البحث والتكنولوجيا؛
- ✓ **البعد المعياري:** يتمثل في المعتقدات الخاصة بسلامة البلد، والقيم الخاصة به ويتكون من قرارات محددة تتعلق بكل من المسؤولية الاجتماعية والبيئية للبلد؛
- ✓ **البعد الطبيعي:** ويتعلق بالمعتقدات الخاصة بالصفات الجمالية للبلد وجاذبيته ومناظره الطبيعية؛
- ✓ **البعد الجمالي:** يشكل المكون العاطفي للبلد من المشاعر العامة نحو البلد والانبهار به؛

¹ Alexander. Buhman, Diana. Ingenhoff, 2015, optic, P 115-116.

✓ **البعد الثقافي:** يشير إلى الأصول الثقافية مثل الفن، الأدب، التقاليد، الهندسة المعمارية... الخ¹.

المطلب الثاني: بناء صورة البلد.

يتطلب بناء صورة بلد ما أهدافا تحدد ويتفق عليها بشكل صحيح؛ تكون إما قصيرة المدى مثل استقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر أو استضافة حدث دولي ما؛ أو تكون طويلة المدى قد تستغرق عقودا؛ وقد تتمثل هاته الأهداف فيما يلي:

- الترويج للاستثمارات؛
- ترويج أكثر فعالية للسياحة والسفر للأعمال؛
- ظهور أكبر في وسائل الإعلام الدولية؛
- تسهيل إجراءات العضوية في المنظمات والجمعيات الإقليمية والعالمية؛
- علاقات ثقافية أكثر إنتاجية مع الدول الأخرى؛
- الاهتمام بالأحداث الدولية؛
- توفير مناخ يتم فيه تقييم الابتكار وممارسته.

إن إنشاء صورة تنافسية لبلد أو منطقة ما هو الا 80 % ابتكار، 15 % تنسيق و 5 % اتصال، لذلك ما تحتاج إليه معظم الأماكن على الأقل من حيث المبدأ هو:

- ✓ وضع إستراتيجية لتحديد صورة البلد ولفت الانتباه لعدد كبير من أصحاب المصلحة.
- ✓ تشجيع المواطنين على تزيين صورة بلدهم وتعزيزها في كل ما يقولونه أو يفعلونه.
- ✓ الاهتمام بالابتكارات وإظهار مدى أهميتها وكيفية الاستفادة منها في الأعمال.²

وجد Balogu و Mc Cleary 1999 أن هناك عاملين مميزين يعملان على تكوين صورة البلد يتمثلا في عوامل التحفيز التي ترتبط بالمحفزات الخارجية التي يتلقاها الفرد فيما يتعلق بالبلد المعنى والعناصر المادية المرتبطة بها؛ الرحلات السابقة التي قام بها الفرد في البلد، والعوامل الشخصية التي ترتبط بالخصائص الاجتماعية والنفسية للفرد.³

النقطة الرئيسية لتكوين صورة البلد في الواقع هي أن ذلك البلد يولد صورة مناسبة وواضحة ذات

¹ Diana. Ingenhoff, Jérôme. Chariatte, 2020, **Solving the Public Developing a 360 Degree Tisting and Evaluation Approach to Assess Country Images**, USC Centre on Public Diplomacy, Paper 2, P17.

² Anholt. Smith, 2007, **The theory of compititive identity**, Palgrave Macmilan, London, PP 25-42, P (28-29-37).

³ Denisa. Adriana Cotilea, 2015, **County image VS county brand : defferences and similarities**, Ecoforum, Vol (04) , P 167.

مصادقية وإيجابية عن نفسه من خلال التنسيق بين قنوات الاتصال التالية:

- ✓ الترويج السياحي: ويعتبر أقوى قناة اتصال؛
- ✓ تصدير العلامات: كسفراء لصورة البلد؛
- ✓ طريقة جذب الاستثمار الأجنبي؛
- ✓ التبادل الثقافي: حيث يمكن للمنتجات الثقافية أن تبني صورة الدولة؛
- ✓ القرارات السياسية لحكومة الدولة: السياسات الخارجية والداخلية؛
- ✓ سكان البلد: من خلال سلوكياتهم في الداخل والخارج.

هذه القنوات تقدم معلومات حول شكل الدولة: اتجاهاتها؛ ومساراتها؛ وهي فرصة مثالية لبناء وإعادة هوية البلد من أجل تحقيق فوائد طويلة الأجل المرتبطة بالصادرات والواردات؛ الحكومة؛ السياحة؛ الهجرة والعلاقات الدولية.¹

لا يمكن إنشاء صورة البلد إلا من خلال معرفة نوع الثقافة؛ والحضارة التي يمثلها شعب ذلك البلد؛ الموقع الجغرافي؛ الخصائص التاريخية والعرقية إضافة إلى ذهنيات سكانها؛ وتتشكل أيضا تحت تأثير العوامل الموضوعية والذاتية؛ الخصائص الحقيقية للبلد والتي تشكلت بجهود المسؤولين.

تلعب هذه العوامل دورا خاصا في بناء الصورة، حيث أن ضعف المعرفة بالتاريخ والتقاليد العرقية والقيم للدول يساهم في ظهور التعصب العرقي وموقف سلبي تجاه البلد.

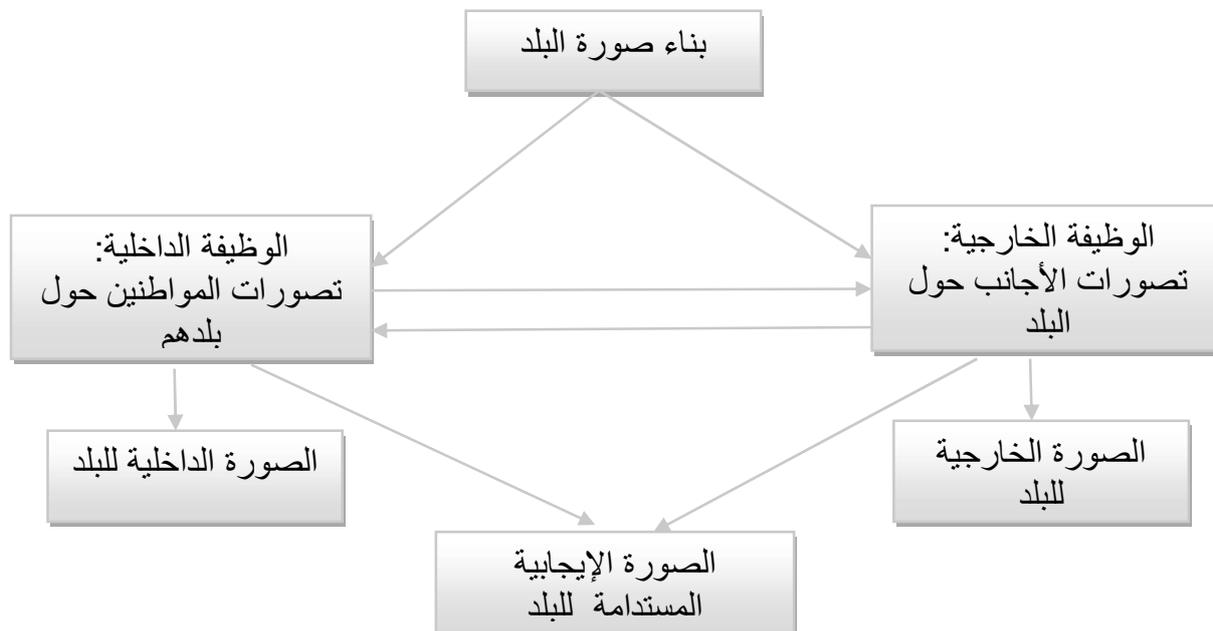
وعليه فإن صورة البلد تتكون من جزأين رئيسيين هما:

- ✓ الصورة الداخلية: تتمثل في مجموعة من الأفكار حول سكان البلد (شعبها) كما أن الجمهور المستهدف هو الذي يشكل فكرة عن نفسه كدولة.
- ✓ الصورة الخارجية: وهي التي تتجاوز الإطار الثقافي الوطني، وهي نتيجة تزاخم بين سياسات المعلومات ووعي الجمهور المستهدف.²

¹ Babara Jenes, 2010, optic, P 13.

² Kumysheva. R.M, 2019, **Content and Structure of the country image in accordance with theoretical and methodological position**, Education and Pedagogical studies, vol (01), N (186), P205.

الشكل رقم (2-5): هيكل بناء صورة البلد.



Source: Kumysheva. R.M, 2019, **Content and Structure of the country image in accordance² theoretical and methodological position**, Education and Pedagogical studies, vol (01), N (186), P205.

ولتوضيح أكثر فيما يخص تشكيل وبناء صورة البلد سأعرض فيما يلي أوجه التشابه والاختلاف في

السياسات التي تعتمد عليها الدول في تشكيل صور بلدانها.

الجدول رقم (2-4): أوجه التشابه والاختلاف في بناء صورة البلد:

الاختلاف	التشابه	
الدبلوماسية العامة، العلامة التجارية للبلد.	في معظم الحالات يكون الهدف الرئيسي هو تعزيز صورة دولة ما ومصالحها الاقتصادية والسياسية وتحسين سمعة البلاد.	الأهداف
في العلامات التجارية الوطنية غالباً ما يستخدم الترويج السياحي، الهوية التنافسية. في الدبلوماسية العامة غالباً ما تستخدم الأحداث الثقافية والأدوات السياسية.	استخدام أدوات الإدارة مثل (وضع الشعار).	الأدوات
في الدبلوماسية العامة الفاعلين السياسيين والجماهير الأجنبية.	الجماهير؛ المستهلكين؛ المستثمرين.	أصحاب المصلحة

والمجموعات المستهدفة		
الاتجاهات	داخلية / خارجية	الدبلوماسية العامة تكون خارجية فقط؛ أما العلامة التجارية للبلد من المرجح أن يكون لها اتجاه داخلي.
الإطار الزمني	إجراءات مستمدة ومتواصلة	تتضمن العلامة التجارية للبلد بشكل رئيسي إجراءات مخصصة مدفوعة بحملة تسويقية.
التقييم	على المدى الطويل والقصير	على المدى الطويل نوعا ما.

Source: Jenes. Barbara, 2010, **The nature of country image**, AN Extented literature Review, In:
http://WWW.marketing-trnds-congress.com, P 17.

المطلب الثالث: أساليب قياس صورة البلد.

تعتبر مقاييس صورة البلد مفتاحا لفهم أهمية المكونات المختلفة للصورة بما في ذلك الأداء السياسي والاقتصادي؛ السلوك في العلاقات الدولية والمسؤولية الاجتماعية، وأكدت عدة دراسات أن صورة البلد تؤثر على الجانب الاجتماعي والنفسي والثقافي، وأظهرت دراسات أخرى لـ Kiausis Zhang وآخرون أن هناك تأثير إيجابي لأنشطة العلاقات العامة على صورة البلد؛ سواء في المحتوى الإعلامي أو على الرأي العام.

1- قياس صورة البلد:

في إطار الدبلوماسية العامة، تتم دراسة صورة البلدان من خلال التركيز بشكل خاص على الشؤون الدولية والسياسية.

في قياس صورة البلد، غالبا ما تطبق الدراسات نماذج للصورة التنظيمية والسمعة من أجل تحليل صورة البلد وسمعته.¹

معظم المقاييس المستخدمة لا تميز بوضوح ما إذا كانت مقاييس تخص صورة البلد أم صورة المنتج لذلك البلد، في هذا الصدد اقترحت Naghashima سنة 1970 مقياسا لقياس صورة المنتجات في بلد أجنبي تضمن عدة عناصر قد تعكس صورة البلد، ومع ذلك فالقياس يتطلب تحديدا دقيقا للمجال المقصود، فمثلا يجب

¹ Ingenhoff. Diana, Buhman. Alexander and All, 2017, **Reputation Spillover : Corporate Crise's effects on Country Reputation**, Journal of Communication Management, Vol (22), N (01), P 8-9.

أن يقاس المنتج النهائي من خلال سماته الخاصة (موثوق؛ غير موثوق؛ باهض الثمن؛ غير مكلف...الخ، أما إذا تم قياس صورة البلد فيجب التركيز على الميزات ذات الصلة بالبلد (متقدم تقنيا؛ متخلف؛ عالمي...الخ).¹

وفقا لنظرية المرآة، (الانعكاس) يقيم الأفراد صورة البلدان بناء على هوية سكانها وثقافتهم.² ومن أكثر مقاييس صورة الدولة شيوعا تتمثل في:

- الطابع السياسي والاجتماعي للبلد مثل الاستقرار السياسي، مستوى الديمقراطية، القوانين، الضوابط البيئية، دور البلد في السياسة العالمية، السلام، التعليم؛
- قدرة ومهارة الدولة، أي إذا كانت متقدمة تقنيا، صناعيا، استقرارها الاقتصادي، الثروات؛
- شخصية الأفراد، ثقافتهم، ودهم...الخ؛
- كفاءة الأفراد، الثقافة والتعليم.
- تقنيات الدولة والأشخاص كالتعاطف، المثالية...الخ؛
- الجمعيات مثل تلك المهتمة بالمهاجرين، السفر، الاستثمار.³

2- أساليب قياس صورة البلد:

بعد تشكيل وتكوين صورة البلد وتعزيزها بمجموعة من الوسائل يجب قياسها لمعرفة مدى إدراكها من طرف الأجانب، ومن بين الطرق التي يتم الاعتماد عليها من طرف الباحثين لقياس الصورة تتمثل في:⁴

1-2- الدراسات الاستقصائية الكمية (Quantitative Surveys):

هذه الدراسات توجه الى عينات من الأفراد، والتي غالبا ما تحتوي على بيانات ثنائية القطبية ومتباينة في الاتجاهات والآراء حول البلد، والتي يمكن تسجيلها وقياسها لاستنتاج صورة ما استنادا على عدد محدد من الخصائص المنفصلة، وهي دراسات دقيقة تستعمل للحصول على معلومات خاصة وحصرية من خلال استعمال الإحصائيات، الملاحظات، المقابلة، التحقيق بالمراسلة واستطلاع الرأي.

¹ Ingrid. M. Martin, 1993, op-cit, P 193.

² Martina. Hiebickoua, Rene. Mottus and All, 2018, **How Accurate Are National Stereotypes ? A teste of different Methodological Approaches**, Eueopean Journal of Personality, vol (32), PP 87-99, P 88.

³ Louise. A.Heslof, Irene. R.R.Lu, 2008, **Modeling country image effects through an international crisis**, International Marketing Review, P 357.

⁴ سعيد البطوطي، التسويق السياحي، مكتبة الأنجلو المصرية، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2012، ص 338.

2-2- الدراسات النوعية (Qualitative, Open ended Studies):

تتضمن مناقشات جماعية، مقابلات مع فئة محددة من الجمهور من أجل الحصول على الصورة المكونة لديهم.

من بين المشكلات التي يواجهها الباحثون فيما يتعلق بصورة البلد، هي أن الأخيرة عبارة عن وصف شامل للمكان، لذلك يجب على الباحثين النظر إلى سمات البلد بشكل منفرد، وذلك باختيار الخصائص الأكثر شيوعاً ودمجها في أداة القياس.

ومن بين الأساليب المعتمدة في البحوث عن صورة البلد:

✓ الأسلوب المنظم الذي يتم عن طريق تحديد مجموعة من السمات والخصائص مثل الأمن، البيئة... الخ، أي تقييم البلد حسب كل سمة.

✓ الأسلوب غير منظم وهو استجواب العديد من الأشخاص الذي يوصفون آراءهم حول البلد.

ويمكن توضيح أساليب قياس صورة البلد كما يلي:

الجدول رقم (2-5): أساليب قياس صورة البلد.

غير منظم	منظم	
يسمح للمستجيبين بوصف انطباعاتهم في البلد بكل حرية، ويتم جمع البيانات من العديد من المستجيبين، وبعدها يتم استخدام تقنيات الفرز والتصنيف لتحديد أبعاد الصورة.	يتم تحديد العديد من سمات الصورة الشائعة ودمجها في أداة موحدة، ويقوم المستجيبين بتصنيف كل وجهة حسب السمة، مما ينتج عنه اعداد ملف شخصي لتعريف الصورة.	الوصف
أسئلة الاستطلاع المفتوحة؛ تحليل المحتوى، التركيز على المجموعات.	استخدم استمارة التفاضل الدلالي أو مقياس ليكارث.	التقنيات
المساعدة على قياس المكونات الكلية لصورة البلد، يقلل من تحيز المستجيب، يقلل من احتمالية فقدان أحد أبعاد أو مكونات الصورة.	سهل الإدارة؛ الترميز بسيط؛ النتائج سهلة التحليل باستخدام تقنيات متطورة؛ سهولة المقارنة بين البلدين.	الإيجابيات

<p>صعوبة التحليلات المقارنة؛ نتائج التحليلات الإحصائية محدودة؛ التغيير في مستوى التفاصيل التي يقدمها المستجوب.</p>	<p>لا يمكن قياس الجوانب الكلية للصورة؛ إجبار المستجوب على التفكير أو التركيز على سمة محددة؛ إمكانية اختلاف الأساليب المنظمة وفقدان أحد الأبعاد.</p>	<p>السلبيات</p>
--	---	-----------------

Source: Olivia H.Jenkins, 1999, **Understanding and Measuring Tourist Destination Images**, International of Tourism Research, N°1, PP 1-15, P06.

المبحث الثالث: صورة البلد وعلاقتها بجذب الاستثمار الأجنبي المباشر.

في ظل العولمة والتطور الحاصل في الوقت الحالي أصبحت جاذبية الاستثمار الأجنبي المباشر موضوعاً أساسياً في السياسات الاقتصادية، سواء في البلدان النامية أو المتقدمة، حيث أصبحت العديد من البلدان تتجه نحو إزالة الحواجز والقيود في الأسواق المالية من أجل جذب المزيد من الاستثمار الأجنبي المباشر؛ تحفيز النمو الاقتصادي؛ نقل التكنولوجيا؛ المساهمة في التنمية الصناعية وتعزيز الجاذبية الإقليمية للبلد؛ وما إلى ذلك، مع الأخذ في الاعتبار أن المستثمرين يختارون البلدان التي يتوقعون فيها تحقيق أعلى عائد على استثماراتهم.

المطلب الأول: جذب البلدان للاستثمار الأجنبي المباشر.

تشكل جاذبية البلد أحد المحاور الأساسية للسياسات الاقتصادية لجميع الدول التي تتبنى المزيد من الإستراتيجيات الصناعية الجديدة التي تسمح لها بجذب الشركات ورؤوس الأموال والاحتفاظ بها على أراضيها. وقد تكون البلدان جذابة عندما توفر مجموعة من المزايا المحددة لشركة ما تسمح لها بإثبات قدرتها التنافسية أي الاحتفاظ بكل من الشركات المحلية والأجنبية، وفسح المجال لها لتنفيذ إستراتيجياتها التقنية والإدارية.

1- مفهوم الجاذبية:

وفقاً لـ Angeon و Riutort 2007 فإن "جاذبية البلد تمثل قدرته على جذب الأنشطة والمهارات والمؤسسات اعتماداً على الموارد المتاحة في البلد؛ مع ضمان رفاهية السكان المحليين، وهي تغطي عدة جوانب من أهمها جاذبية البلد للاستثمار الأجنبي المباشر، وتمكنها من جذب رأس المال الأجنبي".

بالنسبة لـ Michalet 1999 "إن جاذبية الاستثمار الأجنبي المباشر تتولد من خلال بحث الشركات الأجنبية على مزايا الموقع التي تسمح لها بتعزيز قدرتها التنافسية في السوق العالمية".¹

¹ Kambou. Probayiré, Khariss. Mohamet, 2020, **Attractivenss of Foreing Direct Investment : Cas of Digital Economy**, Revue International des sciences de gestion, Vol (03), N (04), P 22.

وتعرف أيضا على أنها جميع السياسات الاقتصادية؛ المالية؛ الضريبية الجمركية والمؤسساتية المختلفة التي طورتها السلطات بهدف جعل مناطقها أكثر جذبا للاستثمارات الأجنبية.¹

أصبح موضوع جاذبية البلدان موضوعا مهما بالنسبة للمسؤولين والعاملين في إطار وكالات التنمية لتحسين جاذبية المناطق، في هذا السياق تم إنشاء وتطوير عدد من المنظمات التي تقيم جاذبية البلدان للشركات مثل المنتدى الاقتصادي العالمي، AT Kearney، والأمم المتحدة (UN) وتقرير ممارسة الأعمال السنوي لمجموعة البنك الدولي الذي بدوره يقدم تقييما لمناخ الأعمال من خلال تحليل القوانين الملائمة وغير المواتية لأنشطة الأعمال في الدولة.²

وعرفها Hatem 2004 بأنها: "قدرة إقليم ما على توفير ظروف استقطاب المستثمرين أكثر جاذبية بهدف تشجيعهم على تحديد مشاريعهم فيها، وقدرته أيضا على الاستجابة بشكل أكثر فاعلية من منافسيه للطلب على المشاريع الدولية".³

انطلاقا من هذا التعريف يمكن القول بأن الجاذبية قائمة على:

- ✓ جذب أنشطة جديدة؛
- ✓ الاحتفاظ بالأنشطة الحالية؛
- ✓ العمل على التحسين الدائم لصورة البلد.⁴

وتتحدد باعتبارها مقياسا لقوة جذب مكان ما؛ وبشكل عام وفقا لمجموع التدفقات الوافدة إلى مكان ما؛ سواء كانت شركات أجنبية، عمالة ذات مهارات عالية... الخ.⁵

لا ينظر إلى جاذبية البلدان على أنها وسيلة للدخول إلى مجال العولمة فحسب؛ بل إنها أيضا رافعة قوية للتنمية وإعادة تنشيط المناطق، ويمكن أن تولد فوائد اجتماعية؛ ثقافية واقتصادية إيجابية وهي أيضا فكرة

¹ Souad. Bennour, 2013, *L'attractivité du territoire et le role de la localisation des investissements directs étrangers dans economie ; un essai d'évaluation pour le cas de la Tunisie*, Economie et Finances, Université Nice Sophia Antipolis, P 11.

² Abbas Elhasbi, Mohamed Barkoui, and All, 2016, *The territorial attractiveness of foreign investment of city of Tangier in Morocco*, International Journal of Euro-Mediterranean Studies, Vol (09), N (02), P 05.

³ Hatem. Fabric, 2004, *Attractivité : De Quoi Parlons-Nous ?*, Revue Pouvoirs locaux, N(61), P 01-P 04.

⁴ Moussa. Boukrif, Dalila. Traki, 2015, *La Contribution des facteurs d'attractivités sur la création d'entreprises : cas des entreprises agroalimentaires dans la wilaya de Bejaia (Algérie)*, Revue de Développement des ressources humaines, V(10), N (01) , PP 207-258 , P11.

⁵ Milhan. Chaze, 2017, *L'attractivité territoriale : élément de définition*, (Rapport de recherche) UMR Territoires, P 02.

موجودة في كل مكان باعتبارها مصطلح مهيم على السياسات التي تركز على تطور الاقتصاد والمجتمعات في مختلف المجالات¹.

2- أبعاد الجاذبية:

أكد Hatem 2004 في دراسته أنه من الضروري الجمع بين ثلاث تعريفات لجاذبية البلد تشمل المستوى الكلي، المتوسط والمستوى الجزئي.

1-2- مفهوم الجاذبية حسب المقاربة الكلية (Macro): تهدف الى تحديد المحددات العالمية التي توضح

درجة جاذبية المنطقة التي يتم النظر فيها للاستثمارات الدولية، وتؤدي الى مقارنة المناطق وفقا لعوامل الموقع الرئيسية التي تعتمد عليها الشركات مثل الجودة؛ توافر الموارد؛ التكلفة العامة لبيئة الأعمال والأسواق... الخ.

2-2- مفهوم الجاذبية حسب مقاربة (Meso): تسليط الضوء على مزايا منطقة ما لنشاط معين من أجل

استهداف دقيق للمستثمرين من خلال تحديد جميع العوامل الموجودة في المنطقة والتي من المحتمل أن تجعلها جذابة بشكل خاص للنشاط المعني مثل الشركات المتخصصة؛ مراكز البحث والتدريب العروض العقارية... الخ

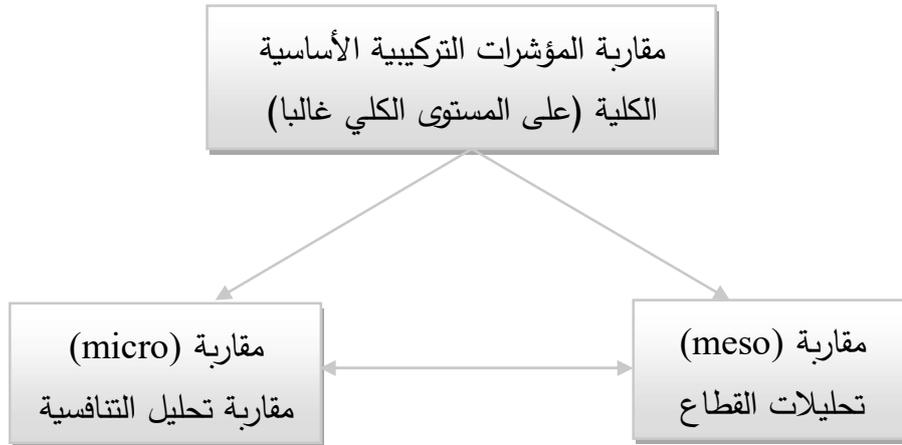
2-3- المفهوم حسب مقاربة (micro): هي القدرة على الاستجابة لعدد كبير من المشاريع الاستثمارية

الفردية من خلال مميزات العوامل التي تستقطب الشركات بطريقة تنافسية.²

¹ Yasmine. Bouhelouf, Ali. Hadjiedj et Autre, 2019, **Potentialités et Projet d'attractivités du Territoire de la ville de Jijel (Algérie)**, Bulletin de l'association de géographes Français, Vol (96), N(01), p01.

² Hatern Fabric, 2004, optic, P 5-6-7.

الشكل رقم (2-6) العلاقة بين مقاربات Micro, meso, Macro



Source: Hatern Fabric, 2005, **Rapport attractivité de quoi parlons-nous**, P 16.

ولكي تكون المنطقة جذابة للمستثمرين الأجانب، يجب استيفاءها على شروط معينة تتمثل غالبا في:

✓ **المتطلبات الأساسية:** والتي تتعلق باستقرار واستدامة سياسة الاقتصاد الكلي ومناخ الاستثمار الأجنبي المباشر، بالإضافة إلى الاستقرار السياسي والنظام القانوني والقضائي لأنه إذا كانت الدولة تمثل مخاطر سياسية كبيرة ولا تقدم أي حماية قانونية، فلن يعتبرها المستثمر الأجنبي وجهة محتملة لأنشطته التجارية.¹

✓ **الشروط الضرورية:** يركز المستثمرون الأجانب على أربعة شروط ضرورية تتمثل في: حجم السوق ونموه؛ نظام الاتصالات؛ توفر الموارد البشرية المؤهلة؛ ووجود شركات عالية الأداء.²

المطلب الثاني: عوامل الجاذبية.

بشكل عام لا تحتوي البلدان على جميع عوامل الجاذبية الخاصة بها، لذلك الافتقار إلى بعض العوامل يجعل بعض البلدان أقل جاذبية من غيرها، ويعزز المنافسة بينهم من حيث جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة، هاته العوامل تعتبر بمثابة سياسات وتدابير تضعها الحكومة (ناهيك عن العوامل الطبيعية)، والتي تؤثر على السياق الاقتصادي الاجتماعي والسياسي الذي تتم فيه أنشطة الشركات والتي بدورها تؤثر على جاذبية المناطق.

¹ Kamlou Probayiré, Khariss Mohamed, 2020, op tic, P 23.

² Hmioui. Azziz, 2011, **Climat de l'investissement et attractivité du Maroc pour l'investissement direct étranger**, Revue Marocaine de gestion et d'économie, N(05), P 21-47.

فيما يلي سنعرض لكم عوامل الجاذبية التي استنتجها بعض الباحثون خلال دراساتهم الخاصة

بالموضوع¹:

الجدول رقم (2-6): العوامل المؤثرة في جاذبية البلدان للشركات الأجنبية.

الباحث	العوامل
Kolter 2009 ; Kolter and al 2002	خصائص المكان؛ الاستقرار الاقتصادي؛ الإنتاجية، التكاليف؛ خصائص الملكية؛ خدمات وشبكات الدعم المحلية؛ البنية التحتية للاتصالات؛ الموقع الإستراتيجي؛ جودة الحياة؛ المهارات الفنية والمهنية؛ الثقافة؛ الموظفين؛ الإدارة؛ المرونة؛ الديناميكية؛ الاحتراف في الوصول إلى الأسواق.
Balderjahn, 2014	العوامل الاقتصادية (تكلفة الإنتاج؛ جودة العمالة؛ البنية التحتية؛ الخدمات اللوجستية؛ حجم الأسواق)؛ العوامل السياسية (الاستقرار السياسي؛ النظام القانوني؛ السياسة المالية)؛ العوامل الثقافية والاجتماعية (التماسك الاجتماعي؛ المؤسسات الاجتماعية؛ مثل التعليم والصحة) العوامل الجغرافية: (الظروف الجيولوجية؛ والمناخية،؛ التضاريس).
Lecat, 2008	العوامل الرئيسية: وجود العديد من الشركات متعددة الجنسيات؛ الاستقرار السياسي؛ سمعة البلد؛ الأمن؛ العوامل الثانوية: الفرص الترفيهية المتاحة؛ وجود المدارس؛ وجود شبكة طرقات سريعة؛ التكلم باللغات الأجنبية؛ البنية الأساسية؛ أمن الممتلكات والأشخاص؛ الثقافة؛ تأهيل الموظفين المعينين محليا؛ الشروط الضريبية المقدمة؛ ظروف السكن؛ مستوى الأجور المعروضة، تكلفة العقارات الصناعية.
Mac Carthy and Attherawong, 2003	العوامل الرئيسية: التكاليف؛ البنية التحتية؛ خصائص العمل؛ العوامل الحكومية والسياسية؛ العوامل الاقتصادية؛ بالإضافة إلى: جودة القوى العاملة؛ وجود وسائل النقل؛ الجودة والموثوقية؛ وسائل النقل؛ جودة المرافق العامة؛ معدلات الأجور؛ أنظمة الاتصالات؛ سجل الاستقرار الحكومي؛

¹ - Renaud Vuignier, 2018, *Attractivité des territoires et place Branding : etude exploration de sensibilité des décideurs d'entreprise à la marque territoriale*, Thèse de doctorat, l'université de Lausanne, P70-71.

	قوانين العلاقات الصناعية؛ حماية براءات الاختراع؛ توافر الموارد الإدارية والمهارات.
Le Gall, 2009	حجم السوق المحلي و الأجنبي؛ إمكانية الوصول إلى المنشأة؛ قرب المطار الدولي؛ نوعية البيئة المعيشية؛ تأهيل القوى العاملة على المستوى المحلي؛ جودة البنية التحتية؛ جودة نظام الاتصالات؛ جودة نظام التدريب.
Cerise Revait ® (Charmand and al 2014) Gollain 2015	العوامل الرئيسية: رأس المال البشري؛ الشركات المحلية؛ البنية التحتية؛ العقارات؛ المعدات الرئيسية؛ الأحداث المهنية؛ البحث والتطوير؛ الابتكار؛ هوية الإقليم؛ العلامات التجارية. العوامل الثانوية: الرموز الإقليمية؛ تنظيم الفاعلين؛ البيئة الإلكترونية؛ السوق المحلية؛ الغلاف الجوي.
Wold competiveness yearbook (IMD, 2016)	الأداء الاقتصادي المحلي؛ التجارة الدولية؛ الاستثمار الدولي؛ التوظيف، الأسعار؛ الكفاءة الحكومية؛ المالية العامة؛ السياسة المالية؛ الإطار المؤسسي؛ التشريعات؛ كفاءة الأعمال؛ الإنتاجية؛ سوق العمل؛ المالية؛ الممارسات الإدارية؛ المواقف والقيم؛ البنى التحتية الأساسية؛ الصحة والبيئة؛ التعليم.
Global competiveness Report (WEF, 2016)	البنية التحتية؛ بيئة الاقتصاد الكلي؛ الصحة والتعليم؛ التعليم العالي والتدريب؛ سوق السلع؛ تطوير السوق المالية؛ حجم السوق، التكنولوجيا؛ الابتكار والتعاون.
Attractivness Surveys (EY, 2014) (Ernest and Young)	استقرار وشفافية البيئة السياسية؛ القانونية والتنظيمية؛ جاذبية السوق المحلية؛ تكاليف الموظفين؛ العمالة؛ البيئة التحتية؛ النقل والخدمات اللوجستية؛ مستوى التأهيل؛ القوى العاملة؛ المناخ الاجتماعي؛ ضريبة الشركات؛ الاتصالات؛ مرونة قانون العمل؛ حقوق الملكية الفكرية التجارية؛ حقوق النشر؛ بيئة البحث والتطوير والابتكار.
Global Manufacturing competiveness Index (Deboitte 2016 A, 2016B)	الموهبة؛ القدرة التنافسية من حيث التكلفة؛ إنتاجية القوى العاملة؛ شبكة الموردين؛ النظام القانوني والتنظيمي؛ البنية التحتية التعليمية؛ النظام الاقتصادي؛ التجاري؛ المالي؛ الضريبي؛ سياسة الابتكار؛ الطاقة؛ جاذبية السوق المحلية؛ نظام الرعاية الصحية
Cities of opporrtnity (PWC, 2016)	رأس المال الفكري والابتكار؛ الاستعداد التكنولوجي؛ النقل؛ البنية التحتية؛ الصحة؛ السلامة؛ الأمن؛ الاستدامة والبيئة الطبيعية؛ التركيبة السكانية والمستوى المعيشي؛

	النفوذ الاقتصادي؛ سهولة ممارسة الأعمال التجارية.
--	--

Source: Renaud Vuignier, 2018, **Attractivité des territoires et place Branding : etude exploration de sensibilité des décideurs d'entreprise à la marque territoriale**, Thèse de doctorat, l'université de Lausanne, P70-71.

وهناك مؤسسات عالمية صنفت هاته العوامل إلى مؤشرات تقيس درجة جاذبية البلد، الجدول الموالي يلخص أشهرها:

الجدول رقم (2-7): مؤشرات جاذبية البلد.

المؤشر	طريقة قياسه
IMD (مؤشر التنافسية العالمية)	مؤشر مركب يعتمد على 200 مؤشر كمي للقدرة التنافسية (البنية التحتية، التكنولوجيا، الإدارة، الاقتصاد...).
AT Kearndey (مؤشر الثقة)	استطلاع لأراء متخذي القرار في القطاع الخاص حول صورة الدولة المعنية.
AT Kearndey (مؤشر العولمة)	مؤشر مركب يعتمد عدة مؤشرات تقيس درجة انفتاح الدولة على التدفقات التجارية، التقنيات المالية... الخ.
تقرير الاستثمار الدولي (FDI Potentiel Index)	مؤشر يحتوي على مجموعة من مؤشرات جاذبية البلاد لتدفقات الاستثمار الأجنبي.
Micro competitiveness Index المنتدى الاقتصادي العالمي، مؤشر التنافسية الجزئي.	يعتمد على المؤشرات التي تقيس ظروف القدرة التنافسية للشركة (تنظيم الشركة؛ بيئة الأعمال).
ONU مؤشر التنمية البشرية	يحتوي على مجموع المؤشرات التي تخص مجال الصحة، التعليم، ونصيب الفرد من الدخل.
FDI performance Index	متوسط ثلاث سنوات (1999-2001) لتدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر

مؤشر أداء الاستثمار الدولي	نسبة الى الناتج المحلي الإجمالي.
----------------------------	----------------------------------

المصدر: من طرف الباحثة بالاعتماد على:

Hatem Fabric, 2004, *Investissement international et Politiques d'attractivité*, Economica, Paris, P 249.

المطلب الثالث: العلاقة بين صورة البلد وجذب الاستثمار الأجنبي المباشر.

من الضروري فهم دور صورة البلدان في اختيار مواقع الاستثمار، والتأثير المحتمل لهاته الصورة على قرارات المستثمرين، هذا الموضوع مهم للبلدان المهتمة بتعزيز فعالية برامج ترويج الاستثمار الأجنبي المباشر، والمستثمرين الذين يرغبون في تحسين عملية اتخاذ القرار بشأن اختيار مواقع الاستثمار، والباحثين المهتمين بدور صورة البلد في التأثير على خيارات المستثمرين، حيث يمكن لكل دولة وضع برنامج خاص بها لبناء الصورة، كأن تستأجر شركة علاقات عامة أو وكالة إعلانية لتطوير وتحديد ونشر صورة إيجابية عن البلد.

تعتبر هذه الاستراتيجية فعالة من حيث التكلفة، حيث أن الوجهة لا تستثمر الأموال في إعادة هيكلة البنية التحتية الحالية أو إنشاء موقع جديد، بل في زيادة الوعي بخصائص البلد الموجودة حالياً.

وفي هذا السياق وصف Kotler 1993 صور البلد حسب درجة قوتها ومميزاتها الجاذبة للاستثمارات الأجنبية تمثلت في:

✓ الصورة الإيجابية:

هناك بعض البلدان تتميز بالموارد الطبيعية التي تعزز حتماً الصورة الإيجابية، وتستهدف المستثمرين الأجانب، على سبيل المثال، تتمتع إيطاليا بجمال البندقية وسيرينجيتي في شرق إفريقيا بجمال طبيعي، لا تحتاج هذه الأمثلة إلى مزيد من الجهود في بناء الصورة حيث أن المكان قد حسن من الصورة بالفعل، ولكن من جهة أخرى، الفشل في الحفاظ على استقرار عناصر أخرى لصورة الدولة مثل السياسة، يمكن أن يضر بالصورة العامة للبلد.

✓ الصورة الضعيفة:

بعض الجهات تكون أقل شهرة من غيرها، والسبب في ذلك أن بعض الأماكن قد تكون صغيرة أو أقل جاذبية وترويجاً، لذلك تحتاج إلى حملات تسويقية تزيد من تأثيرها.

✓ الصورة السلبية:

تعيق الصور السلبية العديد من الأماكن على الرغم من السمات الإيجابية التي تمتلكها، على سبيل المثال، يُطلق على كولومبيا اسم مدينة المخدرات، على الرغم من أنها تتمتع بجمال طبيعي؛ يرى البعض أنها وجهة للعنف والجريمة.

✓ الصورة المختلطة:

تخص البلدان التي تحمل صورًا إيجابية وسلبية في نفس الوقت، على سبيل المثال، سان فرانسيسكو؛ تعتبر جاذبة للزوار، ولكنها وجهة معروفة بالكوارث الطبيعية الكارثية المتكررة.

✓ الصورة المتناقضة:

تشير إلى الوجهات التي يتم فهمها بشكل خاطئ بناءً على تصور خاطئ لفرد أو مجموعة من الأفراد.

✓ صورة جاذبة للغاية:

هناك بعض الأماكن جاذبة بشكل استثنائي لا تحتاج الترويج عن نفسها، لكنها تحاول إدارة مكانها

ومواردها من أجل آفاق المستقبل، مثل فرنسا وإسبانيا.

من منظور الاستثمار الأجنبي المباشر: "تعتبر البلدان منتجات قد تؤثر صورتها على خيارات

المستثمرين بصفتهم مشتريين من بين المواقع البديلة".¹

إلى جانب خلق بيئة أعمال مواتية، فمن المهم بالنسبة للدولة المضيفة المحتملة أن تركز على سياسات ترويج الاستثمار من أجل توفير المعلومات أو تصحيح فجوات الإدراك التي قد تعيق تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر، بحكم أن ترويج الاستثمار هو الأنشطة التي تعمل على نشر المعلومات حول مواقع الاستثمار أو التي تحاول تكوين صورة لموقع الاستثمار وتقديم خدمات للمستثمرين المحتملين، ويجب أن تعتمد إستراتيجيات ترويج الاستثمار على:

- الأنشطة التي تعتمد الدولة في بناء الصورة التي تعزز مكانتها ومناطقها لتصبح أماكن جيدة ومفضلة؛
- الأنشطة الجاذبة للاستثمار من خلال الاستهداف المباشر لصناعات محددة؛
- أنشطة خدمات الاستثمار المصممة خصيصاً لتلبية احتياجات المستثمرين المحتملين والحاليين.²

كما تلعب العلامة التجارية للبلد دوراً مهماً في إنشاء صورة جاذبة للبلد كموقع للاستثمار، عادة ما يتم

التركيز عليها من قبل وكالة الترويج أو تسويقها بشكل فردي داخل البلد من أجل الاستفادة منها بشكل فعال.

¹ Nicolas. Papadopoulos, Louise Heslop, 2002, **Country Equity and Country Branding : Problems and Prospects**, Brand Management, Vol (09), N (4-5), P 304.

² Louis. T. Wells JR, Alvin G. Wint, 1990, **Marketing a Country Promotion as a tool for Attracting foreign investment**, Washington, DC : IFC and MIGA, P 21.

وتؤثر صورة البلد المرتبطة بالعلامة التجارية بشكل أساسي على موقف المستهلك وقد تواجه الشركات ذات العلامة التجارية السلبية في بلد ما مشاكل كبيرة عند المنافسة في السوق.

أما إذا كانت البيئة السياسية للعمل مواتية وغير مشبوهة فإنها تساهم في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر مما يؤدي إلى تدفق رأس المال بشدة بالإضافة إلى المعرفة الفنية، والممارسات الإدارية والتسويقية مما يسهل عملية النمو الاقتصادي والتنمية في البلد المضيف من خلال:¹

- زيادة الموارد المالية من أجل التنمية؛
- تعزيز القدرة التنافسية للصادرات؛
- خلق فرص عمل وتقوية قاعدة المهارات؛
- بناء القدرات التكنولوجية.

إن بناء صورة البلد وتحسينها له قيمة خاصة بالنسبة للبلدان الجديدة في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر أو تلك التي تخضع إلى إصلاحات سياسية واقتصادية كبرى.

لا تزال لدى معظم البلدان صورة معينة تؤثر على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر، ولكن يمكن أن تتغير تلك الصورة حسب إستراتيجيات البلد وظروفه الدولية.

وقد لا يكون الاستثمار الأجنبي المباشر مفيدا لجميع الشركات؛ وقد لا تنتقل التجارب السابقة الإيجابية إلى الاستثمارات المستقبلية، ومع ذلك فإن تجارب الشركات العالية الإنتاجية يمكن أن تنتج مشاريع استثمارية أكثر نجاحا في المستقبل، وهذا يشير إلى تأثير إيجابي للشركات المستثمرة على الشركات الأخرى في البلد الأم؛ لأن الاستثمار الأجنبي المباشر يحسن صورة البلاد في الخارج، وبالتالي يمهد الطريق للشركات الأخرى.

ويكون تأثير صورة البلد على الإستراتيجية العامة للشركة أكثر وضوحا في الشركات التي لا تزال في المراحل الأولى من التدويل، لأنه في بداية الأمر يكون البلد هو المصدر الرئيسي لموارد الشركة.²

¹ Ranak. Ishem, S.Rajan, 2004, **Measures to attract FDI : Investment Promotion, Incentives and Policy Intervention**, Economic and Political Weekly, Vol (39), N(01), P 15.

² Mariana Bassi. Suter, Janaina M.E Gialdi, and ALL, 2018, **In Search of tools for the Use of country image (CI) in the Brand**, Journal of Brand Management, Vol (25), N (1), P 07.

خلاصة:

من المهم إبراز مجال التسويق في مفهوم صورة البلد، خاصة إذا كان الأمر يتعلق بجذب الاستثمار الأجنبي المباشر، لأن هاته الصورة تمثل التصور العام للفرد أيا كان بطبيعته: مستهلك، مستثمر، سائح، منتج.. الخ تجاه البلد، وتتشكل وفقاً للجوانب القوية والضعيفة التي يتميز بها ذلك البلد سواء من الناحية السياسية؛ المحيط الاقتصادي؛ التاريخ والتقاليد... الخ، لذلك تلجأ حكومات بعض البلدان الى توليد صورة مناسبة وواضحة ذات مصداقية وإيجابية من خلال التنسيق بين الترويج السياحي؛ تصدير العلامات؛ التبادل الثقافي؛ القرارات السياسية لحكومة الدولة وسكان البلد؛ تعزيز فعالية برامج ترويج الاستثمار الأجنبي المباشر للمستثمرين الذين يرغبون في تحسين عملية اتخاذ القرار بشأن اختيار مواقع الاستثمار، خاصة تلك البلدان الجديدة التي تولي اهتماما في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر، أو تلك التي تخضع لإصلاحات سياسية واقتصادية كبيرة، أو البلدان الصغيرة جداً من الناحية الجغرافية، والتي تعمل على تحسين الصورة في العالم، الأمر الذي قد يكون صعبا بسبب تغير الصورة الدولية لبلد ما، لأن استراتيجيات البلد وظروفه الدولية تتغير باستمرار.

الفصل الثالث

قياس أثر صورة البلد على جذب
الاستثمار الأجنبي المباشر.

تمهيد:

هذا الفصل يهدف إلى قياس أثر صورة البلد على الاستثمار الأجنبي المباشر المتدفق في مجموعة من الدول التي تضمها التكتلات الاقتصادية الثلاث، MERCOSUR، MINT، BRICS؛ وعددها 12 دولة، وذلك باستخدام نماذج بيانات البانل (Panel Data)، بالاعتماد على البيانات الخاصة بمتغيرات الدراسة خلال الفترة الزمنية الممتدة 2000-2020، ولكن قبل هذا ولتحقيق هدف هذا الفصل سنتطرق أولاً إلى عرض الدراسات السابقة التي عالجت هذا الموضوع من قبل ولو بشكل جزئي حتى يتبين لنا محل دراستنا هذه من تلك الدراسات؛ ونتعرف بعدها على كل من متغيرات وعينة الدراسة التي تعتبر مرحلة ضرورية في كل دراسة قياسية، أما بعدها، وفي المبحث الثاني سنستعرض تدفقات الاستثمارات الأجنبية المباشرة في الدول محل الدراسة خلال الفترة الخاصة بها وأهم العوامل الجاذبة لها، يليها بعد ذلك في المبحث الثالث؛ استعراض منهجية القياس الاقتصادي وأهم النماذج المستخدمة فيها؛ مروراً بتقدير النماذج الخاصة بدراستنا وتحليل النتائج للوصول إلى الإجابة عن الإشكالية العامة.

وفي هذا السياق سنتناول في هذا الفصل المباحث التالية:

- المبحث الأول: عرض الدراسات السابقة ومقارنتها بالدراسة الحالية، متغيرات وعينة الدراسة وفرضياتها.
- المبحث الثاني: جاذبية الاستثمار الأجنبي المباشر في دول التكتلات الاقتصادية الثلاث محل الدراسة خلال الفترة الزمنية 2000-2020.
- المبحث الثالث: تقدير النماذج وتحليل النتائج.

المبحث الأول: عرض الدراسات السابقة ومقارنتها بالدراسة الحالية ونموذجها.

يناقش هذا المبحث مجموعة من الدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوع الدراسة إما بصورة كلية أو جزئية، والتي قام بها العديد من الباحثين في مناطق مختلفة من دول العالم، وهي معروضة وفقاً لتسلسلها الزمني، تم اختيارها على أساس مساهمتها في بناء منهجية الدراسة الحالية، واختيار متغيراتها.

المطلب الأول: الدراسات السابقة:

يعود تاريخ أبحاث صور البلد إلى الخمسينيات من القرن الماضي أثناء الحرب الباردة؛ عندما برزت أهمية قوة الدول ومميزات ما تملكه من عدة خصائص التي جعلت رجال العمال والسياسيين يتسابقون نحو اختيار مواقع أجنبية للقيام باستثماراتهم الأجنبية المباشرة والتوسع في أعمالهم من خلال التركيز على عوامل ومحددات وظروف تموقع الشركات متعددة الجنسيات.

قام العديد من الباحثين والاقتصاديين بتحديد العوامل التي تعكس صورة الدولة؛ والتي بدورها تقوم بجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة ومع ذلك، لا تزال هناك فجوات معرفية لازال الباحثين في صدد دراستها حول العوامل الرئيسية الأكثر جذباً للاستثمار الأجنبي المباشر.

وفيما يلي سنقوم بعرض بعض الدراسات السابقة التي عالجت هذا الموضوع.

1-دراسة 2001 Yi Feng¹:

الهدف من هذه الدراسة هو تحديد علاقة الديمقراطية والخصائص الرئيسية الأخرى للمؤسسات السياسية بالاستثمار، حيث قام الباحث باختيار ثلاث محددات سياسية يمكن أن تؤثر على حقوق الملكية والاستثمار الخاص هي: الحرية السياسية؛ عدم الاستقرار السياسي؛ عدم اليقين السياسي.

البيانات المعتمدة في هذه الدراسة هي متوسطات للفترة 1978-1988، والمتعلقة بـ 4 بلدان، وقد استخدم الباحث نموذج الانحدار في التحقيق التجريبي لهذا البحث.

أشارت النتائج الرئيسية لهذه الدراسة أن الحرية السياسية تعزز الاستثمار الخاص؛ لا سيما من خلال تحسين تكوين رأس المال البشري؛ عدم الاستقرار السياسي، الذي يُقاس بتنوع الحرية السياسية، له تأثير

¹ Yi Feng, 2001, op cit.

سلبية على الاستثمار الخاص، وأخيرًا، فإن عدم اليقين السياسي، الذي يقاس بعدم استقرار الحكومة، له أيضا تأثير سلبي على الاستثمار الخاص.

2- دراسة Elizabeth Asiedu 2006¹:

تم البحث في هذه الورقة العلمية عن محددات الاستثمار الأجنبي المباشر في إفريقيا، وأشارت البيانات المستمدة من العديد من استطلاعات المستثمرين إلى أن عدم استقرار الاقتصاد الكلي؛ القيود المفروضة على الاستثمار؛ الفساد وعدم الاستقرار السياسي له تأثير سلبي على الاستثمار الأجنبي المباشر في إفريقيا.

استخدم الباحث في هذه الورقة العلمية بيانات البانل لـ 22 دولة خلال الفترة 1984-2000 من أجل دراسة تأثير الموارد الطبيعية؛ حجم السوق؛ السياسات الحكومية؛ عدم الاستقرار السياسي ونوعية مؤسسات الدولة المضيفة على الاستثمار الأجنبي المباشر، حجم السوق؛ ومؤسسات الدولة المضيفة في توجيه تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر.

النتيجة الرئيسية لهذه الدراسة أوضحت أن الموارد الطبيعية والأسواق الكبيرة؛ انخفاض التضخم؛ البنية التحتية الجيدة؛ تعليم السكان؛ والانفتاح التجاري؛ قلة الفساد؛ الاستقرار السياسي؛ ونظام قانوني موثوق تزيد من تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر، وتُظهر أيضا أن البلدان الصغيرة أو التي تفتقر إلى الموارد الطبيعية يمكنها جذب الاستثمار الأجنبي المباشر من خلال تحسين مؤسساتها وبيئة سياساتها.

3- دراسة Massoud Badri 2007²:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة العوامل التي تؤثر على قرار الاستثمار الأجنبي المباشر لدى الشركات الأجنبية، اعتمد الباحث على نموذج مكون من 14 عاملا، وقام باستقصاء 2125 مدير من مديري الشركات الصناعية لـ 23 دولة.

أكدت النتائج أن العوامل المهمة التي تؤثر على اختيار الموقع الصناعي هي: النقل؛ العمالة؛ المواد الخام؛ الأسواق؛ المواقع الصناعية؛ السلوك الحكومي؛ الهيكل الضريبي؛ المناخ والمجتمع؛ إضافة إلى

¹ Asiedu, Elizabeth, 2006, **Foreign Direct Investment in Africa : The Role of Natural Resources, Market Size, Government Policy, Institutions and Political Instability**, The World Economy, Vol. 29, N (1), pp. 63-77.

² Masood A. Badri, 2007, **Dimensions of Industrial Location Factors : Review and Exploration**, Journal of Business and public affaires, Vol (01), N (02).

اعتبارات الموقع الدولي، تم تحديد أربعة عوامل أخرى هامة هي الوضع السياسي للدول الأجنبية؛ المنافسة العالمية؛ اللوائح الحكومية والعوامل الاقتصادية.

4- دراسة Kalamova و Konrad 2009¹:

درس الباحثان في هذه الدراسة تأثير سمعة الدولة على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر لـ 30 دولة، فقد اعتمدا على بيانات EUROSTAT مع استعمال نموذج رأس المال المعرفي (KC)،

تشير نتائج الدراسة إلى أن العلامات التجارية للبلد لها اثر كبير على قرارات الاستثمار الأجنبي المباشر، وأن المنافسة الكبيرة التي تحدث بين الدول لجذب الأحداث الثقافية الرئيسية أو المنافسات الرياضية الدولية للألعاب الأولمبية قد تؤثر على المعتقدات أو الصور النمطية أو الأحكام السابقة للبلدان المضيفة.

5- دراسة Sufian و Moise 2010²:

أجريا الباحثان هذه الدراسة على 36 دولة منها 12 من دول الشرق الأوسط، حيث أدرجا عدد من المتغيرات كالناتج المحلي الاجمالي لقياس حجم السوق ومؤشر الفساد الاداري، إضافة إلى متغيرات الاستقرار الاقتصادي كالتضخم والانفاق الحكومي؛ ومتغير الانفتاح كأحد العوامل الخارجية.

توصلا الباحثان إلى أن بعض تلك المتغيرات كان لها أثراً ايجابياً على تدفق الاستثمار الاجنبي كالناتج المحلي الاجمالي ودرجة الانفتاح، في حين أن بعضها له تأثير عكسي كمتغير الفساد الإداري؛ ومتغير التضخم والانفاق الحكومي.

6- دراسة Khan و Akbar 2013³:

تهدف هذه الورقة العلمية الى دراسة العلاقة بين المخاطر السياسية والاستثمار الأجنبي المباشر (FDI)، أجريت الدراسة على 94 دولة خلال الفترة الزمنية الممتدة من سنة 1986 إلى غاية 2009، وتم استخدام نموذج التأثيرات الثابتة أحادية الاتجاه.

¹ Kalamova, M. M., & Konrad, K. A. (2010), *Nation brands and foreign direct investment*. *Kyklos*, 63(3), 400-431.

² Sufian Eltayeb. Mohamed, Moise G. Sidiropoulos, 2010, *Another look at the determinants of foreign direct investment in MENA countries : An empirical investment*, *Journal of economic development*, Volume 35, Number 2.

³ Khan. Mashrur, Mustaque. Akbar, Mashfique. Ibne, 2013, *The Impact of Political Risk on Foreign Direct Investment*, MPRA Paper_47283, University Library of Munich, Germany.

وقد وجد الباحثان أن معظم مؤشرات المخاطر السياسية لها علاقة سلبية مع الاستثمار الأجنبي المباشر بالنسبة للعالم ككل، ولكن كانت أقوى نسبياً بالنسبة للبلدان ذات الدخل المتوسط الأعلى.

7- دراسة Lee 2014¹:

الهدف من هذه الدراسة هو معرفة تأثير السياسة على الاستثمار الأجنبي المباشر (FDI)، وذلك باستخدام بيانات البانل لـ 111 دولة نامية تغطي الفترة 1980-2006، وجدا الباحثان أن البلدان التي لديها مؤسسات سياسية تدعم الحكم الراشد تميل إلى جذب مستويات أعلى من عمليات الاندماج والاستحواذ، على عكس المشاريع المشتركة والاستثمار المبتدئ، حيث تساعد هذه المؤسسات التخفيف من المخاطر التي يواجهها المستثمرون في عمليات الاندماج والاستحواذ.

8- دراسة Bouri Sarah 2015²:

الهدف الرئيسي من هذه الأطروحة هو تحديد العوامل أو المحددات الرئيسية التي تؤثر على تدفق الاستثمارات الأجنبية المباشرة إلى دول الشرق الأوسط وشمال أفريقيا (MENA)، والتي تعتمد عليها البلدان المستضيفة خلال تنفيذها سياساتها، وذلك باستخدام نهج بيانات السلاسل الزمنية المقطعية (Panel Data) لعينة مكونة من 13 دولة من دول الـ MENA خلال الفترة الزمنية الممتدة من 1980 إلى 2011. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن أهمية حجم السوق؛ الانفتاح التجاري؛ البنية التحتية والاستقرار السياسي تساعد على تدفق الاستثمارات الأجنبية المباشرة إلى هذه الدول.

9- دراسة Jose R. Godinez و Ling Liu 2015³:

يهدف هذا البحث إلى دراسة العلاقة بين مستوى الفساد وتدفق الاستثمار الأجنبي المباشر في أمريكا اللاتينية خلال الفترة الزمنية الممتدة من 2006 إلى عام 2009، قاما الباحثان بقياس الفساد بمؤشر مدركات الفساد، واعتمدا في التحليل على نموذج الانحدار اللوجستي للتأثيرات العشوائية للتحكم في الارتباطات المحتملة بين المتغيرات.

¹ Hoon. Lee, Glen. Biglaiser and all, (2014), **The Effects of Political Risk on Different Entry Modes of Foreign Direct Investment**, International Interactions, vol 40, N 5.

² Bouri Sarah, 2015, op tic.

³ Jose R. Godinez, Ling Liu, 2015, **Corruption distance and FDI flows into Latin America**, International Business Review.

أشارت النتائج الى أنه مستوى الفساد له تأثير سلبي على تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر، وايضا عندما يعاني بلد المنشأ من مستويات فساد أعلى مقارنة بالدول المضيفة، لا تتأثر الشركات من البلدان التي يكون فيها مستوى فساد اقل من الفساد في المنطقة الام.

10- دراسة عنتر برياش 2016:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل أثر خطر البلد على تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر، حيث تم استعراض تطور كل من مؤشرات خطر البلد وتدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر لعينة من دول المغرب العربي تشمل الجزائر، المغرب وتونس خلال الفترة 1990-2012، بالإضافة إلى مناقشة الإطار التشريعي والمؤسسي وأفاق الاستثمار الأجنبي المباشر فيها، كما دعما بحثهما هذا بدراسة قياسية استخدمت فيها نموذج بيانات البانل، والتي تبين من خلالها وجود أثر موجب ومعنوي لمؤشرات خطر البلد التي تمثلت في مؤشر الخطر السياسي والمالي على تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر في دول المغرب العربي.

11- دراسة Elhasbi Barkaoui 2017²:

الهدف من هذا البحث هو اقتراح العوامل الرئيسية الجاذبة للمستثمرين الأجانب في قطاعي التصنيع واللوجستيات لمدينة طنجة في المغرب، تم تطوير النموذج المفاهيمي من مراجعة الأدبيات والمقابلات مع عينة من مديري الشركات الأجنبية الصغيرة والمتوسطة الحجم (SMFS)، تم إجراء التحليل باستخدام البيانات المقطعية (بانل) لمديري الشركات الأجنبية (التصنيع واللوجستيات) المنشأة في مدينة طنجة، واستخدم نهج المربعات الصغرى الجزئية (PLS) لاختبار العلاقة السببية بين مختلف العوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية والبيئية والقانونية (Pestel).

أشارت النتائج الى أن العوامل القريبة؛ الاجتماعية؛ الثقافية؛ الاقتصادية والتكنولوجية لها تأثير إيجابي على الجاذبية الإقليمية لأنشطة التصنيع والخدمات اللوجستية في مدينة طنجة، وفي المقابل لا يوجد للعوامل القانونية والبيئية والسياسية تأثير كبير عند اتخاذ قرار اختيار مدينة طنجة كموقع لشركات التصنيع والخدمات اللوجستية.

¹ عنتر برياش، مرجع سبق ذكره، 2015-2016.

² Abbas. Elhasbi, Mohamed. Barkaoui et autres, 2017, *Les determinants de l'attractivite territoriale des entreprises manufacturieres et logistiques ´etrangeres : Application à la ville de Tanger – Maroc*, la revue gestion et organisation.

12- دراسة Razan Fareed Bogari 2018¹:

الهدف البحثي من هذه الدراسة هو استكشاف تأثير صورة البلد على تصورات المستثمرين واتخاذ قرارات الاستثمار الأجنبي المباشر، العوامل الرئيسية التي تؤثر على صورة المدينة تمثلت في البيئة السياسية؛ الاستراتيجية الحكومية السائدة؛ البيئة القانونية؛ التكنولوجية؛ الاقتصادية؛ الاجتماعية والثقافية؛ وقد ركز الباحث على قطاعي التعليم العالي والسياحة والضيافة في دبي لاستكشاف تأثير صورة المدينة على تصورات المستثمرين الأجانب.

أجريت الدراسة التجريبية في مارس 2017، عن طريق المقابلة وطرح الأسئلة على مستثمرين من جنسيات مختلفة هي، الأردن، السعودية، بريطانيا، حيث بدأ القائم بإجراء المقابلة بالمحادثة الجماعية أولاً، وأتيحت الفرصة للمشاركين في الدراسة التجريبية للتحدث بحرية بناءً على الأسئلة المطروحة، تم استخدام أسئلة الاستقصاء لاستنتاج معلومات معمقة.

أشارت النتائج أنه من أجل تحسين صورة مدينة دبي وجذب المزيد من الاستثمار الأجنبي المباشر، يجب خلق بيئة مواتية للتعليم العالي من أجل زيادة المنح الدراسية للطلاب الراغبين في إكمال برامج التعليم العالي، إضافة إلى خلق بيئة اقتصادية مواتية؛ والتي تتطلب تفاعلاً وثيقاً بين حكومة دبي والمصرف المركزي الإماراتي؛ حيث يتحكم البنك المركزي في السياسة النقدية.

13- دراسة Nicolas Papadopoulos وآخرون 2018²:

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن تأثير العلامة التجارية على تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر، تم استخدام نهج بيانات البانال لاستكشاف محددات تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر إلى منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا للفترة 2011-2016، تم استخدام نموذج انحدار المربعات الصغرى العادي (OLS) باستخدام تحليل بيانات البانال للتأثيرات العشوائية لمتغير الاستثمار الأجنبي المباشر (كمتغير تابع) والمتغيرات المستقلة الثمانية (حجم السوق؛ نمو السوق؛ البنية التحتية؛ انفتاح الاقتصاد؛ الموارد الطبيعية؛ الفساد؛ الاستقرار السياسي وسعر الصرف)، بالإضافة إلى العلامة التجارية للبلد.

¹ Razan. Fareed Bogari, 2018, op cit.

² Nicolas. Papadopoulos, Yara. Ibrahim and all, 2018, **The Role of Country Branding in Attracting Foreign Investment : Country Characteristics and Country Image**, Mercati e Competitività vol (02).

تمثلت نتائج الدراسة في ظهور أهمية نسبية للانفتاح التجاري وأسعار الصرف كمحددتين للاستثمار الأجنبي المباشر، في حين وجد الباحثون أن مقياس العلامة التجارية للبلد له تأثير كبير على تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر إلى منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، من ناحية أخرى، كان لتوفر الموارد الطبيعية والتي تم قياسها على أساس قطاع النفط تأثير سلبي، أما حجم السوق؛ البنية التحتية لنمو السوق؛ الفساد والاستقرار السياسي لم يؤثر على تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر.

14- دراسة Yuwei Chen وآخرون 2021¹:

كان الهدف من هذه الدراسة هو تحديد العلاقة بين صورة البلد والاستثمار الأجنبي المباشر في بلدان جنوب صحراء إفريقيا البالغ عددها 46 دولة، قام الباحث باستخدام كل من البيانات الأولية والثانوية في الدراسة التي تم الحصول عليها من تقارير الاونكتاد (UNCTAD)، واعتمد عليها في انجاز استبيان بحثي منظم لجميع البيانات الأولية، تم إرسال الاستبيان إلى رؤساء البعثات الأجنبية لدول جنوب صحراء افريقيا في دولة كينيا، وقام بتحليلها باستخدام الإحصاء الوصفي وتحليل الانحدار.

أوضحت نتائج هذه الدراسة أن تأثير صورة البلد على الاستثمار الأجنبي المباشر في دول جنوب صحراء افريقيا كان إيجابياً وذو دلالة إحصائية وذلك حسب الأثر الإيجابي المستخلص لكل من البعد السياسي؛ الاقتصادي؛ الاجتماعي والبعد التكنولوجي.

تؤكد نتائج هذه الدراسة على حاجة البلدان في جنوب صحراء إفريقيا إلى خلق صورة وطنية بشكل فردي كدولة وكتلة واحدة، حيث سيساهم ذلك بشكل كبير في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر الذي يساهم بدوره في التنمية الاقتصادية. لذلك، على بلدان جنوب صحراء افريقيا ان تفهم أبعاد الصورة الوطنية من أجل إجراء تحليلات متكررة وتطوير استراتيجية ذات صلة بقدرتها التنافسية للاستثمار الأجنبي المباشر.

15- دراسة Wellhausen و Moehlecke 2022²:

تهدف هذه الدراسة الى استعراض قانون الاستثمار الأجنبي للدول من أجل التخفيف من المخاطر السياسية التي يواجهها المستثمرون الأجانب، مثل القوانين الصادرة بواسطة اتفاقيات الاستثمار الدولية (IIA)

1 Yuwei. Chen, ndemo. b and all, 2021, **Relationship between national image and foreign direct investment among sub-saharan africa countries**, International journal of finance, 6(3),pp 41-54.

2 Carolina. Moehlecke ,Rachel L. Wellhausen, 2022, **Political Risk and International Investment Law**, Annual Review of Political Science.

وتسوية المنازعات بين المستثمرين والدول (ISDS)، وهي آليات لتسوية المنازعات يقاضي فيها المستثمرون الأجانب من القطاع الخاص الدول المضيفة في المحاكم.

قام الباحثان بمراجعة الأدبيات المعاصرة الواسعة حول هذا القانون، واستخلصا أن الوضع الراهن لقانون الاستثمار الدولي هش، لذلك من الأفضل إعطاء الأولوية لسيادة الدولة من أجل تخفيف المخاطر السياسية.

المطلب الثاني: محل الدراسة من الدراسات السابقة.

من خلال استعراضنا للدراسة السابقة نلاحظ ان العديد منها تطرقت بشكل جزئي الى العوامل المؤثرة على قرارات الاستثمار الاجنبي المباشر، باستثناء دراسة Razan Fareed Bogari 2018، ودراسة Yuwei Chen وآخرون 2021 اللتان جادلا فيها باحثيها العوامل بشكل كلي، والتي تمثلت في العوامل السياسية؛ الاقتصادية؛ الاجتماعية؛ التكنولوجية؛ الجغرافية والقانونية.

ومنه ارتأينا ان ندرس في هذا البحث أثر البلدان الموجودة في التكتلات الاقتصادية الثلاث: BRICS, MINT, MERCOSUR، على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر. وقد اخترنا التكتلات الاقتصادية من أجل:

- دورها في مجابهة المشكلات الاقتصادية والسياسية وكأنها دولة واحدة، خاصة وأنه أصبح من شبه المستحيل على أي دولة تحقيق متطلباتها التنموية بشكل منفرد؛
- لا توجد دراسة سابقة عالجت العوامل الستة المذكورة أعلاه بشكل كلي في اي دولة من دول التكتلات الاقتصادية الثلاث في موضوع كهذا، وهنا تبدأ ميزة هذا البحث.

وما يميز أيضا هذه الدراسة انها اسقطت على العديد من البلدان في أن واحد مما يسمح لنا بمقارنة النتائج بين تلك البلدان.

المطلب الثالث: متغيرات الدراسة، فرضياتها ونموذجها.

1-متغيرات الدراسة:

ان المتغير هو خاصية تأخذ قيماً مختلفة؛ وهاته الخصائص أو الصفات تصف كائناً ما، فعلى سبيل المثال، إذا كان الجنس متغيراً؛ فإن الصفات هي الذكور والإناث، إذا كان محل الإقامة متغيراً؛ فحينئذٍ تصبح السمات حضرية، وشبه حضرية أو ريفية، وهكذا ، فإن السمات هنا تصف مكان إقامة الفرد.

لذلك من المهم تحديد المتغيرات لتسهيل شرح دقيق للعلاقة بين المتغيرات، إذ لا يوجد حد لعدد المتغيرات التي يمكن قياسها، على الرغم من أنه كلما زادت المتغيرات، زادت تعقيد الدراسة والتحليل الإحصائي.

هناك عدة أنواع مختلفة من المتغيرات ولها تأثير في دراسة، قد تكون مستقلة وتابعة، نشطة ومتغيرات السمات، المستمرة، المنفصلة والقطعية، المتغيرات الأجنبية والمتغيرات الديموغرافية¹.

فالمتغير التابع هو المتغير الذي يتأثر مباشرة بواحد أو أكثر من المتغيرات الأخرى في المعادلة، ويمكن فهمه أيضًا على أنه المتغير الذي يتم فيه تحديد سببية التغيير السلبي أو الإيجابي عن طريق تغيير واحد أو أكثر من المتغيرات المستقلة، يشار إلى هذه المتغيرات أيضًا باسم متغيرات "Y".

أما المتغير المستقل هو المتغير الذي يؤثر بشكل مباشر على المتغير التابع في المعادلة.

ويمكن فهمه أيضًا على أنه المتغير الذي يتسبب في تغيير طبيعة سلبية أو إيجابية في متغير تابع، إذ يمكن أن يؤثر واحد أو أكثر من المتغيرات المستقلة على متغير تابع واحد، يشار إلى هذه المتغيرات أيضًا باسم متغيرات "X"².

ومنه وانطلاقاً مما سبق في الجزء النظري لهذه الدراسة، ونتائج الدراسات السابقة قمنا بتحديد المتغير الكلي والمتغيرات المستقلة لهذه الدراسة، والتي يفترض ان يكون لها اثر على مستويات تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر.

حيث:

- ✓ المتغير التابع: صافي تدفقات الاستثمار (بالدولار الأمريكي).
- ✓ المتغيرات المستقلة: العوامل السياسية (الاستقرار السياسي؛ الديمقراطية؛ الفساد)، العوامل الاقتصادية (حجم السوق؛ الانفتاح التجاري) العوامل القانونية (القواعد القانونية)، العوامل الاجتماعية (التعليم)، العوامل التكنولوجية (الانترنت)، العوامل الجغرافية (الموارد الطبيعية).

وقد قمنا بقياس كل متغير كما هو مبين في الجدول الموالي:

¹ Kaur. SP,2013, **Variables in research**, IJRRMS, vol(3) N(4), p36

² Torbira Lezaasi. Lenee , Joshua. Oki, 2017, **Capital Market Development and Economic Growth: Evidence from the Mint Countries**, Journal of Economics and Sustainable Development, vol (8), N (2), p78-79.

الجدول رقم (3-1): طريقة قياس المتغيرات المستقلة.

المتغيرات المستقلة	مصدر البيانات	القياس	الأثر المتوقع
حجم السوق (gdp)	البنك الدولي	نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي بالدولار أمريكي	+
القواعد القانونية (rules of law)	مؤشرات الحوكمة للبنك الدولي	التسهيلات الإدارية والقانونية واحترام القانون وتطبيقه	+
توافر الموارد الطبيعية (natur)	البنك الدولي	نسبة الموارد الطبيعية إلى الناتج المحلي الإجمالي	+
الانترنت (internet)	البنك الدولي	نسبة الاشتراك في الانترنت (المحمول لكل 100 شخص)	+
الانفتاح التجاري (open)	البنك الدولي	نسبة إجمالي التجارة (الصادرات والواردات) إلى الناتج المحلي الإجمالي	+
الفساد (corp)	مؤشرات الحوكمة للبنك الدولي	السيطرة على الفساد	+
الاستقرار السياسي (politic)	مؤشرات الحوكمة للبنك الدولي	استقرار سياسي / لا عنف أو إرهاب	+
المستوى التعليمي (educ)	البنك الدولي	معدل الالتحاق بمستويات الثانوية (أو التكوين)	+
مستويات الديمقراطية (demo)	مؤشرات الحوكمة للبنك الدولي	مؤشر الديمقراطية	+

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على ماسبق.

¹ تسجل سيادة القانون التصورات حول مدى ثقة الوكلاء والمستثمرين في قواعد المجتمع والالتزام بها، خاصة ما تعلق بجودة إنفاذ العقود وحقوق الملكية والشرطة والمحاكم، فضلاً عن احتمالية ارتكاب الجرائم ومستويات العنف داخل البلد. يعطي هذا المؤشر تقدير تقريبي لكل بلد، هذا المؤشر يأخذ قيم أي تتراوح من 2.5- إلى 2.5 تقريباً.

متغيرات الدراسة كانت خاصة بالفترة الزمنية الممتدة من سنة 2000 الى غاية 2020، هذه الفترة تتميز بتوفر البيانات الإحصائية الخاصة بالمتغيرات، كما تساعد في نمذجة أحسن لأثر صورة البلد على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر.

2- عينة الدراسة:

تم اختيار 12 دولة ضمن ثلاث كتلات اقتصادية هي دول BRICS، MERCOSUR وتكتل MINT وهي موزعة كما يلي:

الجدول رقم (3-2): عينة الدراسة

التكتل	الدول
BRICS	البرازيل، روسيا، الهند، الصين، جنوب أفريقيا
MERCOSUR	البرازيل (*)، الأرجنتين، أوروغواي، باراغواي
MINT	تركيا، نيجيريا، المكسيك، اندونيسيا

المصدر: من اعداد الباحثة

تم اختيار هذه العينة نظرا لظهور أهمية التكتلات الاقتصادية ودورها البارز في تحرير التجارة الخارجية وتكاتفها كدولة واحدة في تشجيع الاستثمارات الأجنبية ووضع سياسات اقتصادية وكذا عقد الاتفاقيات الدولية.

3- فرضيات الدراسة:

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة، وبناء على متغيرات وعينة الدول المختارة في الدراسة تمكنا من طرح الفرضيات الخاصة بدراستنا كما يلي:

- 1H حجم السوق في بلدان التكتلات الاقتصادية: BRICS, MERCOSUR, MINT له أثر إيجابي على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر خلال الفترة الزمنية الممتدة من 2000-2020؛
- 2H الانفتاح التجاري في بلدان التكتلات الاقتصادية: BRICS, MERCOSUR, MINT له أثر إيجابي على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر خلال الفترة الزمنية الممتدة من 2000-2020؛
- 3H الاستقرار السياسي في بلدان التكتلات الاقتصادية: BRICS, MERCOSUR, MINT له أثر إيجابي على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر خلال الفترة الزمنية الممتدة من 2000-2020؛

* البرازيل موجودة ضمن تكتلين مختلفين، لهذا منطبقا سيتم العمل عليها في سياق تكتل BRICS.

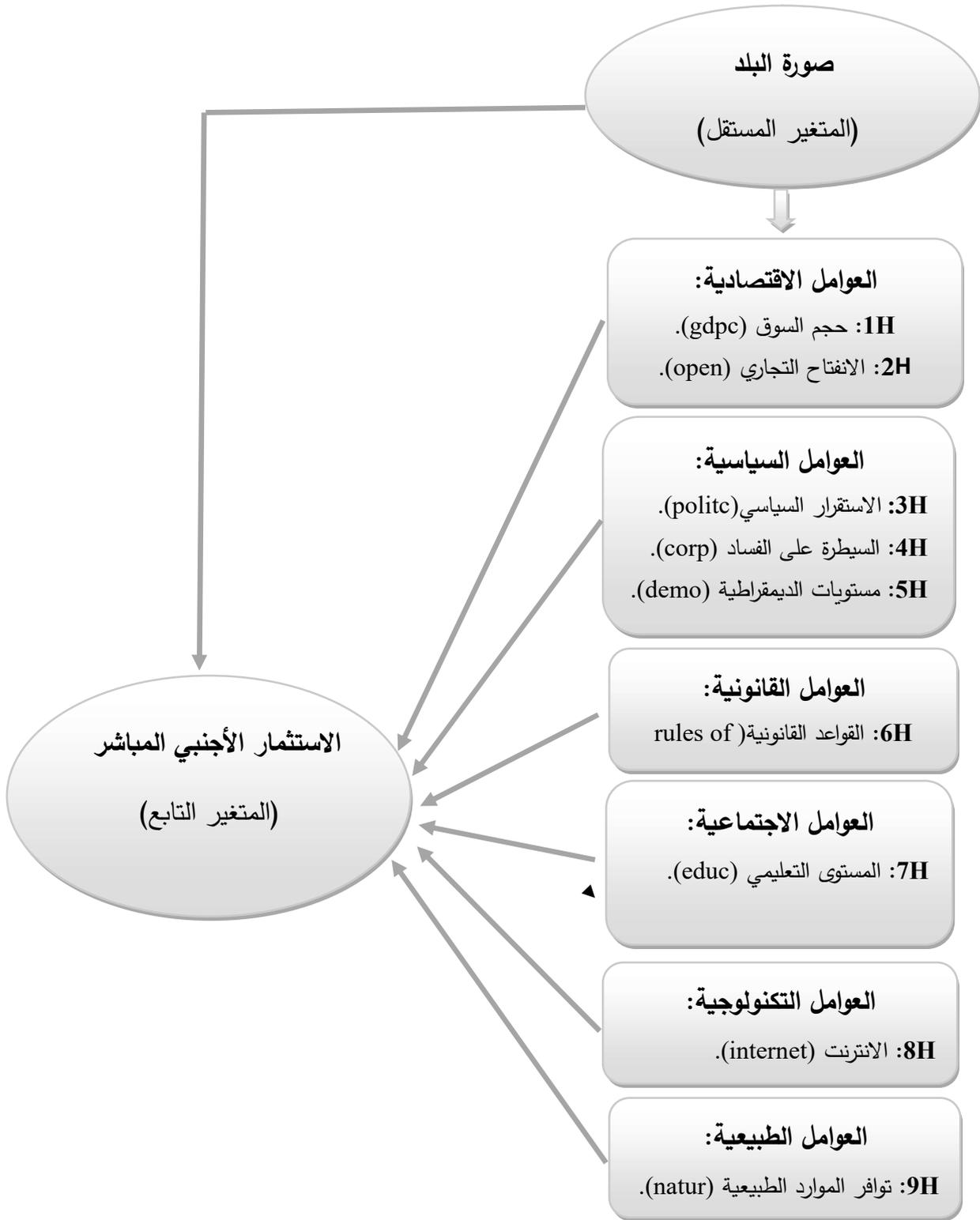
- 4H السيطرة على الفساد في بلدان التكتلات الاقتصادية: BRICS, MERCOSUR, MINT له أثر إيجابي على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر خلال الفترة الزمنية الممتدة من 2000-2020؛
- 5H مستويات الديمقراطية في بلدان التكتلات الاقتصادية: BRICS, MERCOSUR, MINT لها أثر إيجابي على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر خلال الفترة الزمنية الممتدة من 2000-2020؛
- 6H القواعد القانونية في بلدان التكتلات الاقتصادية: BRICS, MERCOSUR, MINT لها أثر إيجابي على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر خلال الفترة الزمنية الممتدة من 2000-2020؛
- 7H الانترنت في بلدان التكتلات الاقتصادية: BRICS, MERCOSUR, MINT لها أثر إيجابي على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر خلال الفترة الزمنية الممتدة من 2000-2020؛
- 8H المستوى التعليمي في بلدان التكتلات الاقتصادية: BRICS, MERCOSUR, MINT له أثر إيجابي على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر خلال الفترة الزمنية الممتدة من 2000-2020؛
- 9H الموارد الطبيعية في بلدان التكتلات الاقتصادية: BRICS, MERCOSUR, MINT لها أثر إيجابي على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر خلال الفترة الزمنية الممتدة من 2000-2020.

4- نموذج الدراسة:

من خلال ماسبق وبالاعتماد على نظريات ونماذج الدراسات السابقة يمكن لنا تصور نموذج دراستنا

كما يلي :

الشكل رقم (3-1): نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الباحثة بناء على ما سبق.

المبحث الثاني: جذب الاستثمار الأجنبي المباشر في دول التكتلات الاقتصادية الثلاث محل الدراسة خلال الفترة الزمنية 2000-2020.

تشير التكتلات الاقتصادية الى مجموعة الترتيبات التي تتم بين مجموعة من الدول بغرض تحرير التبادل التجاري فيما بينها وتنسيق سياساتها الحكومية والمالية؛ التفاوض كعضو واحد على الاتفاقيات التجارية العالمية من أجل تخفيض تكلفة التنمية، العمل على تحسين مناخ الاستثمار من تقديم حوافز خاصة بالاستثمار، وكذلك التعاون فيما بينها على مجابهة المشكلات الاقتصادية والسياسية وكأنها دولة واحد.

المطلب الأول: جذب الاستثمار الأجنبي المباشر في دول BRICS:

لقد شهد العالم تحولاً هائلاً في الجغرافيا السياسية والاقتصاد، تنظيم الإنتاج وتوزيعه، لذلك اكتسبت الاقتصادات الناشئة في البرازيل وروسيا والهند والصين (BRIC) دوراً مهماً في الاقتصاد العالمي كمنتجين للسلع والخدمات.

مصطلح الـ BRIC قام بصياغته الاقتصادي جيم أونيل سنة 2001، وأصبح بعدها يعرف بـ BRICS، وذلك بعد قبول عضوية جنوب إفريقيا سنة 2011، على أساس الإجماع بين دول البريك الأربعة، حيث تلترم هذه الدول بمبادئ الشفافية؛ الوحدة؛ المساعدة المتبادلة؛ تعميق التعاون والسعي لتحقيق التنمية المشتركة.¹

تتمتع دول BRICS الخمسة بخصائص مشتركة تتمثل في الكثافة السكانية العالية التي تشكل 40% من سكان العالم موزعين على ثلاث قارات؛ أسواق استهلاكية عديدة ونمو اقتصادي سريع²، وتتربع أيضاً على ما نسبته 26% من إجمالي مساحة العالم؛ و 24% من الناتج المحلي الإجمالي العالمي؛ 45% من الإنتاج الزراعي العالمي؛ 17% من التجارة العالمية و 13% من سوق الخدمات العالمي، ووفقاً لتوقعات Goldman Sachs، سيتجاوز إجمالي الناتج المحلي المشترك للبرازيل وروسيا والهند والصين في عام 2050 إجمالي الناتج المحلي للدول المتقدمة الرئيسية في العالم (G)7³.

¹ Mei Ling. Wang, Chang. Hwan Choi, 2018, **How information and communication technology affect international trade: a comparative analysis of BRICS countries**, Information Technology for Development, 2018, p 02.

² Vinit. Ranjan, Gaurav. Agrawal, 2011, **FDI Inflow Determinants in BRIC countries: A Panel Data Analysis**, International Business Research, Vol (4), N (4), p 255.

³ Svetlana. Gusarova, 2019, **Role of China in the development of trade and FDI cooperation with BRICS countries**, China Economic Review, vol (57), p 01.

1- الاستثمار الأجنبي المباشر في دول البريكس

على مدار العقود الماضية كانت دول BRICS هي المستقطب الرئيسي للاستثمار الأجنبي المباشر، حيث كانت البرازيل سنة 1984 هي الدولة الأكثر جذبا للاستثمار الأجنبي المباشر، وتجاوزتها الصين في عام 1985، ومنذ ذلك الحين، لا تزال الصين وجهة رئيسية للاستثمار الأجنبي المباشر، لا سيما في قطاعات السيارات والسلع الاستهلاكية المعمرة؛ إلى جانب جهود البلاد للاندماج في الاقتصاد العالمي، وقد نقلت العديد من الشركات متعددة الجنسيات عملياتها إلى الصين للاستفادة من انخفاض تكاليف العمالة وسوقها المحلي الضخم، وتلقت جنوب إفريقيا والهند أيضا نصيبًا ثابتًا ومنخفضًا من إجمالي تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر العالمي على مدار العقدين الماضيين، أما بالنسبة للهند فليها العديد من القيود على تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر، حيث تهيمن الشركات المملوكة للدولة في العديد من القطاعات الرئيسية، وبالمثل، ينطبق التدفق المنخفض على الاتحاد الروسي منذ عام 1990، وتجدر الإشارة أيضًا إلى أن نوع الاستثمار الأجنبي المباشر الذي يتلقاه كل بلد يختلف اختلافاً كبيراً بسبب السياسات الخاصة بالبلدان، فعلى سبيل المثال، قامت بعض دول البريكس مثل البرازيل والاتحاد الروسي وجنوب إفريقيا بتحرير اقتصاداتها بشكل غير مشروط وتحصلت على المزيد من مشاريع الاستثمار الأجنبي المباشر الموجه نحو القطاعات الإنتاجية، ولا سيما من خلال الاستحواذ على الشركات المحلية، في حين لم تقم الصين والهند بتحرير حساب رأس المال.¹

كشفت البيانات الصادرة عن مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (أونكتاد) عام 2013، أن الصين تعد أكبر مستفيد من تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر من بين دول البريكس حيث شكلت حوالي 46% من إجمالي تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر إلى تلك الدول، تليها البرازيل 25%؛ روسيا 17%؛ والهند 10%، وقد أظهرت هذه البلدان زيادة هائلة في حصتها الإجمالية من الإنتاج العالمي من 5.4% في عام 1990 إلى 16% في عام 2005 و 24.27% في عام 2017، وكانت الصين وحدها تمثل أكثر من نصف الإنتاج، وبالنظر إلى هذه الحقيقة، هناك حاجة للحفاظ على هذا المستوى من تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر، وتحتاج البلدان المتبقية إلى تحسين تدفقات الاستثمار إلى بلدانها من أجل اللحاق بالصين على الأقل.²

¹ Vijayakumar. Narayanamurthy, Sridharan. Perumal, and all, 2010, **Determinants of FDI in BRICS countries: A panel analysis**, International Journal of Business Science & Applied Management (IJBSAM), Vol(5), N(3), pp. 1-13, p 2-3-4.

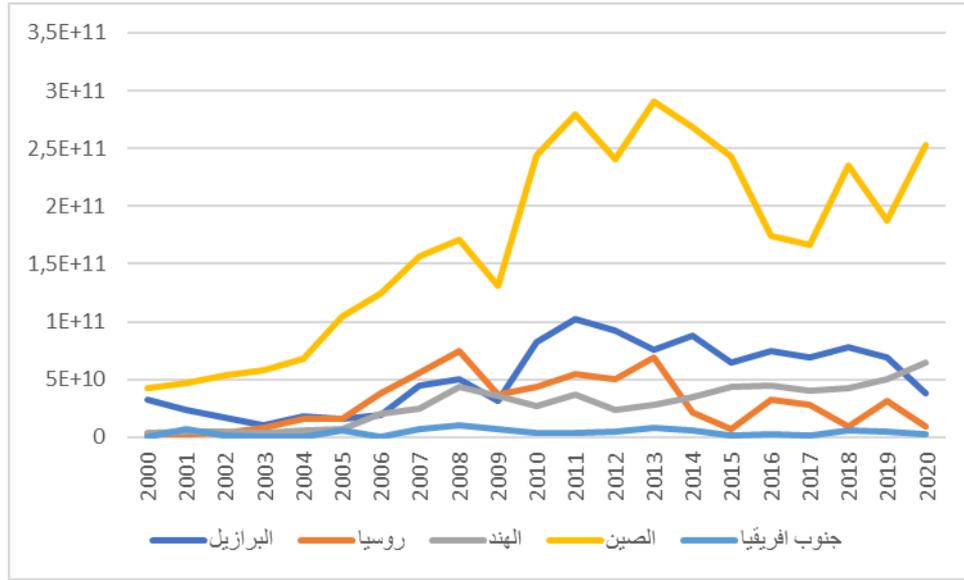
² Murtala. AbduK. K, Selvasundaram, S. Sagathevan, 2021, **The Role of Corruption Control in Determining Foreign Direct Investment in Brics Countries**, Annals of R.S.C.B., ISSN:1583-6258, Vol (25), PP 9151 – 9162, p 9152.

الجدول رقم (3-3): صافي تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر لدول ال BRICS خلال 2000-2020

جنوب افريقيا	الصين	الهند	روسيا	البرازيل	
968831356	42095300000	3584217307	2678030000	32994718700	2000
7270344986	47053000000	5128093562	2847300000	23225846372	2001
1479804589	53073618897	5208967106	3473830000	16586600193	2002
783136092,3	57900937467	3681984671	7928630000	10123013671	2003
701422007,6	68117272181	5429250990	15402990000	18161380460	2004
6522098178	1,04109E+11	7269407226	15508050000	15459981604	2005
623291744,3	1,24082E+11	20029119267	37594770000	19418085598	2006
6586792253	1,56249E+11	25227740887	55873680000	44579492464	2007
9885001293	1,71535E+11	43406277076	74782910000	50716402711	2008
7624489974	1,31057E+11	35581372930	36583100000	31480931700	2009
3693271715	2,43703E+11	27396885034	43167780000	82389932468	2010
4139289123	2,80072E+11	36498654598	55083630000	1,02427E+11	2011
4626029122	2,41214E+11	23995685014	50587560000	92568388321	2012
8232518816	2,90928E+11	28153031270	69218890000	75211029129	2013
5791659020	2,68097E+11	34576643694	22031340000	87713983217	2014
1521139945	2,42489E+11	44009492130	6852970000	64738153494	2015
2215307020	1,7475E+11	44458571546	32538900000	74294627801	2016
2058579911	1,66084E+11	39966091359	28557440000	68885491315	2017
5569462350	2,35365E+11	42117450737	8784850000	78162724370	2018
5116098443	1,8717E+11	50610647354	31974770000	69174411753	2019
3153552569	2,53096E+11	64362364994	9478810000	37786286307	2020

المصدر: بيانات البنك الدولي.

الشكل رقم (3-2): التمثيل البياني لصافي تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر لدول ال BRICS خلال 2000-2020



المصدر: من اعداد الباحثة اعتمادا على بيانات البنك الدولي.

من خلال الشكل نلاحظ ان الصين تمثل الوجهة الأكثر جذبا للاستثمار الأجنبي المباشر، ويعود السبب في ذلك الى تكلفة العمالة المنخفضة و السوق المحلي الواسع كما تحدثنا سابقا، تليها البرازيل التي تتميز بالموارد الطبيعية والتي تعتبر عنصر مهم يبحث عنه اغلب المستثمرين؛ وتعد تاسع أكبر اقتصاد في العالم؛ واقتصادها هو الأكبر في أمريكا الوسطى والجنوبية، وروسيا التي اعتمدت بشكل كبير على تحرير التجارة ورفع بعض القيود على المستثمرين، أما الهند وجنوب افريقيا يتلقيان نسبة قليلة من الاستثمارات وذلك بسبب الإجراءات والقوانين المفروضة على المستثمرين الأجانب التي تؤدي بهم الى النفور واختيار وجهة أخرى ملائمة.

المطلب الثاني: جذب الاستثمار الأجنبي المباشر في دول ال MERCOSUR

تم إنشاء ال MERCOSUR من خلال التوقيع على معاهدة أسونسيون في عام 1991 من قبل الأرجنتين والبرازيل وباراغواي؛ كان الهدف منها زيادة القدرة التفاوضية لهاته الدول؛ والدفاع عن المواقف المشتركة في المحافل الدولية، بالإضافة الى توطيد الديمقراطية والسعي وراء زيادة الانفتاح الاقتصادي وتعزيز الاستثمار؛ وتحرير التجارة الخارجية.

يقود هذا التكتل ثلاث هيئات حكومية دولية رئيسية تتمثل في: مجلس السوق المشتركة (CMC) ؛ مجموعة السوق المشتركة (CMG) ؛ ولجنة التجارة (MERCOSUR)، والتي تتألف جميعها من ممثلين عن

الحكومات الوطنية، تشكل هذه الهيئات الإقليمية الثلاث، التي أدخلتها معاهدة أسونسيون، الهيكل الرئيسي لصنع القرار في المنظمة¹.

يعيش حوالي 290 مليون شخص داخل حدود ميركوسور، ويبلغ الناتج المحلي الإجمالي لهذه البلدان حوالي 1.7 تريليون دولار أمريكي بالأسعار الثابتة، حيث تعتبر البرازيل الاقتصاد المهيمن؛ بحصة 80% من حيث عدد السكان والإنتاج؛ وتمثل الصادرات داخل المنطقة 15% من إجمالي صادرات الدول الأعضاء؛ أما أسواق التصدير الرئيسية خارج المنطقة هي الاتحاد الأوروبي 15% والولايات المتحدة 10% والصين 15%².

1- الاستثمار الأجنبي المباشر في دول الـ MERCOSUR:

قدرت تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر إلى دول الـ MERCOSUR في النصف الثاني من التسعينيات بالقيم الثابتة (بالدولارات 1982)؛ أكبر بعشر مرات من تلك التي كانت في السبعينيات، كانت معظمها موجهة إلى الأرجنتين والبرازيل.

خلال التسعينيات شهدت هاته البلدان، خاصة الأرجنتين؛ زيادة نصيبها بشكل كبير من إجمالي تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر إلى بلدان الـ MERCOSUR، وأدى التدفق الكبير للاستثمار الأجنبي المباشر إلى نمو هائل للشركات الأجنبية التي تمارس نشاطها في المنطقة خاصة في الأرجنتين والبرازيل التي وصلت الحصة السوقية لهذه الشركات فيها إلى أعلى المستويات في العالم³.

تلقى مجال الاستثمار في الصناعة ما يزيد عن 20% في الأرجنتين والبرازيل، وهو أقل بكثير من المستوى الذي شوهد خلال فترة التصنيع البديل للواردات، ومن ناحية أخرى كان لمجال الزراعة والأنشطة ذات الصلة نصيب من الاستثمارات، بالإضافة إلى الخصخصة وتحرير التجارة وبعض أدوات السياسة العامة، فضلاً عن آليات مبادلة الديون (المستخدمة على نطاق واسع في أواخر الثمانينيات)، والموارد الطبيعية تأثير إيجابي على تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر الوافدة إلى دول الميركوسور، ومع ذلك، لا يبدو أن أثر دول الـ ميركوسور على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر له أهمية خاصة، باستثناء قطاع السيارات، حيث تم تطبيق سياسات محددة في الأرجنتين والبرازيل.

¹ Haroldo Ramanzini. Júnior, Bruno Theodoro. Luciano, 2020, **Regionalism in the Global South: Mercosur and ECOWAS in trade and democracy protection**, Third World Quarterly, p 5-6.

² Mondher. Cherif, Christian. Dreger, 2018, **Do regional trade agreements stimulate FDI? Evidence for the Agadir, MERCOSUR and AFTA regions**, Rev Dev Econ, vol(1), N(15), p 07.

³ Daniel. Chudnovsky, Andrés. López, 2007, **Foreign direct investment and development: the mercosur experience**, Cepal Review, vol (92), p 09.

أكد López و Chudnovsky (2002) في دراسته أن حجم ونمو الأسواق المحلية في بلدان ميركوسور، سياسات التصدير وتوافر الموارد الطبيعية، لا سيما في الأرجنتين وباراغواي وأوروغواي، كانت من بين العوامل الرئيسية الجاذبة للاستثمار الأجنبي المباشر، وفي نفس الوقت أشار إلى ضعف نسبة جذب الاستثمار الأجنبي المباشر في هذه الدول وذلك بسبب انخفاض الانفتاح التجاري الذي قد تقاوم منذ بداية الكتلة، نقص مهارات العمل واستقرار الاقتصاد الكلي، مما يشير إلى أن التكامل الإقليمي قد شتت انتباه الدول الأعضاء في عولمة أوسع (وربما أكثر نجاحًا).¹

الجدول رقم (3-4): صافي تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر لدول ال MERCOSUR خلال 2000-2020

براغواي	اوروغواي	الأرجنتين	
107800000	262825000	10418314339	2000
99200000	310402928,2	2166136830	2001
90400000	179852187,8	2148910000	2002
-57700000	402717369,3	1652010000	2003
93979000	352712784,3	4124710000	2004
7300000	826626704,3	5265250000	2005
187800000	1508350269	5537347786	2006
105000000	1358736506	6473157762	2007
297969637,2	2141969341	9725553130	2008
142542622,6	1602591813	4017158925	2009
690056989,3	2191067967	11332718626	2010
581499378,3	2690094197	10839930945	2011
730197859,7	6394069822	15323933917	2012
305117261,2	986930050,6	9821661858	2013
823019534,2	4085227627	5065335542	2014
505609610,6	2673041339	11758994011	2015

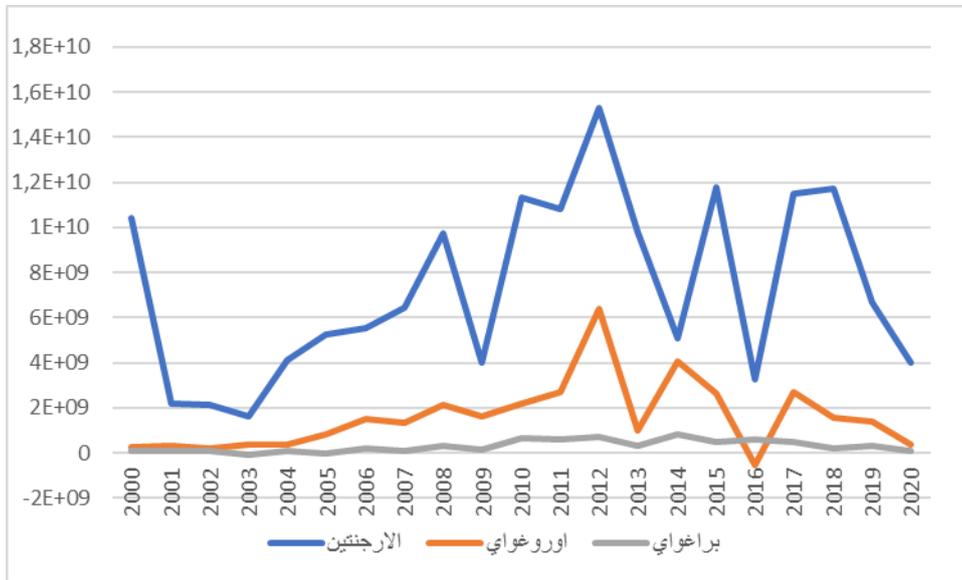
¹ Claudio A. C. Paiva, Gustavo S. Cortes, 2014, **On the Irrelevance of Mercosur: Evidence From Foreign Direct Investment**, Latin American Business Review, vol (15), N (3-4), pp 291-314, p 310.

577878700	-515650078,4	3260164342	2016
498528923	2686509353	11516861462	2017
193825685,5	1559392289	11716769819	2018
343902227,2	1408833368	6663062112	2019
92925020,59	392061305,6	4019052253	2020

المصدر: بيانات البنك الدولي

الشكل رقم (3-3): التمثيل البياني لصادفي تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر لدول ال MERCOSUR خلال 2000-

2020



المصدر: من اعداد الباحثة اعتمادا على بيانات البنك الدولي.

من خلال البيانات المقدمة نلاحظ ان الأرجنتين تسيطر على استقطاب اكبر حصة من الاستثمارات الأجنبية المباشرة؛ لأنها تعمل على تحسين أسسها الاقتصادية على خلفية سياسات الإصلاح الصديقة للسوق، التي تدعو إليها الحكومة الجديدة، بالإضافة الى سياسات تحرير التجارة، تتبعها الأوروغواي بنسبة منخفضة نوعاً؛ فهي تعد مركزاً لوجستياً إقليمياً؛ يعتمد بشكل أساسي على الاستثمار في الزراعة؛ كما صنف بالبلد الأقل فساداً في أمريكا اللاتينية، تأتي بعدها في المرتبة الأخيرة البراغواي بنسب جد ضئيلة بسبب سوء الأداء الاقتصادي فيها؛ عدم الاستقرار السياسي؛ الفساد؛ عدم إحراز تقدم في الإصلاح الهيكلي؛ الديون الكبيرة، الداخلية والخارجية؛ ونقص البنى التحتية.

المطلب الثالث: جذب الاستثمار الأجنبي المباشر في دول الـ MINT

يضم مصطلح الـ MINT الذي صاغه الخبير الاقتصادي Jim O'Neill عام 2011 في بنك جولدمان ساكس الدول الأربعة المتمثلة في المكسيك؛ إندونيسيا؛ نيجيريا وتركيا والمسمات بدول النعناع باعتبارها عمالقة اقتصادية ناشئة تقع في أربع قارات مختلفة، حيث عرّف فريزر (2011) النعناع بأنها "مراكز قوة" في الاقتصاد العالمي تستحق الكثير من الاهتمام.¹

تميزت بلدان الـ MINT بالنمو السريع، حيث سجلت إندونيسيا ونيجيريا وتركيا نموًا اقتصاديًا مزدوج الرقم يتراوح بين 11% و 15%؛ أما المكسيك كان نموها يزيد قليلاً عن 7%، لكنها لا تزال أقوى من الرقم العالمي البالغ 4%؛ يتم قياسها بالعملة المحلية التي تعتبر مقياسًا أوضح للاستثمار الفعلي في البلد باستثناء نيجيريا التي تسجل المعاملات بالدولار الأمريكي.²

1- الاستثمار الأجنبي المباشر في دول الـ MINT:

تتميز دول الـ MINT بخصائص عديدة جعلتها جاذبة للمستثمرين من جميع أنحاء العالم، إذ لديها عدد كبير من السكان الشباب مقارنة بالشيخوخة، بالإضافة إلى أنها تتواجد في موقع جغرافي متميز يمكنها من الاستفادة من الأسواق الكبيرة القريبة، وذلك بقرب إندونيسيا من الصين وتركيا على مقربة من الاتحاد الأوروبي والمكسيك على أعتاب أمريكا، في حين أن نيجيريا لديها القدرة على العمل كمركز اقتصادي لأفريقيا.³

ويؤكد التقرير الصادر عن البنك الدولي (2014) أن المستثمرين العالميين يتطلعون إلى بلدان MINT كوجهات للاستثمار الأجنبي المباشر في البلدان النامية بناءً على مناطقهم الجغرافية، حيث تتلقى المكسيك أعلى إجمالي تدفق للاستثمار الأجنبي المباشر في أمريكا الوسطى، في حين أن إندونيسيا هي أكبر متلق للاستثمار الأجنبي المباشر في منطقة جنوب شرق آسيا، ونيجيريا في أفريقيا وتركيا في غرب آسيا.⁴

¹ Torbira Lezaasi. Lenee , Joshua. Oki, 2017 ,op cit p 68.

² Filip. Kokotovic, Petar. Kurecic, 2016, **The MINT Countries: A Regression Analysis of the Selected Economic Features**, International Journal of Management Science and Business Administration, Inovatus Services Ltd, vol (2), N(5), pp 21-31, p 26.

³ Uduak S. Akpana, Salisu R. Isihaka , Simplicie A. Asongub, 2014, **Determinants of Foreign Direct Investment in Fast-Growing Economies: A Study of BRICS and MINT**, AGDI Working Paper, p04.

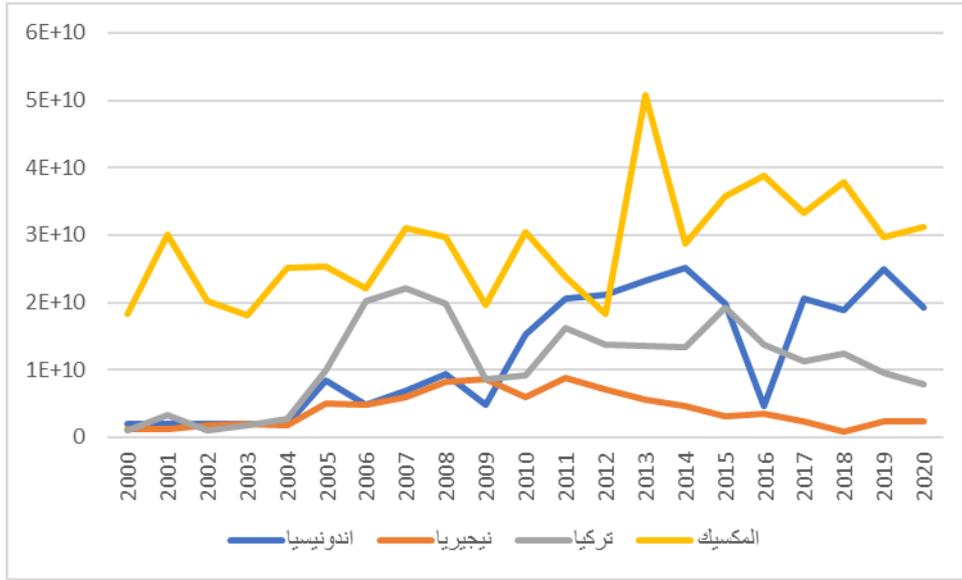
⁴ Niko. Fanbasten, Alexandra Göstas. Escobar, 2016, **Determinants of Foreign Direct Investment: A panel data analysis of the MINT countries**, Department of Business Studies, Uppsala University, p 6-7.

الجدول رقم (3-5): صافي تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر لدول ال MINT خلال 2000-2020

المكسيك	تركيا	نيجيريا	اندونيسيا	
18382284821	982000000	1140167556	1896082770	2000
30060020323	3352000000	1190618644	1896082770	2001
20160179768	1082000000	1874070753	1896082770	2002
18178451130	1702000000	2005353563	1896082770	2003
25157984907	2785000000	1874060887	1896082770	2004
25424146448	10031000000	4982533930	8336257208	2005
22136521948	20185000000	4854353979	4914201435	2006
31110151498	22047000000	6036021405	6928480000	2007
29782819749	19851000000	8194071895	9318453650	2008
19656212876	8585000000	8555990007	4877369178	2009
30528744933	9099000000	6026253091	15292009411	2010
23843292996	16182000000	8841062051	20564938227	2011
18219485885	13744000000	7069908428	21200778608	2012
50817753806	13563000000	5562857987	23281742362	2013
28662827833	13337000000	4693828632	25120732060	2014
35818378400	19263000000	3064168904	19779127977	2015
38895511392	13835000000	3453258408	4541713739	2016
33225201397	11190000000	2412974916	20510310832	2017
37849894968	12505000000	775247400	18909826044	2018
29740367434	9573000000	2305099812	24993551748	2019
31247628210	7831000000	2385277666	19175077748	2020

المصدر: بيانات البنك الدولي.

الشكل رقم (3-4): التمثيل البياني لصافي تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر لدول ال MINT خلال 2000-2020



المصدر: من اعداد الباحثة اعتمادا على بيانات البنك الدولي.

يتبين بان المكسيك تستولي على اكر حصة من الاستثمارات الأجنبية؛ وذلك لأهمية موقعها الجغرافي وسياساتها الداعمة للانفتاح الاقتصادي؛ وامتلاكها لسوق بإمكانات كبيرة ورأسمال بشري فعال، في حين ان تركيا واندونيسيا متقاربتين نسبينا من حيث جذب المشاريع الاستثمارية، فرغم انخفاض تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر الوافدة إلى تركيا بسبب الأزمة المالية لعام 2008، الا انها الان رائدة في الاستثمار في مجال العقارات كونها مصنفة من البلدان السياحية الاجمل؛ إضافة الى قوة البنى التحتية وموقعها الجغرافي المميز، اما الموقع المتميز للجزر الاندونيسية الممتدة على طول جنوب شرق اسيا وفر لها تفاعل تجاري كبير مع دول الجوار، بالإضافة الى امتلاكها للثروات الطبيعية مثل النفط؛ الغاز؛ المطاط...الخ، وبالنسبة لنيجيريا فهي تشهد تدفق مستمر للاستثمارات ولكن بنسب قليلة بسبب ضعف البنية التحتية ونقص الامن والاستقرار السياسي وتدني مستوى التعليم، ولكن هذا لا يمنعها بان تكون من اقوى الاقتصاديات في افريقيا.

المبحث الثالث: تقدير النماذج وتحليل النتائج.

أغلب الدراسات التطبيقية تعتمد على أدوات القياس الاقتصادي من أجل اختبار وتفسير الظواهر الاقتصادية محل الدراسة، وقد أخذت النماذج الاقتصادية أهمية بالغة لدى الباحثين في هذا المجال من أجل الاستغلال الأمثل للبيانات الميدانية، لذلك ظهرت العديد من تقنيات التقدير التي من المفروض ان تكون متلائمة مع فرضيات الظاهرة المدروسة وطبيعة البيانات التي تساعد في النمذجة الاقتصادية، تلك البيانات تتضمن عينات كثيرة تجمع بين السلاسل الزمنية والمقاطع المستعرضة (Panel Data)، نجدها في النماذج الخاصة بالاقتصاد الكلي ودراسة العلاقة بين المتغيرات الاقتصادية الكلية¹، في دراستنا هذه قمنا باختيار نموذج الآثار الثابتة لأنه الأنسب لنا لدراسة الأثر لمجموعة متغيرات تخص 12 دولة في فترة زمنية تقدر بـ 20 سنة.

المطلب الأول: منهجية القياس الاقتصادي لبيانات البانل تعريفها وأنواعها.

يستعمل أغلب الاقتصاديون في دراستهم التطبيقية بيانات البانل كونها أكثر فاعلية ونشاط في الاقتصاد القياسي.

1- مفهوم بيانات البانل (بيانات السلاسل الزمنية المقطعية):

في تخصصات الاقتصاد القياسي والإحصاء، تشير بيانات البانل إلى بيانات متعددة الأبعاد تتضمن عدة قياسات خلال فترة زمنية معينة، إذ تتكون هذه البيانات من ملاحظات الباحثين للعديد من الظواهر التي تم جمعها على مدى فترات زمنية متعددة لنفس مجموعة الوحدات أو الصفات، يمكن اشتقاق مجموعتين متميزتين من المعلومات من بيانات السلاسل الزمنية المقطعية؛ إذ يعكس المكون المقطعي لمجموعة البيانات الاختلافات الملحوظة بين الموضوعات أو الكيانات الفردية، بينما يعكس مكون السلاسل الزمنية الاختلافات الملحوظة لموضوع ما بمرور الوقت، على سبيل المثال، قد يركز الباحثون على الاختلافات في البيانات بين كل شخص في دراسة أو التغييرات في الظواهر المرصودة لشخص واحد على مدار الدراسة (مثل التغييرات في الدخل بمرور الوقت)².

¹ بدراوي شيبيناز، تأثير أنظمة سعر الصرف على النمو الاقتصادي في الدول النامية دراسة قياسية باستخدام بيانات البانل لعينة من 18 دولة نامية (1980-2012)، أطروحة دكتوراه، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2014-2015، ص200.

² Mike. Moffatt, April 10,2019, **What Is Panel Data? The Definition and Relevance of Panel Data in Economic Research**, in: /www.thoughtco.com, February 05,2023, 19:13.

نعني بها أيضا مجموعة من المشاهدات التي تتكرر عند مجموعة من الأفراد في عدة فترات من الزمن؛ بحيث تجمع بين خصائص كل من البيانات المقطعية والسلاسل الزمنية في نفس الوقت.

فبالنسبة للبيانات المقطعية فهي تصف سلوك عدد من المفردات أو الوحدات المقطعية (شركات أو دول) عند فترة زمنية واحدة، بينما تصف بيانات السلاسل الزمنية سلوك مفردة واحدة خلال فترة زمنية معينة¹.

هناك عدة تسميات لبيانات السلاسل الزمنية المقطعية، فقد تسمى بالبيانات المدمجة والتي تشتمل على أعداد كبيرة من المفردات؛ وقد تسمى أيضا ببيانات زمنية طويلة؛ وتسمى أيضا بالبيانات المدمجة مقطع عرضي وسلاسل زمنية (Pooled times series- cross section data)، وأي من هذه التسميات متماثل².

ويمكن كتابة النموذج الأساسي لبيانات البانل على الشكل التالي:

$$Y_{it} = \beta_0(i) + \sum_{it} \beta_j X_j(it)$$

حيث:

Y_{it} : قيمة متغير الاستجابة التابع للملاحظة i عند الزمن t ؛

؛ $t = 1.2..... T$

؛ $i = 1.2.3.....n$

β_j : قيمة ميل الانحدار؛

$\beta_0(i)$: نقطة التقاطع للملاحظة ؛

$X_j(it)$: قيمة المتغيرات التفسيرية j للملاحظة i عند الفترة t ؛

$\Sigma (it)$: قيمة الخطأ للملاحظة i عند الفترة t .

¹ Dielman, 1989, **Pooled Cross-Sectional and time series data analysis**, Texas Christian University, USA, P 02.

² Free. A ,Kim, 2007, **Longitudinal and Panel Data**, University of Wisconsin, Madison, p 02.

2- مميزات نماذج البائل:

- بما ان معطيات البائل تتميز ببعد مضاعف يتميز بالبعد الزمني والبعد الفردي جعل دراستها الميدانية أكثر فعالية في القياس الاقتصادي، اكسبها أهمية بالغة نختصرها كما يلي:
- التحكم في عدم تجانس التباين الخاص الذي قد يظهر في حالة البيانات المقطعية او حالة البيانات الزمنية؛
 - تعطي البيانات الطولية كفاءة أفضل وزيادة في درجات الحرية وكذلك أقل تعددية خطية بين المتغيرات، ومحتوى معلوماتي أكثر إذا ما تم استخدام البيانات المقطعية أو الزمنية¹؛
 - القدرة على تحديد بعض الظواهر الاقتصادية مثل التقدم التقني اقتصاديات الحجم وبالتالي علاج مشكل عدم قابلية تقسيم اقتصاديات الحجم والتقدم التقني في تحليل دوال الإنتاج؛
 - تتميز بيانات البائل عن غير ها بعدد اكبر من درجات الحرية وكذلك بكفاءة أفضل، وهذا ما يؤثر أيجابا على دقة المقدرات،
 - تعتبر معطيات البائل الإطار الملائم لتطور تقنيات التقدير والنتائج النظرية؛
 - يسمح هذا النوع من المعطيات للباحث بدراسة الاختلافات والفوارق في السلوك بين الأفراد، وبالتالي فان البعد المضاعف الذي تتمتع به معطيات البائل يمكن ترجمتها على انه بعد مضاعف للمعلومات المتوفرة².

3- أنواع نماذج البائل: تنقسم بيانات البائل الى ثلاث أشكال تتمثل في³:

3-1- نموذج الانحدار التجميعي (PRM) (Pooled Regression Model):

يعتبر هذا النموذج من أبسط نماذج بيانات بائل حيث تكون فيه جميع المعاملات ثابتة لجميع الفترات الزمنية يهمل أي تأثير للزمن، ويكتب بالصيغة التالية:

$$Y_{it} = \beta_0(i) + \sum_{it} \beta_j X_j (it) + E_{it}$$

¹ درتيرة محمد، استخدام نماذج بيانات البائل في تقدير دالة النمو الاقتصادي في الدول العربية، المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية، سبتمبر 2014، ص 154.

² وليد بوتياح، دراسة مقارنة لدول الاستثمار في البلدان المغاربية باستخدام بيانات السلاسل الزمنية المقطعية 1995 2005، شهادة الماجستير كلية الاقتصاد. جامعة الجزائر، 2007، ص 51.

³ بن عمرة عبد الرزاق، خطوات تطبيق تقنية Panel Data Model باستخدام برنامج Eviews 10، جامعة فرحات عباس سطيف، 2021، ص 04.

3-2- نموذج التأثيرات الثابتة (FEM) (Fixed Effects Model):

هذا النموذج يأخذ بعين الاعتبار تغير الميل والمقطع من وحدة إلى أخرى لمشاهدات المقطع العرضي ضمن العينة المدروسة، بحيث سيتم افتراض أن المعلمات تتغير بأسلوب ثابت وعلى هذا الأساس تمت تسميتها بنماذج التأثيرات الثابتة، إذن فهي تمثل البعد الفردي والزمني معا لنموذج بيانات بانل لذلك يمكن تقدير النموذج بمقارنة الأفراد مع الزمن. ويصاغ كما يلي:

$$Y_{it} = \beta_0(i) + \sum_{it} \beta_j X_j(it) + E_{it}$$

3-3- نموذج التأثيرات العشوائية (REM) (Random Effects Model):

يتمثل النموذج العشوائي في كون أن الثابت يتغير عشوائيا، وإذا تم العثور على الأثر العشوائي في كل من العامل الفردي والزمني، تتمثل طريقة التقدير الملائمة في هذا النوع من النماذج في طريقة المربعات الصغرى والتقدير داخل الأفراد (Between) أو عن طريقة تربط بين التقدير ما بين الأفراد (GLS) المعممة (Within)، ويعتبر هذا النموذج عكس نموذج التأثيرات الثابتة حيث أن المشاهدات المقطعية و الزمنية ما هي إلا معالم عشوائية وعليه فإن متوسطها معدوم وتباينها ثابت حيث يأخذ الثابت فيها الصيغة التالية:

$$B_0 = \mu + v_i$$

بتعويض هذه الصيغة في الصيغة العامة نجد:

$$Y_{it} = \mu + \beta_0(i) + \sum_{it} \beta_j X_j(it) + V_i + E_{it}$$

المطلب الثاني: تحليل بيانات الدراسة والعلاقة بين المتغيرات:

قبل الشروع في دراسة أي نموذج اقتصادي؛ أو أي علاقة بين متغيرات الدراسة سواء على المدى الطويل أو القصير، يجب دراسة خصائص المتغيرات المستعملة في التقدير، من خلال دراسة درجة استقرار السلاسل وتكاملها وذلك بالاعتماد على اختبارات جذر الوحدة، ودراسة أيضا العلاقة بين متغيرات الدراسة ودرجة الارتباط فيما بينها.

1- التحليل الوصفي لبيانات الدراسة:

تعد هذه المرحلة من أهم المراحل في البحث العلمي، لأنه من خلالها يتحصل الباحث على النتائج المراد الوصول إليها، وتعرف بأنها تنظيم وترتيب البيانات من أجل أن يتم إخراجها وإبرازها على شكل معلومات جديدة تجيب عن الأسئلة التي طرحها الباحث خلال دراسته، وتأتي هذه المرحلة بعد أن الانتهاء من جمع البيانات، وتهدف الى:

- اختيار الأسلوب التحليلي المناسب، والذي يزيد من قدرة الباحث على تفسير المتغيرات التي تؤثر في الظاهرة التي يقوم بدراستها؛
- يسمح تحليل البيانات للباحث بالوقوف على مدى جوهر تأثير المتغيرات على الظاهرة التي يقوم بدراستها.¹

الجدول (3-6) جدول الاحصائيات الوصفية لمتغيرات الدراسة

	Fdig	Educ	Demo	Corp	Gdpc	Intern	Law	Natr	Open	Poli
Mean	2.89E+10	83.29	0.66	-0.35	12262	31.57	-0.31	5.10	48.73	-0.59
Median	9.40E+09	86.15	0.73	-0.38	11592	25.11	-0.41	3.40	48.70	-0.60
Maximum	2.91E+11	123.00	0.93	1.42	32803	86.10	12.78	23.33	85.02	1.06
Minimum	7.30E+06	24.61	0.06	-1.43	2093	0.06	-1.43	0.18	20.72	-2.21
Std. Dev.	5.20E+10	19.79	0.23	0.63	6543	25.00	0.96	5.05	14.68	0.73
Skewness	3.211476	-0.69	-1.36	0.93	0.72	0.49	10.09	1.63	0.27	0.04
Kurtosis	13.66732	3.11	4.03	3.89	3.18	1.94	137.98	4.88	2.70	2.96
Jarque-Bera	1627.79	20.21	89.16	44.98	22.24	22.08	195579.80	148.01	4.06	0.10
Probability	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.13	0.95
Observations	252	252	252	252	252	252	252	252	252	252

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات Eviews 12.

النتائج الوصفية لمتغيرات الدراسة ملخصة في الجدول السابق، المستويات المتوسطة لهذه المتغيرات خلال فترة الدراسة ولكل الدول محل الدراسة مقدرة بقيم المتوسط الحسابي؛ حيث بلغ متوسط الاستثمار الاجنبي المباشر 28.9 مليار دولار؛ متوسط مؤشر الديمقراطية بلغ 0.66؛ متوسط مؤشر الانفتاح التجاري

¹ www.bts-academy.com، كيفية تحليل البيانات في البحث العلمي، 16-02-2022، تاريخ الاطلاع: 01-03-2023.

كان مقدر بـ 48.73، لكن هذه القيم المتوسطة تخفي فروقات وتشتت واضح بين الدول وبين السنوات أيضا، فمثلا ادنى قيمة للاستثمار الاجنبي كانت في حدود 0.07 مليار دولار؛ في حين ان اكبر قيمة كانت تقريبا 29.1 مليار دولار، نفس النسق ملاحظ في باقي المتغيرات، اما فيما يتعلق بالتوزيع الاحتمالي لبيانات الدراسة، ومن خلال اختبارات التوزيع الطبيعي نلاحظ انّ فقط مؤشر الاستقرار السياسي، والانفتاح التجاري يتبع التوزيع الطبيعي، في حين باقي المتغيرات لا تتبع التوزيع الطبيعي.

2-دراسة الارتباط بين متغيرات الدراسة:

تشير دراسة الارتباط الى تحديد وجود العلاقة بين المتغيرات؛ نوعها ومتانتها وهذا يسمى اسلوب الارتباط، ويعتبر مقياس لدرجة قوة العلاقة الخطية واتجاهها بين متغيرين، ويستخدم أيضا لبيان نوع العلاقة بين المتغيرات سواء كانت هذه العلاقة طردية أو عكسية، وغالبا ما تكون أو يأخذ معامل الارتباط قيمة محصورة بين -1، +1، حيث أن +1 يعبر عن علاقة موجبة تامة بين متغيرين تسمى علاقة طردية، أما -1 فهو معامل ارتباط يعبر عن علاقة تامة وسالبة وتسمى علاقة عكسية . أما الارتباطات التي تأخذ قيما بين (+1 ، -1) تعبر عن علاقات غير تامة، وتأخذ العلاقة بين المتغيرات ثلاث حالات:

- **علاقة قوية:**

وتأخذ معامل ارتباط (± 0.90) وهي علاقة قوية بين المتغيرات؛

- **علاقة متوسطة:**

وتأخذ معامل ارتباط (± 0.50) وهي علاقة متوسطة بين المتغيرات؛

- **علاقة ضعيفة:**

وتأخذ معامل ارتباط (± 0.20) وهي علاقة قوية بين المتغيرات¹.

في هذه الدراسة تم دراسة الارتباط الخطي بين متغيرات الدراسة تم تقديره باستعمال معامل بيرسون للارتباط.

¹ www.ar-science.com، الارتباط ومعامل الارتباط Correlation and correlation coefficient، تاريخ الاطلاع 2023-03-01.

الجدول (3-7): مصفوفة الارتباط بين متغيرات الدراسة

	FDIG	EDUC	DEMO	CORP	GDPC	INTERN	LAW	NATR	OPEN	POLI
FDIG	1									
EDUC	0.29	1								
DEMO	0.05	0.20	1							
CORP	0.35	0.54	0.43	1						
GDPC	0.11	0.45	0.19	0.45	1					
INTERN	0.26	0.64	-0.11	0.21	0.29	1				
LAW	0.10	0.14	0.25	0.46	0.20	0.03	1			
NATR	-0.03	-0.37	-0.28	-0.51	-0.13	-0.21	-0.33	1		
OPEN	-0.07	-0.03	-0.12	-0.18	-0.11	-0.05	-0.16	0.00	1	
POLI	0.32	0.65	0.32	0.75	0.49	0.33	0.29	-0.49	-0.09	1

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات Eviews 12.

تشير النتائج الملخصة في مصفوفة الارتباط في الأعلى إلى وجود ارتباط ضعيف بين مستويات الاستثمار الأجنبي المباشر وباقي المتغيرات المستقلة، تقريبا نفس مستويات الارتباط مشاهدة بين المتغيرات المستقلة، هذه النتيجة ايجابية حيث تؤكد الى حد ما عدم وجود ارتباط متعدد بين المتغيرات المستقلة، استثناء واحد يمكن ملاحظته من خلال المصفوفة، وهو متعلق بالارتباط بين مؤشر الاستقرار السياسي، مؤشر الفساد وكذا بين مؤشر الاستقرار السياسي و المستوى التعليمي.

3- دراسة الاستقرارية:

يعد اختبار الإستقرارية لبيانات البانل مرحلة ضرورية لبناء النموذج القياسي، لان وجود جذر الوحدة في البيانات يمكن أن يؤدي إلى نتائج سلبية، لذلك تتطلب جميع الدراسات التطبيقية التي تستخدم اي نوع من المعطيات (سلاسل زمنية، مقطعية وزمانية مقطعية) توفر خاصية إحصائية مهمة هي الاستقرار او السكون، فعدم توفر هذه الخاصية في المعطيات المستخدمة في عملية تقدير النماذج الانحدارية يقود الى نتائج مزيفة أحيانا، رغم الحصول على نتائج جيدة لبعض المؤشرات المستخدمة في تقييم صلاحية النموذج،

لذلك يتوجب قبل استخدام اي نوع من هذه المعطيات، التأكد من استقرار السلاسل الزمنية محل الدراسة¹، في هذه الدراسة اعتمدنا على ثلاثة اختبارات شائعة الاستعمال في هذا النوع من النماذج والمتمثلة في اختبارات: LLC، IPS، Fisher-ADF.

نتائج التحليل والاختبار ملخصة في الجدول التالي:

الجدول (3-8): نتائج اختبارات جذر الوحدة لمتغيرات الدراسة.

المتغيرات	الاختبار الإحصائي	عند المستوى (Level)	عند الفرق الاول (First-Difference)
FDI	LLC ²	0.1315	<0.001
	IPS ³	0.5143	<0.001
	ADF ⁴	0.2549	<0.001
Edu	LLC	0.9580	<0.001
	IPS	0.7923	<0.001
	ADF	0.2455	<0.001
Corp	LLC	0.1026	<0.001
	IPS	0.4106	<0.001
	ADF	0.4382	<0.001
Intern	LLC	0.6067	<0.001
	IPS	0.9434	<0.001
	ADF	0.5511	<0.001
Natr	LLC	0.0006	---
	IPS	0.0341	---
	ADF	0.0226	---
Open	LLC	0.0003	---
	IPS	0.0208	---
	ADF	0.0018	---
Poli	LLC	0.0019	---
	IPS	0.0781	---
	ADF	0.0491	---
Demo	LLC	0.8949	<0.001
	IPS	0.9999	<0.001
	ADF	0.9987	<0.001
Gdpc	LLC	0.0001	---

¹ Ayman. Achouch, 2017, **Unit Root Tests For Panel Data (First Generation Tests) Application To A Sample Of Developing Countries**, Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series, Vol (33), No (5), p61.

² تقصد به اختبار Levin, Lin and Chu (2002)

³ تقصد به اختبار Im, Pesaram and Shin (2003)

⁴ تقصد به اختبار ديكي فولر المطور

---	0.0001	IPS	Law
---	0.2062	ADF	
---	0.0001	LLC	
---	0.0001	IPS	
---	0.0001	ADF	

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات 12 Eviews.

من خلال نتائج اختبارات جذر الوحدة للمتغيرات محل الدراسة، وجدنا خمس متغيرات مستقرة عند المستوى وهي: الموارد الطبيعية (natr)؛ الانفتاح التجاري (open)؛ مؤشر الاستقرار السياسي (poli)؛ الدخل الوطني للفرد (gdpc)؛ و مؤشر البيئة القانونية (Law).

بالمقابل، نتائج الاختبار اشارت الى وجود جذر للوحدة في خمس متغيرات اخرى وهي: الاستثمار الاجنبي المباشر (fdig)؛ النظام التعليمي (educ)؛ مؤشر الفساد (corp)؛ استخدام الانترنت (intern)؛ ومؤشر الديمقراطية (demo)، هناك توافق وتطابق شبه كلي في نتائج هذه الاختبارات، فقط اختلاف واحد كان في اختبار الاستقرار بالنسبة لنصيب الفرد من الدخل الوطني؛ والذي كانت نتائجه مختلفة نسبيا بين اختبار ADF (الذي يختبر الاستقرار لكل متغير ولكل مفردة على حدى) واختبار LLC (الذي يختبر فرضية الاستقرار لكل متغير ولكل المفردات مجمعة مع بعض).

4- اختبار التكامل المشترك لمتغيرات الدراسة:

بعد القيام باختبار دراسة استقراريه متغيرات الدراسة علينا القيام باختبار التكامل المشترك لمعرفة العلاقة بين الاستثمار الاجنبي المباشر وباقي متغيرات الدراسة باستعمال اختبار Kao.

الجدول (3-9): اختبار التكامل المشترك

نتائج الإختبار		النموذج
ADF	t-Statistic -0.489202	Prob. 0.3123
Residual variance	18.55793	MERCOSUR
HAC variance	31.99066	

			BRICS
	ADF	t-Statistic -0.705354	Prob. 0.2403
	Residual variance	17.52230	
	HAC variance	25.87349	
			MINT
	ADF	t-Statistic -1.223855	Prob. 0.1105
	Residual variance	13.18404	
	HAC variance	26.86658	
			النموذج الكلي
	ADF	t-Statistic -0.253930	Prob. 0.3998
	Residual variance	16.81576	
	HAC variance	29.79469	

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات Eviews 12.

اعتمادا على نتائج دراسة الاستقرار، قمنا باختبار فرضيات التكامل المشترك بين السلاسل الزمنية للمتغيرات محل الدراسة. نتائج الاختبار موضحة في الجدول اعلاه، واختبار (Kao) يشير الى غياب تكامل مشترك بين هذه المتغيرات ضمن حدود فترة الدراسة وكذا ضمن عينة الدول. الفرضية الصفرية للاختبار تشير لغياب علاقة للاجل الطويل، وهذا ما تؤكده القيم الاحتمالية للاختبار حيث كانت كلها اكبر من مستوى المعنوية (0.05).

المطلب الثالث: تقدير النماذج وتحليل النتائج:

قبل الشروع في تقدير نماذج الانحدار لبيانات البانل، يجب اختبار فرضية وجود اثار فردية (بين الدول)، وإذا تم رفض هذه الفرضية (أي عدم وجود اثار فردية) فان نموذج الانحدار سيطبق على جميع الدول وكانها مفردة واحدة (Pooled Model).

1- اختبار التجانس (الاثار الفردية):

النموذج القياسي الذي نريد تقديره في هذه الدراسة معطى بالمعادلة الاحصائية التالية:

$$FDIG_{i,t} = \alpha_i + \beta_{i,t}X + \varepsilon_{i,t} \quad ; t = 1, \dots, T \quad ; i = 1, \dots, n$$

حيث:

- $FDIG_{i,t}$ يمثل صافي تدفقات الاستثمار الاجنبي المباشر للدولة i خلال السنة t ؛
- α_i يمثل التأثير الخاص لكل اقتصاد (بلد) خلال فترة الدراسة ويقاس الاثار غير المشاهدة للدول على مستويات تدفقات الاستثمار الاجنبي اضافة الى المتغيرات المفسرة محل الدراسة؛ هذه المعلمة يمكن ان تكون ثابتة (احصائيا) او عشوائية، اساس الاختيار بينهما قائم على اختبار Hausman؛
- β هو شعاع المعلمات المتعلقة بالمتغيرات المفسرة؛
- X هي مصفوفة بيانات المتغيرات المستقلة محل الدراسة؛
- $\varepsilon_{i,t}$ هو شعاع الحد العشوائي للبلد i خلال الفترة .

صيغة النموذج بتعويض رموز المتغيرات المستقلة موضوع الدراسة كما يلي:

$$FDIG_{i,t} = \alpha_i + \beta_{1,t} EDUC_{i,t} + \beta_{2,t} DEMO_{i,t} + \beta_{3,t} CORP_{i,t} + \beta_{4,t} GDPC_{i,t} + \beta_{5,t} INTERN_{i,t} + \beta_{6,t} LAW_{i,t} + \beta_{7,t} NATR_{i,t} + \beta_{8,t} OPEN_{i,t} + \beta_{9,t} POLI_{i,t} + \varepsilon_{i,t} ; t = 1, \dots, T ; i = 1, \dots, n$$

في هذه الدراسة اعتمدنا على اختبارات فيشر (F-test) لمعرفة وجود اثار فردية من عدمها،

حيث يقوم هذا الاختبار بالمفاضلة بين نموذج الانحدار التجميعي (PRM) ونموذج التأثيرات الثابتة (FEM)، فاذا كانت القيمة الإحصائية لـ F المحسوبة اكبر من القيمة الإحصائية المجدولة فانه يتم رفض فرضيه العدم والتي تنص على ان نموذج الانحدار التجميعي هو النموذج المناسب وقبول الفرضية البديلة والتي تنص على ان نموذج التأثيرات الثابتة هو النموذج المناسب والعكس صحيح، وتم الاستعانة ببرنامج R؛ وبالحرمة plm؛ وتم تنفيذ التعليمة "pFtest".

نتائج التقدير ملخصة في الجدول التالي:

الجدول (3-10) اختبارات التجانس للنماذج القياسية

النموذج	قيمة اختبار فيشر (F-test)	احتمالية اختبار فيشر (p.value)
النموذج الكلي	F (231, 11) = 3.742	0.00006
تكتل BRICS	F (4, 91) = 4.335	0.0029
تكتل MERCOSUR	F (3, 70) = 1.446	0.2367
تكتل MINT	F (3, 71) = 4.719	0.0046

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات Eviews 12.

من خلال نتائج الاختبارات، وجدنا ان قيم الاحتمال الخاصة باختبار فيشر كانت اقل تماما من مستوى المعنوية 0.05 في ثلاثة نماذج (النموذج الكلي، تكتل BRICS وتكتل MINT)، وبالتالي، نرفض الفرضية الصفرية (التي تنص على التجانس) ونقبل الفرضية البديلة بوجود فروقات معنوية بين الدول، وبالتالي وجود آثار فردية، ومن خلال هذه النتيجة، فالنماذج التي ستقدر لاحقا هي نماذج ذات اثر فردي (Individual Models).

بالمقابل نتائج الاختبار أشارت إلى قبول الفرضية الصفرية بتجانس مفردات (دول تكتل MERCOSUR) حيث ان القيمة الاحتمالية للاختبار تساوي 0.2367 وهي اكبر تماما من مستوى المعنوية، وبالتالي فالنموذج المقدر لهذا التكتل هو النموذج التجميعي (Pooled Model).

2- اختبار نماذج الاثار الثابتة او العشوائية (اختبار Hausman):

بعد القيام بكل الاختبارات المتعلقة بالاستقرارية والتكامل المشترك، بقي اجراء اختبارات متعلقة بتحديد نوع النموذج الملائم (اثر ثابتة: Fixed-Effects او نموذج الاثار العشوائية: Effects Random)، وهذا لتقدير اثر المتغيرات المستقلة على الاستثمار الاجنبي المباشر.

قمنا في هذه الدراسة باستعمال اختبار Hausman يستخدم هذا الاختبار لتحديد النموذج النهائي الملائم لبيانات الدراسة، أي من أجل الاختيار بين REM و FEM، فاذا كانت القيمة المحسوبة لإحصائية الاختبار أكبر من القيمة الجدولية إحصائية، يتم رفض فرضية العدم، وقبول الفرضية البديلة القائلة بأن نموذج التأثيرات الثابتة يكون هو الأفضل.

نتائج الاختبار ملخصة في الجدول التالي:

الجدول (3-11) نتائج اختبارات Hausman للنماذج الثلاثة.

النموذج	قيمة الاختبار (Chi-Sq. Statistics)	احتمالية الاختبار (p.value)
النموذج الكلي	32.05	0.0002
تكتل BRICS	15.02	0.0012
تكتل MINT	16.89	0.0032

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات Eviews 12.

من خلال نتائج الاختبار، نلاحظ ان كل القيم الاحتمالية لاختبار Hausman كانت اقل من مستوى المعنوية 0.05، وبالتالي يمكننا رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تقول بان نماذج الاثار الثابتة هي الملائمة لتقدير معادلات الانحدار k على هذا الاساس، قمنا بتقدير نماذج الاثار الثابتة.

3- نتائج تقدير النماذج المختارة:

الجدول في الاسفل يوضح نتائج تقدير نماذج البائل بالنسبة لجميع الدول (النموذج الكلي، والذي يضم 12 دولة)، في حين تم العمل ايضا بشكل فردي او جزئي لتقدير اثر المتغيرات المستقلة على مستويات الاستثمار الاجنبي المباشر لكل تكتل على حدة، تم ايضا وضع قيم معامل التحديد ومعامل التحديد المرجح وهذا لمعرفة القوة التفسيرية لمتغيرات الدراسة.

الجدول (3-12): نتائج تقدير نماذج البائل للعينة الكلية، وللتكتلات الفردية.

المتغيرات المفسرة	النموذج الكلي		تكتل BRICS		تكتل MINT		تكتل MIRCOSUR	
	Coef	p.value	Coef	p.value	Coef	p.value	Coef	p.value
CORP	0.661	0.020	-0.343	0.630	1.830	0.001	0.362	0.580
LAW	-0.015	0.797	-0.015	0.793	0.474	0.000	1.120	0.075
DEMO	-0.644	0.146	0.480	0.643	0.042	0.935	0.128	0.960

EDUC	-0.240	0.505	0.357	0.455	-0.280	0.435	-2.040	0.069
GDPC	-0.006	0.958	0.006	0.971	-0.058	0.762	0.292	0.324
INTERN	0.457	0.000	0.639	0.000	-2.071	0.005	0.476	0.000
NATR	0.407	0.002	0.645	0.005	0.107	0.559	1.067	0.000
OPEN	0.449	0.242	-0.366	0.569	1.411	0.006	-3.536	0.000
POLI	0.551	0.002	0.627	0.065	0.935	0.000	-1.157	0.005
C	20.56	0.000	24.75	0.000	18.78	0.000	39.48	0.000
R-squared	0.881		0.853		0.812		0.876	
Adjusted R-squared	0.871		0.832		0.777		0.861	

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات 12 Eviews.

4- تحليل النتائج:

من خلال نتائج التقدير ومعنوية وإشارة معاملات المتغيرات المستقلة يمكننا تحليل النتائج كما يلي:

4-1- تفسير النتائج للنموذج الكلي:

- بالنسبة لـ H_1 : لا يوجد أثر معنوي (إحصائياً) لمتغير حجم الدخل الفردي للبلد إضافة إلى أن إشارة المعلمة سالبة (-0.006)، وبالتالي فإن هذا المتغير لا يعتبر عامل جذب رئيسي للاستثمار الأجنبي في هذه الدول وخلال فترة الدراسة.
- بالنسبة لـ H_2 : نتائج التقدير تشير إلى وجود أثر موجب (ولكن غير معنوي $p=0.242$) للانفتاح التجاري على مستوى الاستثمار الأجنبي بالنسبة للعينة الكلية (أي النموذج الكلي). وهذا يدل على أن الانفتاح التجاري في هذه الدول لا يعتبر عاملاً أساسياً في استقطاب الاستثمارات الأجنبية خلال فترة الدراسة.
- بالنسبة لـ H_3 : نتائج التقدير أشارت إلى وجود أثر موجب ومعنوي للاستقرار السياسي كمحفز حقيقي ورئيسي لاستقطاب المستثمر الأجنبي، وكانت متوافقة مع الدراسات السابقة وللفرضية التي تم الإشارة إليها سابقاً. حيث كانت المعلمة المقدر في النموذج الكلي تقدر بـ 0.551 مع قيمة احتمالية للمعلمة المقدر تساوي ($p=0.002$).

- بالنسبة لـ 4H: مؤشر الفساد يؤثر على جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة. نتيجة التقدير للنموذج الكلي أشارت لوجود اثر معنوي وموجب (0.661) لمؤشرات الفساد على حجم الاستثمارات الأجنبية المباشرة.
- بالنسبة لـ 5H: بالنسبة لمؤشرات الديمقراطية في هذه الدول مجتمعة (النموذج الكلي)، نتيجة التقدير كانت معاكسة للفرضية المتوقعة سابقا (-0.644) غير ان المعلمة غير معنوية احصائيا، يبقى الاشكال ان المعلمة لم تكن معنوية إحصائيا، أي ان مؤشرات الديمقراطية لم تكن عامل أساسي في استقطاب الاستثمارات الاجنبية المباشرة لهذه الدول وخلال فترة الدراسة.
- بالنسبة لـ 6H: القواعد القانونية للبلد، نتائج التقدير كانت معاكسة وغير موافقة للفرضية محل الدراسة في النموذج الكلي، حيث المعلمة كانت اشارتها سالبة (-0.015) فهي لم تكن معنوية إحصائيا. لهذا نقول أن القواعد القانونية للبلد لا تؤثر على جذب الإستثمارات الأجنبية المباشرة.
- بالنسبة لـ 7H: تقدم المستوى التعليمي لا يعتبر عاملا محفز لاستقدام الاستثمارات الاجنبية المباشرة في هذه الدول وخلال فترة الدراسة، الفرضية هنا كانت مغايرة ومعاكسة لما هو متعارف عليه في هذا الصدد، نتيجة التقدير في النموذج الكلي اشارت الى ان المعلمة سالبة الإشارة (-0.240) وغير معنوية ايضا. وهنا يمكن الحديث عن طبيعة الاستثمارات الأجنبية المباشرة في هذه الدول؟ هل هي استثمارات تتطلب مهارة وتكوين عالي بحيث يمكن الحديث عن علاقة حقيقية بين توجه هذه الاستثمارات الى الدول التي تتميز بتقدم عالي في نظامها التعليمي والتكويني، ام ان هذه الاستثمارات لا تتطلب ذلك المستوى العالي من المهارة والتكوين لراس المال البشري في الدول محل الدراسة (ربما الاستثناء يكون في حالة الهند والصين خاصة في مجال الصناعات المتقدمة) .
- بالنسبة لـ 8H: البنية التحتية للاتصالات في البلد يعتبر عامل جذب حقيقي للاستثمار الأجنبي المباشر، النتائج تؤكد بشدة هذه الفرضية، حيث ان معلمة متغير "نسبة الاشتراك في خدمة الانترنت" في البلد كانت تقدر معنوية (p=0.00) في النموذج الكلي.
- بالنسبة لـ 9H: حجم الموارد الطبيعية للبلد يعتبر كمحفز للاستثمارات الأجنبية وله أثر موجب، لأن نتائج التقدير الإحصائي اكدت هذه الفرضية في النموذج الكلي المقدر، وكانت المعلمة المقدره تساوي 0.407 مع قيمة احتمالية لهذه المعلمة تساوي 0.002. لذا توفر الموارد الطبيعية يعتبر عامل جذب حقيقي للمستثمر الأجنبي خاصة في القطاعات الحقيقية (الصناعة، الزراعة، الطاقة...).

4-2- تفسير النتائج لنموذج تكتل BRICS

- بالنسبة لـ 1H: من خلال المعلمة المقدرة (0.006) ومعنويتها الاحصائية ($p=0.971$)، نشير أنه لا يوجد اثر معنوي (احصائيا) للدخل الوطني الفردي على مستويات الاستثمارات الاجنبية المباشرة في هذه الدول، اي ان حجم الدخل الفردي للبلد لا يعتبر عامل جذب رئيسي للاستثمار الأجنبي ضمن تكتل BRICS وخلال فترة الدراسة.
- بالنسبة لـ 2H: نتائج التقدير تشير، وعلى عكس الفرضية المتوقعة سابقا، أنه لا يوجد أثر لمؤشر الانفتاح التجاري على مستويات الاستثمار الاجنبي المباشر في دول تكتل BRICS لأن المعلمة المقدرة كانت سالبة (-0.366) وغير معنوية ($p=0.569$).
- بالنسبة لـ 3H: نتائج التقدير اشارت الى وجود اثر موجب (0.627) ومعنوي (ولو في مستوى المعنوية الإحصائية $\alpha=0.1$) للاستقرار السياسي كمحفز حقيقي ورئيسي لاستقطاب المستثمر الاجنبي، ولهذا نتائج التقدير كانت متوافقة للدراسات السابقة وللفرضية التي تم الإشارة إليها سابقا.
- بالنسبة لـ 4H: على عكس كل النماذج الأخرى المقدرة، معلمة متغير مؤشر الفساد كانت إشارتها سالبة وهو ما يوافق الأدبيات الاقتصادية في هذا الموضوع، حيث ان الفساد الإداري (الاقتصادي وغيره) يعتبر عامل طرد وليس جذب للاستثمار الأجنبي المباشر. معلمة المتغير كانت تساوي -0.343، لكن رغم ذلك فهي غير معنوية إحصائيا.
- بالنسبة لـ 5H: بالنسبة لمؤشرات الديمقراطية ضمن تكتل BRICS، نتيجة التقدير (قيمة المعلمة تساوي 0.480) كانت مطابقة للفرضية، لكن يبقى الاشكال ان المعلمة لم تكن معنوية احصائيا ($p=0.643$)، اي ان مؤشرات الديمقراطية لم تكن عامل اساسي في استقطاب الاستثمارات الاجنبية المباشرة لهذه الدول وخلال فترة الدراسة.
- بالنسبة لـ 6H: فيما يخص التسهيلات القانونية للبلد لا تؤثر على جذب الاستثمار الاجنبي المباشر، نتائج التقدير لنموذج تكتل BRICS كانت غير موافقة للفرضية محل الدراسة (المعلمة تقدر بـ -0.015) إضافة أنها غير معنوية إحصائيا. وبالتالي فالبيئة القانونية لم تظهر اثر معنوي على جذب الاستثمار الاجنبي المباشر لهذه الدول خلال فترة الدراسة.
- بالنسبة لـ 7H: تقدم المستوى التعليمي لا يعتبر عامل محفز وجاذب للاستثمارات الأجنبية المباشرة في دول تكتل BRICS خلال فترة الدراسة. النتائج كانت موافقة للفرضية (المعلمة المقدرة تساوي 0.357) لكنها غير معنوية احصائيا ($p=0.455$). وهنا نكرر الحديث حول طبيعة

الاستثمارات الأجنبية المباشرة في هذه الدول؟ هل هي استثمارات تتطلب مهارة وتكوين عالي بحيث يمكن الحديث عن علاقة حقيقية بين توجه هذه الاستثمارات الى الدول التي تتميز بتقدم عالي في نظامها التعليمي والتكويني، ام أنّ هذه الاستثمارات لا تتطلب ذلك المستوى العالي من المهارة والتكوين لرأس المال البشري في الدول محل الدراسة (ربما الاستثناء يكون في حالة الهند والصين خاصة في مجال الصناعات المتقدمة).

- بالنسبة لـ 8H: تطور البنية التحتية للاتصالات في البلد يعتبر عامل جذب حقيقي للاستثمار الأجنبي المباشر. بعد الدراسة القياسية للنماذج، النتائج تؤكد بشدة هذه الفرضية، حيث أنّ معلمة متغير "نسبة الاشتراك في خدمة الانترنت" في البلد كانت تقدر معنوية ولها أثر ايجابي في نموذج تكتل BRICS. مقارنة بباقي النماذج الثلاثة، اهمية هذا المتغير كانت كبيرة بشكل ملحوظ في دول BRICS، حيث كانت اكبر معلمة مقدره مقارنة بباقي التكتلات الاقتصادية محل الدراسة (0.639).

- بالنسبة لـ 9H: توفر الموارد الطبيعية يعتبر عامل جذب حقيقي للمستثمر الأجنبي. نتائج التقدير الإحصائي أكدت هذه الفرضية ضمن هذا التكتل وخلال فترة الدراسة، حيث معلمة المتغير قدرت بـ (0.645)، بأثر معنوي ($p=0.005$).

4-3- تفسير النتائج لنموذج تكتل MINT:

بعد تقدير النموذج القياسي لدول تكتل MINT، سنحاول تفسير ومناقشة نتائج التقدير. سنتبع نفس خطوات التحليل والإجابة التي تم التطرق إليها في النموذج الكلي ونموذج دول تكتل BRICS.

- بالنسبة لـ 1H: النتائج كانت مطابقة لنتائج باقي النماذج المقدره سابقا، اي انه لا يوجد اثر معنوي (إحصائيا) ($p=0.971$) لهذا المتغير، اي ان حجم الدخل الفردي للبلد لا يعتبر عامل جذب رئيسي للاستثمار الأجنبي في دول تكتل MINT وخلال فترة الدراسة.

- بالنسبة لـ 2H: نتائج التقدير تشير إلى وجود اثر معنوي وموجب للانفتاح التجاري بالنسبة لاقتصاديات تكتل MINT، حيث كانت المعلمة المقدره تساوي 1.41، أي أن ارتفاع مؤشر الانفتاح التجاري كان له اثر موجب على مستويات الاستثمارات الأجنبية المباشرة لهذه الدول وخلال فترة الدراسة.

- بالنسبة لـ 3H: نتائج التقدير اشارت الى وجود اثر موجب (0.935) ومعنوي ($p=0.00$) للاستقرار السياسي كمحفز حقيقي ورئيسي لاستقطاب المستثمر الأجنبي، نتائج التقدير كانت متوافقة للدراسات السابقة وللفرضية التي تم الإشارة إليها سابقا.

- بالنسبة لـ 4H: ضمن هذا التكتل، نتيجة تقدير معلمة مؤشر الفساد لم تكن موافقة ولا معنوية للأدبيات الاقتصادية (1.830) ، حيث كانت إشارتها موجبة وهو ما يوحي قياسياً لوجود علاقة طردية بين مؤشرات الفساد والاستثمار الأجنبي المباشر، أي أن كل زيادة في مستويات الفساد يؤدي (مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة) لزيادة تدفق الاستثمارات الأجنبية لدول هذا التكتل الاقتصادي.
- بالنسبة لـ 5H: نلاحظ أن إشارة معلمة مؤشر الديمقراطية في دول تكتل MINT كانت مطابقة للفرضية في هذا التكتل (0.042) ، لكن يبقى الإشكال أنّ المعلمة لم تكن معنوية إحصائياً (0.935)، أي أن مؤشرات الديمقراطية لم تكن عامل أساسي في استقطاب الاستثمارات الأجنبية المباشرة لهذه الدول وخلال فترة الدراسة.
- بالنسبة لـ 6H: فيما يخص التسهيلات القانونية للبلد، نتائج التقدير كانت موافقة للفرضية محل الدراسة في نموذج تكتل MINT. كانت القيمة المقدرة لمعلمة المتغير تساوي (0.474)، وبالتالي فإن ملائمة البيئة القانونية كانت عامل أساسي لاستقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر خلال فترة الدراسة.
- بالنسبة لـ 7H: المستوى التعليمي داخل تكتل دول MINT لم يكن له أثر واضح وفعلي على مستويات الاستثمارات الأجنبية المباشرة، الفرضية كانت مغايرة ومعاكسة لما هو متعارف عليه في هذا الصدد (-0.280). ومنه نشير أنه النظام التعليمي لا يؤثر على جذب الاستثمارات الأجنبية في هذه الدول.
- بالنسبة لـ 8H: تطور البنية التحتية للاتصالات في البلد ضمن تكتل MINT لا يعتبر عامل جذب حقيقي للاستثمار الأجنبي المباشر. بعد الدراسة القياسية للنموذج، نتائج تقدير معلمة هذا المتغير كانت معاكسة للفرضية الأساسية لهذا المتغير حيث قدرت بـ (-2.071).
- بالنسبة لـ 9H: حجم الموارد الطبيعية للبلد يعتبر كمحفز للاستثمارات الأجنبية ضمن تكتل دول MINT. نتائج التقدير الإحصائي أكدت الفرضية، حيث إشارة المعلمة كانت موجبة (0.107) وذو أثر معنوي (p=0.559).

5- تفسير النتائج لنموذج تكتل MERCOSUR

على نفس الوتيرة والنسق من التحليل، نتطرق لمناقشة نتائج تقدير النموذج القياسي لدول تكتل

MERCOSUR.

- بالنسبة لـ 1H: لا يوجد اثر معنوي (إحصائياً) لمستويات الدخل الوطني الفردي، حيث كانت القيمة الاحتمالية للمعلمة تساوي 0.324 وهي اكبر بكثير من مستوى المعنوية 0.05. لهذا نستخلص أن حجم الدخل الفردي للبلد لا يعتبر عامل جذب رئيسي للاستثمار الأجنبي في هذه الدول وخلال فترة الدراسة.
- بالنسبة لـ 2H: نتائج التقدير تشير إلى وجود اثر سالب (-3.536) (ولكن غير معنوي) للانفتاح التجاري على مستوى الاستثمار الأجنبي بالنسبة للعينة هذه الدول. ولهذا يمكن الاستنتاج انه لا يوجد حقيقة اثر مباشر وفعلي لمؤشر الانفتاح التجاري على جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة.
- بالنسبة لـ 3H: مقارنة بنتائج التقدير في النماذج الثلاثة السابقة التي أشارت إلى وجود اثر موجب ومعنوي للاستقرار السياسي كمحفز حقيقي ورئيسي لاستقطاب المستثمر الأجنبي، نتائج التقدير ضمن تكتل MERCOSUR اشارت أن المعلمة كانت إشارتها سالبة (-1.157) وهي نتيجة معاكسة لما هو متعارف عليه في التحليل الاقتصادي لهذا الموضوع. أي أن الاستقرار السياسي لا يعتبر عامل رئيسي لاستقطاب المستثمر الأجنبي في هذه الدول.
- بالنسبة لـ 4H: نتيجة تقدير معلمة المتغير تشير لوجود علاقة موجبة لمؤشرات الفساد مع الاستثمار الأجنبي (0.362)، هذا الأمر معارض لما هو متعارف عليه من أن حقيقة انتشار الفساد الإداري والاقتصادي ضمن اقتصاديات الدول هو عامل طرد للمستثمر الأجنبي (مع بعض الاستثناءات سواء لبعض القطاعات الاقتصادية (مثلا الطاقة) وكذا لبعض الدول حيث تكون الرابطة السياسية اكبر من الرابطة الاقتصادية بين حكومة البلد والمستثمر الأجنبي).
- بالنسبة لـ 5H: نفس النتيجة المحصل عليها سابقا في النماذج الثلاثة بالنسبة لمؤشرات الديمقراطية في هذه الدول، نتيجة التقدير كانت معاكسة للفرضية المتوقعة سابقا، المعلمة غير معنوية إحصائياً، في حين نلاحظ ان إشارة المعلمة كانت مطابقة للفرضية (0.128)، اي أن مؤشرات الديمقراطية لم تكن عامل أساسي في استقطاب الاستثمارات الأجنبية المباشرة لهذه الدول وخلال فترة الدراسة.
- بالنسبة لـ 6H: فيما يخص التسهيلات القانونية للبلد، نتائج التقدير كانت موافقة للفرضية محل الدراسة في نموذج تكتل MERCOSUR، حيث القيمة المقدرة للمعلمة تساوي 1.12 وهي معنوية في مستوى 0.1، وبالتالي يمكن القول ان البيئة القانونية المسهلة والمرنة كانت حافز لدخول الاستثمارات الأجنبية لهذه الدول خلال فترة الدراسة.

- النسبة لـ 7H: نقدم المستوى التعليمي لا يعتبر عامل محفز لاستقدام الاستثمارات الأجنبية المباشرة في هذه الدول وخلال فترة الدراسة، الفرضية كانت مغايرة وإشارة المعلمة سالبة (-2.040) ومعاكسة لما هو متعارف عليه في هذا الصدد.
- بالنسبة لـ 8H: هناك اثر للبنية التحتية للاتصالات في دول تكتل MERCOSUR على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر. بعد الدراسة القياسية للنماذج، النتائج تؤكد بشدة هذه الفرضية، حيث أن معلمة متغير "نسبة الاشتراك في خدمة الانترنت" في البلد كانت تقدر بـ 0.476 وهي معنوية إحصائياً عند مستوى 0.05 ، وبالتالي يمكن القول أن عامل البنية التحتية للاتصالات كان له الأثر الحقيقي على مستويات الاستثمارات الأجنبية ضمن دول التكتل (مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة).
- بالنسبة لـ 9H: هناك اثر لحجم الموارد الطبيعية للبلد على مستويات الاستثمارات الأجنبية ضمن تكتل هذه الدول، نتائج التقدير الإحصائي أكدت هذه الفرضية في جميع النماذج المقدره وفي هذا النموذج الأخير حيث (p=0.000).

خلاصة:

قمنا في هذا الفصل بدراسة قياسية لمعرفة أثر صورة البلد على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر، وقد تم استخدام بيانات عينة من البلدان عددها 12، تضمها ثلاث تكتلات اقتصادية BRICS, MERCOSUR, MINT، خلال الفترة الزمنية الممتدة من 2000 الى غاية 2020، ولكن قبلها تطرقنا الى تدفقات الاستثمارات في هاته المناطق، ومميزاتها الجاذبة للمستثمرين.

وظفت الدراسة منهج بيانات البانل لقياس وتقدير أثر صورة البلد على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر بالاعتماد على نموذج الانحدار التجميعي، نموذج الآثار الثابتة ونموذج الأثر العشوائي، وبعد تقدير النماذج اتضح أن النموذج المناسب لتقدير أثر صورة البلد على جذب الإستثمار الأجنبي المباشر هو نموذج الآثار الثابتة.

من خلال التقدير استخلصنا، بعد تحليل النموذج العام (كل الدول)، أن حجم السوق، الانفتاح التجاري، مستويات الديمقراطية، القواعد القانونية والمستوى التعليمي لا يؤثرون على جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة، في حين أن الاستقرار السياسي، الموارد الطبيعية، الانترنت والسيطرة على الفساد له أثر إيجابي على تدفقات الاستثمارات في تلك المناطق. أما بالنسبة لنتائج التحليل الخاصة بنماذج التكتلات الاقتصادية الأخرى محل الدراسة فقد اختلفت من دولة الى أخرى.

خاتمة عامة

شهد الاستثمار الأجنبي المباشر نمواً غير مسبوق في العقود الأخيرة، إذ أصبح اليوم أحد المعالم البارزة في عملية العولمة التي تميز الاقتصاد العالمي، ويعتبر أحد الأسباب الرئيسية التي تزيد من تنمية الدول، وأحد القضايا الهامة التي تنمي روح التنافس بين البلدان، وهذا كله بسبب أهميته التي تبدو جلية في التعاريف المتعددة له، التي تتفق على أن الاستثمار الأجنبي المباشر ظاهرة اقتصادية متعددة الجوانب تتميز بحركة رؤوس أموال طويلة المدى.

لهذا أصبحت معظم البلدان تتسابق لاستقطاب هذا النوع من الاستثمارات، من خلال توفير بيئة استثمارية مستقرة وملائمة تحسن من الصورة العامة للبلد، بالإضافة إلى خلق مزايا وتوفير إمكانيات مغرية تؤثر على قرار المستثمرين عند اختيارهم لمواقع استثمارهم.

يمكن اعتبار صورة البلد ناجحة إذا ساعدت في تطوير والحفاظ على القيم الأساسية التي تجذب الجمهور المستهدف، لأن معظم البلدان والمدن تميل إلى امتلاك ميزات مختلفة تساعد في تحسين تصوراتهم لذلك يجب التركيز على خلق قيم تساعد على تمييز منطقتهم عن المناطق الأخرى في اذهان الافراد.

توصلت الدراسة بناء على ما سبق في جزئها النظري والتطبيقي إلى العديد من النتائج، يمكن سردها كما يلي:

1- نتائج الجانب النظري: على ضوء النتائج المتحصل عليها في الجزء النظري، يمكن استخلاصها على النحو الآتي:

- يمثل الاستثمار الأجنبي المباشر تدفق لرؤوس الأموال الدولية من بلد إلى آخر من خلال الأعمال التجارية أو التوسع لشركة تابعة؛
- يعتبر الاستثمار الأجنبي المباشر مصدراً مستقراً للتمويل وقبل كل شيء ناقل مهم لنقل التكنولوجيا؛ القدرات الابتكارية والممارسات التنظيمية والإدارية، يقلل من عجز ميزان المدفوعات، يرفع معدل الاستثمار بالدول النامية من خلال تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر والأنشطة الأساسية أو المكملة؛
- يساهم الاستثمار الأجنبي المباشر في تعزيز العلاقات مع الوافدين الأجانب وشركائهم في الاقتصاد المضيف، إضافة إلى أنه وسيلة يتم من خلالها نقل الأفكار الجديدة والتقنيات والمهارات بين البلدان؛

- يتم الاستثمار الأجنبي المباشر من خلال العديد من القرارات التي تتخذها شركة ما ترغب في الاستقرار في الخارج لغزو أسواق جديدة؛
- تقرر الشركات الأجنبية الاستثمار في الخارج عندما تجد المزايا التي يوفرها البلد المضيف مواتية قدر الإمكان، هذه المزايا تعكس الوضع العام للبلد المضيف.
- يحدد موقع شبكات MFN وفقاً للربحية المقدرة للمشاريع، والتي تقوم على المفاضلة بين مزايا وعوامل الجاذبية والمخاطر الاقتصادية والسياسية التي في البلدان المضيضة وبالتالي.
- ان اختيار وتحديد موقع المشروع الاستثماري من أهم وأصعب القرارات التي تواجه الشركات المستثمرة والتي يعتمد عليها نجاح المشروع أو فشله، ويرجع ذلك إلى حجم الاستثمارات المالية المستثمرة في المشروع؛
- تتمثل أهم العوامل الرئيسية الجاذبة للاستثمار الأجنبي المباشر في العوامل السياسية؛ الاقتصادية؛ الاجتماعية؛ القانونية؛ الجغرافية والتكنولوجية؛
- تمثل صورة البلد التصور العام للفرد عن بلد ما؛ الذي يتكون وفقاً للجوانب القوية والضعيفة لذلك البلد وتتمثل في الخصائص الوطنية، البيئة الاقتصادية، السياسة، الاجتماعية، القانونية والتكنولوجية؛
- تظهر أهمية الصورة الجيدة للبلد من خلال التنافس الشديد الحاصل بين البلدان من أجل إنشاء ميزة تنافسية على البلدان المنافسة، الكل يسعى لتمييز بلده في الساحة العالمية في ظل البيئة المعاصرة التي نعيشه؛
- تشير صورة البلد الى مجموعة من خصائص تتألف من: إقليم (الوطن)؛ التاريخ؛ والتقاليد المشتركة؛ الاقتصاد المحلي؛ ثقافة الشعوب؛ مجموعة من المعايير والقيم المشتركة؛ التنظيم السياسي وسيادة الدولة، يتم تصور البلد على أنها موقف يتخذه الأفراد اتجاه البلد، تاريخه؛ تقاليده؛ اقتصاده الوطني؛ ثقافة شعوبه وتنظيمه السياسي؛
- إن فكرة جاذبية البلد مرتبطة بالقدرة على جذب الاستثمار الأجنبي؛ والحفاظ على منشآتها؛ الاستفادة من الفوائد العرضية الإيجابية والسماح للشركات الوطنية بالاستفادة منها؛

- لا تحتوي البلدان على جميع عوامل الجاذبية الخاصة بها، لذلك الافتقار إلى بعض العوامل يجعل بعض البلدان أقل جاذبية من غيرها، ويعزز المنافسة بينهم من حيث جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة؛
- تعتبر البلدان منتجات قد تؤثر صورتها على خيارات المستثمرين بصفقتهم مشتريين من بين المواقع البديلة؛
- تلجأ حكومات بعض البلدان الى توليد صورة مناسبة وواضحة ذات مصداقية وإيجابية وتقديمها للمستثمرين الذين يرغبون في تحسين عملية اتخاذ القرار بشأن اختيار مواقع الاستثمار.

2- نتائج الجانب التطبيقي:

2-1- بالنسبة لنماذج التكتلات الثلاث:

- في تكتل BRICS لاحظنا أن كل من الاستقرار السياسي؛ حجم الموارد الطبيعية والانترنت كان لهم أثر واضح وإيجابي على جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة في فترة الدراسة عكس المتغيرات الأخرى (الدخل الفردي السنوي؛ الانفتاح التجاري؛ التسهيلات القانونية؛ المستوى التعليمي؛ مؤشر الديمقراطية والفساد) التي لم يكن لها أثر هام ومباشر؛
- في تكتل MINT نشير الى أن الانفتاح التجاري؛ الاستقرار السياسي؛ السيطرة على الفساد؛ التسهيلات القانونية؛ المستوى التعليمي والموارد الطبيعية؛ تؤثر بشكل إيجابي وواضح على زيادة تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر، في حين أن الدخل الفردي السنوي، مؤشر الديمقراطية؛ الانترنت والمستوى التعليمي لم يكن لهم دورا بارزا في جذب هذا النوع من الاستثمارات.
- في تكتل MERCOSUR أشارت النتائج أن حجم الموارد الطبيعية؛ الانترنت والتسهيلات القانونية لها دور مهم في التأثير على قرارات الاستثمار الأجنبي المباشر وزيادة المشاريع الاستثمارية الأجنبية في هاته الدول.

2-2- بالنسبة للنموذج الكلي (جميع الدول):

- لا يوجد اثر معنوي (احصائياً) لمستويات الدخل الوطني الفردي على جذب الاستثمارات الاجنبية المباشرة في هذه الدول، اي ان حجم الدخل الفردي للبلد لا يعتبر عامل جذب رئيسي للاستثمار الاجنبي في هذه الدول خلال فترة الدراسة؛
- وجود اثر موجب (ولكن غير معنوي) للانفتاح التجاري على مستوى الاستثمار الأجنبي المباشر بالنسبة للعينة الكلية (اي النموذج الكلي)، أي أن الانفتاح التجاري لا يساهم في جذب الاستثمارات الأجنبية في الدول محل الدراسة؛
- وجود اثر موجب ومعنوي للاستقرار السياسي في نماذج الدراسة، أي يعتبر محفز حقيقي ورئيسي لاستقطاب المستثمر الأجنبي؛
- يوجد أثر معنوي وموجب للفساد في النموذج الكلي، وبهذا نعتبره محفزاً للاستثمارات خلال فترة الدراسة، وهي حالة استثنائية تعبر على وجود علاقة طردية بين الفساد والاستثمار.
- لا يوجد أثر معنوي لمستوى الديمقراطية، أي أنها لم تكن عامل اساسي في استقطاب الاستثمارات الاجنبية المباشرة لهذه الدول وخلال فترة الدراسة.
- لا يوجد أثر معنوي يخص القواعد القانونية للبلد، أي لا تعتبر من العوامل الجاذبة للاستثمارات في هذه الدول؛
- لا يوجد أثر معنوي لتقدم المستوى التعليمي، لهذا لا يعتبر عامل محفز لاستقدام الاستثمارات الاجنبية المباشرة في هذه الدول وخلال فترة الدراسة؛
- يوجد أثر معنوي لنسبة الاشتراك في خدمة الانترنت" في النموذج الكلي، وهذا يدل على أن تطور البنية التحتية للاتصالات في البلد يعتبر عامل جذب حقيقي للاستثمار الأجنبي المباشر خاصة في دول الـ BRICS؛
- يوجد أثر معنوي لحجم الموارد الطبيعية في كل النماذج المقدره، اذ أن توافر الموارد الطبيعية يعتبر عامل جذب حقيقي لهذا النوع من الاستثمارات.

وبهذا يمكن أن نقول أن العوامل الطبيعية والتكنولوجية في الدول محل الدراسة تؤثر على جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة، في حين أن ليس كل العوامل السياسية لها أثر موجب على الاستثمار الأجنبي المباشر، أما فيما يخص العوامل الاجتماعية، الاقتصادية والقانونية لا تؤثر على استقطاب هاته الاستثمارات. (هذه الخلاصة بناء على المتغيرات المختارة في الدراسة).

ومقارنة بنتائج دراسات كل من Razan Fareed Bogari 2018 و Yuwei Chen ودراسة وآخرون 2021 يمكن القول أنها غير متوافقة مع هذه الدراسة، وهذا طبيعي، لأننا اعتمدنا على عينة أخرى من الدول وفي فترة زمنية مختلفة أيضا. من خلال النتائج العامة المتوصل إليها استنتجنا أن البعد الوظيفي لصورة البلد له أثر كبير على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر في البلدان محل الدراسة.

3- توصيات واقتراحات:

على ضوء النتائج المتحصل من خلال هذه الدراسة يمكن تقديم بعض التوصيات والاقتراحات على النحو التالي:

- الاهتمام بوضع سياسات واستراتيجيات تساهم في زيادة تدفق الاستثمارات الأجنبية المباشرة؛
- يجب على الحكومات وأصحاب المصالح توفير بيئة ملائمة ومستقرة تمكن من التأثير على قرارات المستثمرين الأجانب خلال اختيارهم لمواقع استثماراتهم؛
- يجب أن تتدمج سياسة استهداف الاستثمار في إطار استراتيجية الدولة ولكن في حدود قدرات والموارد الخاصة بها سواء الطبيعية أو البشرية؛
- العمل على توفير مناخ جيد للاستثمار يشمل مختلف الميادين الاقتصادية؛ السياسية؛ الطبيعية؛ الاجتماعية؛ التكنولوجية والقانونية لأنها تعتبر العوامل الرئيسية في استقطاب الاستثمارات الأجنبية؛
- تسهيل الإجراءات الإدارية التي تتعلق بتملك الشركات الاستثمارية؛ وتيسير إقامة المستثمرين الأجانب داخل البلد المضيف؛

- العمل المستمر على تحسين صورة البلد، والحفاظ على سمعتها الإيجابية، من خلال توفير الأمن والاستقرار السياسي، محاربة الفساد؛ تحسين المستوى التعليمي؛ وضع إجراءات تساهم في شفافية العمل الإداري، بالإضافة الى العمل على تحسين البني التحتية التي تساعد كثيرا المستثمرين في اتمام نشاطاتهم؛
 - تسهيل إجراءات العضوية في المنظمات والجمعيات الإقليمية والعالمية وتشجيع الدول على طلب العضوية في التكتلات الاقتصادية التي لها الدور الكبير في تشجيع الاستثمارات والتجارة الخارجية؛
 - تشجيع المواطنين على تزيين صورة بلدهم وتعزيزها في كل ما يقولونه أو يفعلونه؛
 - الاهتمام بالابتكارات الوطنية وإظهار مدى أهميتها وكيفية الاستفادة منها في الأعمال؛
 - منح الحماية التامة للمستثمرين الأجانب؛ وتأمينهم في البلد المضيف.
- وفي الأخير نشير الى أن هذا العمل، ما هو الا بداية لعملية بحث نأمل في استكمالها وتكون وجهة لباحثين يرغبون في التوصل اليها من خلال البحث في مواضيع تتضمن نفس سياق موضوع هذه الدراسة ونذكر بعض بعضها في هذا الصدد:
- دراسة أثر صورة الجزائر على جذب الاستثمارات الأجنبية؛
 - قياس أثر العوامل السياسية على تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر خاصة في ظل الازمات السياسية التي تطول العديد من الدول؛
 - اعادة صياغة ودراسة بعض المتغيرات التي لم تثبت معنويتها في نموذج الدراسة.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية:

1. الكتب:

- 1) أشرف السيد حامد قبال، الاستثمار الأجنبي المباشر، دراسة تحليلية لأهم ملامحه واتجاهاته في الاقتصاد العالمي، دار الفكر الجامعي، ط 1، 2013.
- 2) أميرة حسب الله محمد، محددات الاستثمار الأجنبي المباشر وغير المباشر في البيئة الاقتصادية العربية، دراسة مقارنة (تركيا، كوريا الجنوبية، مصر)، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2004.
- 3) خليل محمد حسن الشماع، خضر كاظم محمود، نظرية المنظمة، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة 3، الأردن، 2007.
- 4) سعود جايد العمري، المالية الدولية نظرية وتطبيق، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2008.
- 5) سعيد البطوطي، التسويق السياحي، مكتبة الأنجلو المصرية، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2012.
- 6) سيف محمود عبد الله التهامي، د. إبراهيم جابر السيد أحمد، إدارة الاستثمار الأجنبي المباشر، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، ط 01، 2019.
- 7) الصميدعي محمود جاسم، ردينة عثمان يوسف، سلوك المستهلك، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2007.
- 8) عبد الرزاق محمد حسين الجبوري، دور الاستثمار الأجنبي المباشر في التنمية الاقتصادية، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط 1، 2014.
- 9) عبد الكريم كاكي، الاستثمار الأجنبي المباشر والتنافسية الدولية، مكتبة حسن العصرية، بيروت، 2013.
- 10) محمد صفوت، نظريات وسياسات التجارة الدولية، مطبعة العشري، 2010.
- 11) نزيه عبد المقصود محمد مبروك، الآثار الاقتصادية للاستثمارات الأجنبية (دراسة مقارنة)، دار الفكر الجامعي، ط 1، 2013.
- 12) نشأت علي عبد العال، الاستثمار والترابط الاقتصادي الدولي، دار الفكر الجامعي، ط 1، 2012.
- 13) يحي محمد جويده، المناخ الاستثماري بين المخاطر والتحديات، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2017.

2. المذكرات والرسائل:

- 14) بدرابي شهيناز تأثير أنظمة سعر الصرف على النمو الاقتصادي في الدول النامية دراسة قياسية باستخدام بيانات البائل لعينة من 18 دولة نامية (1980-2012)، أطروحة دكتوراه، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، 2014-2015.
- 15) خضراوي حفيظة، سياسة الاتحاد الأوروبي التجارية للسلع الزراعية وانعكاساتها على القطاع الزراعي الجزائري، دراسة حالة منتج القمح خلال الفترة (2000-2014)، اطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد دولي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2019.
- 16) داودي محمد، السياسة المالية وأثرها على استقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر، حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة تلمسان، 2012.
- 17) دحماني سامية، أثر مناخ الاستثمار في استقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر، دراسة مقارنة لدول المغرب العربي خلال الفترة 2002-2015، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص: نقود مالية، جامعة الجزائر 3، 2016.
- 18) سيدات كريمة، العوامل المؤثرة في الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه علوم اقتصادية، جامعة الجيلاي اليابس، سيدي بلعباس، 2014-2015.
- 19) عنتره برباش، أثر خطر البلد على تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر إلى دول المغرب العربي حالة: الجزائر- المغرب - تونس، دراسة تحليلية قياسية للفترة 1990-2012، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، 2016.
- 20) مسعودي عبد الرؤوف، أثر صورة بلد المنشأ على الخطر المدرك حالة العلامات الدولية المصنعة في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم التجارية، جامعة معسكر، 2023.
- 21) وليد بوتياح، دراسة مقارنة لدول الاستثمار في البلدان المغاربية باستخدام بيانات السلاسل الزمنية المقطعية 1995-2005، شهادة الماجستير كلية الاقتصاد. جامعة الجزائر، 2007.
- 3.المجلات، المقالات المنشورة:
- 22) بن عمرة عبد الرزاق، خطوات تطبيق تقنية Panel Data Model باستخدام برنامج Eviews 10، جامعة فرحات عباس سطيف، 2021.
- 23) خالد إبراهيم عبد العزيز إسحاق، العوامل المؤثرة على تكوين الصورة الذهنية لشركات الاتصال، مجلة الآداب، العدد 139، 2021.

- (24) رتيعة محمد، استخدام نماذج بيانات البائل في تقدير دالة النمو الاقتصادي في الدول العربية، المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية، سبتمبر 2014.
- (25) ريال زوينة، مناخ الاستثمار الجزائري ومحدداته، مجلة معارف، العدد 19، ديسمبر 2015.
- (26) عبد الحق طير، عقبة ريمي، بولرباح غريب، أثر الفساد على جاذبية الدول العربية للاستثمار الاجنبي المباشر - دراسة قياسية باستخدام نماذج بانل للفترة (2003-2016)، مجلة رؤى الاقتصادية، المجلد 09- العدد (2)، 2019.
- (27) عبد الرحمن عبد الأمير، واشي الشهري، أثر المعوقات الاقتصادية والسياسية على تدفقات الاستثمارات الأجنبية المباشرة في العراق، دراسة تحليلية (2003-2014)، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، المجلد الثامن، العدد (03)، 2017.
- (28) عبد الرحيم شنيبي، الصورة الذهنية للمقصد السياحي غرداية المبنية بالإعلان المتكامل من وجهة نظر عينة من السياح، مجلة دفاقر اقتصادية، المجلد 10، العدد 1، 2018.
- (29) لراذي سفيان، بربار نور الدين، إدارة الصورة الذهنية، للوجهات السياحية نموذج مقترح، مجلة الآفاق للدراسات الاقتصادية، جامعة العربي تبسي، المجلد 2، العدد 2، 2017.
- (30) مي علي محمد ندا، تقييم الصورة الذهنية لمصر في الملصقات السياحية ومدى ملائمتها لدعم السياحة، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، المجلد 2، العدد 8، تصدر الجمعية العربية للحضارة والفنون الإسلامية، 2017.
- (31) ميادة بلعياش، العوامل المساهمة في التطبيق السليم لنظام حوكمة الشركات ودورها في الحد من الفساد المالي والإداري، مجلة رؤى اقتصادية، المجلد 2، العدد 3، جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي، ديسمبر 2012.
4. تقارير دولية:
- (32) صندوق النقد العربي (AMF)، محددات الاستثمار الأجنبي في الدول العربية، 2017.
- (33) المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، تقرير مقارن عن تشريعات تشجيع الاستثمار في الدول العربية وما يقابلها في بعض دول العالم الأخرى، الكويت، 2002.
- ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية:

34) A Lain. d'Astons, Lilia. Boubjel, 2007, **Positioning countries on personality demensions : Scale development and implication for country marketing**, Journal of Busniss Research, vol(60).

- 35) Abbas Elhasbi, Mohamed Barkoui, and All, 2016, **The territorial attractiveness of foreing investment of city of Tangier in Morocco**, International Journal of Euro-Mediterranean Studies, Vol (09), N (02).
- 36) Abbes. Elhasbi ,Mohamed. Barkaoui et autrs, 2017, **Les determinants de l'attractivite territoriale des entreprises manufacturing et logistiques ´estrangères : Application à la ville de Tanger – Maroc**, la revue gestion et organisation.
- 37) Agiomirgiana Kis. G.M , Asterion. D.and all, 2003, **The Determinants of foreing Direct Investment : A Panel Data Study for The OECD Countries**, (Report No. 03/06), Department of Economics, City University London, London.
- 38) Akira. Naghashima, 1970, **A comparison of Japanese and U.S Attitudes Toword Foreign products**, Journal of Marketing, Vol (34).
- 39) Alan M. Rugman, Simon. collinson, 2006, **International Business**, 4th edidtion, Pearson Education timited.
- 40) Alexander. Bhuman, Diana. Ingehoff, 2015, **The 4D Model of the country image: An integrative approach from the perspective of communication management**, the International Communication Gazette, Vol (77), N(1).
- 41) Alexander. Buhman, 2016, **Measuring Country Image, Anew Model USC Centre on Public diplomacy**, Sep 16.2016, in USC Public Diplomacy.org/Blog/, 23-07-2022, 18 :25.
- 42) Alexander. Protsenko, 2004, **vertical and horizontal foreign direct investments in transition countries**, Munich Dissertations in Economics, Université de Munich, Département d'économie,11 February.
- 43) Aloui. Zouheir, 2018, **investissements directs étranger, Gouvernance et leurs impacts sur la réduction de la pauvreté**, thèse de doctorat en sciences économiques, université de Sousse.
- 44) Ana. Ispas, 2011, **Evaluating the Image of tourism destination the cas of the autonomous community of the canary Island**, Journal of Tourism, N(12).
- 45) Anholt. Smith, 2007, **The theory of comptitive identity**, Palgrave Macmilan, London.
- 46) Asiedu, Elizabeth, 2006, **Foreign Direct Investment in Africa : The Role of Natural Resources, Market Size, Government Policy, Institutions and Political Instability**, The World Economy, Vol. 29, N (1).
- 47) Augustin. Mwana, Muhindo. Ngeleza, 2009, **Déterminants de l'investissement direct à l'étranger dans les pays en voie de développement ; application faite à la RDC**, Unigom.
- 48) Ayman. Achouch, 2017, **Unit Root Tests For Panel Data (First Generation Tests)Application To A Sample Of Developing Countries**, Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series, Vol (33), No (5).
- 49) Barbara. Jenes, Ezebet Malota, 2009, **Mesuring Country Image and Practice**, Marketing and Management.
- 50) Barich. H, Philip. Kotler, 1991, **A Fram work for Marketing image managment**, Managment review, vol (22).
- 51) Bertrand. Sergot, 2004, **Les déterminants des décisions de localisation – les création de nouveaux sites des entreprises française de l'industrie et des services**, Paris, Gestion et management, Rance.

- 52) Boukrif. Moussa, 2015, **La contribution des facteurs d'attractivité sur la création d'entreprise : Cas des entreprises agroalimentaires dans la wilaya de Bejaia (Algérie)**, revue de développement des ressources humaines, Vol (10), N(01).
- 53) Boulding. Kenneth. E, 1956, **The image : Knowlegde in Life society**. MI – Michigan : University of Michigan Press.
- 54) Bouri Sarah, 2015, **Les déterminants de l'investissements direct étranger: evidence empirique à partir des données de panel dans la région MENA 1980-2011** ,thèse de doctorat en sciences économiques, monétaires et finances, Université de Tlemcen.
- 55) Byounggho. Jin, Moudi O.Almoura, and all, 2018, **Defferential effects of macro and micro country image by product category and by country among saudi consumers**, Managment Descision.
- 56) C.A. Michalet, 1999, **La séduction des nations ou comment attirer les investissements**, ED, Economica.
- 57) Carlos. Manuel, Sucia. Burcio, 2014, **An Integrated Model For Measuring Country Image : Personality Congnition, Emotion and their impacts on Behavioral intentions**, Phd theses, Specialization in Marketing, University Of Lisboa.
- 58) Carolina. Moehlecke ,Rachel L. Wellhausen, 2022, **Political Risk and International Investment Law**, Annual Review of Political Science.
- 59) Chrysovalantou. Milliou, Joel. Sadonis, 2020, **vertical foreign investment, Make, by, and sell**, Review of international economics, V28.
- 60) Claudia Cruz, Dinor Eliete Florian, and all, 2020, **The OLI Paradigm as a comprehensive model of FDI determinants: a subnational approach** Dinor a Eliete Floriani, International Journal of Emerging Markets.
- 61) Claudio A. C. Paiva, Gustavo S. Cortes, 2014, **On the Irrelevance of Mercosur: Evidence From Foreign Direct Investment**, Latin American Business Review, vol (15), N (3-4).
- 62) Daniel. Chudnovsky, Andrés. López, 2007, **Foreign direct investment and development: the mercosur experience**, Cepal Review, vol (92).
- 63) **data analysis of the MINT countries**, Department of Business Studies, Uppsala University.
- 64) Decaudin. Jean-Marc, 1999, **Glossaire de la communication marketing**, Economica, Paris.
- 65) Delapierre. Michel, Milelli. Christian, 1995, **Les firmes multinationales**, Ed Vuibert, Paris.
- 66) Denis. Tersen, Jean Luc. Bricout, 1996, **L'investissement international**, Edition Armond Colin, Paris.
- 67) Denisa. Adriana Cotilea, 2015, **County image VS county brand : defferences and similarities**, Ecoforum, Vol (04).
- 68) Diana. Ingenhoff, Jérôme. Chariatte, 2020, **Solving the Public Developing a 360 Degree Tistening and Evaluation Approach to Assess Country Images**, USC Centre on Public Diplomacy, Paper 2.
- 69) Dielman, 1989, **Pooled Cross-Sectional and time series data analysis**, Texas Christian University, USA.
- 70) Douglas E. Thomas, Robert. Grosse, 2001, **country of origine determinant of foreign direct investment in an emerging market, the case of Mexico**, journal of international Management, vol (7), P 60.
- 71) Dunning J.H, 1970, **The Multinational Enterprise**, Lloyds Bank Review, N 97.

- 72) Dupuch, S. Milan, C. 2005, **les déterminants des investissements directs européen dans les pays d'Europe centrale et orientale**, L'actualité économique, vol (81), N (3).
- 73) Edgar. Fernandez, Claire .Malwé, Ioan. Negrutiu, 2014, **Définitions desressources naturelles et implications pour la démarche juridique**, Penser une démocratie alimentaire Volume II–Proposition Lascaux entre ressources naturelles et besoins fondamentaux, INIDA.
- 74) Efe. Seveni, Kadir. Jun Ayhan and All, 2021, **Capturing Country Image : A Methodological Approach**, The Journal of International Communication.
- 75) Ergun. Dogan, Koi. Nyer wong, and all, 2017, **vertical and horizontal spillovers from foreign direct investment, evidence from Malaysian manufacturing**, Asian Economic Panel and the massachusetts institute of technology.
- 76) Erik. B.Nes, 2019, **The role country image in international marketing Taylor and Francis groub**, New York and London.
- 77) **Evidence from the Mint Countries**, Journal of Economics and Sustainable Development, vol (8), N (2).
- 78) F. Buchanan, S. and Gibb, Buchanan, S. and Gibb, F. 1998, **The information audit: an integrated strategic approach**, Int. J. Inf. Manage., vol(18), n(I).
- 79) Fatima Boualem, 17 et 18 Octobre 2008, **Les institutions et attractivités des CDE**, Colloque international, Ouverture et émergence en Méditerranée, Rebat, Maroc, Université de Montpellier, Sciences Economiques Laser.
- 80) Filip. Kokotovic, Petar. Kurecic, 2016, **The MINT Countries: A Regression Analysis of the Selected Economic Features**, International Journal of Management Science and Business Administration, Inovatus Services Ltd, vol (2), N(5).
- 81) Flack. Simon, 2014, **Location of foreing direct investment in services : some gross-industrial evedence from Sweden**, Revue d'économie Régionale et Urbaine.
- 82) Free. A ,Kim, 2007, **Longitudinal and Panel Data**, University of Wisconsin, Madison,
- 83) Halil. Kukj, Faruk B. Ahmeti, 2016, **The importance of foreign direct investment on economic development in transitional countries: a case study of Kosovo**, European scientific journal.
- 84) Hameed. Aldebi, Noryah. Aljiiaboory, 2018, **The Impact of Tourism Promotion-Mix Elements on the Foreign Tourist's Mental Images of the Jordanian Tourist Destinations (A Field Study)**, International Business Research , Vol (11), N (1).
- 85) Haroldo Ramanzini. Júnior, Bruno Theodoro. Luciano, 2020, **Regionalism in the Global South: Mercosur and ECOWAS in trade and democracy protection**, Third World Quarterly.
- 86) Hatem. Fabric, 2004, **Attractivité : De Quoi Parlons-Nous ?**, Revue Pouvoirs locaux, N(61).
- 87) Hmioui. Azziz, 2011, **Climat de l'investissement et attractivité du Maroc pour l'investissement direct étranger**, Revue Marocaine de gestion et d'économie, N(05).
- 88) Hoon. Lee, Glen. Biglaiser and all, (2014), **The Effects of Political Risk on Different Entry Modes of Foreign Direct Investment**, International Interactions, vol 40, N 5.
- 89) Hoon. Lee, Glen. Biglaiser and all, 2014, **The effects of political Risk on Different Entry Modes of Foreign Direct Investment**, International Interactions, vol(40), N(50).
- 90) İ. Yüksel, 2012, **Developing a Multi-Criteria Decision**, Int. J. Bus. Manag., vol(7), n(24).
- 91) İhsan. Yüksel, 2012, **Developing a Multi-Criteria Decision Making Model for PESTEL Analysis**, International Journal of Business and Management, Vol(7), N(24).

- 92) IMF. Fonds Monétaire International, 2019, **c'est l'économie qui dicte l'évolution des balances commerciales, et non les droits de douane**, on www.imf.org/fr, 09-09-2022.
- 93) Ingenhoff. Diana, Buhman. Alexander and All, 2017, **Reputation Spillover : Corporate Crise's effects on Country Reputation**, Journal of Communication Management, Vol (22), N (01).
- 94) Ingrid. M.Martin, Sev-gin. Eroglu, 1993, **Mesuring a Multi-Dimensional construct : Countru Image**, Journal of Business Research , vol(28).
- 95) International Monetary Fund (IMF) ,1993, **Balance of payments Manual**, firth edition, Washington.
- 96) Isabelle. Prin-Allez, Line. Ricarde et autres, 2008, **Quelles liens entre l'image du pays et l'image de l'une de ses villes ? Une Application ou cas de la France et de Lyon**, 4eme Journée thématique de recherche en marketing du tourisme et des loisirs, Chambéry, France.
- 97) Jenes. Barbara, 2005, **Possibilities of shaping country image**, Marketing and Managment.
- 98) Jenes. Barbara, 2007, **Connection Between the ecologically oriented consumer behaaviour and country image**, marketing and management.
- 99) Jenes. Barbara, 2010, **The nature of country image**, AN Extented literature Review, In : WWW.marketing-trnds-congress.com.
- 100) Jervis. Robert, 1970, **The logic of Image in international relation**, Columbia University Press, A Morningside Book.
- 101) Jhon H. Dunning, Alan M. Rugman, 1985, **The influence of Hymer's dissertation on the theory of foreign direct investment**, the American economic review, vol (75), N (02).
- 102) John. Nadeau, Louise. Heslop and All, 2008, **Destination in a Country Image Context**, Annals of Tourism Research, Vol (35), N (01).
- 103) Jose R. Godinez, Ling Liu, 2015, **Corruption distance and FDI flows into Latin America**, International Business Review.
- 104) Jose R. Godinez, Ling. Liu, 2014, **Corruption distance and FDI flows into Latin America**, International Business Review.
- 105) Joshua. Coofer Ramo, 2007, **Brand China**, Foreing Policy Centre, P 27.
- 106) Kalamova, M. M., & Konrad, K. A, (2010), **Nation brands and foreign direct investment**. *Kyklos*, 63(3).
- 107) Kambou. Probayiré, Khariss. Mohamet, 2020, **Attractivenss of Foreing Direct Investment : Cas of Digital Economy**, Revue International des sciences de gestion, Vol (03), N (04).
- 108) Katharina. P.Roth, Adamantios. Diamantopoulos, 2009, **Advancing the country image construct**, Journal of Business Research, vol (62).
- 109) Kaur. SP, 2013, **Variables in research**, IJRRMS, vol(3) N(4).
- 110) Kennth. E.Boulding, 1959, **National images and international Systems**, Journal of Conflict Resolution, Vol (03), N(02).
- 111) Khan. Mashrur, Mustaque. Akbar, Mashfique. Ibne, 2013, **The Impact of Political Risk on Foreign Direct Investment**, MPRA Paper_47283, University Library of Munich, Germany.
- 112) Khelifa. Fatima Zohra, Taleb. Fatima, 2021, **Factors afficting the forgein direct investment decision in Turkey during the period (1995-2019)**, Journal of Finance, Investment and substainable development, Vol (06), N (06).

- 113) Krishman , H.S, 1996, **Characteristics of memory associations: a consumer based brand equity**, internaional journal of research in marketing, Vol (13).
- 114) Kumysheva. R.M, 2019, **Content and Structure of the country image in accordance with theoretical and methodological position**, Education and Pedagogical studies, vol (01), N (186).
- 115) Lars. Oxelheim, Trond. Randøy, and all, 2001, **On the treatment of finance-specific factors within the OLI paradigm**, International Business Review, vol (10).
- 116) Lena. Mossebreg, Ingeborg. Astrid Kleppe, 2005, **Country and Destination Image-Different or Similar image concept ?**, Service Industrees Journal, Vol (25), N(04).
- 117) Leni.. Mossberg, Ingeborg. Astinal Kepp, 2005, **Country and Destination image-defferent of similar image concepts ?**, Service industries Journal, Vol (25), N (04).
- 118) Lianna. Ayvazyan, 2010, **The Country Image and Interational Relations_.**, 21 St Century environnement, vol(01), N(7).
- 119) Louis. T.Wells JR, Alvin G.Wint, 1990, **Marketing a Country Promotion as a tool for Attracing foreign ivestment, Washington, DC : IFC and MIGA.**
- 120) Louise. A.Heslof, Irene. R.R.Lu, 2008, **Modeling country image effects through an international crisis**, International Marketing Review.
- 121) Manual R. Agosin, Roberto. Machado, 2005, **Foreign investment in developing countries, does it Growth in domestic investment?** Oxford Development Studies, Taylor and Francis Journals, vol 33, N° 02.
- 122) Maria. del Mar, Angel. Herrero and All, 2021, **The effects of Maroco and Micro Country Image on Consumer Brand Preferences**, Journal of International Consumer Marketing.
- 123) Mariana Bassi. Suter, Janaina M.E Gialdi,and ALL, 2018, **In Search of tools for the Use of country image (CI) in the Brand**, Journal of Brand Managment, Vol (25), N (1).
- 124) Martin. S.Roth,, Jean. B.Romeo, 1992, **Matching Product Category and Country image perception : A Frame Work for managing country of origine effects**, Journal of international Business studies.
- 125) Martina. Hiebickoua, Rene. Mottus and All, 2018, **How Accurate Are National Stereotypes ? A teste of different Methodological Approaches**, Eueopean Journal of Personality, vol (32).
- 126) Masood A. Badri, 2007, **Dimensions of Industrial Location Factors : Review and Exploration**, Journal of Business and public affaires, Vol (01), N (02).
- 127) Mei Ling. Wang, Chang. Hwan Choi, 2018, **How information and communication technology affect international trade: a comparative analysis of BRICS countries**, Information Technology for Development, 2018.
- 128) Michael. M.Bechtel, 2009, **The Political sources of Systematic Investment Risk : Lessons from a consensus democracy**, The Journal of Politics, Vol (71), N (2).
- 129) Michael. Solomon, Gary. Bamossy and All, 2006, **Consumer Behaviour**, a Europeau Perspective (3ed) Parentice-Hall.
- 130) Michel. Loroche, Nicolas. Papadopoulos and All, 2005, **The Influence of Country Image Structure on Consumer Evaluations of Foreing Products**, International Marketing Review, Vol (22), N (01).

- 131) Mike. Moffatt, April 10,2019, **What Is Panel Data? The Definition and Relevance of Panel Data in Economic Research**, in: /www.thoughtco.com.
- 132) Milhan. Chaze, 2017, **l'attractivité territoriale : élément de définition**, (Rapport de recherche) UMR Territoires.
- 133) Mohamed. Azeroual, Nouna. Cherkaoui, 2015, **principaux déterminants des investissements directs étrangers au Maroc (1980-2021)**, revue economic, gestion et société, N 04.
- 134) Mondher. Cherif, Christian. Dreger, 2018, **Do regional trade agreements stimulate FDI? Evidence for the Agadir, MERCOSUR and AFTA regions**, Rev Dev Econ, vol(1), N(15).
- 135) Mostafa. Jafari, Hasti Sadeghi and all, 2017, **Analysis of the Mental image of Iranian Consumer of foreign luxury and widely Used Goods from Non-Marketing Symbols of seven country of origin**, Advances in social Sciences Research Journal, vol (04), N (07).
- 136) Mouli.K, Zaveri.M, 2012, **Country image effects on employer attractiveness**, Phd thesis, RMIT University.
- 137) Moussa. Boukrif, Dalila. Traki, 2015, **La Contribution des facteurs d'attractivités sur la création d'entreprises : cas des entreprises agroalimentaires dans la wilaya de Bejaia (Algérie)**, Revue de Développement des ressources humaines, V(10), N (01).
- 138) Murtala. AbduK. K, Selvasundaram, S. Sagathevan, 2021, **The Role of Corruption Control in Determining Foreign Direct Investment in Brics Countries**, Annals of R.S.C.B., ISSN:1583-6258, Vol (25).
- 139) Nicolas. Papadopoulos, Louise Heslop, 2002, **Country Equity and Country Branding : Problems and Prospects**, Brand Management, Vol (09), N (4-5).
- 140) Nicolas. Papadopoulos, Yara. Ibrahim and all, 2018, **The Role of Country Branding in Attracting Foreign Investment : Country Characteristics and Country Image**, Mercati e Competitività vol (02).
- 141) Niko. Fanbasten, Alexandra Göstas. Escobar, 2016, **Determinants of Foreign Direct Investment: A panel**
- 142) Nina M. Lverson, Ingborg. Astrid kelppe, and all, 2002, **Country image in marketing strategies : Conceptual issues and empirical asian illustration**, Journal of Brand Managment.
- 143) OCDE, 1983, **définition des références détaillées des investissements internationaux**, troisième édition, Paris.
- 144) Papadopoulos. Nicolas, Louise. A.Heslop and All, 1989, **National Stereotypes and Product Evaluations in a Socialist country**, International Marketing Review, Vol (07), N (01), PP 32-47.
- 145) Paul. R Krugman, Maurice. Obstfeld, 2001, **Economie internationale traduction de la 5^{ème} édition américaine par Achille Hannequart et Fabienne Leloup**.
- 146) Peeter W.J. Verlegh, Jan-Benedict. Steenkanf, 1999, **A Review and Meta-analysis of country of origine research**, Journal of Economic Integration,vol (20).
- 147) Peter J. Buckley, Stephan Hymer, 2006, **three phases, one approach ?** international Business review, vol (15).
- 148) Philip. Kotler, David. Gretnen, 2002, **Country as Brand, Product and Beyond : A place Marketing and Brand managment Perspective**, Brand Management, Vol (09), N (4-5).

- 149) Raluca. Elena Iloie, 2015, **connections between FDI, corruption Index and country Risk assessments in central and eastern Europe**, Procedia economics and finance, vol (32).
- 150) Ranak. Ishem, S.Rajan, 2004, **Measures to attract FDI : Investment Promotion, Incentives and Policy Intervention**, Economic and Political Weekly, Vol (39), N(01).
- 151) Raymond Vernon,1966, **intentional investment and international trade in the product cycle**. The quarterly journal of economics, vol (80), N (02).
- 152) Razan. Faeed Bougari ,2018, **Exploring the Impact of City Image on Foreign Direct Investment Perception : The Case of Dubaï**, A thesis of Doctorat, Brunel University London.
- 153) Renaud Vuignier, 2018, **Attractivité des territoires et place Branding : etude exploration de sensibilité des décideurs d'entreprise à la marque territoriale**, Thèse de doctorat, l'université de Lausanne.
- 154) Robert. Jervis, 1970, **The Login of image in international relation**, Princeton University Perss, USA.
- 155) Sananda. Sen,2005, **international trade theory and policy a review of the literature**, development and change, vol (36), N (06).
- 156) Sébastien. Dupuch, 2004, **les investissements directs étrangers dans les nouveaux pays adhérents à l'union européenne**, revue région et développements N 20.
- 157) Skoko, Bozo, 2012, **The image of Bosnia and Herzegovina and its titizens in Croatia and Serbia**, Sarajevo : Friendrich Ebert-Stiftung.
- 158) Souad. Bennour, 2013, **L'attractivité du territoire et le role de la localisation des investissements directs etrangers dans economie ; un essai d'évaluation pour le cas de la Tunisie**, Economie et Finances, Université Nice Sophia Antipolis.
- 159) Stim Driss, 2007, **L'attractivité des investissements directs étrangers industriels en Tunisie**, Région et développement, N (25).
- 160) Sufian Eltayeb. Mohamed, Moise G. Sidiropoulos,2010, **Another look at the determinants of foreign direct investment in MENA countries : An empirical investment**, Journal of economic development, Volume 35, Number 2.
- 161) Suoshend. Wang, 2020, **An Inquiry Into Country Image Components and Their Effects on Perceived destination Image and Travel Intentions**, Tourism recreation reresearch.
- 162) Svetlana. Gusarova, 2019, **Role of China in the development of trade and FDI cooperation with BRICS countries**, China Economic Review, vol (57).
- 163) Tomayess. Issa, Chang, Vanessa. Issa, Theodora, 2010, **Sustainable business strategies and PESTEL framework**. GSTF International Journal on Computing, vol(1), N (1).
- 164) Torbira Lezaasi. Lenee , Joshua. Oki, 2017, Capital Market Development and Economic Growth:**
- 165) Toumi,S , 2009, **Facteurs d'attractivité des investissements direct étrangers en Tunisie, L'actualité économique**, vol (85), N (2).
- 166) Uduak S. Akpana, Salisu R. Isihaka , Simplicie A. Asongub, 2014, **Determinants of Foreign Direct Investment in Fast-Growing Economies: A Study of BRICS and MINT**, AGDI Working Paper.
- 167) Vijayakumar. Narayanamurthy, Sridharan. Perumal,and all, 2010, **Determinants of FDI in BRICS countries: A panel analysis**, International Journal of Business Science & Applied Management (IJBSAM), Vol(5), N(3).

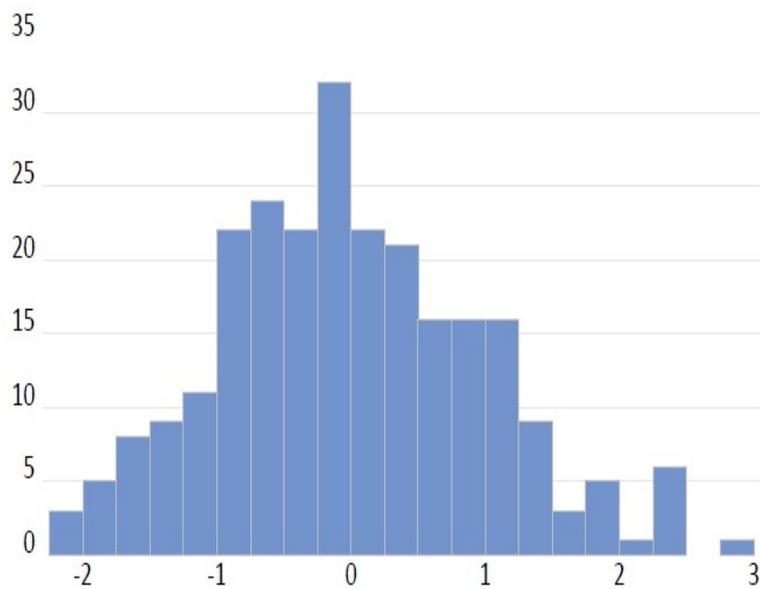
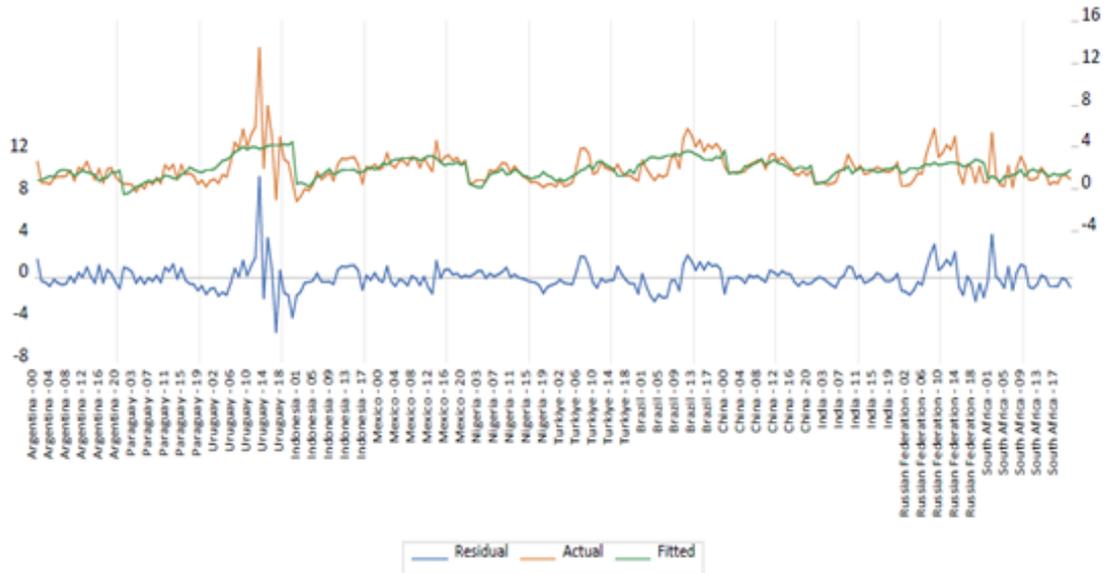
- 168) Vinit. Ranjan, Gaurav. Agrawal, 2011, **FDI Inflow Determinants in BRIC countries: A Panel Data Analysis**, International Business Research, Vol (4), N (4).
- 169) Vintila. Denisia, 2010, **foreign direct investment theories: An overview of the Main FDI theories**, European journal of interdisciplinay studies, vol (02), N (02).
- 170) Viufang. Li, Naren. Chitty, 2009, **Reframing National image : A methodological Framework**, Conflict and communication Online, Vol (08), N (02).
- 171) World Tourism Organization (WTO), 1979, **Tourist Image**, Madrid, Spain.
- 172) Yankai Zhao,2009, **L'insertion de la chine dans la mondialisation, les flux d'investissement direct étrangers et la disparité economique régionale en chine**, Thèse de Doctorat, Université Sorbonne.
- 173) Yasmine. Bouhelouf, Ali. Hadjiedj et Autre, 2019, **Potentialités et Projet d'attractivités du Territoire de la ville de Jijel (Algérie)**, Bulletin de l'association de géographes Français, Vol (96), N(01).
- 174) Yi Feng, 2001, **Political Freedom, Political Instability, and Policy Uncertainty : A Study of Political Institutions and Private Investment in Developing Countries**, International Studies Quarterly, 45(02).
- 175) Yuwei. Chen, ndemo. b and all, 2021, **Relationship between national image and foreign direct investment among sub-saharan africa countries**, International journal of finance, 6(3).
- 176) Zeb. Aurangzeb, Thanasis, Stengos, 2014, **the role of foreign direct investment (FDI) in a dualistic growth framwork: a smooth coeфициent semi-parametric approach**, Borsa Istambul Review, 14-3.

ثالثا: المواقع الإلكترونية:

- 177) هيفاء علي، البيئة الخارجية العامة للشركة تحليل PESTEL، أكاديمية حسوب، academy.hsoub.com، 6 جويلية 2022، تاريخ الاطلاع: 18 جويلية 2022.
- 178) موقع الكتروني، ماهي البنية الأساسية لتكنولوجيا المعلومات؟ www.ibm.com، تاريخ الاطلاع: 2022/09/12.
- 179) المركز العالمي للتدريب والتطوير (ICTD)، إجراءات وأساليب إدارة العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات، 19 جويلية 2022، تاريخ الاطلاع: 29 جويلية 2022، www.ictd.ae.

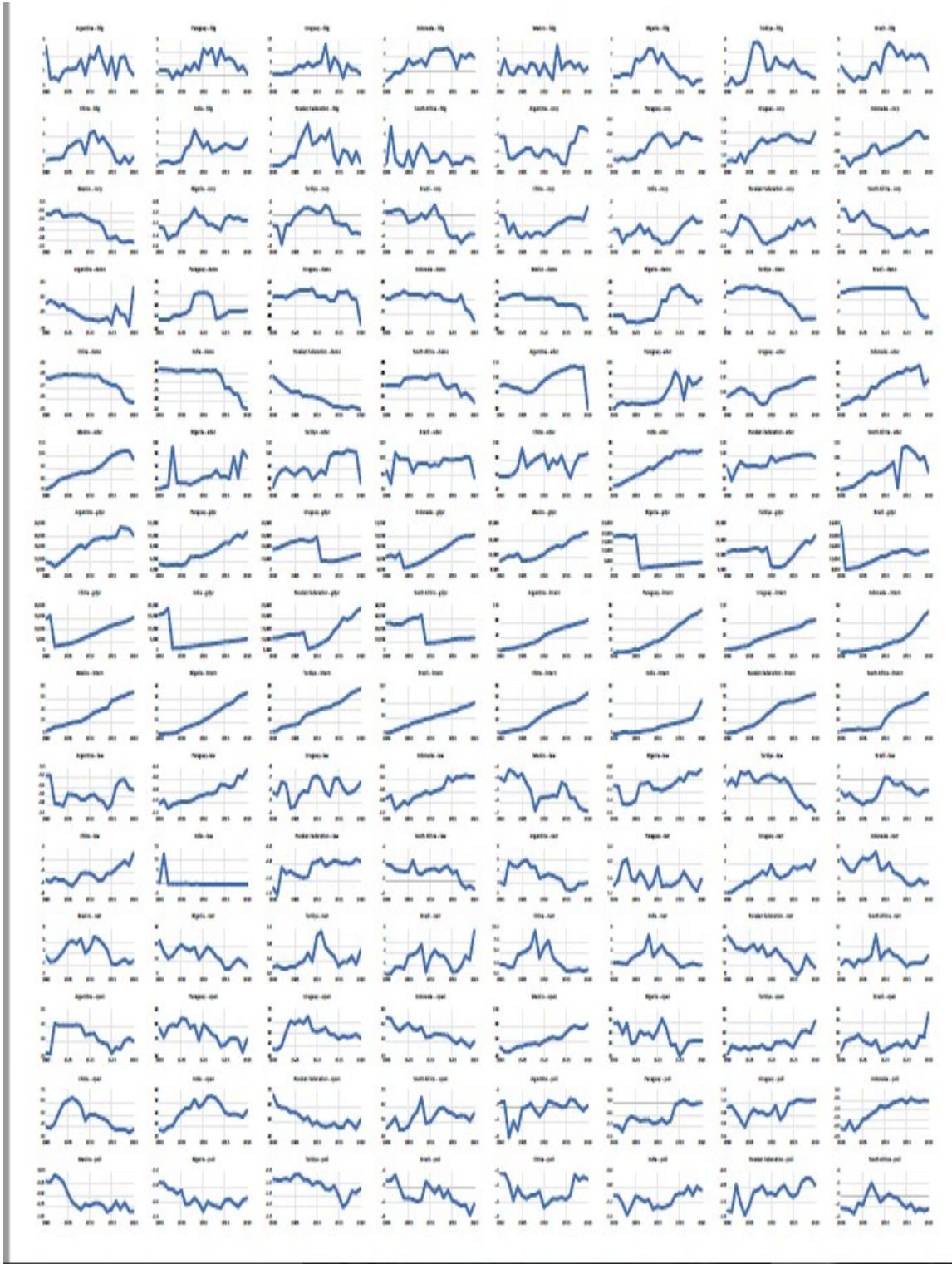
الملاحق

الملحق رقم (01): انتشار البواقي للنموذج المقدر.

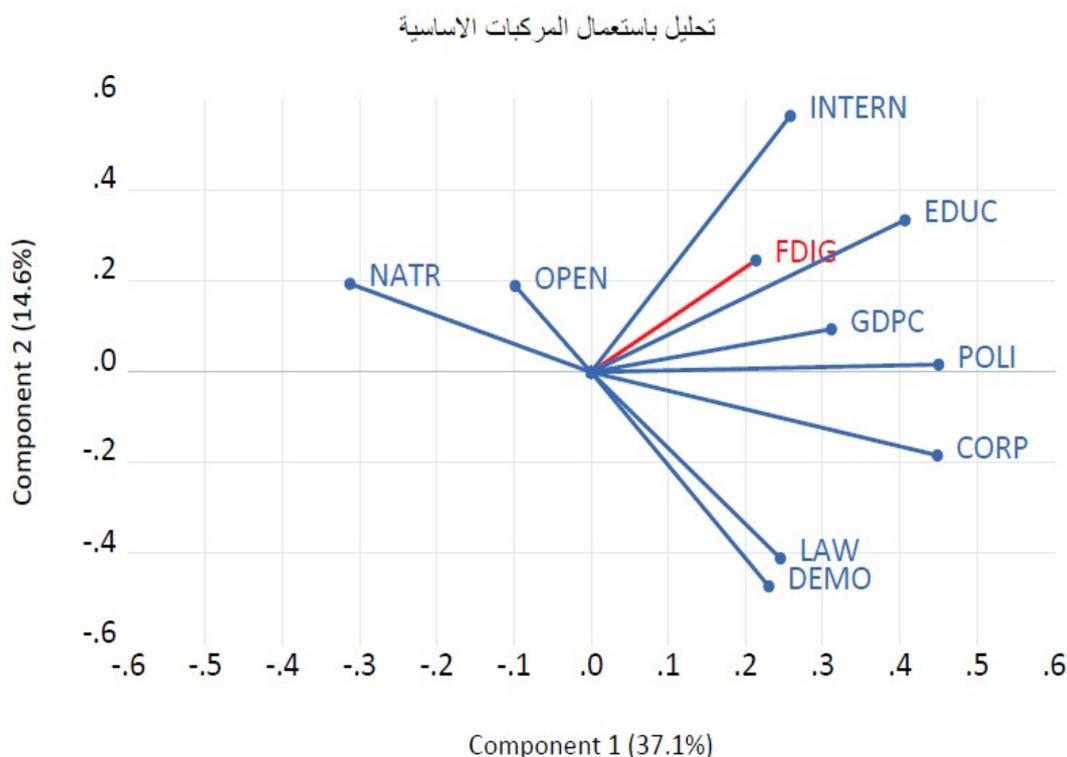


Series: Standardized Residuals	
Sample 2000 2020	
Observations 252	
Mean	5.26e-17
Median	-0.098994
Maximum	2.851422
Minimum	-2.200739
Std. Dev.	0.983674
Skewness	0.300603
Kurtosis	2.897862
Jarque-Bera	3.904754
Probability	0.141936

الملحق رقم (02): تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر لدول التكتلات الاقتصادية



الملحق رقم (03): التحليل باستعمال المركبات.



الملحق رقم (04): وصف متغيرات الدراسة.

	FDINET	EDUC	DEMO	CORP	GDPC	INFLA	INTERT
Date: 01/24/23 Time: 10:04							
Sample: 2000 2020							
Mean	2.89E+10	83.28822	0.664239	-0.350777	12262.02	9.618786	31.57147
Median	9.40E+09	86.15137	0.726266	-0.384759	11592.56	7.406096	25.10543
Maximum	2.91E+11	123.0038	0.931088	1.422945	32803.36	52.97976	86.10000
Minimum	-4.55E+09	24.60941	0.057240	-1.431231	2093.266	-1.095768	0.064081
Std. Dev.	5.21E+10	19.79077	0.231733	0.633468	6543.576	8.759689	25.00465
Skewness	3.207100	-0.691600	-1.363591	0.933861	0.722396	2.425288	0.493797
Kurtosis	13.64491	3.105754	4.026712	3.892051	3.175845	10.17725	1.938070
Jarque-Bera	1621.789	20.20646	89.16241	44.98350	22.24265	787.9301	22.08190
Probability	0.000000	0.000041	0.000000	0.000000	0.000015	0.000000	0.000016
Sum	7.28E+12	20988.63	167.3882	-88.39585	3090030.	2423.934	7956.012
Sum Sq. Dev.	6.80E+23	98310.29	13.47875	100.7217	1.07E+10	19259.77	156933.3
Observations	252	252	252	252	252	252	252

(05) الملحق رقم

Panel Unit Root Test on FDIG

Panel unit root test: Summary				
Series: FDIG				
Date: 05/10/22 Time: 09:52				
Sample: 2000 2020				
Exogenous variables: Individual effects, individual linear trends				
User-specified lags: 1				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Balanced observations for each test				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
<u>Null: Unit root (assumes common unit root process)</u>				
Levin, Lin & Chu t*	-1.11954	0.1315	12	228
Breitung t-stat	-0.69500	0.2435	12	216
<u>Null: Unit root (assumes individual unit root process)</u>				
Im, Pesaran and Shin W-stat	0.03583	0.5143	12	228
ADF - Fisher Chi-square	28.1236	0.2549	12	228
PP - Fisher Chi-square	58.1425	0.0001	12	240
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

(06) الملحق رقم

Panel Unit Root Test on GDPC

Panel unit root test: Summary				
Series: GDPC				
Date: 10/06/22 Time: 09:20				
Sample: 2000 2020				
Exogenous variables: Individual effects, individual linear trends				
User-specified lags: 1				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Balanced observations for each test				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
<u>Null: Unit root (assumes common unit root process)</u>				
Levin, Lin & Chu t*	-32.9738	0.0000	12	228
Breitung t-stat	0.90750	0.8179	12	216
<u>Null: Unit root (assumes individual unit root process)</u>				
Im, Pesaran and Shin W-stat	-11.4556	0.0000	12	228
ADF - Fisher Chi-square	29.3787	0.2062	12	228
PP - Fisher Chi-square	60.6659	0.0001	12	240
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

(07) الملحق رقم

Panel Unit Root Test on LAW

Panel unit root test: Summary				
Series: LAW				
Date: 10/24/22 Time: 12:31				
Sample: 2000 2020				
Exogenous variables: Individual effects, individual linear trends				
User-specified lags: 1				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Balanced observations for each test				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
<u>Null: Unit root (assumes common unit root process)</u>				
Levin, Lin & Chu t*	-109.058	0.0000	12	228
Breitung t-stat	0.34043	0.6332	12	216
<u>Null: Unit root (assumes individual unit root process)</u>				
Im, Pesaran and Shin W-stat	-37.4804	0.0000	12	228
ADF - Fisher Chi-square	70.5163	0.0000	12	228
PP - Fisher Chi-square	37.0622	0.0431	12	240
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

(08) الملحق رقم

Panel Unit Root Test on NATR

Panel unit root test: Summary				
Series: NATR				
Date: 10/10/22 Time: 10:00				
Sample: 2000 2020				
Exogenous variables: Individual effects, individual linear trends				
User-specified lags: 1				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Balanced observations for each test				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
<u>Null: Unit root (assumes common unit root process)</u>				
Levin, Lin & Chu t*	-3.25204	0.0006	12	228
Breitung t-stat	-1.58370	0.0566	12	216
<u>Null: Unit root (assumes individual unit root process)</u>				
Im, Pesaran and Shin W-stat	-1.82434	0.0341	12	228
ADF - Fisher Chi-square	39.7754	0.0226	12	228
PP - Fisher Chi-square	37.4378	0.0396	12	240
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

(09) الملحق رقم

Panel Unit Root Test on OPEN

Panel unit root test: Summary				
Series: OPEN				
Date: 10/11/22 Time: 10:25				
Sample: 2000 2020				
Exogenous variables: Individual effects, individual linear trends				
User-specified lags: 1				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Balanced observations for each test				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
<u>Null: Unit root (assumes common unit root process)</u>				
Levin, Lin & Chu t*	-3.43181	0.0003	12	228
Breitung t-stat	0.68330	0.7528	12	216
<u>Null: Unit root (assumes individual unit root process)</u>				
Im, Pesaran and Shin W-stat	-2.03696	0.0208	12	228
ADF - Fisher Chi-square	49.2376	0.0018	12	228
PP - Fisher Chi-square	45.7841	0.0047	12	240
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

(10) الملحق رقم

Panel Unit Root Test on POLI

Panel unit root test: Summary				
Series: POLI				
Date: 10/11/22 Time: 11:02				
Sample: 2000 2020				
Exogenous variables: Individual effects, individual linear trends				
User-specified lags: 1				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Balanced observations for each test				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
<u>Null: Unit root (assumes common unit root process)</u>				
Levin, Lin & Chu t*	-2.90035	0.0019	12	228
Breitung t-stat	-1.90999	0.0281	12	216
<u>Null: Unit root (assumes individual unit root process)</u>				
Im, Pesaran and Shin W-stat	-1.41801	0.0781	12	228
ADF - Fisher Chi-square	36.4998	0.0491	12	228
PP - Fisher Chi-square	30.6195	0.1651	12	240
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

(11) الملحق رقم

Panel Unit Root Test on CORP

Panel unit root test: Summary				
Series: CORP				
Date: 10/06/22 Time: 09:56				
Sample: 2000 2020				
Exogenous variables: Individual effects, individual linear trends				
User-specified lags: 1				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Balanced observations for each test				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
<u>Null: Unit root (assumes common unit root process)</u>				
Levin, Lin & Chu t*	-1.26692	0.1026	12	228
Breitung t-stat	-0.02978	0.4881	12	216
<u>Null: Unit root (assumes individual unit root process)</u>				
Im, Pesaran and Shin W-stat	-0.22592	0.4106	12	228
ADF - Fisher Chi-square	24.4125	0.4382	12	228
PP - Fisher Chi-square	15.5714	0.9029	12	240
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

(12) الملحق رقم

Panel Unit Root Test on DEMO

Panel unit root test: Summary				
Series: DEMO				
Date: 10/05/22 Time: 09:55				
Sample: 2000 2020				
Exogenous variables: Individual effects, individual linear trends				
User-specified lags: 1				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Balanced observations for each test				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
<u>Null: Unit root (assumes common unit root process)</u>				
Levin, Lin & Chu t*	1.25281	0.8949	12	228
Breitung t-stat	4.72306	1.0000	12	216
<u>Null: Unit root (assumes individual unit root process)</u>				
Im, Pesaran and Shin W-stat	3.91699	1.0000	12	228
ADF - Fisher Chi-square	8.32366	0.9987	12	228
PP - Fisher Chi-square	7.80771	0.9993	12	240
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

(13) الملحق رقم

Panel Unit Root Test on INTERT

Panel unit root test: Summary				
Series: INTERT				
Date: 10/10/22 Time: 09:59				
Sample: 2000 2020				
Exogenous variables: Individual effects, individual linear trends				
User-specified lags: 1				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Balanced observations for each test				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
<u>Null: Unit root (assumes common unit root process)</u>				
Levin, Lin & Chu t*	0.27085	0.6067	12	228
Breitung t-stat	1.66616	0.9522	12	216
<u>Null: Unit root (assumes individual unit root process)</u>				
Im, Pesaran and Shin W-stat	1.58388	0.9434	12	228
ADF - Fisher Chi-square	22.4719	0.5511	12	228
PP - Fisher Chi-square	36.6937	0.0469	12	240
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

الملحق رقم (14): اختبار تقدير النماذج.

Dependent Variable: FDIG
 Method: Panel EGLS (Cross-section SUR)
 Date: 10/28/22 Time: 10:21
 Sample: 2000 2020
 Periods included: 21
 Cross-sections included: 12
 Total panel (balanced) observations: 252
 Linear estimation after one-step weighting matrix
 Cross-section weights (PCSE) standard errors & covariance (no d.f. correction)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	20.56151	1.053961	2.238807	0.0003
EDUC	-0.240125	0.158099	-3.050760	0.0025
DEMO	0.668952	0.350114	1.910669	0.0573
CORP	0.661362	0.180435	3.438143	0.0007
GDPC	-0.006640	0.068107	-0.537976	0.5911
INTERT	0.457687	0.038005	8.706781	0.0000
NATR	0.630614	0.075977	8.300081	0.0000
OPEN	0.381801	0.211643	1.803985	0.0725
POLI	0.551081	0.083300	6.825620	0.0000
LAW	-0.015212	0.072515	-0.201251	0.7971

الملحق رقم (15): اختبار التكامل لمتغيرات دول BRICS

Kao Residual Cointegration Test				
Series: INTERN LAW NATR OPEN POLI GDPC EDUC CORP DEMO FN				
Date: 03/03/23 Time: 09:36				
Sample: 2000 2020				
Included observations: 105				
Null Hypothesis: No cointegration				
Trend assumption: No deterministic trend				
User-specified lag length: 1				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
			t-Statistic	Prob.
ADF			-0.705354	0.2403
Residual variance			17.52230	
HAC variance			25.87349	
Augmented Dickey-Fuller Test Equation				
Dependent Variable: D(RESID)				
Method: Least Squares				
Date: 03/03/23 Time: 09:36				
Sample (adjusted): 2002 2020				
Included observations: 95 after adjustments				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
RESID(-1)	-0.245193	0.093093	-2.633849	0.0099
D(RESID(-1))	-0.197184	0.115898	-1.701356	0.0922
R-squared	0.135772	Mean dependent var		1.239498
Adjusted R-squared	0.126479	S.D. dependent var		10.61834
S.E. of regression	9.924148	Akaike info criterion		7.448647
Sum squared resid	9159.450	Schwarz criterion		7.502413
Log likelihood	-351.8107	Hannan-Quinn criter.		7.470372
Durbin-Watson stat	1.685605			

الملحق رقم (16): اختبار التكامل لمتغيرات دول MINT

Kao Residual Cointegration Test				
Series: INTERN LAW NATR OPEN POLI GDPC EDUC CORP				
Date: 03/03/23 Time: 09:32				
Sample: 2000 2020				
Included observations: 83				
Null Hypothesis: No cointegration				
Trend assumption: No deterministic trend				
User-specified lag length: 1				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
			t-Statistic	Prob.
ADF			-0.489202	0.3123
Residual variance			18.55793	
HAC variance			31.99066	
Augmented Dickey-Fuller Test Equation				
Dependent Variable: D(RESID)				
Method: Least Squares				
Date: 03/03/23 Time: 09:32				
Sample (adjusted): 2002 2020				
Included observations: 75 after adjustments				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
RESID(-1)	-0.230174	0.100388	-2.292835	0.0247
D(RESID(-1))	-0.245515	0.117584	-2.087993	0.0403
R-squared	0.151704	Mean dependent var		2.074733
Adjusted R-squared	0.140084	S.D. dependent var		13.17617
S.E. of regression	12.21848	Akaike info criterion		7.870081
Sum squared resid	10898.27	Schwarz criterion		7.931881
Log likelihood	-293.1280	Hannan-Quinn criter.		7.894757
Durbin-Watson stat	1.268979			

الملحق رقم (17): اختبار التكامل لمتغيرات دول MERCOSUR

Kao Residual Cointegration Test				
Series: INTERN LAW NATR OPEN POLI GDPC EDUC CORP				
Date: 03/03/23 Time: 09:32				
Sample: 2000 2020				
Included observations: 83				
Null Hypothesis: No cointegration				
Trend assumption: No deterministic trend				
User-specified lag length: 1				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
			t-Statistic	Prob.
ADF			-0.489202	0.3123
Residual variance			18.55793	
HAC variance			31.99066	
Augmented Dickey-Fuller Test Equation				
Dependent Variable: D(RESID)				
Method: Least Squares				
Date: 03/03/23 Time: 09:32				
Sample (adjusted): 2002 2020				
Included observations: 75 after adjustments				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
RESID(-1)	-0.230174	0.100388	-2.292835	0.0247
D(RESID(-1))	-0.245515	0.117584	-2.087993	0.0403
R-squared	0.151704	Mean dependent var		2.074733
Adjusted R-squared	0.140084	S.D. dependent var		13.17617
S.E. of regression	12.21848	Akaike info criterion		7.870081
Sum squared resid	10898.27	Schwarz criterion		7.931881
Log likelihood	-293.1280	Hannan-Quinn criter.		7.894757
Durbin-Watson stat	1.268979			

الملحق رقم (18): اختبار التكامل لمتغيرات كل الدول

Kao Residual Cointegration Test				
Series: INTERT NATR OPEN POLI GDPC EDUC DEMO CORP FNET L				
Date: 03/03/23 Time: 09:39				
Sample: 2000 2020				
Included observations: 252				
Null Hypothesis: No cointegration				
Trend assumption: No deterministic trend				
User-specified lag length: 1				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
			t-Statistic	Prob.
ADF			-0.253930	0.3998
Residual variance			16.81576	
HAC variance			29.79489	
Augmented Dickey-Fuller Test Equation				
Dependent Variable: D(RESID)				
Method: Least Squares				
Date: 03/03/23 Time: 09:39				
Sample (adjusted): 2002 2020				
Included observations: 228 after adjustments				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
RESID(-1)	-0.162229	0.050524	-3.210923	0.0015
D(RESID(-1))	-0.234862	0.070312	-3.340265	0.0010
R-squared	0.099092	Mean dependent var		1.901141
Adjusted R-squared	0.095105	S.D. dependent var		10.70420
S.E. of regression	10.18247	Akaike info criterion		7.487946
Sum squared resid	23432.29	Schwarz criterion		7.518028
Log likelihood	-851.6258	Hannan-Quinn criter.		7.500083
Durbin-Watson stat	1.777890			