



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف - ميلة -  
معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

المرجع : ..... / 2016

قسم : علوم التسيير

ميدان : علوم اقتصادية و التسيير و علوم تجارية

التخصص : إدارة مالية

مذكرة بعنوان:

أهمية الاستثمارات الأجنبية المباشرة في قطاع الخدمات في الدول المضيفة

دراسة حالة الدول العربية 2001 - 2014

مذكرة مكتملة لنيل شهادة ليسانس في علوم التسيير تخصص إدارة مالية

إشراف الأستاذ (ة):

ريغي هشام

إعداد الطلبة:

- سباعي سهام
- زعرور شهيرة
- كردود سمية

السنة الجامعية: 2015/2016

## دعاء

اللهم علمنا بما ينفعنا و انفعنا بما علمتنا و زدنا علما.

رب اشرح لي صدري و يسر لي أمري واحلل عقدة من لساني يفقه قولي.

يا رب لا تجعلني أصاب بالغرور إذا نجحت

و لا باليأس إذا فشلت بل ذكرني دائما أن الفشل هو التجارب التي تسبق النجاح.

يا رب إذا أعطيتني مالا فلا تأخذ سعادتني

و إذا أعطيتني قوة فلا تأخذ عقلي وإذا أعطيتني

نجاحا فلا تؤاخذ تواضعي لا تأخذ اعتزازي بكرامتي .

يارب إذا جردتني من المال اترك لي الأمل و إذا

جردتني من النجاح اترك لي العماد لأتغلب على الفشل، و إذا جردتني من نعمة الصحة اترك لي نعمة الإيمان.

اللهم يسر لنا طريقنا

و احلل عقدة من لساني يفقه قولنا.

يارب إذا أسأت إلى الناس أعطيني شجاعة العفو والغفران .

يارب إذا نسيتك فلا تنساني و أنر عقلي بذكرك .

اللهم اقبل العمل مع قلته و الجهد مع ضالته و السعي مع شوائبه و انفع به كل متصفحة، عز جاهك و جل ثناؤك ولا اله غيرك

يارب.

## شكر وتقدير

الحمد لله والشكر له أولاً ، الذي شرح لنا صدورنا ويسر أمرنا ، وأحل عقدة  
من لساننا يفقه قولنا ، ... ملك الملوك به استعنا وعليه توكلنا فهو خير معين...  
الذي أنعم علينا بنعمة العلم والعقل وأمدنا بالعزيمة والإرادة لإتمام هذا العمل المتواضع .

. نتقدم بالشكر والامتنان والعرفان العظيم لكافة المعلمين

والأساتذة من الطور الابتدائي إلى الطور الجامعي الذين تشرفنا بالدراسة عندهم.

. كما نتقدم بالشكر إلى أستاذنا وقدوتنا الذي نحترمه كثيرا

الأستاذ المشرف الأستاذ "ريغي هشام"

على كل التوجيهات والملاحظات والنصائح التي وجهها لنا

وعلى كل الاهتمام والتركيز اللذين خص بهما هذا العمل المتواضع حتى يكتمل

ويلبس حلته الأخيرة .

. فله كل الشكر والامتنان .

. إلى كل من ساهم بمدنا بالمساعدة والعون إلى كل من الأستاذ " داودي حمزة"

والأستاذ " ابو بكر بوسالم" ، والأستاذة " كراش" في سبيل انجاز هذا العمل المتواضع فلا نملك لهم جزاء

بل أحر الشكر والثناء .

إلى كل من فتح هذه الوريقات وتصفحها بعدنا .

## الإهداء

الحمد لله العلي القدير الذي وفقني وتوج مساري الدراسي بهذا النجاح فالحمد لله حمداً يوازي جلال شأنه وكمال صنيعه .

وصلى اللهم على محمد رسوله المصطفى وعلى آله أجمعين .

أهدي ثمرة جهدي

إلى من أشرفت عيناى على مياهم .... إلى من ربى وولد ، بدل وكد ، أعطى وما أخذ إلى الوالدين الكريمين اللذين هما أعلى من نفسي التي بين جوانحي وأحب إلي من روحي التي هي في جسدي .

. إلى رمز التفاني والحب .... إلى التي هي أحق الناس بصحبتى ..... إلى التي كانت موجّهتي ومرشدتي

..... إلى التي حملت كثيرا بهذا النجاح..... إلى التي لا تكفي في حقها الكلمات ..... إلى الصدر

الحنون وبهجة القلب أمي الغالية " سعدة " أطال الله في عمرها وحفظها .

. إلى من ساندني منذ الطفولة ..... إلى أعلى من في وجودي ..... إلى من كان وما زال عونا وفخرا لي

..... إلى أعز و أروع وأعظم شئ وهبني الله إياه ..... إلى الذي غمرني بحبه وحنانه وعطفه الى ابي

الحبيب "أحمد " حفظه الله وأطال في عمره .

إلى عمتي الغالية التي هي بمثابة أم ثانية "ذهبية" أطال الله في عمرها .

. إلى الذين تعلمت معهم كيف أعيش ..... إلى الذين ترعرعت معهم تحت سقف واحد ....

إلى من تقاسمت معهم الحلوة والمرّة إخوتي وأخواتي " رضوان ، توفيقه ، عبدالعالي ، زكرياء، امامة ،

فاروق "

إلى زوجة أخي حسناء وولديها أدم ومحمد أشرف .

إلى أخوالي و خالاتي : مسعود - بريزة - أحمد - محمد - نجاه- مولود -وردة

إلى كل من عرفتهم وجمعت بيننا الدنيا : رقاء الصبا ..... إلى التي استحققت أن أخصها بالإهداء صدقتي

الغالية أمنة.

إلى الغاليات التي شاركتني الحياة الجامعية سهام ، صورية ، أمل ، سمية .....

وإلى صديقاتي الغاليات الحبيبات التي شاركتني هذا العمل "سهام و" سمية"

. إلى الأستاذ المشرف : الأستاذ " ريغي هشام " وإلى كل محب للعلم إلى كل دفعة 2015 2016.

شهادة

## إهداء

الصلاة والسلام على خاتم الانبياء والمرسلين

اهدي ثمرة جهدي إلى:

مرشدي في دري وإلى من كلله الله بالهبة و الوقار وأحمل إسمه بكل إفتخار إليك أبي الغالي توهامي  
إليك يا سر الوجود ويلسم جروحي يا من جاهدت وكافحت وضحت وتعبت في سبيل تعليمي إليك يا أحن أم في العالم يا منبع  
الرحمة والطيبة إليك يا أمي الغالية سامية  
إلى زوجي الذي يسكن أعماق قلبي وقرّة عيني كمال  
إلى إخواني الأعزاء و سندي في الحياة : بلال، أيمن، امير.  
إلى اللواتي كن بمثابة أخوة لي: سمية، رميساء، مريم.  
إلى صديقاتي وحببياتي: إيمان، إسمهان، إبتسام، مريم، سمية، فايزة .  
إلى كل من مد لنا يد العون والمساعدة .

كل أساتذتي وبالأخص الأستاذ المشرف ريفي هشام إلى كل من ساهم من بعيد أو من قريب بالكثير أو القليل في انجاز هذا  
العمل .

## إهداء :

ألهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك ولا تطيب  
الآخرة إلا بعفوك ، فاعف عنا واغفر لنا .

. أهدي ثمرة جهدي هذا إلى قرّة عيني وبهجة قلبي وإلى من جعلت الجنة تحت قدميها .....

وإلى التي حرمت نفسها وأعطتني كلمتي الشرف والحياة.... إلى تلك المرأة العظيمة .....

إلى حبيبتي أمي الحنونة " ربّعة" أطال الله في عمرها .

. إلى أعظم الرجال صبرا ..... إلى رمز الحب والعطاء ..... إلى الذي تعب كثيرا من أجل راحتي

..... إلى من جعل نفسه شمعة تحترق لتضيء لي درب النجاح ..... إلى الذي أفنى حياته من أجل

تعليمي وتوسم في درجات العلى والسمو ..... إلى ذلك الرجل العظيم .....

إلى أبي الحبيب " رايح " أطال الله في عمره .  
إلى من جمعهم معي ظلمة الرحم ، إلى من يعيش في ظل وجودهم أملي إلى إخوتي : هشام الذي  
كان بمثابة أب ثاني .....إلى من وقف معي في حياتي .  
وأيمن المقبل على شهادة التعليم المتوسط أتمنى له النجاح والتوفيق في مشواره الدراسي ..  
إلى أعت صديقة التي كانت بمثابة أخت لي " سورية"

إلى من رافقاني في مشواري الدراسي إلى صديقاتي في هذا البحث شهيرة وسمية.

إلى من تقاسمت معهن حلة الحياة ومرها ..... إلى من أعت بصداقتهن ، إلى صديقات  
العمر : سورية،أمال ، شهيرة، صفاء ، ميادة ، حميدة ،كنزة،وفاء .

وإلى كل من نسيه قلبي وذكرهم قلبي إلى كل من يحمل لقب سباعي وطورشي

إلى زميلاتي وزملائي في المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف . ميلة.

إلى جميع طلبة السنة الثالثة "إدارة مالية" دفعة 2016 . إلى كل من يعفني من قريب أو بعيد أهدي  
ثمرة جهدي .



## ملخص :

تناولت هذه الدراسة الاستثمارات الأجنبية المباشرة في قطاع الخدمات في الدول المضيفة. فالتنافس على إستقطاب الإستثمارات الأجنبية بالنظر إلى المزايا التي تنطوي عليها بالنسبة للدول المضيفة لم يعد يقتصر فقط على الحجم، بل أيضا على القطاعات المستهدفة والتي يُعتبر قطاع الخدمات من أهمها. وإستقطب قطاع الخدمات في الدول العربية من خلال قطاع الخدمات المالية نسبة هامة من مشاريع الإستثمارات العربية البينية.

**الكلمات المفتاحية:** الإستثمارات الأجنبية المباشرة، الإستثمارات العربية البينية، الخدمات.

## فهرس البحث

\*\* الفهرس

\*\* الملخص

\*\* دعاء

\*\* شكر وتقدير

\*\* الإهداء

\*\* قائمة الأشكال

\*\* قائمة الجداول

المقدمة.....أ-ب

الفصل الأول : الإستثمار الأجنبي المباشر

تمهيد.....2

المبحث الأول : ماهية الشركات المتعددة الجنسيات .....3

المطلب الأول :نشأة وتطور الشركات المتعددة الجنسيات .....3

المطلب الثاني : مفهوم وخصائص الشركات المتعددة الجنسيات .....6

المطلب الثالث :أشكال وأسباب ظهور الشركات المتعددة الجنسيات .....12

المبحث الثاني : ماهية الاستثمارات الأجنبية المباشرة .....14

المطلب الأول :نبذة تاريخية عن الاستثمار الأجنبي المباشر ومفهومه .....14

المطلب الثاني : أشكال الاستثمار الأجنبي المباشر ونظرياته .....18

المطلب الثالث: محددات ودوافع الاستثمار الأجنبي المباشر .....26

المطلب الرابع : مخاطر الاستثمار الأجنبي المباشر وأثاره .....32

**38..... خلاصة الفصل**

**الفصل الثاني : عموميات حول قطاع الخدمات**

**40..... تمهيد**

المبحث الأول : ماهية الخدمة .....41

المطلب الأول : مفهوم الخدمة و تطورها .....41

المطلب الثاني : تصنيف الخدمات وخصائصها .....44

المطلب الثالث : أهمية الخدمة وأهدافها .....52

المبحث الثاني : أساسيات حول قطاع الخدمات.....54

المطلب الأول : تمايز الخدمات و جودتها .....54

المطلب الثاني : انواع قطاع الخدمات و المهام التي تواجهه .....65

المطلب الثالث :المنظمات الدولية التي تهتم بقطاع الخدمات .....63

**65..... خلاصة الفصل**

الفصل الثالث : واقع الاستثمارات الأجنبية المباشرة في قطاع الخدمات في الدول العربية.

المبحث الأول :شركة متعددة الجنسيات وقطاع الخدمات .....68

المطلب الأول:العوامل التي تفسر تحول الاستثمار الأجنبي المباشر نحو الخدمات....68

المطلب الثاني :أسباب الشركات متعددة الجنسيات للاستثمار في قطاع الخدمات .....69

المطلب الثالث:الفوائد والتكاليف التي يعود بها الاستثمار الأجنبي المباشر في قطاع

الخدمات على البلدان المضيفة .....70

المبحث الثاني : الاستثمارات الأجنبية المباشرة وقطاع الخدمات في الدول العربية .72

المطلب الأول :أهمية الخدمات في اقتصاديات الدول العربية.....72

المطلب الثاني : مبررات تحرير تجارة الخدمات بين الدول العربية.....74

المطلب الثالث :الاستثمارات الأجنبية في قطاع الخدمات في الدول العربية .....76

86..... خلاصة الفصل

87..... الخاتمة

المراجع

:

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
23	دورة حياة السلعة و مراحل تطورها .	1-1
48	كيفية تصنيف الخدمات طبقا لطبيعة عرضها و تقديمها .	1-2
56	نموذج الخدمة.	2-2
58	الواجهة الأمامية للخدمة عن مستشفى .	3-2
60	الخدمات حسب براوينغ و سانتلمان	4-2
77	حصة التدفقات الواردة للمنطقة كنسبة من العالم و الدول النامية ) (2014-2000	1-3
78	أكبر 10 دول مستثمرة من دول OECD في المنطقة العربية حسب الأرصدة لآخر سنة متوفرة بالمليون دولار .	2-3

## قائمة الجداول

:

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
28	محددات الاستثمار الاجنبي المباشر في البلدان النامية .	1-1
51	الفروقات بين الخدمة و المنتج .	1-2
84	الاستثمارات البينية للدول العربية حسب التوزيع القطاعي لعام 2003.	1-3
85	الاستثمارات البينية للدول العربية حسب التوزيع القطاعي لعام 2014.	2-3

## مقدمة عامة:

إن سيطرة الشركات متعددة الجنسيات على حركة السلع والخدمات وانفتاح الأسواق وزيادة حجم التدفقات المالية جعل الاستثمار الأجنبي المباشر يشكل احد المتغيرات المؤثرة في تطور البلدان ونموها، كما أنه يمثل احد أهم تدفقات رؤوس الأموال التي شهدت تطوراً كبيراً نظراً للدور المهم والحيوي الذي يلعبه في الرفع من القدرات الإنتاجية للاقتصاديات الوطنية هذا من جهة و من جهة أخرى ظهور حاجة الدول المضيفة إلى الاستثمار الأجنبي المباشر للاستفادة من المزايا التي ينطوي عليها.

وبالرغم من أهمية حجم التدفقات من الإستثمارات الأجنبية المباشر في الإستفادة من تلك المزايا، إلا أن التوزيع القطاعي للإستثمارات الأجنبية المباشرة يلعب دوراً جدياً هاماً في هذا الصدد. ويلعب هنا قطاع الخدمات دوراً مهماً حيث شهد هذا القطاع تطوراً كبيراً في السنوات الأخيرة. وتعتبر الدول العربية من الدول المضيفة الساعية إلى إستقطاب الإستثمارات الأجنبية المباشرة، ومنها الإستثمارات العربية البينية، إلى قطاع الخدمات فيها.

وعلى هذا الأساس يمكن صياغة إشكالية الدراسة من خلال التساؤل الرئيسي التالي:

**"ما الأهمية التي يحتلها قطاع الخدمات في الدول العربية في إستقطاب الإستثمارات العربية البينية"**

و للإجابة على هذا التساؤل الرئيسي نطرح الأسئلة الفرعية التالية:

- 1- ما الأهمية التي يحتلها الإستثمار الأجنبي المباشر في الدول المضيفة؟
- 2- ما أهمية قطاع الخدمات بالنسبة للدول العربية؟
- 3- هل تولي الإستثمارات العربية البينية أهمية لقطاع الخدمات في الدول العربية؟

### أولاً: فروض الدراسة:

من أجل الإلمام بالموضوع ومحاولة الإجابة على الإشكالية الرئيسية وعلى التساؤلات الفرعية قمنا

بوضع الفرضيات التالية:

- 1- تولي مختلف الدول أهمية كبيرة للإستثمار الأجنبي المباشر.
- 2- يحتل قطاع الخدمات أهمية كبيرة في الدول العربية.
- 3- يستقطب قطاع الخدمات في الدول العربية إستثمارات عربية.

### ثانياً : أهداف الدراسة:

ترمي هذه الدراسة الى تحقيق جملة من الأهداف نذكر منها:

- محاولة التعرف على الاستثمار الأجنبي المباشر وإبراز مدى أهميته في الدول المضيفة.
- التطرق إلى أحد أهم قطاعات النشاط الإقتصادي وهو قطاع الخدمات التي عرف تطوراً كبيراً في

السنوات الأخيرة.

-التعرف على دور الإستثمارات العربية البينية ودوره في قطاع الخدمات.

- الوصول إلى نتائج يتم على أساسها إقتراح التوصيات المناسبة.  
ثالثا : أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة في العديد من النقاط نذكر منها:

- تقديم صورة واضحة حول الإستثمارات الأجنبية المباشرة.

- معرفة أهمية الخدمات.

- أهمية قطاع الخدمات لمشاريع الإستثمارات العربية البينية.

رابعا : أسباب ودوافع اختيار موضوع الدراسة:

هناك جملة من الأسباب التي جعلتنا نختار هذا الموضوع والبحث فيه بكل جدية دون غيره من

المواضيع نذكر منها مايلي :

1 . قلة الدراسات التي تناولت قطاع الخدمات، حيث سجل هذا القطاع نقصا ملحوظا فيما يتعلق

بالبحوث الأكاديمية أو الدراسات الميدانية.

3 . الاهتمام الذي حظي ومازال يحظى به الاستثمار الأجنبي المباشر من طرف الكثير من

الاقتصاديين في مختلف دول العالم خاصة في الدول المضيفة النامية.

4 . الأهمية المتزايدة لقطاع الخدمات .

خامسا: منهج الدراسة:

من أجل الوصول إلى الأهداف المسطرة والمعالجة العلمية للإشكالية المطروحة إعتمدت الدراسة

على المنهج الوصفي التحليلي. وتم الإعتماد في هذه الدراسة على عدة أدوات من بينها الكتب ورسائل

الماجستير وأطروحات الدكتوراه فضلا على مختلف المراجع ذات الصلة بالموضوع بالإضافة إلى مختلف

البيانات والإحصائيات الرقمية.

سادسا: أقسام الدراسة:

تمت معالجة الدراسة في ثلاث فصول أساسية:

الفصل الأول: الاستثمار الأجنبي المباشر .

الفصل الثاني: عموميات حول قطاع الخدمات .

الفصل الثالث: واقع الاستثمارات الأجنبية المباشرة في قطاع الخدمات في الدول العربية .

## الفصل الأول : الاستثمار الأجنبي المباشر

➤ مباحث الفصل

➤ تمهيد

➤ المبحث الأول : ماهية الشركات متعددة الجنسيات.

➤ المبحث الثاني : ماهية الاستثمارات الأجنبية المباشرة .

➤ خلاصة الفصل

الفصل الأول :

الاستثمار الأجنبي المباشر

- مباحث الفصل
- تمهيد
- المبحث الأول : ماهية الشركات متعددة الجنسيات.
- المبحث الثاني : ماهية الاستثمارات الأجنبية المباشرة .
- خلاصة الفصل

**تمهيد:**

يعتبر الاستثمار الأجنبي المباشر ظاهرة اقتصادية قديمة تجلت بوضوح نسبي مع مطلع القرن العشرين، لتبرز بقوة بعد الحرب العالمية الثانية، مما جعلها محل اهتمام العديد من الاقتصاديين والمفكرين والمدارس الاقتصادية وكذلك دول العالم المتقدمة منها والنامية. ويعود الاهتمام بالاستثمارات الأجنبية المباشرة كأحد أهم تدفقات رؤوس الأموال إلى الخصائص التي تميزها عن باقي أشكال رؤوس الأموال الأخرى.

وسنحاول من خلال هذا الفصل التعرف على أكثر على موضوع الاستثمارات الأجنبية المباشرة، وقبل ذلك سنتطرق إلى الشركات المتعددة الجنسيات باعتبارها أهم فاعل في تدفقات الاستثمارات الأجنبية عبر العالم وذلك من خلال المبحثين التاليين:

**المبحث الأول :** ماهية الشركات المتعددة الجنسيات .

**المبحث الثاني :** ماهية الاستثمارات الأجنبية المباشرة.

## المبحث الأول : ماهية الشركات متعددة الجنسيات:

سنتطرق في هذا المبحث إلى ثلاث مطالب حيث تناولنا في المطلب الأول نشأة وتطور الشركات متعددة الجنسيات وفي المطلب الثاني خصائص الشركات متعددة الجنسيات أما في المطلب الثالث فتناولنا أشكال وأسباب شركات متعددة الجنسيات .

المطلب الأول : نشأة و تطور الشركات متعددة الجنسياتأولاً: من وجهة نظر تاريخية:

. لقد ظهرت الشركات متعددة الجنسيات منذ زمن بعيد فقد ظهرت منذ القرن السابع عشر ويمكن تلخيص مراحل تطور هذه الشركات فيما يلي:

المرحلة الأولى . الفترة البنكية:

تمتد هذه الفترة منذ العصور الوسطى حتى منتصف القرن الثامن عشر ، مروراً بعصر النهضة وعصر الرواد مثل ( المدش ) في البداية و ( روتشيلد ) في النهاية. ولقد تطور بشكل متوازي مع التجارة، هيكل مؤسسات التمويل الدولي الأولى والمتمركزة في إيطاليا ، فلقد تم تكوين ثلاثة من المجموعات المالية الإيطالية القوية وهي the redici, the Grimaldi, the perizzi والتي كانت تمتلك وكالات في روما ، ليون، براغ، باريس، لندن ، ومراكز أخرى في أوروبا ، ولقد كان هيكل هذه المجموعات المالية، أو الraggioi كما كانت تسمى ،مكون من اتحاد شركاء منفصلين يسيطر عليهم مجموعة من الشركاء الأعلى منزلة، ولهذا فهي تشبه الشركات القابضة الحديثة ولقد كان معظم عملائها من الملوك والأمراء ، الذين يحتاجون إلى الأسلحة والمعدات العسكرية فقد تأسست العديد من البنوك في العديد من أجزاء العالم المعروف الآن . ومن هنا بدأ قرار الاستثمار الأجنبي يأخذ مكانه ويصبح جزءاً مهماً في الأعمال ، فقد نظروا إلى هذه المجموعات المالية على أنها أول ظهور للأعمال الدولية الأم،فإنها ستظل أول من سبق في إيجاد فكرة عدم الولاء لأية دولة.

المرحلة الثانية. المرحلة الاستعمارية:

تبدأ هذه المرحلة بظهور ما يسمى ب << المشروع الاستعماري >> وهي مشروعات حظيت بالتأييد من الحكومة التي تتبعها ، وكانت تحصل على حقوق وامتيازات لا يحصل عليها غيرها وكانت هذه المشروعات لا تقتصر على المتاجرة فقط مع المستعمرات التابعة للدولة المستعمرة . فقد قامت هذه الشركات التجارية باستغلال المستعمرات لإمداد الدولة الأم بالمواد الخام ،ولذلك اعتبرت المستعمرات ملحقاً اقتصادياً للدولة الأم ، ولقد كانت معظم الشركات الدولية في هذا الوقت بدون استثناء خاضعة

لنفوذ الحكومة الوطنية في وطنها الأم ، وخاضعة لتحقيق أغراضها أكثر من استجابتها لتحقيق دافعها الخاص .ويتضح مما سبق أن موقع الاستثمار الأجنبي المباشر يتحدد بمدى حاجة الدولة الأم لسلعة ما موجودة لدى دولة أخرى ومدى توافر القوة العسكرية الكافية لاحتلال الدولة التي توجد بها السلعة المطلوبة، أما بقية العوامل الاقتصادية الأخرى مثل تكلفة الحصول على هذه السلعة فقد كانت بعيدة عن القياس، ولقد ظل رأس المال الاستعماري في شكل أقرب للسيولة غالبا . أو سائلا . أي أنه مستثمر في أصول أو عمليات تعد استثماراتها سائلة أو شبه سائلة. مثل البنوك والعمليات التجارية الأخرى. وقد اقتضى كل هذا وجود تسهيلات ثابتة في المستعمرات التابعة للدولة الأم، حيث يعتبر البعض أن هذه الشركة ( شركة متعددة الجنسية) هي أول شركة حديثة، أي أنها موجودة في أكثر من دولة ولها استثمارا مباشرا وتنظيم قوي يضم مختلف فروعها .

### المرحلة الثالثة . فترة ما بين الحربين العالميتين :

استغلت بعض الشركات ظروف الحرب وقامت بتوسيع مصالحها الدولية، وبالذات تلك الشركات التي تعمل في الصناعات ذات التكنولوجيا الحديثة، وإنتاج السلع التي عليها طلب استهلاكي كبير ، ومن بين هذه الشركات ، شركة جنرال موتورز ، شركة فورد ، شركة هوفر ، رامنجتون راند ، بروكتر آن جامبل بحيث نجد أن ظروف الحرب العالمية الأولى أدت إلى هبوط تدفق رأس المال بين الدول .وخلال الثمانينات تقلص حجم نشاط الشركات الأمريكية ويرجع ذلك إلى أزمة الكساد الكبير إلى جانب ظهور بوادر الحرب العالمية الثانية.

### المرحلة الرابعة. عصر الإنتاج الدولي :

في هذه المرحلة التي تلت الحرب العالمية الثانية ، وحتى الآن ، سجلت الشركات م ج أكبر انتشار لها منذ نشأتها ،ويرجع ذلك إلى العديد من الأسباب منها تأسيس النظام الاقتصادي الدولي المعاصر والذي وضع قواعده مؤتمر برينتون وردز عام 1946 وتم إنشاء المنظمات الدولية وفي ظل هذه الظروف كان المناخ الاستثماري المباشر الخارجي للشركات العالمية في النموذجية ، وكانت فرصة بالنسبة لهذه الشركات استثماراتها في التوسع و الانتشار الخارجي حتى أصبحت اليوم من أهم القوى المسيطرة على الاقتصاد العالمي ( إنتاجا ، وتجارة ، وتمويلا )<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - عيد العزيز النجار :الادارة المالية في تمويل الشركات متعددة الجنسيات ،الناشر المكتب العربي الحديث ،الاسكندرية ،ص ص 62 69

**ثانيا : من وجهة نظر الأنشطة متعددة الجنسية:**

نظرا للعلاقة الوطيدة بين الشركة متعددة الجنسية و الاستثمار الأجنبي المباشر فإنه يمكن تتبع تطور الشركة من زاوية تحولها إلى العمل في الخارج وأداء النشاط في أكثر من دولة أو ما يسمى بالأنشطة متعددة الجنسية ويمكن تلخيص هذه المراحل في :

⊕ **المرحلة الأولى :** تبدأ الشركة بتصدير منتجاتها إلى الخارج من خلال وسطاء تسويق في الدولة الأم ، ومن الجائز أن يكون هؤلاء الوسطاء تجار تصدير ،وكلاء دوليين تجار جملة ويكون مركزهم الرئيسي في الدولة الأم.

⊕ **المرحلة الثانية:** بعد زيادة المبيعات في الخارج تبدأ الشركة في البيع المباشر للمستورد أو لمشتري في السوق الخارجي، عندئذ تقوم الشركة بإنشاء إدارة الصادرات في الدولة الأم.

⊕ **المرحلة الثالثة:** تقوم الشركة بإنشاء فرع للبيع في الخارج ليتولى أعمال البيع والترويج في سوق خارجي محدود .ويكون مدير فرع البيع مسؤولا بشكل مباشر أمام المركز الرئيسي وتكون المبيعات أساسا للوسطاء في السوق الأجنبي.

⊕ **المرحلة الرابعة:** إنشاء شركة تابعة للبيع الخارجي، والتي تشبه في عملياتها فرع البيع الخارجي السابق ولكن الفرق بين الاثنين هو أن الشركة التابعة مندمجة ومقيمة في الدول الأجنبية.

⊕ **المرحلة الخامسة:**تقرر الشركة أن تقوم بإنتاج المنتج في السوق الخارجي من خلال عقد تصنيع أو عمليات تجميع أو كلاهما .

⊕ **المرحلة السادسة:**تقيم الشركة تسهيلات إنتاجية في السوق الخارجي وبالتالي يصير لديها شركة تابعة في الخارج تنتج وتبيع منتجاتها.

⊕ **المرحلة السابعة:**عندما تصبح العمليات الخارجية ذات أهمية بالغة بالنسبة للشركة ومتعددة في أكثر من دولة فإن الشركة تضع إستراتيجية واحدة هدفها تعظيم ربح الشركة الأم<sup>1</sup>.

**المطلب الثاني : مفهوم وخصائص الشركات متعددة الجنسيات:****الفرع الأول : مفهوم الشركات متعددة الجنسيات:**

لا يوجد تعريف موحد للشركات المتعددة الجنسيات ، بل هناك اختلاف في تسميتها فبعضهم يدعوها : الشركات متعددة الجنسيات وبعضهم الشركات عابرة الأقطار والآخرين بالشركات متعددة القوميات وغيرها ويعود ذلك لاختلاف وجهات النظر حولها .

**التعريف 01:** يعرف " بول روبنسون " - الإختصاص في ميدان الإدارة . الشركات متعددة الجنسيات كمؤسسة تكون فعاليتها الإقتصادية في الخارج معادلة سواء من حيث الهيكل أم من حيث العمليات لنشاطها في بلد المنشأ ، وتسعى قيادة المؤسسة في هذه الحالة لتوزيع موارد المؤسسة بغض النظر عن الحدود الوطنية ، وذلك من أجل تأمين تنفيذ الأهداف التي تنتشدها المؤسسة فقط، غير أن اتخاذ القرارات يتم لصالح بلد واحد، لأن إدارة المقر الرئيسي للمؤسسة وملكية أصولها تظلان محتفظين بصفتهما القومية.<sup>1</sup>

**التعريف 02:** يعرف الأستاذ "ريمون فرنون" الشركات متعددة الجنسيات بأنها : >> شركة أم تسيطر على تجمع كبير من المؤسسات في قوميات عديدة وهي المؤسسة التي تجعل كل تجمع يبدوا كما لو أن له مدخلا لمصب مشترك من الموارد المالية والبشرية ويبدوا حساسا لعناصر إستراتيجية مشتركة ، كذلك فللحجم أيضا أهميته فتجمع من هذا النوع من أقل 100 مليون دولار من المبيعات قليلا ما يستحق الانتباه ، وفوق ذلك فطبيعة نشاطاتها كمجموعة خارج بلادها الأم ذات أهميته ، فالمصدرين فقط حتى ذوي مراكز البيع حسنة التجهيز في الخارج ضئيلوا الأهمية، وأخيرا فالشركات المذكورة يجب أن يكون لها قدر معين من الانتشار الجغرافي ، فالشركات صاحبة الشركات التابعة في بلد واحد أو بلدين فقط خارج موطنها الأم لا توجد غالبا في قائمة المشروعات المتعددة الجنسيات<sup>2</sup>.

**التعريف 03:** عرفها "دافيد ليلينثال" بأنها : >> الشركات التي مركزها الرئيسي في دولة ما وتعيش في ظل قانون دولة أخرى<sup>3</sup>.

1 - ولد محمد عيسى محمد محمود :الشركات المتعددة الجنسيات و اقتصاديات البلدان العربية في ظل العولمة الاقتصادية ، ( رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير ) ، كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير ، قسم العلوم الإقتصادية ، جامعة الجزائر ، 2004-2005 ، 46.

2 - المرجع نفسه، ص 47.

3 - الشركات متعددة الجنسيات / الموسوعة العربية / ar / www.arab-ency.com

**التعريف 04:** الشركة متعددة الجنسيات هي كيان اقتصادي له مركزا رئيسيا (أو أكثر) ، يملك ويسيطر على تسهيلات في الخارج في دولتين على الأقل غير الدولة الأم ، ويعمل في مجال من المجالات الاقتصادية، أو أكثر ، يربط بينها إستراتيجية واحدة يتولى بوضعها ومتابعة تنفيذها الإدارة في المركز الرئيسي ( أو المراكز الرئيسية والتي يشترك فيها أفراد من جنسيات مختلفة، وذلك من خلال هيكل تنظيمي محكم ، وتتنظر إلى العالم بأسره على أنه سوقا واحدا لا يوجد فيه حدودا دولية سواء عند الحصول على الموارد أو عند تخصيصها ، لتحقيق هدف الكيان كله في تعظيم الربح على المستوى الدولي.<sup>1</sup>

**التعريف 05:** تعرف الشركات متعددة الجنسيات بأنها : >> مشروع وطني يملك ويراقب العديد من الفروع الموزعة في العديد من الدول ، هذه الشركات التي تعد وراء العديد من المشروعات الكبرى تقوم بالنشاط في المجال الصناعي . وهذه الملاحظة تبعث على القول بأن ظاهرة تعدد الجنسيات يرتبط بالطبيعة الاحتكارية لاقتصاد الدولة التي تتبعها <<<sup>2</sup>.

**التعريف 06:** يرى" الدكتور حسام عيسى " أن الشركات متعددة القوميات : تعبير غير دقيق ، بل أكثر من هذا فهو تعبير خاطئ ، ومضلل من الوجهة القانونية، فالتعبير يثير في الذهن لأول وهلة الاعتقاد بأننا بصدد شركة واحدة في حين أننا في الواقع أمام عدة شركات مستقلة قانونيا وتعمل كل منها في دولة مختلفة بما يترتب على ذلك اختلاف جنسية كل منها عن الأخرى ،كل ما هناك أن هذه الشركات المتعددة الجنسيات يرتبط بعضها ببعض بروابط قانونية و اقتصادية تجعل منها مجموعة واحدة groupe ، وهذه المجموعة هي التي نطلق عليها اسم الشركة متعددة القوميات.<sup>3</sup>

**التعريف 07:** الشركة متعددة الجنسية هي: >> شركة تمارس نشاطها في عدة دول من خلال فروعها أو الشركات التابعة لها وتقوم بإدارتها ومراقبة نشاطاتها بفعالية وتسمى أحيانا بالشركات الدولية أو الشركات العابرة الجنسية <<<sup>4</sup>.

من خلال التعاريف السابقة بإمكاننا صياغة تعريف شامل للشركات متعددة الجنسيات وهو أن الشركات متعددة القوميات ( الجنسيات) مجموعة من الشركات الوليدة أو التابعة التي تزاو كل منها

1 - عبد العزيز النجار : مرجع سبق ذكره ، ص57.

2 - محمد مدحت غسان : الشركات متعددة الجنسيات و سيادة الدولة ، دار الراية للنشر و التوزيع ، عمان - الاردن ، ط1 2013 12.

3 - حسام عيسى : الشركات المتعددة القوميات ، المؤسسة العربية للدراسات و النشر ، بيروت ، ص 46

4 - علي عبد الفتاح أبو شرار : الإقتصاد الدولي ، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة ، عمان - الاردن ، 2010 242.

نشاطا إنتاجيا في دولة مختلفة ، وتتمتع كل منها بجنسية مختلفة، والتي تخضع لسيطرة شركة واحدة هي الشركة الأم التي تقوم بإدارة هذه الشركات الوليدة كلها في إطار إستراتيجية عالمية موحدة.

### الفرع الثاني : خصائص الشركات المتعددة الجنسيات:

يتسم النظام الإقتصادي العالمي الجديد بتعميق عالمية الاقتصاد globalization وتزداد فيه دور المؤسسات الإقتصادية الدولية ، وتبرز فيه عدد من الملامح الهيكلية ، وتتمتع الشركات متعددة الجنسيات والتي تعد من أهم ملامح ظاهرة العولمة أو النظام الإقتصادي المعاصر بالعديد من الصفات والسمات التي تميزها وتحدد دورها وتأثيرها على النظام الإقتصادي العالمي ، ومن أهم هذه الصفات:

**1- ضخامة الحجم :** تتميز هذه الشركات بضخامة حجمها وتمثل كيانات اقتصادية عملاقة، ومن المؤشرات التي تدل على هذا ، حجم رأس المال وحجم استثماراتها وتنوع إنتاجها وأرقام المبيعات والإيرادات التي تحققها ، والشبكات التسويقية التي تملكها ، وحجم إنفاقها على البحث والتطوير ، فضلا عن هياكلها التنظيمية وكفاءة إدارتها .

ولكن، أهم مقياس متبع للتعبير عن سمة الضخامة لهذه الكيانات الإقتصادية العملاقة، يتركز في المقياس الخاص برقم المبيعات **sales figure** أو ما يطلق عليه رقم الأعمال ، كذلك يستخدم حجم الإيرادات لنفس الهدف ، ووفقا لهذا المقياس احتلت شركة **ميتسو بيشي** ، بإجمالي إيراداتها الذي بلغ 4,184 مليار دولار ، المرتبة الأولى بين أكبر خمسمائة شركة متعددة الجنسيات في عام 1995م ، والتي يصل إجمالي إيراداتها إلى نحو 44% من الناتج المحلي الإجمالي العالمي ، كذلك تستحوذ هذه الشركات الخمسمائة على نحو 80% من حجم المبيعات على المستوى العالمي ، إن نشاط الشركات متعددة الجنسيات حقق معدلات نمو مرتفعة تجاوزت 10% سنويا أي نحو ضعف معدل النمو في الاقتصاد العالمي ومعدل نمو التجارة العالمية.

**2. إزدیاد درجة تنوع الأنشطة :** تشير الكثير من الدراسات والبحوث إلى أن الشركات المتعددة الجنسيات تتميز بالتنوع الكبير في أنشطتها ، فسياساتها الإنتاجية تقوم على وجود منتجات متنوعة متعددة، ويرجع هذا التنوع إلى رغبة الإدارة العليا في تقليل احتمالات الخسارة، من حيث أنها إذا خسرت في نشاط يمكن أن تريح في أنشطة أخرى ، وقد قامت هذه الشركات بإحلال وفورات مجال النشاط *économies of scope* محل وفورات الحجم *économies of scale* والتي أنتجتها الشركات الكبرى بعد الحرب العالمية الثانية، ونتيجة لذلك تنشعب الأنشطة التي تقوم بها الشركات المتعددة الجنسيات قطاعيا وجغرافيا ، وهذا بالتالي يؤدي إلى تحقيق التكامل الأفقي والرأسي .

3. الانتشار الجغرافي للأسواق : من الميز التي تتميز بها الشركات المتعدية الجنسيات هي كبر مساحة السوق التي تغطيها وامتدادها الجغرافي ، خارج الدولة الأم، بما لها من إمكانيات هائلة في التسويق ، وفروع وشركات تابعة في أنحاء العالم ، لقد ساعدها على هذا الانتشار التقدم التكنولوجي الهائل ، ولا سيما في مجال المعلومات و الاتصالات.

وتكفي الإشارة إلى أن شركة ABB السويسرية، تسيطر حاليا على أكثر من 1300 شركة تابعة منتشرة في معظم أنحاء العالم، مع العلم أن السوق السويسرية لا تستوعب إلا نسبة بسيطة للغاية من إجمالي مبيعات الشركة.

وقد ساعدت على ذلك كله إبداعات الثورة العلمية والتكنولوجية في مجالي المعلومات والاتصالات، حيث أصبح ما يسمى الإنتاج عن بعد teleportation حيث توجد الإدارة العليا وأقسام البحث والتطوير وإدارة التسويق في بلد معين، وتصدر أوامر بالإنتاج في بلاد أخرى.

4. القدرة على تحويل الإنتاج و الاستثمار على مستوى العالم : أن هذه الخاصية ناتجة عن كون هذه الشركات تتميز بنشاطها الاستثماري الواسع في العالم ، وكذلك كونها كيانات عملاقة متنوعة الأنشطة تسودها عمليات التكامل الأفقي والرأسي .

على الرغم من ضخامة الاستثمارات الدولية التي تقوم بها الشركات المتعدية الجنسيات ، فإن أكثر من ثلثي استثماراتها تتركز في الولايات المتحدة الأمريكية ودول الإتحاد الأوروبي (انكلترا وألمانيا وفرنسا) وسويسرا واليابان، ويعود هذا التركيز إلى العوامل التالية :

. المناخ الجاذب لهذه النوعية من الاستثمارات .

. ارتفاع العائد على الاستثمارات .

. تزايد القدرات التنافسية للدول المضيفة والتي تتحقق عادة من خلال انخفاض تكلفة العمل وتوافره وارتفاع مستواه التعليمي ومهاراته وإنتاجاته.

. توافر البنية الأساسية وتسهيلات النقل وتقدم شبكات الاتصالات.

. الطاقة الاستيعابية للاقتصاد القومي .

5. إقامة التحالفات الإستراتيجية: وهي تعتبر من السمات الهامة للشركات متعددة الجنسيات والتي تسعى دوما على إقامة تحالفات إستراتيجية فيما بينها ومن أجل تحقيق مصالحها الإقتصادية المشتركة وتعزيز

قدراتها التنافسية والتسويقية ، أن هذه التحالفات هي نتاج المنافسة المحتدمة والتي صارت سمة أساسية للأسواق المفتوحة وثورة الاتصالات والمعلومات.

إن التحالفات الإستراتيجية بين الشركات المتشابهة تتم في الصناعات المتماثلة بدرجة أكبر ، وفي بعض الأحيان يأخذ هذا التحالف شكل الاندماج ، وهذا يظهر بوضوح في مجال البحث والتطوير بما يحتاجه إلى تمويل ضخم ، ومن الأمثلة على هذا التعاون ، التمرکز الأوروبي لبحوث الحاسوب والمعلومات و الاتصالات التي تشترك فيه ثلاثة شركات أوروبية كبرى تنتج الحاسبات الآلية، وهي بول الفرنسية Bull و TCL البريطانية وسيمنز الألمانية، وقد يتحول التحالف الإستراتيجي أيضا إلى شركات تابعة مشتركة، للشركات متعددة الجنسيات ، وكل هذا يمثل صيغ للتعاون لتحقيق الأهداف الإستراتيجية لكل شركة متعددة الجنسية تدخل في التحالف الإستراتيجي الذي يتم الاتفاق عليه .

**6. المزايا الاحتكارية:** تتمتع الشركات متعددة الجنسيات بمجموعة من المزايا الاحتكارية، وترجع هذه السمة إلى أن هيكل السوق الذي تعمل فيه هذه الشركات ، يأخذ شكل سوق احتكار القلة في الأغلب الأعم، ومن أهم عوامل نشأته ما تتمتع به مجموعة الشركات المكونة له من احتكار التكنولوجيا الحديثة والمهارات الفنية والإدارية ذات الكفاءات العالية والمتخصصة، وهذا الوضع يتيح للشركات متعددة الجنسيات الفرصة لزيادة قدراتها التنافسية ومن ثم تعظيم أرباحها وإيراداتها .

وتحدد المزايا الاحتكارية في أربعة مجالات هي التمويل ، والإدارة ، والتكنولوجيا ، والتسويق ، وتتبع المزايا التمويلية من توافر موارد عالية كبيرة لدى الشركة المتعدية الجنسية، وتمكنها من الاقتراض بأفضل الشروط من الأسواق المالية العالمية نظرا لوجود عنصر الثقة في سلامة وقوة مركزها المالي ، وتتمثل المزايا الإدارية في وجود الهيكل التنظيمي الذي يكون على أعلى مستوى من الكفاءة ، ويسمح بتدفق المعلومات وسرعة الاتصالات ، ويؤدي بالتالي إلى اتخاذ القرار السليم في الوقت المناسب ، أن توافر المزايا الإدارية يتيح لهذه الشركات التميز والتفوق ، لذلك تحرص على وجود وحدات متخصصة وقادرة في مجالات التدريب و الإستثمارات والبحوث الإدارية.

وتحصل الشركات على المزايا التقنية، من خلال التطوير التكنولوجي المستمر ، للاستجابة لمتطلبات السوق ، والحد من دخول منافسين جدد وتقرير وضعها الاحتكاري ، ولذلك تحرص هذه الشركات على التجديد و الإبتكار وتحسين الإنتاجية وتطويرها وزيادتها وتحقيق مستوى عال من الجودة.

وتأتي المزايا التسويقية للشركات المتعدية الجنسيات من خلال الشبكات التوزيعية والتسويقية ، التي تعمل على توفير منتجاتها بحالة جيدة في الوقت المناسب ، إن هذه الشركات تهتم بأبحاث السوق والتركيز على أساليب الترويج والدعاية والإعلان لمنتجاتها لضمان طلب متزايد ومستمر عليها .

7. **تعبئة المدخرات العالمية:** أن كل شركة من الشركات متعددة الجنسيات تنظر إلى العالم كسوق واحدة، ومن ثم تسعى إلى تعبئة المدخرات من تلك السوق في مجموعها بالوسائل التالية:

أ- طرح الأسهم الخاصة بتلك الشركات في كل من الأسواق المالية العالمية الهامة وكذلك الأسواق الناهضة وغيرها .

ب . تعتمد الشركات متعددة الجنسيات، عند الإقدام على عمليات كبرى مثل شراء أسهم شركة منافسة بالقدر الذي يسمح بالسيطرة على إدارتها مثلا ، إلى الاقتراض من البنوك متعددة الجنسيات بمعدلات عالية.

ج . تستقطب الشركات متعددة الجنسيات الجزء الأعظم من تدفقات الإستثمار الأجنبي المباشر وتوجهه أساسا إلى أسواق الدول الصناعية التي تمثل ثلاثة أرباع السوق العالمية.

د . إلزام كل شركة تابعة بأن توفر محليا أقصى ما يمكن لتمويل اللازم لها ، من خلال وسائل مختلفة مثل المشروعات المشتركة، طرح الأسهم الخاصة بتلك الشركات في الأسواق المالية العالمية، الإقتراض من الجهاز المصرفي المحلي وغيرها .

وبهذه الوسائل يمكن للشركات متعددة الجنسيات أن تقوم بتعبئة مقادير متزايدة من المدخرات العالمية.

8. **تعبئة الكفاءات:** تتميز الشركات متعددة الجنسيات بعدم تقيدها بتفضيل مواطني دولة معينة عند اختيار العاملين بها حتى أعلى المستويات ، فالمعيار الغالب الذي تأخذ به هو معيار الكفاءة ، والنمط المعمول به في اختيار العمالة في هذه الشركات هو الاستفادة من الكادر المحلي لكل شركة تابعة بعد اجتياز سلسلة من الاختيارات والمشاركة في الدورات التدريبية .

9. **التخطيط الإستراتيجي والإدارة الإستراتيجية:** يعتبر التخطيط الإستراتيجي أداة لإدارة الشركات متعددة الجنسيات، وهو المنهج الملائم الذي يضمن ويؤدي إلى تحقيق ما تهدف إليه الشركة متعددة الجنسية والتعرف على ما ترغب أن تكون عليه في المستقبل .

يكثر استخدام التخطيط الإستراتيجي في الشركات متعددة الجنسيات وهي تسعى من خلال ذلك إقتناص الفرص وتكبير العوائد، وتحقيق معدلات مرتفعة في المبيعات والأرباح ومعدل العائد على رأس المال المستثمر ، إن التخطيط الإستراتيجي هو الأداة الأساسية التي تستخدمها وتقوم بها الإدارة الإستراتيجية في تلك الشركات، لتحقيق الأهداف الإستراتيجية، وتعد الخطط الإستراتيجية في غالبية الشركات المتعددة الجنسيات في المراكز الرئيسية، ويترتب على ذلك أن قواعد التخصيص ووضع

الأهداف الخاصة بكل شركة تابعة يرتبطان بتحقيق الأهداف الإستراتيجية للشركة وخدمة إستراتيجيته العالمية.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: أشكال وأسباب ظهور الشركات متعددة الجنسيات:

#### الفرع الأول: أشكال الشركات متعددة الجنسيات:

في أثناء ممارسة الشركات المتعددة الجنسيات عملها وتسييرا عليها تتخذ إحدى صورتين الأولى شكل الشركة والثانية ارتباط تعاقدي يرقى إلى مرتبة الشركة .

. صورة الشركة: يتخذ المشروع متعدد الجنسية شكل الشركة وتختلف الطبيعة القانونية لهذه الشركة من حالة لأخرى فإذا كان جميع الأطراف في المشروع ( الشركة متعددة الجنسية) من أشخاص القانون الخاص فإنه يتخذ أحد أشكال الشركة المعروفة في القانون الداخلي للدولة محل التأسيس أو يمارس فيها النشاط أما إذا كانت الدولة المضيفة طرفا في المشروع . أي مشتركا. تتخذ الشركة ارتباطا تعاقديا لا يرقى إلى مرتبة الشركة على أن أكثر الأشكال شيوعا وانتشارا ما يأتي :

1- شكل الشركة الوطنية المحلية العادية.

2- شكل الشركة الوطنية ذات النظام الخاص .

3- شكل الشركة الوطنية ذات النظام العام.

4- شكل الشركة الدولية.

5- المؤسسات العامة الدولية مثل بنك التسويات الدولية والمؤسسة الأوروبية للأمان في الملاحة البحرية والمؤسسة العادية الدولية أشبه بالمرفق العام في النظام الداخلي .

. حالة الارتباط التعاقدي الذي يرقى إلى مرتبة الشركة: في هذه الحالة تمتد الشركة متعددة الجنسية نشاطها داخل الدول النامية عن طريق المشاركة بينها وبين تلك الدول أو المؤسسات العامة والخاصة عن طريق ارتباطات تعاقدية تصل إلى حد المشاركة وقد حققت نجاحا كبيرا ملحوظا ويطلق عليها البعض الاستثمار المشترك وتكون العلاقة تنظيمية عندما يكون الهيكل التنظيمي للشركة يجعل الوحدات التابعة في حالة خضوع وتبعية للمركز الرئيسي والعلاقة التعاقدية في انعدام السيطرة من المركز الرئيسي

على الفروع في الدول النامية ورأى البعض انه يمكن تقسيم الشركات التي تعمل على المستوى الدولي على أربعة أقسام:

- الشركات التي تعتمد على الحضور المحلي القومي من خلال تحسس الفوارق القومية والاستجابة لها (الشركات متعددة الجنسيات).

- الشركات التي تستثمر معرفة وقدرات الشركة الأم من خلال الانتشار والتكيف العالمي (الشركات العالمية).

- الشركات التي تحقق أفضليات في الكلفة من خلال مركزة العمليات على النطاق الكوني (الشركات الكونية) الشركات التي تبعثر نشاطها على وحدات متخصصة ومستقلة نسبيا سعيا لتحقيق القدرة التنافسية الكونية من خلال المرونة متعددة القومية ومن خلال قدرات تعلم المعرفة وتطويرها على نطاق العالم (الشركات العابرة للقوميات).<sup>1</sup>

#### الفرع الثاني : أسباب ظهور الشركات متعددة الجنسيات:

يمكننا إجمال الأسباب المتعددة التي أدت إلى ظهور الشركات متعددة الجنسيات في الأتي:

1. وجود الحواجز الجمركية، وارتفاع نفقات النقل مما يؤدي إلى رفع الأسعار ، الأمر الذي يعكس سلبا على صعيد المنافسة وبالتالي فإن الشركات تهدف إلى إنشاء وحدات إنتاجية بالقرب من الأسواق أو حيث توجد الأسواق كبديل لعملية التصدير التي لم تعد ذا جدوى اقتصادية .

2. إن الأوضاع النقدية و السياسات الضريبية والمالية للدول الرأسمالية المتطورة هي من العوامل الرئيسية في تكوين تلك الشركات .

3- أنها محاولة لتقليل المخاطر الاقتصادية وفقا للنظريات الاقتصادية والعالمية منها نظرية للعالمين الاقتصاديين الأمريكيين سوبزي وباران التي تفيد أن هناك زيادة مضطربة للفائض الاقتصادي للشركات الكبرى وهو فائض يصعب استعباه داخليا لأسباب مختلفة يأتي في مقدمتها يستند إلى السبق في ميدان التكنولوجيا للأسباب ذاتها مما يجعلها مضطرة للاستغلال فائضها الاقتصادي المتراكم لديها عبر الاستثمار الخارجي المباشر ومع أنها تستطيع الاستثمار في الداخل إلا أن معدل الربح سيكون أقل في ظل ارتفاع الأجور والنفقات الإنتاج مقارنة بالبلدان الأخرى وبخاصة دول الأطراف إن صح وصف هذا

العصر بأنه عصر العولمة فمن الأصح وصفه بأنه عصر الشركات كبرى مؤثرة وراء التحولات في النشاط الإقتصادي العالمي .

4. تحكم هذه الشركات في نشاط اقتصادي في أكثر من قطر وإشادتها ثقافة استهلاكية موحدة.<sup>1</sup>

### المبحث الثاني : ماهية الاستثمارات الأجنبية المباشرة:

يتناول هذا المبحث ماهية الاستثمارات الأجنبية المباشرة حيث ارتأينا إلى إلقاء الضوء على الجوانب التي تدخل في تفسير الاستثمار الأجنبي المباشر .

### المطلب الأول : نبذة تاريخية عن الاستثمار الأجنبي المباشر و مفهومه :

#### الفرع الأول : نبذة تاريخية عن الاستثمار الأجنبي المباشر

يرجع تاريخ الازدهار الفعلي للاستثمار الأجنبي المباشر إلى فترة قيام الثورة الصناعية في أوائل القرن التاسع عشر ، فلقد ساعد التطور الصناعي الذي حدث في تلك الفترة وما صاحب من زيادة في حجم ونوعية المنتجات إلى اتساع التجارة ، وإلى فتح الطريق لتدفق الاستثمارات خارج أوروبا ، وكانت تقوم بهذه الاستثمارات شركات تابعة للدولة الاستعمارية بهدف توسيع حجم التجارة ، وقد كانت تهتم بتوليد قيم جديدة سواء أكانت قيم السلع أو الخدمات .<sup>2</sup>

ولقد مر الاستثمار الأجنبي المباشر بمراحل تاريخية مختلفة ومتفاوتة في ظروفها السياسية والاقتصادية ، مما اثر على حجمه وطبيعته وهيكله ، ويمكن إيجاز تلك المراحل في النقاط التالية :

#### ◆ المرحلة الأولى ( 1800 .1914):

شهدت هذه المرحلة ازدهار الإستثمار الأجنبي المباشر ، حيث سادت ظروف اقتصادية وسياسية مناسبة بشكل كبير لتدفق الإستثمارات الأجنبية، وهذا راجع لعدة أسباب نذكر منها :

إنخفاض الأخطار المصاحبة لهذه التدفقات

. توافر الفرص الإستثمارية في المستعمرات

. ثبات أسعار الصرف في ظل قاعدة الذهب

1 - المرجع نفسه ، ص ص 19 20.

2 - هوشيار معروف: الإستثمار و الأسواق المالية ، دار صفاء للنشر و التوزيع ، عمان - الاردن ، ط1 2009 ، ص 38.

. حرية حركات رؤوس الأموال والتجارة.

. حماية أكيدة من جانب الدول المستعمرة لإستثماراتها الأجنبية.....

فاتجهت الدول الكبيرة الاستعمارية لتوسيع أسواقها ، وأغلب هذه الاستثمارات كانت تقوم بها شركات استعمارية، ينصب جل اهتمامها على استغلال الثروات الطبيعية التي تحتاجها دولتها ، ولذلك توجه ثلثا رأس المال الأجنبي لتمويل الاستثمارات في السكك الحديدية، ومرافق البنية التحتية .

#### ◆ المرحلة الثانية: ( 1914. 1944 )

لقد تميزت هذه المرحلة بتراجع الإستثمار الأجنبي بشكل كبير ،وكانت أهم الأسباب التي أدت لذلك:

. ظروف الحرب والاضطرابات وعدم الاستقرار السياسي والاقتصادي .

. انهيار قاعدة الذهب وما صاحب ذلك من زيادة انكماش حجم الاقتراض الخام .

. تصفية الاستثمارات المملوكة للدولة من الحرب ، ومن ركود التجارة .....

وكان الاستثمار خلال هذه الفترة مرتكزا على الاستثمارات النفطية، وتزايد الاستثمارات لبناء السكك الحديدية لهذا الغرض ، شهدت الفترة تنامي وتصاعد قوة الولايات المتحدة الأمريكية وتراجع سيطرة المملكة المتحدة في السيطرة على الاستثمار الأجنبي المباشر<sup>1</sup>.

#### ◆ المرحلة الثالثة: ( 1945. 1989 )

هي فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية وحتى نهاية الثمانينات ، أين شهد الاستثمار الأجنبي المباشر توسعا كبيرا وبالأخص بعد منتصف الخمسينات مع ازدهار ونمو التجارة العالمية ، حيث سعت الشركات متعددة الجنسيات للحصول على إمدادات جديدة من المواد الخام والنفط من البلدان النامية، فضلا عن تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر نحو الصناعات التحويلية .

حيث يتطلب الاستثمار الأجنبي المباشر انتقال رأس المال والكوادر البشرية الإدارية والفنية بالإضافة إلى المواد الأولية أو شبه المصنعة<sup>2</sup>.

ونشير إلى قابلية التحويل بين العملات الوطنية في ظل اتفاقية بريتن وودز .

1 - عمار زودة : محددات قرار الإستثمار الأجنبي المباشر ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامع قسنطينة، 2008، 34.

2 - عرفات ابراهيم فياض : الادارة المالية الدولية ، دار البداية ناشرون و موزعون ، عمان - الاردن ، ط1 2013 54

كان إجراء عمليا لتسهيل تدفق رؤوس الأموال الأجنبية ، وظلت القيود على تحركات رؤوس الأموال العالمية قوية عمليا في بعض الدول الصناعية حتى الثمانينات إضافة إلى الحواجز المفروضة من قبل الدول النامية حديثة العهد بالاستقلال على الاستثمار الأجنبي الذي اعتبرته انتقاصا من سيادتها السياسية و الاقتصادية ، ومن ثم اتجهت إلى وضع القيود على هذه الاستثمارات ، وفضلت عليها القروض البنكية لأنها تعتبرها أقل تكلفة من الاستثمار المباشر ، حيث يزول عبئها الخارجي في حين تستمر خدمة الاستثمار المباشر فيما يتعلق بتحمل أعباءها وتحويل أرباحها .

#### ◆ المرحلة الرابعة (1990 إلى الآن):

لقد حدث تحول كبير في مصادر التمويل لدى الدول النامية في السنوات الأخيرة ، حيث تقلصت مساعدات التنمية الرسمية بسبب القيود المفروضة من قبل البنك الدولي وصندوق النقد الدولي على حين إكتسب التمويل من المصادر الخاصة أهمية متزايدة خلال عقد التسعينات وحل محل المدونة الرسمية ، الاقتراض من مؤسسات التمويل الدولية، كما حلت التدفقات الخاصة في صورة إستثمار أجنبي مباشر ، وكذلك في صورة متدفقات الأسهم والسندات محل القروض البنكية التجارية بسبب مشاكل عدم سداد هذه القروض ، وقد أصبح الاستثمار الأجنبي المباشر من أهم مصادر التمويل الخاصة بل من أهم مصادر التدفقات الرأسمالية للدول النامية على الإطلاق .

وحسب التقارير الدولية ، فإن تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر الواردة خلال عام 1998 قد بلغت حوالي 440مليار دولار ، وهي بذلك حققت زيادة مقدارها 10% مقارنة بعام 1997، وإذا تحدثنا عن تقسيم هذه الإستثمارات بين الدول ، فقد بلغت حصة الدول النامية 37 %، وحصلت الدول التي هي في مرحلة الإنتقال 5 %، كذلك فقد أشارت الإحصائيات الدولية أن التقديرات الأولية للتدفقات الإستثمارية المباشر بلغت حوالي 1119مليار دولار في عام 2000 أي زيادة نسبتها 14 % مقارنة بعام 1999، قدرت حصة الدول المتقدمة منها بحوالي 80 % أي ما يقارب 899مليار دولار ، بينما بلغت حصة الدول النامية 17 %، أما الدول المنتقلة حوالي 3 % أي ما يقارب 30 مليار دولار . هذه الأرقام تشير إلى أن التدفقات الإستثمارية المباشرة تزداد بحجم كبير خلال هذه الفترة.<sup>1</sup>

## الفرع الثاني : مفهوم الاستثمار الأجنبي المباشر :

للاستثمار الأجنبي المباشر تعريفات متعددة ، و كل تعريف يختلف عن الآخر من حيث الزاوية التي ينظر بها إليه و الغرض منه ، و كذا لتعدد مصادره ، و أشكاله و آثاره في الدول المضيفة حيث نجد:<sup>1</sup>

يعرف مؤتمر : الأمم المتحدة للتجارة والتنمية ( **UMCTAD** ) الاستثمار الأجنبي المباشر على أنه : >> ذلك الاستثمار الذي ينطوي على علاقة طويلة المدى تعكس مصالح دائمة ومقدرة على التحكم الإداري بين الشركة في القطر الأم ( القطر الذي تنتمي إليه الشركة المستثمرة ) وشركة أو وحدة إنتاجية في قطر آخر ( القطر المستقبل للاستثمار ) <<<sup>2</sup> .

• **تعريف 2: تعريف صندوق النقد الدولي :** الاستثمار الأجنبي المباشر على أنه : >> وهو الذي يعكس هدف حصول كيان ( عون اقتصادي) في اقتصاد ما على مصلحة دائمة بمؤسسة مقيمة في اقتصاد وطني آخر ، وتتطوي هذه المصلحة على وجود علاقة طويلة الأجل بين المستثمر الأجنبي المباشر والمؤسسة. إضافة إلى تمتع المستثمر المباشر بدرجة كبيرة من النفوذ في المؤسسة <<<sup>3</sup> .

• **تعريف 3:** يعرف الاستثمار الأجنبي المباشر ( FDI ) بأنه : >> توظيفات لأموال أجنبية يقوم به المستثمر الأجنبي، أفراد أو شركات أعمال المقيم في بلد معين . البلد الأم . في موجودات رأسمالية ثابتة لشركات الاستثمار الأجنبي المباشر التابعة أو الفروع المقيمة في بلد آخر . البلد المضيف <<<sup>4</sup> .

• **تعريف 4:** ويعرف المسئولون والمحاسبون في ميزان المدفوعات الأمريكية: >> أن الاستثمار الأجنبي المباشر هو تدفقات من القروض إلى شركة أجنبية أو شركات ملكيتها على أن تكون مملوكة في معظمها لمواطنين من الدولة المستثمرة <<<sup>5</sup> .

1 - نورة بيري، عبود زرقين ، محددات تدفقات الاستثمارات الأجنبية المباشرة في كل من الجزائر و تونس و المغرب ، ملتقى وطني بحوث اقتصادية علمية ، العددان 67-68/صيف - خريف 2014 155.

2 - الأجنبي المباشر و الاستثمار المحلي على النمو الاقتصادي ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ، جامعة ورقلة ، 2013 ، 3.

3 - سلمان حسين : الاستثمار الأجنبي المباشر و الميزة التنافسية الصناعية بالدول النامية ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة ماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة الجزائر ، 2004 3 3.

4 - محمد علي إبراهيم العامري : الإدارة المالية المتقدمة، ط1 ، إثناء للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2010 772.

5 - : 222.

- **تعريف 5:** أن الاستثمار الأجنبي المباشر يعرف على أنه >> تملك المستثمر الأجنبي لكل الإستثمار ( المشروع) أو لجزء منه .فإذا زادت حصة شركة الاستثمار الأجنبية عن نسبة معينة تتراوح بين 10 . 25 فأكثر في الاستثمار فإنها تصنف على أنها شركة استثمارية أجنبية أو مستثمر فرد<sup>1</sup>.
- **تعريف شامل:** يمكن تعريف الاستثمار الأجنبي المباشر على أنه: >> تكوين مؤسسة أعمال جديدة أو توسيع مؤسسة قائمة . وذلك عن طريق مقيمي دولة معينة ضمن حدود دولة أخرى، مع إمكانية تملك حق الإدارة والتحكم في كل عمليات المؤسسة الأجنبية، إضافة إلى حق ملكية المؤسسة<sup>2</sup>.

### المطلب الثاني: أشكال الاستثمار الأجنبي المباشر ونظرياته

#### الفرع الأول: أشكال الاستثمار الأجنبي المباشر:

- لقد سبق وأن ذكرنا عند تحديدنا لمفهوم الاستثمار الأجنبي المباشر أن ملكية المشروع يمكن أن تكون جزئية أو مطلقة ومن هذا المنطلق يمكننا تقسيم الاستثمارات الأجنبية المباشرة إلى:
- . الاستثمار المشترك .
  - . مشروعات أو عمليات التجميع .
  - . الاستثمار المملوك كلياً من طرف المستثمر الأجنبي .
  - . عمليات الاندماج أو التملك .

**1. الاستثمار المشترك:** يعتبر بمثابة مشروع يمتلكه أو يشارك فيه طرفان أو أكثر من دولتين مختلفتين بصفة دائمة والمشاركة هنا لا تقتصر على حصة رأس المال فقط بل تمتد أيضاً إلى إدارة المشروع ومن خلال هذا المفهوم يمكن القول بأن هذا النوع من الاستثمارات الأجنبية المباشرة ينطوي على الجوانب التالية:

- . اتفاق طويل الأجل بين طرفين استثماريين ، أحدهما وطني والآخر أجنبي لممارسة نشاط إنتاجي داخل حدود دولة الطرف المضيف .
- . يمكن للطرف الوطني أن يكون شخصية معنوية تابعة للقطاع العام أو الخاص .
- . قيام أحد المستثمرين الأجانب بشراء حصة في شركة استثمار مشترك .

1 - علي عباس : إدارة الأعمال الدولية ، دار المسيرة للنشر و التوزيع : عمان - 2009 1 121 122.

. المشاركة في مشروع الاستثمار تقتصر على تقديم حصة في رأس المال فقط وإنما قد تكون من خلال تقديم خبرة العمل أو التكنولوجيا بصفة عامة .

وتجدر الإشارة أنه في كل حالة من الحالات السابقة لا بد أن يكون لكل طرف من أطراف الاستثمار حق المشاركة في إدارة المشروع وفي الواقع نجد أن الدول النامية قد لجأت إلى إنشاء هذا النوع من الاستثمارات الأجنبية المباشرة نظرا لكون وسيلة مراقبة على المؤسسة متعددة الجنسيات التي تعمل في إقليمها حيث لوحظ ميدانيا الخطر الذي قد ينجم عن المستثمر الأجنبي عندما يمتلك أكبر قدر من رأس المال فمثلا نجد أن الدول الإشتراكية سابقا كانت تسمح بشكل وحيد من أشكال الاستثمار الأجنبي المباشر بمساهمة أجنبية لا تتعدى 49 من قيمة المشروع<sup>1</sup>.

## 2. الاستثمار المملوك كليا من طرف المستثمر الأجنبي :

هو عبارة عن قيام بإنشاء فروع للإنتاج أو التسويق... إلخ ونجد أن الدول النامية تتردد كثيرا في إزاء هذا الشكل ويعود ذلك إلى الخوف من التبعية الاقتصادية وما ينتج عنها من آثار سلبية على المستوى المحلي والعالمى والحذر من سيطرة احتكار الشركات متعددة الجنسيات على أسواق الدول المضيفة .

3. **مشروعات أو عمليات التجميع :** وتأخذ شكل اتفاقية بين الطرف الأجنبي والبلد المضيف يتم بموجبها قيام الطرف الأول بتزويد الطرف الثاني بمكونات منتج معين لتجميعها بشكل منتج نهائي .

4. **عمليات الاندماج أو التملك:** وهي قيام الشركات بالاندماج أو شراء شركات أخرى .<sup>2</sup>

## الفرع الثاني: نظريات الاستثمار الأجنبي المباشر :

. توجد 5 نظريات منها :

### أولا : نظرية عدم كمال السوق :

تفترض هذه النظرية غياب المنافسة الكاملة في أسواق الدول المضيفة بالإضافة إلى ذلك عجز في السلع المعروضة وعدم قدرة الدول المضيفة على منافسة الشركات الأجنبية في المجالات الاقتصادية

1 - سليمان حسين ، مرجع سبق ذكره ، ص 20.

2 - خالد رابع الخطيب : التدقيق على الاستثمار في الشركات متعددة الجنسيات ، دار البلدية ناشرون و موزعون : عمان -

المختلفة وذلك نتيجة للقوة التي تتمتع بها الشركات متعددة الجنسيات من حيث الموارد المالية والتكنولوجيا والمعارف الإدارية ... الخ

. إن هذه المحفزات التي تملكها هذه الشركات الأجنبية هي التي أدت إلى اتخاذ القرار بالاستثمار والقيام بالعمليات الإنتاجية والتسويقية في الدول المضيفة كما تفترض هذه النظرية الإستثمار في كل المجالات على أن تكون هذه المشروعات المملوكة بالكامل للمستثمر الأجنبي .

إذ يمكن أن نستنتج سبب انتقال جزء من نشاط شركات متعددة الجنسيات من الدول الأم إلى الدول المضيفة إلى هروب هذه الشركات من المنافسة الكاملة وفيما يلي بعض الأسباب التي تؤدي إلى انتقال جزء من أنشطة هذه الشركات:

. عدم التجانس بين منتجات الشركات الأجنبية ونظيرتها بالدول المضيفة .

- تميز المهارات ( الإدارية ، الإنتاجية والتسويقية ) التي تكتسبها الشركات الأجنبية عن نظيرتها بالدول المضيفة .

. تحقيق الوفورات في الإنتاج نتيجة كبر حجم هذه الشركات الأجنبية .

. التطور التكنولوجي وتفوقه في الشركات الأجنبية أدى إلى استخدام أساليب إنتاجية أكثر تطور .

- استغلال شركات متعددة الجنسيات الامتيازات المالية والجمركية والضريبية التي تقدمها لها الدول المضيفة بهدف جذب الاستثمار .

### الانتقادات الموجهة لنظرية عدم كمال السوق :

. فيما يخص هذه الانتقادات يرى روبروك سيموندس ما يلي :

. تفترض هذه النظرية معرفة شركات متعددة الجنسيات بكل الفرص للاستثمار الأجنبي في الدول المضيفة ولكن هذا في الواقع العملي غير ممكن .

- تفترض هذه النظرية أن أفضل الاستثمارات هي الاستثمارات المملوكة بالكامل للشركات المتعددة الجنسيات دون تقديم براهين مقبولة إذ تم استغلال المزايا الاحتكارية بهذه الشركات الأجنبية من خلال الإستثمار في الأشكال الأخرى للاستثمار .

- في الأخير نقول أن لتحقيق أهداف شركات متعددة الجنسيات في الاستثمار الأجنبي في ظل نظرية عدم كمال السوق يرتبط بمدى مرونة الإجراءات التي تضعها الدول المضيفة للاستثمار الأجنبي وخاصة الإجراءات التي ترتبط بعمليات الإنتاجية و التجارية .

### ثانيا : نظرية الحماية:

نتيجة الانتقادات التي وجهت لافتراضات نظرية عدم كمال السوق ظهرت نظرية الحماية والتي أقرت أن نجاح الشركات الوطنية ، بل يتوقف على مدى ما تمارسه الدول المضيفة من رقابة والقوانين التي تؤثر على حرية الاستثمار وممارسة الأنشطة المرتبطة بها .

- ويقصد بالحماية حسب " فليح حسن خلف " الممارسة الوقائية التي تقوم بها شركات الاستثمار أقصى لضمان عدم تسرب المعلومات والأسرار الفنية الخاصة بالابتكار الجديد في مجالات الإنتاج والتسويق وغيرها إلى الجهات المحلية في أسواق الدول المضيفة من خلال قنوات أخرى وذلك لأطول فترة زمنية ممكنة.

وعليه يمكن القول أن الطريقة التي تسمح للشركات متعددة الجنسيات من تعظيم عوائدها في الخارج بالاعتماد على قدرتها في حماية أنشطتها الخاصة مثلا : ابتكاراتها الحديثة ومجالات الإنتاج أو التسويقية ولكي تضمن عدم تسربها يستلزم عليها القيام بتنفيذ هذه الأنشطة الخاصة داخل الشركة الأم أو بين شركة الأم والفروع في الدول المضيفة وذلك منعا لتسرب المعلومات والحد من التقليد وحماية الاختراعات الجديدة لأطول فترة ممكنة وبالتالي عدم ممارستها عبر الأسواق مباشرة.

ويرى هودوينج ضرورة إحتفاظ الشركات الأجنبية بالصورة المعنوية ( المعرفة أو الخبرة أو الاختراعات .... الخ ) التي تحقق الميزة المطلقة عوض بيعها إلى أحد شركات الدول المضيفة وهذا من أجل تحقيق الحماية لاستثماراتها بالأساليب المتاحة الآن التي قد تكون أكثر فعالية والمتمثلة في ضوابط لحماية براءات الاختراع لمختلف أنواعها على مستوى العالم وهذا من خلال موثيق متفق عليها والتي تقوم على تنفيذها منظمات دولية التابعة لهيئة الأمم المتحدة أو مستقلة.

ومنه يمكن القول أنه لا يوجد مبرر لعملية الحماية التي تقوم بها شركات متعددة الجنسيات في الأنشطة الاقتصادية التي تمارسها حيث بهذه الإجراءات أصبحت تقلل من الضوابط والسياسات الحكومية للدول المضيفة .

## ثالثا: نظرية دورة حياة المنتج :

تحاول هذه النظرية إيجاد تفسير قيام الاستثمارات الأجنبية في الدول النامية على الخصوص والدول المتقدمة على العموم وتبين أيضا دوافع هذه الشركات في هذه الاستثمارات الأجنبية هذا من جهة ومن جهة أخرى توضح أسباب انتقال الابتكارات والاختراعات الجديدة خارج الدولة الأم .

. يستند مفهوم هذه النظرية التي قدمها ريمون فارنون على أن المنتج له دورة حياة يمر بها والتي تمر ب 4 مراحل رئيسية هي مرحلة إعداد المنتج أو تقديمه ، مرحلة النمو ، مرحلة النضج مرحلة التدهور .

ففي مرحلة تقديم المنتج يستلزم تخصيص مصاريف ضخمة للبحث والتطوير وكذا توفير اليد العاملة المؤهلة ومنه يجب الأخذ بعين الاعتبار تكاليف هذه المرحلة ولذلك يجب إنتاج هذا المنتج الأول مرة في الدول المتقدمة التي تملك الأسواق الكبيرة باعتبار أن كل ما كبر حجم السوق كلما ارتفع الطلب فيه ومنه سوف تكون مرحلة نشوء هذه المنتجات في الدول ذات الطلب الفعال وبالتالي تكون مرحلة التسويق على المستوى المحلي وبفضل المعلومات المرتدة من هذه الأسواق يتم العمل على تطوير و تحسين هذا المنتج حيث تكون هذه التعديلات في مرحلة النمو وتدرجيا يصل إلى مرحلة النضج حيث تستطيع الشركة في هذه المرحلة تسويق منتجاتها إلى الأسواق الأجنبية بهدف تطوير مردودية الاستثمار الدولي .

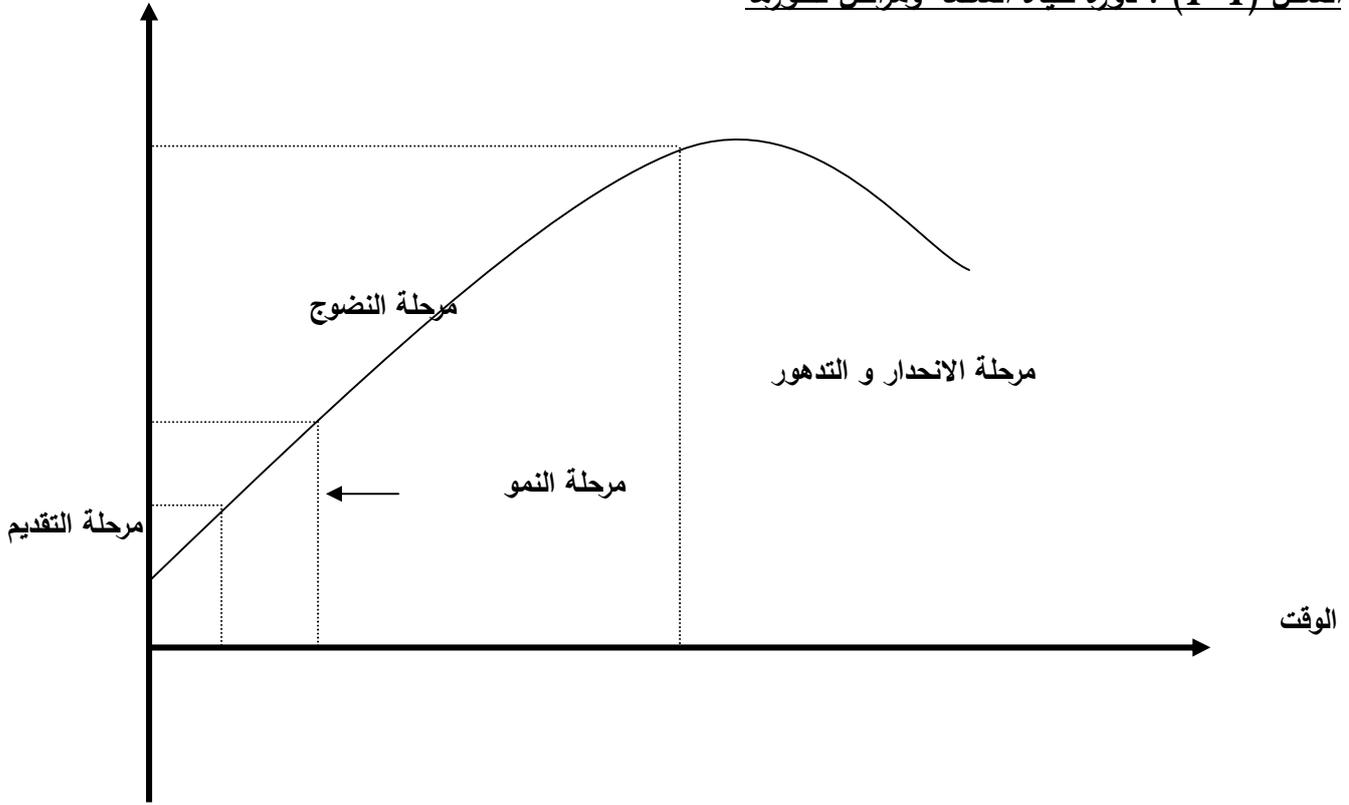
ويتم في مرحلة النضج تخفيض التكاليف المتعلقة بالمنتج ويزداد الطلب عليه ومنه أن تحليل سلوكيات الشركات قد يؤكد على أنها تمتاز بمنتج ذو تكنولوجيا عالية مما يسمح لها بتصديره إلى الأسواق الخارجية ويتم إنتاجه في الدول المتقدمة .

. عندما تفقد الشركة احتكارها التكنولوجي يصل إلى مرحلة التدهور حيث تتميز هذه المرحلة بمعرفة دقيقة لتكنولوجيا المنتج وشروط التسويقية من طرف الشركات الأخرى حيث ينتقل إنتاج هذا المنتج إلى الدول النامية الأقل تطورا أين تكون تكلفة اليد العاملة متدنية وهذا ما يفسر قيام الاستثمار الأجنبي في هذه الدول :

ومن خلال هذه الممارسات العملية لشركات متعددة الجنسيات تأكيد مبادئ نظرية دورة حياة المنتج الدولي ، فعلى سبيل المثال نجد أن الصناعات الإلكترونية مثل الحاسبات الآلية بدأت في الولايات المتحدة الأمريكية قبل انتشار إنتاجها في المملكة المتحدة وفرنسا وألمانيا الغربية واليابان ، ثم بعد ذلك امتد إنتاج هذا النوع من الصناعات في الدول النامية أخرى ، مثل :تايوان ، كوريا الجنوبية ، وهونج كونج ...الخ.

ويمكن توضيح هذه النظرية بالاستعانة بالشكل التالي :

الشكل (1-1) : دورة حياة السلعة ومراحل تطورها



المصدر : علي عباس ، مرجع سبق ذكره ، ص 168.

تعزى نظرية دورة حياة السلعة إلى البروفيسور رايموند فيرنون من جامعة هارفارد الأمريكية في قسم إدارة الأعمال . فقد لاحظ فيرنون أن سلوك بعض السلع سريعة الاستهلاك في السوق يختلف عن تلك السلع المعمرة بطيئة الاستهلاك ، حيث وجد فيرنون أن سرعة استهلاك السلع ذات العمر القصير تتزامن مع سرعة الاختراعات للسلع الجديدة التي تقع في مجالها .

#### الانتقادات الموجهة لدورة حياة المنتج :

- صعوبة تطبيق مراحل دورة المنتج على جميع المنتجات وهذا نتيجة إما لصعوبة تقليد ابتكار المنتج من طرف الدول الأخرى . غير الدول صاحبة المنتج . أو إذا كان المنتج من المنتجات الفاخرة مثل سيارة الرولز رويس .

- بالإضافة إلى ذلك فإن نظرية دور المنتج لم تفسر قيام شركات متعددة الجنسيات باختيار الاستثمار المباشر عن عقود التراخيص في الدول المضيفة حيث إكتفت النظرية بتفسير السلوك

الاحتكاري التي تقوم به الشركات متعددة الجنسيات في الدول المضيفة وهذا باستغلال الفروق التي تتمتع بها من حيث التكاليف ، إنتاج الأسعار أو استغلال الامتيازات الممنوحة أو لتجنب القيود الجمركية التي تفرضها الدول المضيفة على الاستيراد..... الخ .

#### رابعا : نظرية الموقع :

إن قرار الاستثمار الأجنبي من طرف المستثمر الأجنبي مرتبط بعوامل دولية وأخرى محلية (الدولة الأم) ومن هذا المنطق نجد نظرية الموقع تهتم بقضية اختيار الدولة المضيفة التي ستكون مركز لاستثماراتها وممارسة أنشطتها الإنتاجية أو التسويقية .... الخ والمتعلقة بالشركات المتعددة الجنسيات وبعبارة أخرى أنها تركز على العوامل البيئية للدول المضيفة المؤثرة في قرارات الإستثمارات لشركات متعددة الجنسيات.

ويرى باري أن هذه النظرية " تهتم بمتغيرات البيئة في الدول المضيفة التي ترتبط بالعرض والطلب تلك العوامل التي تؤثر على الأنشطة الإنتاجية أو التسويقية والبحوث والتطوير ونظم الإدارة وغيرها".

ويضيف دننج أن هذه النظرية " تهتم بكل العوامل المرتبطة بتكاليف الإنتاج والتسويق والإدارة... الخ بالإضافة إلى العوامل التسويقية والعوامل المرتبطة بالسوق أو العوامل التسويقية " .

وعليه فإن العوامل الأساسية لنظرية الموقع التي تؤثر على قرار شركات متعددة الجنسيات فيما يخص الاستثمار المباشر في الدول المضيفة هذا من جهة ومن جهة ثانية المفاضلة بين الاستثمار المباشر والتصدير لهذه الدول المضيفة وتمثلت في :

- العوامل التسويقية مثل درجة المنافسة . منافذ التوزيع . التقدم التكنولوجي . حجم السوق . معدلات نمو السوق . الرغبة في المحافظة على العملاء السابقين احتمالات التصدير لدولة أخرى ... الخ

- عوامل مرتبطة بالتكاليف مثل : تخفيض التكاليف نقل المواد الأولية ، وتوفير الأيدي العاملة وبأجور متدنية ، إضافة إلى ذلك توفر رؤوس الأموال .

- الإجراءات الجبائية مثل فرض القيود الجمركية المفروضة على التصدير ونظام الحصص .

- العوامل المرتبطة بمناخ الاستثمار الأجنبي مثل الامتيازات الممنوحة للاستثمار الأجنبي من قبل الدول المضيفة ومدى استقرار أسعار الصرف ، الأنظمة الضريبية والقيود المفروضة على ملكية الاستثمارات الأجنبية للأجانب إضافة إلى ذلك طرق تحويل العملات الأجنبية.

- إضافة إلى عوامل أخرى منها : الموقع الجغرافي ، مدى غنى أراضيها بالثروات الطبيعية الإجراءات والقيود في عملية تحويل الأرباح إلى الدول الأم ، المبيعات والأرباح المتوقعة ، إمكانية التهرب الضريبي ..... الخ

#### خامسا : نظرية الموقع المعدلة:

وهذه النظرية امتداد وتطوير لنظرية الموقع بحيث تساهم في إضافة بعض العوامل التي تؤثر على الاستثمارات الأجنبية ، يرجع تطوير هذه النظرية إلى روبرك و سيموندس حيث اقترحا أن الأعمال والاستثمارات الدولية والأنشطة المرتبطة بها تتأثر بثلاث مجموعات من العوامل .

المجموعة الأولى : تشمل المتغيرات الشريطية ، أما المجموعة الثانية: فهي عوامل دافعية وأخيرا تمثل المجموعة الثالثة في بعض المتغيرات المجموعة الحاكمة الضابطة .

ويمكن ذكر هذه العوامل فيما يلي :

. عوامل تتعلق بالأسواق الدول المضيفة غير الكاملة

- عوامل يتعلق بالميزة المطلقة التي تكتسبها الشركات متعددة الجنسيات مقارنة بنظيرتها في الدول المضيفة .

عوامل يتعلق بالأهداف الدول ( الدولة الأم).

. عوامل يتعلق بالنشاط الإنتاجي ، سواء من جانب التكاليف أو الأرباح

. عوامل يتعلق بحماية الاختراعات الشركات متعددة الجنسيات .

. عوامل يتعلق بما تملكه البلدان النامية من الموارد الأولية .

#### انتقادات نظرية الموقع المعدلة:

تعتبر هذه النظرية ملخص للنظريات السابقة وهذا من خلال كثرة العوامل التي تدفع الشركات متعددة الجنسيات للاستثمارات الأجنبية حيث تم الإشارة إليها في النظريات السابقة

إن كثرة هذه العوامل في هذه النظرية قد تصعب للشركات متعددة الجنسيات في اتخاذ قراراتها فيما يخص القيام بالاستثمار وممارسة نشاطاتها الإنتاجية والتسويقية في الدول المضيفة.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث : محددات ودوافع الإستثمار الأجنبي المباشر :

#### الفرع الأول : محددات الإستثمار الأجنبي المباشر :

يقصد بمحددات الاستثمار مجمل الظروف والأوضاع الإقتصادية والسياسية والاجتماعية والمؤسسية وكذلك الإجرائية التي يمكن أن تؤثر على فرص نجاح المشروع الاستثماري في منطقة أو دولة معينة وتجدر الإشارة إلى أن درجة تأثير هذه العوامل على قرار المستثمر الأجنبي يختلف من دولة إلى أخرى ولاشك أن درجة تأثير هذه العوامل المذكورة تظهر بصورة جلية عند المقارنة بين الدول المتقدمة والدول النامية .

**أولاً : المحددات الأساسية لجذب الإستثمار الأجنبي المباشر:** تعتبر هذه المحددات إلزامية لجذب الاستثمارات الأجنبية والتي لا يمكن في حالة عدم توفرها انتظار قدوم مستثمرين وطنيين كانوا أو أجانب وهي:

**1- توفر الاستقرار السياسي:** فتوفر استقرار النظام السياسي يعتبر شرطاً أساسياً لا يمكن الاستغناء عنه ويتوقف عليه الاستثمار ، فحتى إذا كانت المردودية المتوقعة للاستثمار كبيرة فلا يمكن للاستثمار في ظل غياب الاستقرار السياسي .

**2- الاستقرار الاقتصادي :** ويتمثل في تحقيق توازنات الاقتصاد الكلي وتوفير الفرص الملائمة لنجاح الاستثمار ومن أهم المؤشرات الإقتصادية المعتمدة في الحكم على المناخ الإقتصادي للاستثمار ما يلي :

- ♦ عناصر الاقتصاد الكلي : توازن الميزانية العامة ، توازن ميزان المدفوعات، التحكم في معدل التضخم ، استقرار سعر الصرف ، معدل الفائدة... الخ
- ♦ السياسات الإقتصادية المنتهجة من طرف الدول المضيفة :السياسات الاستثمارية ، سياسة التجارة الخارجية ، السياسة الضريبية ، سياسة الخوصصة، السياسة التمويلية.

1 - قياس اثر بعض المؤشرات الكمية للاقتصاد الكلي على الاستثمارات الاجنبية المباشرة ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة سطيف 2010 31- 41.

♦ الحوافز المالية لجذب الاستثمار : حرية تحويل الأموال ( الأرباح الخاصة ) الحوافز الجبائية الجمركية للاستثمار ، القوانين الاجتماعية الخاصة بتنظيم العمل ، الإجراءات الإدارية المرتبطة بالاستثمار .

♦ ضرورة استقلالية النظام القضائي وتوفير الشفافية في المجال الإقتصادي .

### ثانيا : المحددات التكميلية لجذب الاستثمار الأجنبي المباشر :

➤ الرشوة والبيروقراطية والفساد الإداري : إن وجود الشفافية في المعاملات وعدم وجود الرشوة يعد عنصرا هاما بالنسبة للشركات المستمرة والدول المضيفة لذلك فانتشار هذا الوباء يؤدي إلى القضاء على التنافسية والمعاملة العادية ويؤدي أيضا إلى نفور المستثمر الأجنبي.<sup>1</sup>

➤ حجم السوق ومعدل نموه : إن ما يدفع الشركات للاستثمار في بلد ما يرتبط بحجم لكيلا يهم حجم السوق في حد ذاته بقدر ما يهم تطور ونمو السوق . حيث يعد النمو الإقتصادي السريع ونمو مهارات العمل والقدرات التكنولوجية بمثابة فرص هامة لجذب الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول النامية.<sup>2</sup> فالمستثمرون الأجانب يكونون أكثر انجذابا للمناطق التي تشهد ديناميكية كبيرة وتوسع في أسواقها.

➤ توفر الموارد البشرية المؤهلة: تستعمل الشركات العالمية تقنيات إنتاج عالية ومتطورة ذات قيمة مضافة عالية وبالتالي توفر عرض عمل منخفض التكلفة وتأهيل ضعيف لا يعتبر عنصر جاد بالاستثمار .

➤ توفر قاعدة متطورة لوسائل الإتصال والمواصلات فطبيعة المنشأة الدولية تفرض عليها أن تضمن الاتصال الدائم والجيد بين كل فروعها .

➤ توفر نسيج من المؤسسات المحلية الناجحة: الذي يفتح الفرصة أمام الشركات العالمية للقيام بعمليات الاندماج والتملك التي تبلغ حوالي نصف حجم الاستثمار الأجنبي المباشر.<sup>3</sup> حيث أن مبلغ التمويل الذي يقدمه المالك الأجنبي يشترك مباشرة في إدارة الأعمال.<sup>4</sup>

1 - خالد راغب الخطيب ، مرجع سبق ذكره ، ص ص 218-220.

2 - جلال ناصر : الاستثمار و الشركات المتعددة الجنسية ، دار الكتاب الحديث : القاهرة ، الكويت ، الجزائر ، 2009- 1430 هـ ، ص 143.

3 - خالد راغب الخطيب ، المرجع السابق ، ص 220.

4 - علي ابراهيم العامري : إدارة محافظ الإستثمار ، دار إثراء للنشر و التوزيع : عمان - 2013 1 645 .

**الجدول رقم (1-1): محددات الاستثمار الأجنبي المباشر في البلدان النامية:**

المحددات الاقتصادية الأساسية في البلدان المضيقة	محفزات الاستثمار الأجنبي المباشر مصنفة على أساس محفزات الشركات متعددة الجنسيات	محددات الاستثمار للبلدان النامية
<p>* حجم السوق و دخل الفرد.</p> <p>* نمو السوق.</p> <p>* إمكانية الدخول إلى الأسواق الإقليمية و الدولية.</p> <p>* تفضيلات المستهلك في البلد المضيف.</p> <p>* هيكل السوق.</p> <p>* الموارد الأولية.</p>	<p>أ- البحث عن السوق</p>	<p>1- أثر سياسات التعامل مع الاستثمار الأجنبي المباشر:</p> <p>* الاستقراء الاقتصادي ، الاجتماعي و السياسي.</p> <p>* القواعد المتعلقة بدخول المستثمر و العمليات التشغيلية.</p> <p>* معايير التعامل مع فروع الشركات الأجنبية.</p> <p>* هيكل السوق و خصوصا السياسات المنافسة للاندماج و التملك.</p> <p>* اتفاقيات الاستثمار و التجارة الدولية.</p> <p>* سياسة الخصخصة .</p> <p>* السياسة الضريبية .</p>
<p>* العمالة غير الماهرة ذات الكلف المنخفضة.</p> <p>* العمالة الماهرة.</p> <p>* الموجودات التقنية الإبداع و غيرها.</p> <p>* البنية التحتية (موانئ ، طرق ، مصادر، الطاقة الكهربائية و الاتصالات).</p>	<p>ب- البحث عن الموارد</p>	<p>2- المحددات الاقتصادية</p> <p>* البحث عن السوق.</p> <p>* البحث عن الموارد.</p> <p>* البحث عن الكفاءات.</p> <p>* البحث عن الخدمات.</p>
<p>* كلف الموارد و الموجودات في البحث عن الموارد لزيادة الإنتاجية.</p> <p>* كلف المدخلات الأخرى ، كلف النقل و الاتصالات و كلف المنتجات الوسيطة الأخرى.</p> <p>* عضو البلد المضيف اتفاقيات التكامل الإقليمي التي تقضي إلى تأسيس اتحاد و شبكات مشتركة للتجارة.</p>	<p>ج- البحث عن الكفاءة</p>	<p>3- التسهيلات التجارية لقطاعات الأعمال.</p> <p>* ترويج الاستثمار ( كتنظيم خدمات للمستثمر ).</p> <p>* محفزات الاستثمار.</p> <p>* تكاليف الخلافات القانونية ( المتمثلة بالفساد و الكفاءات الإدارية).</p> <p>* الانفتاح الاجتماعي ( كالمدراس التي تقدم التعلم بلغتين ).</p> <p>* خدمات ما بعد الاستثمار.</p>

المصدر : سليمان عمر محمد الهادي : الاستثمار الأجنبي المباشر و حقوق البيئة ، الأكاديميون للنشر و التوزيع 2010 ، ط1 ، ص 28 ، 29.

تختلف دوافع المستثمر الراغب في الإستثمار خارج وطنه عن دوافع البلد الراغب في جذبته و استقبال هذا المستثمر ، ونعرض فيما يلي أهم دوافع الطرفين .

### أولا : دوافع المستثمر الأجنبي :

يمكن عرض أهم دوافع المستثمرين الأجانب من خلال العناصر الأساسية التالية :

**1- طبيعة النشاط الاقتصادي والتجارة:** تلعب طبيعة النشاط الإقتصادي والتجاري دورا مهما في دفع المستثمر إلى مزاوله نشاطه عبر الحدود الوطنية، إذ أن هناك بعض أنماط النشاط السريعة التلّف التي تستلزم ضرورة قيام المنتج ، ولغرض تفادي الإخفاق ،بالبحث عن أسواق إستهلاك ملائمة ونقل وحداته الإنتاجية أو رأسمال معين إليها و مباشرة الإنتاج فيها .

**2- زيادة العوائد :** دون زيادة المخاطر التي قد يتعرض لها المستثمر . وتتحقق الزيادة في عائد الاستثمار من عدة أوده منها : التخلص من تكاليف التصدير أو تخفيض بعض تكاليف الإنتاج خاصة تكاليف المواد الأولية واليد العاملة، هذا بافتراض حرية تحويل عوائد الاستثمار ، أما إذا كان هذا التحويل غير مسموح به كليا أو جزئيا مما يعني ضرورة إعادة استثمار العوائد من جديد ، فلن يتحقق هذا العائد ويفتقد جاذبيته .

**3- زيادة المبيعات:** مهما كان كبر حجم سوق دولة ما ، فإنه يبدو صغيرا جدا عند مقارنته بالسوق العالمي المتكون من أسواق جميع الدول الممكن التصدير إليها .

ويهدف الاستفادة من وفرة الإنتاج بالأحجام الكبيرة ، فإنه يجب البحث عن أسواق غير السوق المحلي لتصريف فائض الإنتاج الذي لا يستوعبه سوق دولة واحدة. وفي حالة عدم توفر هذه الإمكانية أو صعوبتها بسبب ارتفاع تكاليف التصدير أو السياسات المقيدة للإستيراد من طرف الدول الأخرى أو لأسباب أخرى ، وهي عديدة، تلجأ الشركة إلى الإنتاج خارج دولتها لتتجاوز القيود.

**4- تخفيض المخاطر :** يتمكن المستثمر من تخفيض المخاطر التي يتعرض لها من خلال الإستثمار في الخارج إذا كان معامل الارتباط بين عوائد إستثماراته ضعيفا ، عكس الإستثمارات المحلية التي عادة ما يكون معامل الارتباط بين عوائدها قويا نظرا لمواجهتها نفس الظروف ذات الطبيعة العامة.

كما أنه قد تشتد المنافسة الداخلية لدرجة تهديد استمرار وجود شركة ما ، فتتقل هذه الشركة نشاطها أو جزء منه إلى دولة أو دول أخرى لا توجد فيها المنافسة بنفس الحدة.

**5- تحسين الموارد وضمان توفيرها:** قد يتطلب إنتاج سلعة ما استيراد مواد خامة أو بعض أجزائها من الخارج بكميات كبيرة ، ويهدف ضمان التدفق المستمر دون إنقطاع لهذه المواد والأجزاء بالكمية والجودة

والأسعار المرغوبة، تقوم الشركة المستوردة بإنشاء فرع لها أو تشترك في مؤسسة قائمة في البلد المصدر حسب ما تسمح به لها إمكانياتها الذاتية وتشريعات البلد المضيف للاستثمار .

**6- الاستفادة من المزايا المكانية:** التي تتميز بها إقتصاديات بعض الدول بالإضافة إلى الحوافز التي تقدمها هذه الدول لجلب الإستثمار الأجنبي ، والتي تنعكس في انخفاض تكاليف الإنتاج و/ أو انخفاض معدلات الضرائب على الأرباح وبالتالي تعظيم عوائد الإستثمار .

### ثانيا : دوافع البلد المضيف :

تسعى مختلف الدول المتقدمة والنامية، إلى جلب الإستثمار الأجنبي المباشر ومن أهم الأسباب الدافعة إلى جلب الإستثمار الأجنبي :

**1- سد فجوة الادخار الإستثمار :** عندما يعجز الادخار المحلي عن توفير التمويل الكافي للاستثمار الوطني يلجأ إلى المصادر المالية الخارجية ومنها الإستثمار الأجنبي المباشر والإعانات والمنح والقروض الخارجية.

غير أن هذه الأخيرة غير متاحة بسهولة ،ولها تكاليف مستقبلية باهظة جعلت بعض الدول تعجز عن سدادها ، الشيء الذي دفع بهذه الدول إلى البحث عن مصدر تمويلي بديل عن الاقتراض الخارجي .

ويفترض أن يصحب الإستثمار الأجنبي المباشر بتدفق العملات الأجنبية إلى البلد المضيف له مكمل الادخار المحلي لتمويل خطط التنمية التي تضعها الحكومات والمتضمنة إنجاز استثمارات متنوعة في مختلف القطاعات خصوصا الإقتصادية منها .

**2- تحسين وضعية ميزان المدفوعات:** تسعى الدول التي تعاني من عجز في موازين مدفوعاتها إلى جلب الإستثمار الأجنبي المباشر للتخلص من هذا العجز أو على الأقل للتخفيف من حدته في الأجل القصير والمتوسط والطويل ويفضل الإستثمار الأجنبي المباشر على غيره من المصادر التمويل الأجنبية للمزايا التالية:

. يلزم الإستثمار الأجنبي المباشر البلد المضيف له بمدفوعات مالية خارجية مستقبلا إلا إذا حقق مشروع الإستثمار الأجنبي أرباحا عكس القروض التي يجب أن تسدد مع فوائدها بغض النظر عن سلبية أو ايجابية نتائجها .2- يساهم الإستثمار الأجنبي المباشر في زيادة المقبوضات المالية من الخارج للبلد المضيف له عندما يتبنى هذا الأخير استراتيجية الإنتاج من أجل التصدير ،كما يساهم في تقليص المدفوعات الخارجية في حالة تبني البلد المذكور استراتيجية الإنتاج من أجل إخلال الواردات .3- هناك

بعض الإستثمارات التي تحتاج إلى معدات وتجهيزات تستورد من الخارج الشيء الذي يكلف البلد المعني مدفوعات بالعملات الأجنبية النادرة أو غير متوفرة بالحجم الكافي .

**3- زيادة التراكم في الرأسمال الثابت والإنتاج الوطني:** ينتج عن دخول الإستثمار الأجنبي المباشر إقامة المؤسسات والمشاريع الاستثمارية جديدة وبالتالي اقتناء أصول إنتاجية إضافية، الشيء الذي يساهم في زيادة الطاقة الإنتاجية للاقتصاد المضيف لهذا الإستثمار وهو الأمر الذي من المتوقع أن يحدث زيادة في الإنتاج المحلي ومنه المساهمة في نمو الناتج المحلي الإجمالي وهذا الأخير سيعكس أثره الإيجابي على تحسين رفاهية المجتمع الذي يستضيف الإستثمار الأجنبي المباشر وهو هدف أساسي تسعى إليه جميع الأنظمة الاقتصادية باختلاف مدارسها .

#### 4- الاستغلال الأمثل للموارد المالية الأجنبية:

تستخدم التدفقات المالية الناتجة عن الإستثمار الأجنبي المباشر الموارد في المشاريع المربحة ذات مردودية عالية ، وتجتنب تمويل المشاريع غير المربحة أو المفلسة.

- بينما القروض والإعانات المالية الأجنبية قد تستخدم في مشاريع ذات مردودية ضعيفة أو منعدمة أو تستغل في غير أغراضها الأولية لهذا فإن الإستثمار الأجنبي المباشر يتميز بدرجة عالية من الرشادة الاقتصادية في توجيهه والاستخدام التي لا يمكن لبقية المصادر المالية الأجنبية المذكورة سابقا تحقيقها .

**5- الإستغلال الأمثل للموارد الطبيعية:** تمتلك بعض البلدان موارد طبيعية ضخمة كالمعادن والأراضي الزراعية الشاسعة والمياه الجوفية ....إلخ غير أن الطاقات الإنتاجية الذاتية للبلد المعني لا تكفي لاستغلال كل هذه الموارد أو بعضها ، الأمر الذي يجعل من الإستثمار الأجنبي عنصرا مكملا لهذه الطاقات الإنتاجية ومن ثم إمكانية استغلال أكبر قدر ممكن من الموارد الطبيعية المذكورة سابقا والتي يتوفر عليها البلد المضيف لهذا النوع من الإستثمار .

**6- تخفيض مستوى البطالة:** من المعلوم أن تشغيل المشاريع الاستثمارية التي يقيمها الإستثمار الأجنبي المباشر تحتاج إلى يد عاملة وبالتالي يخلق هذا الإستثمار فرص عمل جديدة تؤدي إلى التخفيض في معدل البطالة في البلد المضيف للإستثمار خاصة لذا تميز المشروع الاستثماري بالاستخدام المكثف لليد العاملة بدلا من الكثافة الرأسمالية هذا علاوة على دوافع المستثمر الأجنبي المتعلقة باستغلال اليد العاملة المنخفضة التكلفة في البلدان النامية .<sup>1</sup>

1 - عبد الكريم بعداش : الاستثمار الأجنبي المباشر و آثاره على الاقتصاد الجزائري ، اطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة الجزائر ، 2008 ، 53-58.

المطلب الرابع: مخاطر الإستثمار الأجنبي المباشر وأثاره :

الفرع الأول: مخاطر الإستثمار الأجنبي المباشر :

أولاً : مخاطر الاستثمار الأجنبي المباشر بالنسبة للدول المضيفة:

بمجرد ما يبدأ المستثمر بعملية التسويق الفعلي للمنتجات، يبدأ بتحويل عوائده إلى الخارج على شكل نقد أجنبي وبالتالي إسراف احتياطات البلد من النقد الأجنبي فمن شروط قدوم الإستثمار الأجنبي المباشر وحرية تحويل الأرباح إلى الخارج وبالتالي حدوث عجز في ميزان مدفوعات الدول المضيفة على المدى الطويل في حالة الخروج المتواصل للفوائد والأرباح وتتمثل المخاطر في<sup>1</sup>:

- أغلب المشاريع التي يقيمها المستثمرون الأجانب تكون في مجال السلع الخدمية الاستهلاكية فقط ، حيث الريح السريع والوفير الذي لا يخدم البلد المضيف كثيرا ، وينقادون الإستثمار في الصناعات الإستراتيجية والثقيلة.

- إن تدخل حكومات الشركات متعددة الجنسيات في إدارة هذه الشركات في الدول الأخرى يؤدي إلى عدم سيطرة الدول المضيفة على هذه الشركات .

- استنزاف الثروات الوطنية والمواد الأولية للبلد المضيف ، فالشركات المتعددة الجنسيات تستخدمها بشراهة وكثرة لإنتاج أقصى ما يمكن ولا تراعي في الجنسية ذلك الاستعمال العقلاني ولا المحافظة على ثروات الأجيال القادمة خدمة للتنمية المستدامة.

- مخاطر تغيير القوة الشرائية لوحدة النقد وقد تنشأ على تقلب أسعار صرف العملة الأجنبية .

- التعرض للهزات الإقتصادية العالمية

- طلب ضمانات عالمية للاستثمار المباشر الوافد للسوق المحلي .

- إن المستثمر الأجنبي أقل قدرة من المستثمر المحلي على جمع المعلومات المتعلقة بالأسواق المالية المحلية بسرعة، وبحكم وجود المستثمر المحلي أو موظفيه بصفة دائمة لمراقبة اتجاهات وحركة الأسعار يكون لديه إمكانيات أفضل لجمع المعلومات الدقيقة وفي الوقت المناسب .

1 - قاسم نايف علوان : إدارة الاستثمار بين النظرية و التطبيق ، دار الثقافة و النشر ، عمان - الاردن ، بدون طبعة ، 2012 ، 357.

. التدخل في القرار السياسي للبلد المضيف ،حيث عند إنتهائهم من هيمنتهم على الإقتصاد بيدؤون في توجيه القرار السياسي للبلد بما يظم مصالحهم عن طريق الضغط على حكومات هذه البلدان لتقديم مزيد من التنازلات.<sup>1</sup>

**ثانيا : مخاطر الإستثمار الأجنبي المباشر بالنسبة للدول القائمة به:**

هناك مجموعة من المخاطر التي يواجهها الإستثمار الأجنبي المباشر ومن وراءه الدول القائمة به تتمثل في:<sup>2</sup>

**1 - خطر حجم السوق في الدول المضيضة:** حيث لا يشجع السوق الصغير على الإستثمار إلا إذا كان قريبا من المواد الخام أو من أسواق أخرى كبيرة ، وعادة ما يعبر عن حجم السوق بالنتاج المحلي الإجمالي .

**2- خطر التضخم:** تعكس ارتفاع معدلات التضخم حالة عدم استقرار في السياسة الإقتصادية، وهذا ما لا يشجع الإستثمار الأجنبي المباشر لأن التكلفة النسبية للإنتاج في الإقتصاد ستزداد بالمقابل .

**3- خطر تغيرات سعر الصرف :** والمتمثل في درجة المخاطر على جذب الإستثمارات الأجنبية المباشرة المترتبة على تغيرات سعر الصرف من خلال أن التغيرات الكبيرة والمفاجأة في سعر الصرف سوف تجعل المبالغ التي تم استثمارها في البلد المضيف وبعد تحويلها إلى عملة بلد المستثمر يكون ناتج صرفها أقل ، وهذا ما يشكل خطر كبير يمكن أن يواجه المستثمر الأجنبي ، مما يدفع إلى تخفيض الإستثمارات الأجنبية المباشرة مستقبلا في هذه الدولة .

**4- البنية الأساسية:** تعد البنية الأساسية غير المتكاملة واليد العاملة غير المدربة بشكل كفاء عناصر طرد المستثمرين الأجانب .

**5- حجم الصادرات:** يعد من محددات تدفق الإستثمار الأجنبي المباشر وذلك لأن الإستثمار الأجنبي المباشر ينتج إلى القطاع الذي يكون فيه العائد أعلى مقارنة بسائر القطاعات الأخرى .

**6- الإستقرار السياسي :** يتولد عن عدم الاستقرار السياسي تأثير سلبي على قرارات الإستثمار للشركات الأجنبية وتخفض من قيمة موجودات المستثمر الأجنبي في ذلك البلد .

1 - كاكى عبد الكريم : أثر الاستثمار الاجنبي المباشر على تنافسية الاقتصاد الجزائري ، رسالة ماجستير ، المركز الجامعي غرداية 2011/2010 95 96 .

2 - يوسف مسعوداوي : تسيير مخاطر الاستثمار الاجنبي المباشر مع الاشارة لحالات بعض الدول العربية ، مجلة ابحاث اقتصادية و ادارية ، 2008 183 184 .

الممكنة ومن بينها الحوافز الضريبية، نظرا للأعمال المقصودة من جانب تلك الدول في الحصول على المزايا التالية:

1. الحصول على الفن الإنتاجي المتقدم والتكنولوجيا الحديثة المصاحبة للاستثمار الأجنبي المباشر والتي قد يصعب الحصول عليها في حالة الاقتراض الخارجي فضلا عن الآثار الإيجابية لذلك على الاقتصاد القومي من تأثير على زيادة ورفع مستوى الإنتاجية وحسن استخدام الموارد المتاحة .

2. يعتبر الاستثمار الأجنبي المباشر إضافة إلى التكوين الرأسمالي وبالتالي يعمل على تغطية جانباً من فجوة الموارد المحلية الناتجة عن النقص في الادخار المحلي الإجمالي عن الاستثمار المواد تحقيقه للدول المضيفة .

ناهيك عن ما يسببه ذلك من زيادة مواردها عن النقد الأجنبي، يضاف إلى ذلك ، ما تؤدي إليه هذه الاستثمارات من زيادة الدخل المحلي الإجمالي الذي يمكن أن يدخر جزء منه ويتحول بدوره إلى استثمارات محلية ترفع من معدل التكوين الرأسمالي .

3. يترتب على الاستثمارات الأجنبية المباشرة عادة وفرة خارجية في شكل نقل المعرفة الفنية وتنمية المهارات المحلية التنظيمية والإدارية والفنية والتسويقية بالإضافة إلى ما تؤدي إليه تلك الاستثمارات من خلق صناعات مغذية مساعدة توفر للمشاريع الأجنبية بعض ما تحتاجه من مستلزمات الإنتاج أو تقوم ببعض عمليات تصنيع أو تسويق منتجات هذه المشروعات .

4. يؤدي الاستثمار الأجنبي المباشر إلى زيادة عاجلة في حصيلة الدول المضيفة من النقد الأجنبي وبالتالي يؤثر تأثير إيجابياً على ميزان المدفوعات، مما يمكنها من زيادة الواردات دون الحاجة إلى زيادة الصادرات ، يضاف إلى ذلك أن الشركات الأجنبية بفضل اتصالاتها الدولية ومعرفتها وخبرتها بشبكة الأسواق الدولية بالإضافة إلى سمعتها المرتبطة باسمها أو علامتها التجارية، تفتح أمام الدول المضيفة إمكانيات أكثر لغز وأسواق التصدير وزيادة حصيلة صادراتها وهو ما يساهم في تقليل عجز الميزان التجاري الذي يميز معظم اقتصاديات الدول النامية التي تعاني من هذا العجز .

5. ينتج عن الاستثمار الأجنبي المباشر زيادة في مستوى العمالة ، وبالتالي زيادة في الأجور ، ومن ناحية أخرى قد يؤدي نشاط المشروعات الأجنبية إلى خلق دخول لبعض الفئات الأخرى مقابل الحصول على خدمات معينة أو استئجار أراضي أو مباني أو غيرها .

6- لا يترتب على انسياب الاستثمار الأجنبي المباشر تراكم للمديونية الخارجية بأعبائها وأثارها التي ضاقت بها الكثير من الدول النامية. بل أن تلك الاستثمارات لا تؤدي إلى الخضوع لشروط المانح المجحفة كما حدث عند لا تعامل مع تفاقم مشكلة المديونية الخارجية وخاصة بعد أزمة الثمانينات .

- لهذه المزايا وغيرها يزداد اتجاه الكثير من الدول النامية إلى تفضيل الاستثمار الأجنبي المباشر عن الفروض الخارجية وخاصة فيما يتعلق بالتوجهات المستقبلية ومن هنا تزداد درجة التنافسية فيما بينها في مجال جذب تلك الاستثمارات إليها <sup>1</sup>.

7- إن الاستثمارات الأجنبية المباشرة تعتبر مصدرا جيدا وفعالا لنقل التقنيات والتكنولوجيات الحديثة إلى البلدان النامية المضيفة وبالرغم من وجود قنوات أخرى غير الاستثمارات المباشرة يمكن للدول المضيفة الحصول على التقنيات التكنولوجية من خلالها مثل العقود الإدارية، إلا أن الاستثمارات المباشرة تمثل أكثر الطرق جدوى وبصفة خاصة بالنسبة لبعض أنواع الصناعات وتستفيد البلدان النامية مما تقوم به الشركات العابرة للقارات عن طريق الفروع التابعة لها في البلدان النامية من نقل مباشر للتكنولوجيا <sup>2</sup>.

### ثانيا : عيوب الاستثمار الأجنبي المباشر :

في الواقع أنه وبالرغم من تعدد مزايا الاستثمار الأجنبي المباشر نجد أن هذا الأخير له أثارا سلبية على بعض الجوانب التي نخص الدول المستقبلية له وأهم عيوب الاستثمار الأجنبي المباشر ما يلي :

- أن منح الإعفاءات الضريبية للشركات الأجنبية قد ينجم عنه تقليص في الموارد المتاحة للمؤسسات المحلية مما يتطلب موازنة العوائد قصيرة الأجل بالعوائد طويلة الأجل فعوائد قصيرة الأجل قد تأتي نتيجة لقيام الشركات الأجنبية بخلق وظائف معينة في الوقت الحالي لكن ذلك قد يكون على حساب الاستثمار الرأسمالي المتاح للمؤسسات المحلية والتي ستبقى في البلد المضيف حتى ولو غادرته الشركات الأجنبية إلا أن مسألة بقاء المؤسسة المحلية في العمل بعد مغادرة الشركة الأجنبية محل جدل كما أن قدرة الشركات الأجنبية على دفع أجور أعلى يجعل من الصعب على المؤسسات المحلية المنافسة لاستقطاب أفضل الكفاءات ،بالإضافة إلى ذلك فإن حرية الشركات متعددة الجنسيات في اتخاذ القرار حول مواقع استثماراتها عامل ضغط على الحكومات والتي قد يجبرها على دخول منافسات فيما بينها لجذب هذه الشركات وبالتالي منح المزيد من الإعفاءات مما ينجز عنه تحمل تكاليف أعلى للدول المضيفة .

1 - عبد المطيب عبد الحميد : العولمة الاقتصادية ( منظماتها - شركاتها - تداعياتها ) ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، بدون طبعة ، 2008 ، 209-207.

2 - نزيه عبد المقصود المبروك : الآثار الاقتصادية للاستثمارات الأجنبية ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، 1 2008 ، 449.

يمكن للاستثمار الأجنبي المباشر أن يكون عاملاً في تحويل الموارد المالية المحلية إلى الخارج وكذا خروج الأموال في شكل أرباح وعوائد على المدى الطويل وهذا عندما يصل الاستثمار إلى مرحلة النضج .

- قد تلجأ الشركات متعددة الجنسيات إلى استعمال التهديد بالغلق أو نقل المؤسسات أثناء المفاوضات المتعلقة بشروط العمل .

- تقوم الشركات متعددة الجنسيات بتضخيم الأفساط المتعلقة بالخدمات المتقدمة من طرف الشركة الأم ( أبحاث ، تسيير ، تسويق).<sup>1</sup>

---

1 - سلمان حسين ، مرجع سبق ذكره ، ص ص 36 37.

. كما تبقى أهم مخاوف المستثمر الأجنبي عند مباشرته الإستثمار في الدول المضيفة في :

أ. **نوع الملكية:** ينتهي البعض إلى تعريف نوع الملكية بأنه الإجراء الذي تتخذه الدولة أو إحدى هيئاتها العامة لنوع ملكيته أموال عقارية مملوكة لأشخاص خاصة ، إجراء قد تستعمله الدول المضيفة في أي وقت .

ب . **المصادرة:** إجراء تتخذه السلطة العامة في الدولة وتحتوي بمقتضاه على ملكية كل أو بعض الأموال أو الحقوق المالية المملوكة لأحد الأشخاص وذلك دون أداء أي مقابل ، كما عرف بعض الفقه الصادرة بأنها أحد الممتلكات الخاصة من قبل الدولة بدون تعويض ، مهما يكن تشكل ذلك وبموجب أي اسم ينفذ.

ج . **التأميم:** يستعمل التأميم في بعض الدول كوسيلة للحصول على ملكيته الغير خاصة في الدول ذات التوجيه الاشتراكي سابقا ، يقصد به نقل ملكيته مجموعة من الأموال التي تكون في صورة مشروع إلى الأمة، بما يهدف إلى الانقضاء الشامل على كافة مظاهر الملكية الفردية لوسائل الإنتاج .

ومنه فإن مشاريع الإستثمار الأجنبي المباشر تؤدي إلى استغلال الدول النامية واستنزاف فائضها الإقتصادي من خلال حصولها على أرباح مرتفعة، وتحول معظم هذه الأرباح إلى الخارج ، وبذلك تتخفف الموارد التي يمكن أن تتاح لعمل الاقتصاد ، وتضعف أدائه ونموه.<sup>1</sup>

### الفرع الثاني: مزايا و عيوب الاستثمار الأجنبي المباشر :

#### أولاً: مزايا الاستثمار الأجنبي المباشر :

دون الدخول في جدلية حساب العائد والتكلفة من الاستثمار الأجنبي المباشر فإن من الواضح أن الدول النامية تتنافس فيما بينها بشكل حاد على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر إليها بكل الوسائل

1 - فليح حسن خلف : العولمة الاقتصادية ، عالم الكتاب الحديث ، الاردن ، ط1 2010 .98

خلاصة الفصل :

تطرقنا في هذا الفصل إلى الشركات المتعددة الجنسية باعتبارها أهم ناقل لتدفقات الإستثمارات الأجنبية المباشرة عبر العالم. ثم تناولنا الجوانب المتعلقة بالإستثمارات الأجنبية المباشرة من تعريفها، الأشكال التي تتطوي عليها، النظريات المفسرة لها، محدداتها ثم دوافعها بالنسبة للمستثمر وبالنسبة للدولة المضيفة، مزاياها وعيوبها، وأخيرا المخاطر التي تتطوي عليها بالنسبة للدولة المضيفة وبالنسبة للدولة القائمة بها.

## الفصل الثاني : عموميات حول قطاع الخدمات

➤ مباحث الفصل

➤ تمهيد

➤ المبحث الأول : ماهية الخدمة

➤ المبحث الثاني : أساسيات حول قطاع الخدمات

➤ خلاصة الفصل

الفصل الثاني :

عموميات حول قطاع الخدمات

- مباحث الفصل
- تمهيد
- المبحث الأول : ماهية الخدمة
- المبحث الثاني : أساسيات حول قطاع الخدمات
- خلاصة الفصل

**تمهيد:**

لقد تزايد الاهتمام بقطاع الخدمات كثيرا في الآونة الأخيرة لأنه يعد من القطاعات المربحة قياسا إلى قطاع السلع. كما تبرز أهمية قطاع الخدمات في أنه يساهم في تخفيض البطالة والفقر وكذلك يساهم في تعبئة الموارد المالية. وسوف نتطرق في هذا الفصل إلى موضع الخدمات من خلال المبحثين التاليين:

**المبحث الأول : ماهية الخدمة**

**المبحث الثاني : أساسيات حول قطاع الخدمات .**

## المبحث الأول : ماهية الخدمة :

سننظر في هذا المبحث إلى مفهوم و مراحل تطورها بالإضافة إلى تصنيفها وخصائصها وكذلك أهمية الخدمات وأهدافها.

## المطلب الأول : مفهوم الخدمة و مراحل تطورها

### الفرع الأول: مفهوم الخدمة

هناك العديد من التعريفات للخدمة أظهرتها أدبيات التسويق و يمكن ذكر بعضها فيما يلي :

**تعريف 1:** عرف Kother الخدمة بأنها " أي عمل أو أداء غير ملموس يقدمه طرف إلى طرف آخر من دون أن ينتج عن ذلك ملكية شيء ما فتقديم الخدمة قد يكون أو لا يكون مرتبط بمنتج مادي".<sup>1</sup>

**تعريف 2:** عرف Stanton الخدمة بأنها " النشاطات غير الملموسة التي تحقق منفعة للمستفيد، و التي ليست بالضرورة مرتبطة ببيع سلعة أو خدمة أخرى ، أي أن إنتاج خدمة معينة أو تقديمها لا يتطلب استخدام سلعة مادية".<sup>2</sup>

**تعريف 3:** و قد عرف Gronroos الخدمة بأنها " أي نشاط أو سلسلة من الأنشطة ذات طبيعة غير ملموسة في العادة ، و ليس من الضروري حدوثها بطريق التفاعل بين المستهلك و منتج الخدمة ، أو الموارد المالية أو السلع ، أو الأنظمة التي يتم تقديمها حلولاً للمشاكل التي تعترض المشتري".<sup>3</sup>

**تعريف 4:** و قد عرفت جمعية التسويق الأمريكية ( AMS ) بأنها " عبارة عن الأنشطة أو المنافع التي تعرض للبيع أو تقدم مرتبطة مع السلع المباعة".<sup>4</sup>

**تعريف 5:** يمكن تعريف الخدمة من الناحية التسويقية بأنها " عبارة عن تصرفات أو أنشطة أو أداء يقدم من طرف إلى طرف آخر، حيث تعتبر هذه الأنشطة غير ملموسة و لا يترتب عليها نقل ملكية أي شيء، كما أن تقديم الخدمة قد يكون مرتبطاً أو غير مرتبط بمنتج مادي ملموس".<sup>1</sup>

1 - مصطفى سعيد الشيخ و آخرون : مبادئ التسويق الحديث ، دار المسيرة ، عمان - الأردن ، ط3 2011 259.

2 - المرجع نفسه ، نفس الصفحة.

3 - إياد عبد الفتاح النصور : تسويق المنتجات المصرفية ، دار صفاء للنشر و التوزيع عمان - الأردن ، ط1 2015 63.

4 - ربحي مصطفى عليان و إيمان فاضل السامرائي : تسويق المعلومات و خدمات المعلومات، دار صفاء للنشر و التوزيع ، عمان - الأردن ، ط2

2015 163 119.

**تعريف 6:** و يمكن تعريف الخدمة أيضا على أنها >> نشاط معروض للتبادل مثله مثل المنتج أو السلعة ( حيث تنتج السلعة بحد ذاتها خدمات ) لكنه غير محسوس حيث لا يمكن لمسه أو شمه أو تذوقه أو رؤيته أو سماعه ، و الخدمة تؤثر على أحاسيسنا و تحدد قيمنا وثقافتنا و هي مكان تحسين نتائج القطاع الأولي و الصناعي كما تساهم هذه الخدمة في عولمة الأسواق " .<sup>2</sup>

**تعريف 7:** و يمكن تعريف الخدمات على أنها تلك الخدمات التي تتضمن كل الأنشطة الاقتصادية التي مخرجاتها ليست منتجات مادية ، و هي بشكل عام تستهلك عند وقت إنتاجها و تقديم قيمة مضافة و هي بشكل أساسي غير ملموس لمشترياتها.<sup>3</sup>

**تعريف شامل:** من خلال التعاريف السابقة الذكر يمكننا استخلاص تعريف شامل للخدمة بأنها عبارة عن نشاط اقتصادي غير ملموس تؤثر على أحاسيسنا .

### الفرع الثاني : مراحل تطور الخدمة

. مرت الخدمة بأربعة مراحل هي :

#### أولا : مرحلة التقديم :

يطلق على الخدمة أنها في مرحلة التقديم عندما تقوم لمرة الأولى ، أو عندما يتم تغيير شكل الخدمة الحالية ، حيث لا تحصل الكثير من الخدمات الجديدة على درجة القبول من طرف المستهلكين ، وهنا تظهر ميزة الخدمة على السلع ، بحيث الخدمات يمكن تقديمها على نطاق ضيق .

ويمكن توسيعها إذا لقيت القبول من المستهلكين ، وتمت هذه المرحلة بقلّة المنافسين أو انعدامهم ، و انخفاض هامش الربح ، تدفق نقدي سلبي ، عدم وضوح القطاعات السوقية وصعوبة تحديدها .

#### ثانيا : مرحلة النمو :

يزداد نمو الخدمة في هذه المرحلة حيث تظهر تدفقات نقدية ايجابية ، وبسبب نمو واتساع الصناعة يزداد الطلب على الخدمة ، مما يسمح للعديد من المؤسسات من رفع أسعارها مما يؤدي إلى هوامش وأرباح كبيرة ، هذا الشيء يؤدي أيضا إلى دخول مؤسسات جديدة لتقديم نفس الخدمة ، فتظهر

1 - وصفي عبد الرحمان النعسة : التسويق المصرفي ، دار كنوز للنشر و التوزيع ، الأردن- 1 2011 126.

2 - حمداوي وسيلة : الجودة ميزة تنافسية ، مديرية النشر لجامعة قلمة ، ب ط، 2009 19.

3 - بن عمروش فائزة : واقع تسويق الخدمات في شركات التأمين ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل درجة الماجستير في العلوم الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية جامعة بومرداس ، 2008 15.

المنافسة وتظهر قطاعات سوقية جديدة ، وتتميز على العموم هذه المرحلة بنمو سريع في الأعمال وتدفقات نقدية ايجابية وأرباح عالية وازدياد المنافسة ، إضافة إلى إزدياد عدد الفروع الجديدة التي تقدم هذه الخدمة ، تطوير الحصة السوقية الحالية ، والبحث عن قطاعات سوقية جديدة لتقديم الخدمة .

### ثالثا : مرحلة النضج :

تبدأ هذه المرحلة مبيعات المؤسسة بالهبوط البطيء وتزداد المنافسة لذلك تعمل أغلبية المؤسسات على أبعاد المنافسين عن طريقها لزيادة حصتها السوقية أو زيادة أرباحها ، وكنتيجة لهذا التنافس تنخفض أرباح معظم المؤسسات الشيء الذي يدفع بالمؤسسات الضعيفة الى الخروج من الصناعة و في هذه المرحلة أيضا لا يرى المستهلكون أية فروقات بين ما تقدمه المؤسسات المختلفة من خدمات ، و بصورة عامة هذه المرحلة تتميز بإستقرار مبيعات المؤسسات المختلفة من خدمات و شدة المنافسة ، خروج المؤسسات الضعيفة ، و القطاعات السوقية مميزة وواضحة ، و للتقليل من المخاطر في هذه المرحلة يجب أن نتبع واحد أو أكثر من الإستراتيجيات ، و هي تقليل تكاليف التشغيل ، تعزيز النوعية و جودة الخدمة فنيا ووظيفيا ، و إضافة استخدام أسلوب الإعلان الإقناعي، و تقليد حملات ترويج المنافسين و مطابقتها مع حملات المؤسسة.

### رابعا : مرحلة الانحدار :

في هذه المرحلة تنخفض مبيعات المؤسسات، و يرجع هذا الانخفاض إلى التقنيات الجديدة المستخدمة،مثلا خدمات صيانة الآلة ، الطابعة قد انخفضت لأن آلات الطباعة استبدلت بأجهزة الحاسوب ، و باستخدام تقنية الحاسوب الجديدة زادت الحاجة إلى متخصصين في صيانة الحاسوب و المبرمجون و بسبب انخفاض الطلب تضطر العديد من المؤسسات إلى إلغاء هذه الخدمة أو تلك، و بصفة عامة تتلخص مميزات هذه المرحلة بانخفاض المبيعات ، و انخفاض حدة المنافسة و رأس مال قليل ، و أرباح قليلة أيضا ، و لكي تنجح المؤسسات في هذه المرحلة عليها بإلغاء الخدمات المؤدية للخسائر و الاحتفاظ فقط و الاستمرار بتقديم الخدمات المربحة.<sup>1</sup>

## المطلب الثاني :تصنيف الخدمات و خصائصها

### الفرع الأول : تصنيف الخدمات

يوجد عدة تصنيفات للخدمات ، منها المبسط ( Simplified ) و منها المتعمق ( Deep . Rooted ) فالأول يعطينا صورة عامة عن الأنواع الشائعة للخدمات، بينما الثاني يغلغل في نسيج الخدمات، موضحا معالمها وخصائصها و طبيعتها ، و عليه فإننا نرى ضرورة إدراج هذين النوعين من التصنيف لإغناء المناقشات وتوسيع مدارك القارئ.

### أولا : التصنيف المبسط

هناك أنواع من الخدمات التي يمكن أن تصنف وفق هذا الأسلوب و من أهمها الأسس التالية:

#### **1. حسب نوع السوق ( أو حسب الزبون ):**

أ. **خدمات استهلاكية :** و هي الخدمات التي تقدم لإشباع حاجات شخصية صرفة مثل الخدمات السياحية و الصحية ، وخدمات النقل و الاتصالات ، و حلاقة الشعر و التجميل ، و لهذا سميت هذه الخدمات بالخدمات الشخصية .

ب . **خدمات منشآت :** و هي الخدمات التي تقدم لإشباع حاجات المنشآت الأعمال كما هو الحال في الاستشارات الإدارية المحاسبية ، و صيانة المباني و المكائن و المعدات ، وهناك خدمات يتم بيعها لكل من المستهلكين ومنشآت الأعمال ، و لكن بأساليب و سياسات تسويقية مختلفة و متباينة ، و هذا هو الأسلوب المتبع في بيع السلع لكلا النوعين من هؤلاء الزبائن ، فالحصول مثلا على طلبات لتنظيفي السجاد بأسلوب البيع الشخصي يكون عملية اقتصادية في حال التعامل مع منشآت الأعمال ، و لكنه لا يكون كذلك في حالة كون الزبون أحد أصحاب المنازل أو الشقق السكنية .

#### **2 . حسب درجة كثافة قوة العمل**

أ . **خدمات تعتمد على قوة عمل كثيفة :** ومن أمثلتها خدمات الحلاقة والتجميل ، وخدمات تربية ورعاية الأطفال ، وخدمات التدريس ، والخدمات التي يقدمها الطبيب في عيادته وغيرها .

ب . **خدمات تعتمد على المستلزمات المادية :** ومن أمثلتها خدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية خدمات النقل العام ، خدمات الطعام ، خدمات البيع الآلي ، خدمة غسل السيارات آليا ، خدمات النقل الجوي وغيرها .

#### **3 . حسب درجة الاتصال بالمستفيد :**

أ . خدمات ذات اتصال شخصي عال : مثل خدمات الطبيب ، والمحامي ، وخدمات السكن ، وخدمات النقل الجوي ، وخدمات التأمين وغيرها .

ب . خدمات ذات اتصال شخصي منخفض : مثل خدمات الصراف الآلي ، وخدمات مواقف السيارات الآلية ، والخدمات البريدية الخ .

ج . خدمات ذات اتصال شخصي متوسط : مثل خدمات مطاعم الوجبات السريعة ، وخدمات المسرح وفندق راكبي السيارات ( الموتيل ) وغيرها .

#### 4 . حسب الخبرة المطلوبة في أداء الخدمات :

أ . مهنية : مثل خدمات الأطباء والمحامين والمستشارين الإداريين والصناعيين والخبراء وذوي المهارات البدنية والذهنية .

ب . غير مهنية : مثل خدمات حراسة العمارات ، و فلاحية الحدائق وغيرها .

#### ثانيا : التصنيف المتعمق

توجد طرق أخرى يمكن اعتمادها لتصنيف الخدمات ومن أبرز هذه الطرق نذكر الآتي :

#### 1 . الخدمات القابلة للتسويق مقابل الخدمات غير القابلة للتسويق marketable versus unmarketable services

يميز هذا التصنيف بين تلك الخدمات التي يمكن اعتبارها قابلة للتسويق وبين تلك الخدمات التي تقتضي ضرورات وعوامل البيئة الاقتصادية والاجتماعية أن تكون منافعها متأنية من آليات لا تعتمد على أساس السوق ( Non \_ ,market based mechanisms).ومن الأمثلة على النوع الأخير من هذه الخدمات ، الكثير من الخدمات الحكومية التي تقدم للمنفعة العامة ولا تتقاضى السلطات الحكومية رسوما مقابل تقديمها للمستفيدين . وتحصل هذه الحالة عندما يكون من المستحيل منع أو عزل أفراد أو مجموعات معينة من الاستفادة من الخدمة . ومثال ذلك ، أنه ليس بالإمكان في الواقع لسلطة محلية أن تتقاضى رسوما مقابل استخدام أرصفة السابلة ( المنشأة ) أو التجول في الحدائق العامة أو الاستمتاع بمشهد نافورة مياه ، وما شابه ذلك . فالمنافع التي تقدمها هذه الخدمات هي خارجية في طبيعتها ( External ) .

- أما المجموعة الأخرى من الخدمات التي تعتبرها بعض المجتمعات والثقافات غير قابلة للتسويق فهي تلك التي يتم توفيرها بشكل تقليدي سائد داخل المنازل مثل رعاية الأطفال وتربيتهم ، والطبخ والتنظيف

وغيرها من الأعمال المنزلية ، وتوجد خدمات كانت لفترة طويلة تعتبر غير قابلة للتسويق إلا أن المتغيرات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والتكنولوجية حولتها إلى خدمات يسهل تسويقها مثال ذلك : خدمات الطرق التي يترتب على استخدامها من قبل سائقي السيارات دفع رسوم معينة (Toll Roads) فقد وفرت السلطات البريطانية و الإماراتية خدمات لاستخدام بعض الطرق غير المزدحمة بالسيارات مقابل رسوم معينة يدفعها سائقوا السيارات الذين يفضلون قيادة سيارتهم دون الحاجة إلى التوقف كثيرا نتيجة ازدحام السير .

## 2 . الخدمات المقدمة للمستفيد النهائي مقابل تلك المقدمة للمشتري الصناعي : Producer Versus Consumer Services

إن خدمات المستفيد النهائي تقدم إلى الأشخاص الذين يستخدمون الخدمة لمتعتهم أو لفائدتهم الخاصة لا يترتب عليها أية منافع اقتصادية مثل خدمات الحلاق ، فهي تعرف على أنها خدمات استهلاكية وأما خدمات المشتري الصناعي ، فهي خدمات تقدم إلى منشأة الأعمال حيث تقوم هذه المنشأة أو وحدة الأعمال باستخدامها لإنتاج شيء آخر يترتب عليه منفعة اقتصادية مثل : شركة نقل البضائع فهي تتبع خدماتها للمشتري الصناعي .

## 3 . الثقل النسبي لعنصر الخدمة في إجمالي عملية تقديم أو عرض المنتج THE STATUS OF SERVICE IN THE PRODECT OFFERING

هناك ثلاثة أدوار رئيسية يمكن تشخيصها فيما يلي :

أ . توجد خدمة صرفة ( Puse Service ) عندما يكون هناك دليل ضعيف على وجود عناصر ملموسة في تركيبة الخدمة .

ب . توجد مجموعة أخرى من الخدمات مهمتها إضافة قيمة للسلعة الملموسة .

ج . أما المجموعة الأخيرة من الخدمات فهي تضيف قيمة جوهرية للسلعة من خلال توفيرها في المجال الأول .

## 4 . الخدمات الملموسة مقابل الخدمات غير الملموسة: Tangible Versus Intangible Services

. إن مستوى الملموسية الحاضرة في عرض الخدمة يتأني من ثلاثة مصادر رئيسية وهي :

أ . سلع ملموسة متضمنة في عرض الخدمة وتستهلك من قبل المستفيد .

ب . البيئة المادية التي تحصل فيها عملية إنتاج / استهلاك الخدمة .

ج . البرهان الملموس لأداء الخدمة .

. أما اللاملموسية تميل إلى رفع مستوى حالة عدم اليقين ( Uncertainty ) المدركة من قبل المستفيدين خلال عملية اتخاذ قرار الشراء .

5 . مدى مشاركة المستفيد في عملية إنتاج الخدمة : Extent Of Consumer Involvement

توجد بعض الخدمات لا تقدم إلا من خلال المشاركة الكاملة للمستفيدين بينما توجد خدمات أخرى لا تتطلب من المستفيدين إلا دورا بسيطا بينما توجد خدمات أخرى لا تتطلب مشاركة كاملة من قبل المستفيد في عملية إنتاج الخدمة .

6 . درجة عدم التماثل أو عدم التجانس : Degree Of Variability

يوجد بعدان اثنان لعدم التماثل يستخدمان لتصنيف الخدمات وهما :

أ . مدى تباين معايير الإنتاج عما هو مألوف أو متعارف عليه بخصوص كل من نتائج الخدمة وعمليات إنتاجها أو تقديمها .

ب . مدى التباين المعتمد في الخدمة لتلبية حاجات معينة لمستفيدين محددين .

7 . نمط تقديم الخدمة : The Pattern Of Service Delevery

يمكن التمييز بين جانبين اثنين من نمط تقديم الخدمة هما :

أ . ما إذا كان تقديم الخدمة يتم على أساس مستمر لكن ضمن سلسلة من العمليات المنفصلة.

ب . ما إذا كان تقديم الخدمة يتم بشكل عرضي أو في إطار علاقة مستمرة ما بين مورد الخدمة والمستفيد .

. فالعلاقة طويلة الأمد مع مورد الخدمة تعد مهمة للعملاء في عدد من الحالات التالية :

أ . عندما تكون عملية إنتاج / استهلاك الخدمة ممتدة على مدى زمني طويل .

ب . عندما لا يتم الانتفاع من الخدمة إلا بعد مرور فترة زمنية طويلة .

ج . عندما يواجه المستفيد درجة عالية من المخاطرة المدركة .

والشكل رقم (1-2) : يوضح كيفية تصنيف الخدمات طبقا لطبيعة عرضها وتقديمها

صميمة المستفيدين	<ul style="list-style-type: none"> <li>• نداءات هاتفية من المسكن.</li> <li>• خدمات الماء و الكهرباء.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• التأمين</li> <li>• خدمات تصليح و صيانة السيارة إذا كان العميل مشتركا في ناد للسيارات مثلا</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• خدمات تأجير سيارة</li> <li>• مطاعم الوجبات السريعة</li> <li>• الهواتف العامة.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• محطة إذاعية</li> <li>• خدمات عامة طرق ، منتزهات...الخ</li> </ul>
	( تعاملات منفصلة )	( تعاملات مستمرة )

### 8. نمط الطلب The pattern Of Demand

يمكن تصنيف الخدمات طبقا لنمط الطلب الزمني عليها ، فلا يوجد إلا القليل من الخدمات التي يكون الطلب عليها ثابتا على مر الزمن ، فهناك الكثير من الخدمات يكون الطلب عليها متباينا ومتذبذبا فقد يكون التذبذب على مدى يومين أو على مدى أسبوعين <sup>1</sup>.

#### الفرع الثاني : خصائص الخدمات : Characteristics Of Service

تمتاز الخدمات عن السلع من خلال الخصائص الآتية :

#### أولا : اللاملموسية / اللامحسوسية :

تتصف الخدمات بخصائص غير ملموسة ، أي لا يستطيع المشتري استخدام حواسه الخمسة لإدراكها قبل شرائها ، ولهذا فانه يصعب شرحها وتوضيحها في المعارض التجارية أو عرضها في محلات التجزئة أو شرحها من خلال الإعلان ، ولهذا فانه لا بد من استخدام البيع الشخصي و الإعلان للاتصال مع المستعمل / المشتري من خلال المنافع التي تعود عليه من جراء استعمال الخدمة <sup>2</sup>.

ثانيا : عدم إمكان تخزين الخدمة : الخدمة تختلف عن السلعة من حيث عامل التخزين ، فالخدمة لا يمكن أن تخزن بسبب أنها بالأساس غير ملموسة ويترتب على عدم إمكان التخزين اعتبارات تسويقية

1 - حميد الطائي و بشير العلاق : تسويق الخدمات ، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع ، عمان - الأردن ، ط العربية ، 2013 ، 45-43.

2 - نظام موسى سويدان : التسويق المعاصر ، دار الحامد للنشر و التوزيع : عمان- 2012 1 227.

مهمة ، فالخدمة التي لا تباع في مدة زمنية معينة ( يوم مثلا ) تعد خسارة وفرصة ضائعة لا تعوض ولذلك لابد من العمل على بذل الجهود التسويقية التي تكفل تحقيق حجم مبيعات يعادل حجم الطاقة الإنتاجية لمنظمة الانترنت<sup>1</sup>.

### ثالثا : غير قابلة للفصل عن مقدمها :

في ذهن المشتري فان الأفراد الذين يقدمون الخدمة هم أنفسهم الخدمة ، فإدراك المستهلك / المشتري لمقدم الخدمة تصبح إدراكه للخدمة نفسها ، ولهذا فان المشتريين غير قادرين على الحكم على نوعية الخدمة قبل شرائها .

**رابعا : صفة فناء الخدمة:** نظرا لخاصية الفناء ، فإن الخدمة غير قابلة للخرن ولهذا فان أسعار الخدمة في فترة الرواج تكون عالية وبعدها تهبط الأسعار بشكل حاد في غير موسمها ففي دورة الألعاب الأولمبية التي عقدت في اسبانيا عام 1992 ، ارتفعت أسعار عزف الفنادق إلى 5500 دولار للفرد الواحد /لمدة أسبوع ، ولهذا فان بعض المنظمات تعرض خصومات كبيرة على أسعار خدماتها في فترة الكساد . ومثال ذلك خصومات شركات الطيران للرحلات الليلية وفي فترة الركود.<sup>2</sup>

**خامسا : تقلب الجودة :** تقلب وتتغير جودة الخدمة المقدمة هي خاصية أخرى من خصائص الخدمات لارتباط ذلك بصعوبة تمييز الخدمة .

**سادسا : عدم خضوع الخدمات للقياس :** وهي مشكلة كبيرة تجابه الخدمات فالكثير من الصناعات المتشابهة تقدم خدمات للجمهور ، وكل من هذه الصناعات يعتقد أن ما يقدمه هو الأحسن والأنسب ولكن ما هو المعيار وراء هذا الادعاء مثلا ؟ فالمسألة تبدو صعبة جدا ، فالمستهلك قد يعتبر خدمة مشروع ما خيرا من الأخرى لمعايير قد لا يأبه لها مستهلك آخر ، وحتى المستهلك نفسه قد يصعب عليه الحكم على خدمات جهة معينة إلا بعد التجربة من جهة ومقارنة هذه الخدمة مع خدمة أخرى مماثلة لمشروع ثان وما تحاوله الجهات الخدمية من تقديم عروض ومزايا للأفراد قد لا تعتبر مقياسا معينيا ما دامت العروض غير ملموسة وأنها لا تعرف إلا بعد التجربة.<sup>3</sup>

### سابعاً : الملكية :

1- مصطفى سعيد الشيخ و آخرون ، مرجع سبق ذكره ، ص 265.

2 - نظام موسى سويدان ، المرجع نفسه ، ص 227.

3 - عبيد ابراهيم شلاش : التسويق الزراعي ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، عمان- 2012 1 121.

إن عدم انتقال الملكية تمثل صفة واضحة تميز بين الإنتاج السلعي والإنتاج الخدمي ، وذلك لأن المستهلك له فقط الحق باستعمال الخدمة لفترة معينة دون أن يمتلكها ( مثال غرفة في فندق أو مقعد في طائرة ) فالدفع يكون بهدف الاستعمال أو الاستئجار لشيء بينما في حالة شراء السلعة فالمستهلك له حق التصرف بها.<sup>1</sup>

وأشار كل من Jongetal (2003) إلى عدد من الفروقات بين الخدمة والمنتج ، ولسهولة المقارنة ثم توضيحها بالجدول رقم (2-1) الآتي :

جدول رقم (2-1) الفروقات بين الخدمة والمنتج .

المنتجات ( products )	الخدمات ( services )	
<p>لملموسة : ( tangible )</p> <p>1- أي يستطيع الزبون أن يرى أو يلمس المنتج .</p> <p>2- ويوجد نقل للملكية من البائع إلى المشتري.</p>	<p>غير ملموسة :</p> <p>1- لا يستطيع الزبون أن يرى أو يلمس الخدمة .</p> <p>2- لا يمكن نقل الملكية عند تقديم الخدمة .</p>	<p>Tangibility</p> <p>الملموسة</p> <p>( كون الشيء ملموس )</p>
<p>1) لا يوجد تزامن بين الإنتاج والاستهلاك</p> <p>فالبضاعة أو المنتجات تنتج أو تصنع أولاً ثم تباع وتستهلك بعدها .</p> <p>2) لا يشترط حضور الزبون عند الإنتاج .</p> <p>3) يمكن ضبط الأخطاء التي تحدث أثناء العملية الانتاجية.</p>	<p>1) الخدمات تنتج وتستهلك بنفس الوقت.</p> <p>2) يشترط حضور الزبون .</p> <p>3) من الصعوبة ضبط الأخطاء لأنها تحدث أثناء التفاعل المباشر مع الزبون .</p>	<p>Simultaeity</p> <p>التزامن بين الإنتاج والاستهلاك</p>
<p>تتوفر المعيارية standardiration في العمليات الإنتاجية الخاصة بالمنتجات ، وأيضاً في نوعية المنتج النهائي .</p>	<p>في الخدمات تختلف نوعية الخدمة باختلاف مقدم الخدمة وباختلاف إدراك ورؤية الزبون لنوعية الخدمة المقدمة.</p>	<p>Heterogeneity</p> <p>( التنوع ، التباير )</p>
<p>البضائع ( المنتجات ) التي لم يتم بيعها لا تنتهي ، ولكن يمكن تخزينها لتباع في المستقبل .</p>	<p>الخدمات المتوفرة ولم تستهلك لا يمكن أن يتم تخزينها ( مثال : مقاعد الطائرات التي لم تحجز ، أو غرف الفنادق التي لم تسكن إذا لم يتم استخدامها لا تخزن ليتم بيعها لاحقاً ، وإنما تعتبر خسارة ) .</p>	<p>Perishability</p> <p>القابلية للانتهاء</p>

المصدر : أحمد محمود الزامل وآخرون : تسويق الخدمات المصرفية ، دار إثراء للنشر والتوزيع ، الأردن ، ط1 ، 2012 ، ص 62 .

### المطلب الثالث : أهمية الخدمات و أهدافها

#### الفرع الأول : أهمية الخدمات

تتبع أهمية الخدمة من طبيعة خصائصها و دورها في الحياة اليومية فالسعي إلى الاستفادة من الخدمة في وقتها يختلف عن الاستفادة من السلعة فقد يتم تأجيل أو تأخير من الاستفادة من السلعة و لكن ذلك قد لا تحسن عواقبه في الخدمة و التي غالبا ما تقترن بوقت محدد و إن واحدة من أبرز الخصائص للعقدين السابقين من القرن الماضي و مطلع هذا القرن تمثلت في النمو الهائل في قطاع الخدمات في الاقتصاد العالمي المتقدم.

إن ظاهرة الزيادة في الطلب على الخدمات سمة واضحة في دول العالم ، ففي كندا شكل قطاع الخدمات ما معدله 67 % في عام 2003 م من إجمالي التشغيل و شكل نسبة مقاربة من إجمالي الناتج القومي و في المملكة المتحدة ارتفعت حصة الخدمات من 48.5 % عام 2003 إلى 53.2 عام 2004 أما في الولايات المتحدة الأمريكية حاليا فقد بلغت أكثر من 71 % لعام 2007 من إجمالي الناتج القومي و كذلك تزايد عدد الأفراد الذين تم تعيينهم و استخدامهم في قطاعات الخدمات ليتجاوز أعداد المستخدمين في أي قطاع آخر من أسواق الاقتصاد هذا فضلا عن استمرار تزايد النمو في الوظائف و الأعمال الخدمية أيضا فمن بين 15 مليون وظيفة و فرصة عمل تم استحداثها منذ نهاية فترة الركود الاقتصادي الأخير عام 2002 هناك ما يزيد عن 58 % من هذه الوظائف و الأعمال ترتبط بحقول الخدمات و مجالاتها و من ناحية أخرى تزايد حجم صرف و إنفاق المستهلك على الخدمات بصورة أسرع و أكبر من الصرف على المنتجات المعمرة و المنتجات غير المعمرة ففي عام 1996 شكلت الخدمات 44.8 % من إجمالي الاستهلاك و بحلول عام 2006 ارتفع هذا المعدل إلى 53.6 % أما في عام 2007 فإن معدل الخدمات بلغ أكثر بكثير من نصف نفقات و تكاليف الاستهلاك في الولايات المتحدة و بذلك نستطيع القول بأن الخدمات تسير في طريقها لتصبح جزء ) لا يتجزأ من الاقتصاديات المتطورة.<sup>1</sup>

بالإضافة إلى ما سبق نجد أن هناك أهمية إضافية للخدمات فقد ازدادت أهميتها للأسباب التالية :

- 1-ارتفاع نسبة العاملين في قطاع الخدمات حيث تشير الدراسات إلى أن أكثر من ثلثي مجموع القوى العاملة في العالم تعمل في قطاع الخدمات .
- 2-ارتفاع نسبة الخدمات في الناتج القومي الإجمالي ( GNP ) حيث تشير الإحصائيات أن الخدمة ساهمت في 72 % من الناتج القومي الإجمالي لإقتصاد الإتحاد الأوروبي و حوالي 85 % في اقتصاد الولايات المتحدة الأمريكية .

3-زيادة إعداد السلع التي تحتاج إلى الخدمات فسلع الكمبيوتر و الأنترنت و أنظمة الأمان تحتاج إلى خدمات متخصصة من التركيب و الصيانة و التدريب و قطع الغيار.

4- ارتفاع مستويات الدخل في كثير من دول العالم حيث جعلت هذه الدخول الإنفاق على الكثير من الخدمات أمرا ممكنا و ميسورا.

5- التغييرات التكنولوجية التي حدثت في منظمات الأعمال فالتسويق الإلكتروني و استخدام التكنولوجيا أدى إلى زيادة الحاجة إلى الخدمات المدعمة لهذه الأنشطة.<sup>1</sup>

6-التغييرات في بيئة منشآت الأعمال و كذلك المستهلك الأخير زادت من أهمية الخدمات في الوقت الحاضر عما كان عليه الأمر في السابق ، فالبيئة التسويقية أصبحت أكثر تعقيدا من السابق و خاصة و ما يتعلق بالتشريعات و القوانين و تعويم أسعار الفائدة بين الأقطار الأمر الذي نتج عنه حاجة أكبر من ذي قبل لخدمات مثل المشورة الإدارية و الضريبة و النصيحة القانونية و الاستشارات الفنية و خاصة تلك المتعلقة بتقنيات نظم المعلومات و الاتصالات.<sup>2</sup>

### الفرع الثاني : أهداف الخدمة

هناك أهداف للخدمة تكمن فيما يلي :

1-تشجيع روح المبادرة الفردية في إيصال المعلومات التي من شأنها وقاية المجتمع من أية أضرار بمصلحة عامة.

2-أهمية الإحساس الذاتي بمسئوليتنا جميعا في توفير بيئة مستقبلية آمنة لأبنائنا.

3-إشراك كافة المواطنين و المقيمين في عملية الحفاظ على أمن المجتمع و استقراره .

4-توفير قناة اتصال سهلة و سريعة و فعالة و آمنة.

5-توعية الجمهور بأهمية المعلومات ، و عدم التقليل من شأن أية ملاحظة أو معلومة صغيرة.

6-إيضاح الدور الإيجابي للمعلومات التي يقدمها الجمهور و أهميتها في التقليل من المخاطر و حماية المجتمع.

1 - مصطفى سعيد الشيخ ، مرجع سبق ذكره ، ص268.

2 - محمد صالح المؤذن : مبادئ التسويق ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، الاردن - 1 2008 216.

7- العمل معا يدا بيد في المحافظة على استمرار الأمان و الاستقرار الذي ينعم به.<sup>1</sup>

## المبحث الثاني : أساسيات حول قطاع الخدمات

سننتظر في هذا المبحث إلى تمايز الخدمات وجودتها بالإضافة إلى أنواع قطاع الخدمات و المهام التي تواجهه وأهم المنظمات الدولية التي تهتم بقطاع الخدمات .

### المطلب الأول : تمايز الخدمات و جودتها:

#### الفرع الأول : تمايز الخدمات services defferentiation

هناك مجموعة من المجالات التي يمكن للمؤسسة أن تحقق من خلالها التمايز في تقديم خدماتها:

\* **سهولة الطلب :** و هو ما يعني مدى السهولة في طلب الخدمة من قبل المستهلك.

\* **التوصيل:** و يعني ذلك كيفية نقل أو توصيل الخدمة ، أو المنتج للمشتري من مراعاة السرعة ، و الدقة ، و الاهتمام بعملية النقل.

\* **التحميل:** و تبين مقدار الجهد الذي تم انجازه لجعل المنتج يعمل في المكان المخطط له .

\* **تدريب الزبون:** و نعني بتلك العملية توفر انظمة البيانات و المعلومات ، و خدمات الارشاد التي يوفرها البائع للمشتري .

\* **الإصلاح و الصيانة:** و هو يصف البرنامج الخدمي الذي يقدمه البائع ، لمساعدة الزبائن المحافظة على استمرارية شرائهم للمنتجات.<sup>2</sup>

#### الفرع الثاني : جودة الخدمة service quality

إن تقديم خدمة ذات جودة يعني في المحصلة النهائية أن تكون الخدمة متوافقة مع توقعات المستفيدين أي ترتبط الجودة بقدرتها على إرضاء الزبون بصفة دائمة .<sup>3</sup>

1 - زاهر عبد الرحيم : تسويق الخدمات ، دار الراية للنشر و التوزيع :عمان- 2012 1 42 43.

2 - اباد عبد الفتاح السنور : ادارة التسويق ، دار صفاء للنشر و التوزيع ،عمان - الاردن ، ط 2 2015 308.

3 - يشروف فضيلة : اثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية مذكرة لنيل شهادة الماجستير في التسويق ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة منتوري - قسنطينة ، 2010 27 28.

يقصد بجودة الخدمة جودة الخدمات المقدمة : المتوقعة و المدركة و هي المحدد الرئيسي لرضا الزبون أو عدم رضاه فبعض المنظمات تجعلها أولويات لتعزيز جودة الخدمة و قد تم تحديد خمسة عناصر ذات علاقة بنوعية الجودة :

**المادي :** و هو الدليل المادي للخدمة كمرافق و لتسهيلات المنظمة المادية كالالات و ملابس الموظفين في المطاعم و موظفي الطيران.

**الثقة ( الاعتمادية ) :** و هي قدرة المنظمة على انجاز الخدمة التي وعدت بها بشكل دقيق و ثابت من أول مرة و في كل مرة.

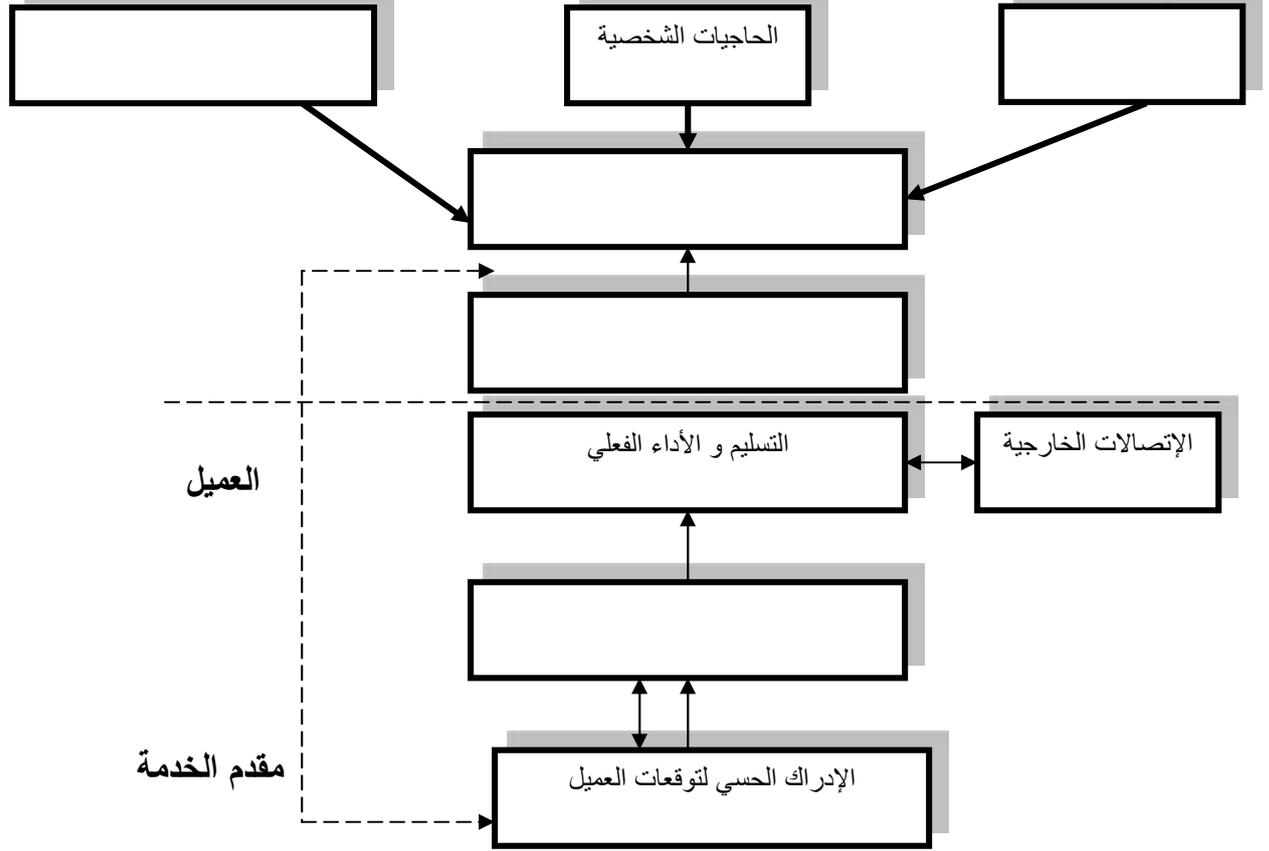
**الاستجابة :** و هي رغبة و استعداد و قدرة موظفي المنظمة لتقديم الخدمة المناسبة لهم مثل الاستجابة الفورية لموظفي الطوارئ في المستشفيات.

**تأكيد الثقة المتبادلة :** و تعود للمعرفة و حسن الضيافة للموظفين و قدرتهم على زرع الثقة بينهم و بين مستلمي الخدمة ( الزبائن).

**العناية :** و تعود إلى الرعاية و تركيز الخدمة على أساس فردي من خلال حاجات الزبائن.<sup>1</sup>

و باختصار يستنتج الزبون النوعية من خلال : المكان و الأفراد و المعدات و أدوات الاتصال و السعر.

### الشكل : نموذج الخدمة



المصدر : هاني حامد الضمور ، مرجع سبق ذكره ، ص 506.

### المطلب الثاني : أنواع قطاع الخدمات و المهام التي تواجهه :

#### الفرع الأول : أنواع قطاع الخدمات :

يمكن تصنيف الخدمة تبعا لنوع السوق الذي تخدمه وتهدف الوصول إليه فكما هو الحال للمنتجات السلع فهناك خدمات المستهلكين مثل تأمين الحياة وتأمين السيارات والرعاية الصحية ، وهناك الخدمات الصناعية فتشمل تدقيق الحسابات والتأمين وغيرها . ويمكن لنفس الخدمة أن تقدم للمستهلك النهائي أو المشتري / المستعمل الصناعي أو كلاهما ولمعرفة نوع الخدمة ولأي سوق تخدم يجب طرح السؤال الآتي ومحاولة الإجابة عليه ، من الذي يقوم بشراء الخدمة ؟ وما هو سبب الشراء وقد قسم Kotler and Armstrong الخدمات إلى ثلاثة أنواع :

◆ **الخدمات الحكومية:** مثل المحاكم ومكاتب التشغيل والبلديات والمستشفيات الحكومية والجيش والشرطة والبريد والمدارس والجامعات الحكومية.

◆ الخدمات الخاصة غير الربحية: الجمعيات الخيرية، والمساجد والكنائس .

◆ الخدمات الربحية: خطوط النقل البحري والجوي والبري ، وشركات الترفيه ، والشركات العقارية والوكالات الإعلامية.<sup>1</sup>

بالإضافة إلى أن هناك أنواع أخرى تتمثل في :

◆ الخدمة السياحية: وهي تمثل نشاط غير ملموس تهدف لإشباع رغبات المستهلك مقابل ثمن ويجب أن لا تقتصر ببيع منتجات أخرى

كما عرفت على أنها منتج غير ملموس تقدم فوائد لمستهلك هذه الخدمة تتم تقديم الخدمة نتيجة بشري أو آله ، وتتميز هذه الخدمة باستهلاكها ماديا وعدم صيانتها .<sup>2</sup>

◆ الخدمة الفندقية: هي عبارة عن مزيج من العناصر المادية مثل الطعام والشراب ، وعناصر عاطفية ، حساسية والتي تقسم إلى جزئين : الصورة الذهنية أو الطريقة التي يقدم الفندق نفسه من خلالها للعملاء الحاليين أو المرتقبين أو الطريقة التي يرى فيها العملاء الفندق والتي تعكسها نشاطات وممارسات وتوجهات الفندق المختلفة وكذلك الجو العام للفندق أو ماذا يتوقع العملاء أن يأخذ حيزا في الفندق .<sup>3</sup>

◆ الخدمة المصرفية: وهي تلك الخدمة التي تقدم للعميل هي في جوهرها عبارة عن خبرة ومعايشة يحصل عليها العميل ، والصعوبة في ذلك تكمن في أننا لا نستطيع أن ننتج عينات من هذه الخدمة لكي نرسلها للعميل ، ونحصل منه على موافقة مسبقة وأن نصفها للعميل قبل تقديمها فمعايشة العميل لها ستكون شيئا آخر وهي خاصة به ، وستختلف عن خبرة غيره من العملاء كما أن الخدمة المصرفية طبيعتها ليست شيئا ماديا ملموسا يمكن الحكم على مواصفاته بمعايير مطلقة وثابتة، فهي غير قابلة للفحص بعد إعدادها وتقديمها .<sup>4</sup>

◆ الخدمة الصحية : مجموع الخدمات و الإجراءات الوقائية التي تقدمها نظم الرعاية الصحية و المؤسسات التابعة لها لجميع أفراد المجتمع عامة بهدف رفع المستوى الصحي للمجتمع والحيلولة دون

<sup>1</sup> - نظام موسى سويدان، شفيق ابراهيم حداد : التسويق مفاهيم معاصرة ، دار الحامد ، عمان- 2003 2 232.

<sup>2</sup> - عمر جوابرة الملكاوي : التسويق الفندقي ، دار الوراق للنشر و التوزيع ، عمان - 2012 1 30.

<sup>3</sup> - خالد مقابلة : التسويق الفندقي ، دار وائل للنشر و التوزيع ، الاردن - عمان ، ط1 2011 99.

<sup>4</sup> - صباح محمد أبوتاية : التسويق المصرفي بين النظرية و التطبيق ، دار وائل للنشر و التوزيع ، الاردن - عمان ، 2000 1 69.

حدوث الأمراض وانتشارها والعمل دائما على ترقية الصحة العامة والحفاظ عليها ، كما تعني الخدمة الصحية ( الرعاية الطبية) الخدمات العلاجية أو الاستشفائية أو التشخيصية التي يقدمها أحد أعضاء الفريق الطبي إلى فرد واحد أو أكثر ، مثل معالجة الطبيب لشخص مريض سواء كان ذلك في عيادته الخاصة أو في العيادات الخارجية للمستشفى الحكومي ، أو التحاليل المخبرية التشخيصية التي يقدمها في المختبر لشخص ما أو لعدة أشخاص<sup>1</sup>.

الشكل (2-2) مثال عن الواجهة الأمامية للخدمة عن مستشفى .



**المصدر :** عبد القادر براينيش : التسويق في مؤسسات الخدمات العمومية ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر ، 2007 ، ص 37 .

◆ **خدمة التعليم :** للتعليم أهمية بقطاعاته المختلفة لكونه البديل الأمل للإسراع في تحقيق أهداف للنمو ، فقد حقق قطاع التعليم معدلات نمو عالية سواء فيما يتعلق بعدد الملتحقين بمراحل التعليم المختلفة أو عدد المدارس والمؤسسات التعليمية التي تم افتتاحها خلال السنوات الماضية ، حيث تزايد عدد الطلاب والطالبات الملتحقين بالتعليم العام بالمرحل الثلاث الابتدائية والمتوسطة والثانوية بالإضافة إلى التعليم العالي بشكل كبير جدا<sup>2</sup>.

كما يتسم قطاع الخدمات بتصنيفات أخرى وهي :

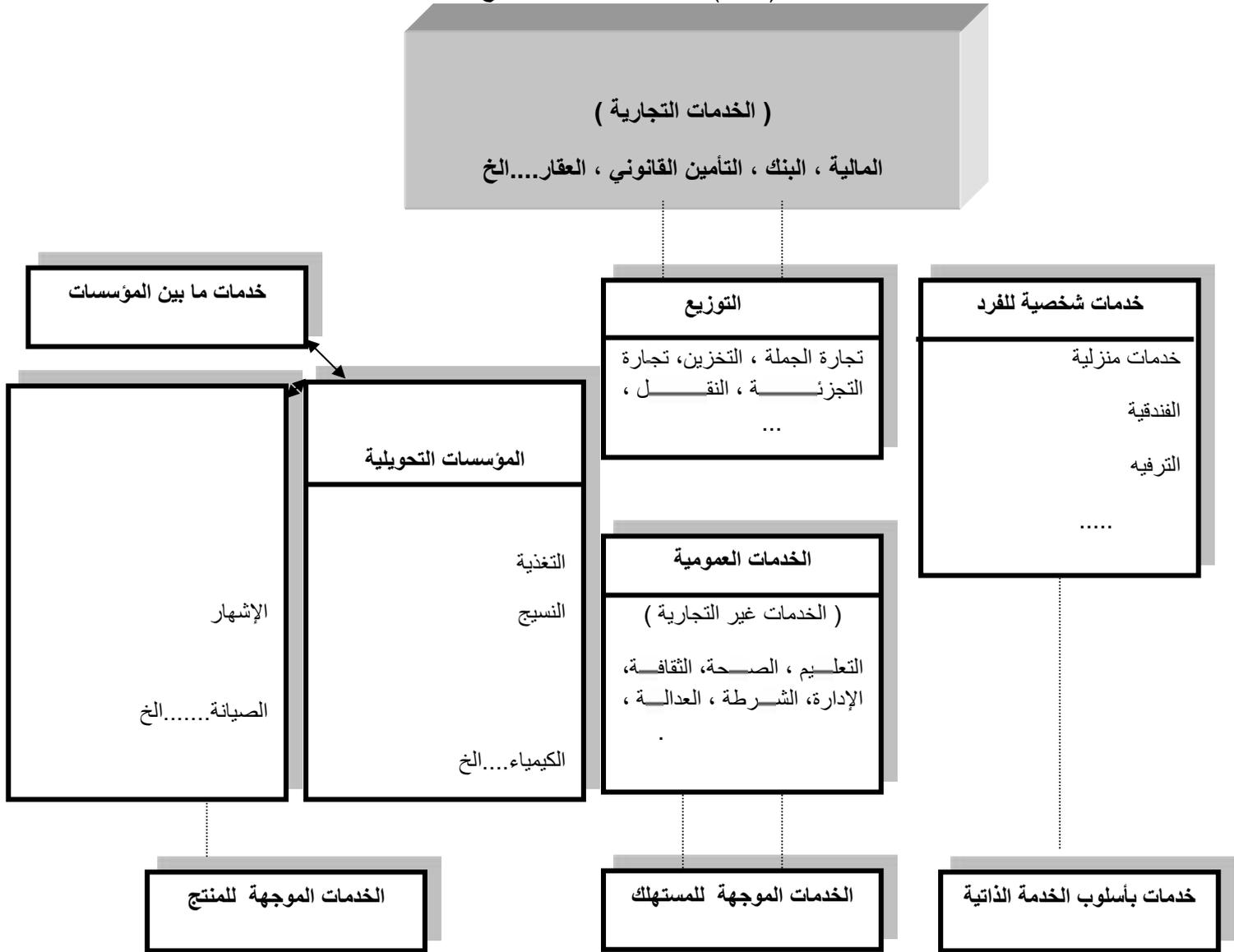
<sup>1</sup> - عصماني سفيان : دور التسويق في قطاع الخدمات الصحية من وجهة نظر المستفيدين منها ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية ، جامعة محمد بوضياف ، المسيلة، 2006 37 32 .

<sup>2</sup> - عبد القادر محمد احمد عبد الله و خالد عبد العزيز محمد السلاوي : تمويل قطاع الخدمات ، دراسات اقتصادية ، السلسلة العلمية بجمعية سعودية ، المجلد الثالث، ع5 2000 12 .

- ◆ خدمات متعلقة بالمؤسسة ( خدمات متعلقة بالأعمال ) : أعمال مهنية ، خدمات العقارات  
خدمات التأجير..... الخ .
- ◆ خدمات الاتصال : الخدمات البريدية ، المراسلات ، الاتصالات السلكية واللاسلكية .
- ◆ خدمات التسيير والخدمات الهندسية : المباني ، خدمات التركيب والتجميع ، خدمات الهندسة  
المدنية
- ◆ خدمات التوزيع : تجارة التجزئة ، توزيع الجملة ، منح الامتيازات على السلع ... الخ .
- ◆ خدمات مالية : التأمينات ، المصارف ، أسواق الصرف ... الخ .
- ◆ خدمات الترفيه والثقافة والرياضة : خدمات الترويج ، المتاحف ، الأرشيف ، الرياضة ... الخ
- ◆ خدمات متعلقة بالبيئة : المجاري ، التخلص من القمامات ، الإصلاح البيئي ... الخ
- ◆ خدمات النقل : النقل البحري ، النقل الجوي الفضائي ، السكك الحديدية ، خطوط  
الأنابيب... الخ<sup>1</sup>.

1 - محمد دحماني : الخدمة التسويقية ، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير فرع التسيير ، كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير ،  
جامعة بن يوسف بن خدة ، 2008 ، 49.

الشكل (2-3) الخدمات حسب براونينغ . سانقلمان



المصدر : عبد القادر براينس ، مرجع سبق ذكره ، ص 33

الفرع الثاني : المهام التي تواجه قطاع الخدمات :

نتيجة لتزايد حدة المنافسة والتي يشهدها القطاع الخدمي بمختلف اتجاهاته الأمر الذي يتطلب من المنظمات الخدمية أن تضطلع بمهام أساسية لا بد من مواجهتها بشكل علمي وعملي من وضع التصورات الإستراتيجية في الكيفية التي يتم معالجتها بالشكل الصحيح ، إن هذه المهام الأساسية هي :

أولاً: إدارة الجودة :

إن جودة الخدمة تتحدد من خلال المنفعة الكلية التي يحصل عليها المستفيد من الخدمة وإن هذه المنفعة تمثل مجموعة المنافع المرتبطة بالحصول على الخدمة وبما أن الخدمة تمثل جانب ملموس وجانب غير ملموس فإن تحديد نوعية وجودة الخدمة يتأثر بهذين الجانبين وإن مؤسسات تقديم الخدمات تسعى إلى تميز نشاطها من خلال تقديم خدمات ذات نوعية أفضل من المنظمات المنافسة وإن الأساس في ذلك هو سعي هذه المنظمات إلى تقديم خدمات بمستوى من النوعية بالشكل الذي يجعل هذه الخدمات تفوق ما يتوقع أن يحصل عليه المستفيد من الخدمة ، إن توقع المستفيد يكون إما نتيجة للخبرة والتجارب السابقة له أو من خلال استلامه المعلومات والمواصفات عن طريق الحملات الترويجية التي تقوم بها الخدمات الترويجية التي تقوم به المنظمات الخدمية والتي تعمل على خلق صورة ذهنية معينة لدى المستفيد حول مستوى الإشباع الذي يمكن أن يحصل عليه من خلال هذه الخدمة وفي حالة عدم إمكانية الخدمة من تحقيق ما يتوقع أو يطمح المستفيد من الحصول عليه فإن ذلك سوف يدفعه إلى عدم الإهتمام بهذه الخدمة أما في حالة كون الخدمة حققت الإشباع المطلوب وبالمستوى الذي كان يطمح أن يحصل عليه المستفيد فإن ذلك سوف يجعله يكرر شراءه لها ويتمسك بالجهة المقدمة لها .

ثانياً : إدارة التميز :

بشكل عام يشكو مسوقو الخدمات من صعوبة التميز خدماتهم عن خدمات منافسيهم إن عدم انتظام صناعات الخدمة مثل الإتصالات ، النقل ، الصيرفة أوجد منافسة سعرية حادة وخاصة على صعيد الخدمات المصرفية نتيجة لحدة المنافسة في هذا القطاع الحيوي والمهم ، ومن أجل حل ومواجهة هذه المنافسة السعرية يتمكن تطوير عرض تفاضلي ( متميز ) وبشكل خاص في مجال التسهيلات المصرفية المقدمة باستخدام علامة مميزة كما يمكن أن يتضمن العرض ميزات مبتكرة قياسياً بالعروض المنافسة من المنظمات الخدمية الأخرى كتسهيلات أكبر في مجال منح القروض والفترات الزمنية لهذا كذلك الضمانات المقدمة من قبل المستفيد .

إن المشكلة الرئيسية هي أن معظم الابتكارات يمكن تقليدها بسهولة مع ذلك فإن إدارة المنظمة التي تقدم ابتكارات خدمية بانتظام سنحصل على سلسلة من الفوائد في مواجهة منافسيها ويمكن للمنظمة أن تميز نفسها في إيصال الخدمات بثلاث طرق :

. من خلال الناس بالأخص زبائنهم .

. من خلال البيئة الطبيعية .

. من خلال العمل أو الأداء الجيد في تقديم الخدمات للزبائن .

إن النقاط الثلاثة السابقة لا يمكن لها من أن تؤدي أهدافها ما لم يتم الاعتماد على أشخاص لهم الخبرة والقدرة على الاتصال بالزبائن بشكل يميزهم على منافسيهم كما يمكن للمنظمة أن تطور بيئة مادية أكثر جاذبة ليتم تقديم الخدمات فيها إلى جانب إمكانية تصميمها لخدمات ممتازة مثل عمليات الصرفة المنزلية، التسليم المنزلي للخدمات ، خدمات التوصيل للمطاعم .

### ثالثا : إدارة الإنتاجية:

بشكل عام تقع جميع منظمات الخدمة تحت ضغط كبير لزيادة إنتاجها حيث أن العمل في منظمات الخدمة يتصف بالتقيد وبالتالي فإن التكاليف تتصاعد بسبب الخصائص المميزة للخدمة<sup>1</sup> .  
ومن أجل تحسين إنتاجية الخدمات فإن أمام إدارة المنظمة الخدمية سبعة طرق يمكن من خلالها تحقيق هذا الهدف:

1. جعل مقدمي الخدمة يعملون بجد ومثابرة أكثر .

2. استغلال وقت العمل وذلك من خلال تقليل الوقت الضائع .

3. زيادة كمية الخدمات وأنواعها من خلال التنازل عن بعض النوعية.

4. تصنيع الخدمة من خلال تقسيمها واستخدام معدات في إنتاجها .

5. التقليل من الحاجة للخدمات عن طريق إيجاد البدائل

6. تقديم الخدمة ذات تأثير أكبر .

<sup>1</sup> - محمود جاسم الصميدعي و ردينة عثمان يوسف : تسويق الخدمات ، دار الميسرة للنشر و التوزيع و الطباعة، عمان - الاردن، ط1

7. إعطاء محفزات للزبون في إنتاج الخدمة .

### المطلب الثالث : المنظمات الدولية التي اهتمت بقطاع الخدمات:

من بين المنظمات التي اهتمت بقطاع الخدمات نذكر :

#### أولاً : مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية ( unctad ):

تعتبر الإنكتاد (unctad) بمثابة المركز الرئيسي للأمم المتحدة والتي تتولى الإعلان عن الحاجات التنموية للدول النامية ، وفي ضوء ذلك تولت بعض قطاعات الخدمة مثل الشحن والتأمين والتمويل المرتبط بالتجارة ونقل التكنولوجيا ، وفي عام 1983 تم إنشاء برنامج عمل للنظر في التعريفات والإحصاءات لدور الخدمات في عملية التنمية ، كما تقوم الإنكتاد بتقديم المساعدات الفنية للدول النامية من أجل تنمية قطاعاتها الخدمية .

#### ثانياً : مؤتمر الأمم المتحدة للشركات المتعددة الجنسيات ( unctc )

بدأت (unctc) عملها منذ عام 1975 باعتبارها المركز الرئيسي للأمم المتحدة في جميع الأمور المتعلقة بالشركات المتعددة الجنسية سواء من حيث أثارها على الدولة الأم أو المضيفة أو من ناحية ضمان اتفاقيات دولية فعالة لدعم مساهمة في تحقيق الأهداف القومية للتنمية، وقد أصبحت (unctc) واحدة من أنشط الوكالات التي تساهم في دور الشركات المتعددة الجنسيات في تجارة الخدمات ودور الاستثمار الأجنبي الذي تقوم به هذه الشركات في قطاع الخدمات وتأثيره على التجارة والتنمية في الدول النامية ، كما قامت بتنظيم ندوات لتحسين فهم مجالات الخدمات التي يمكن أن يتم تحرير التجارة فيها .

#### ثالثاً : منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD):

تشير تقارير صندوق النقد الدولي إلى استحواذ منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) على حوالي 78 % من صادرات الخدمات في العالم وتقوم المنظمة بعمل دراسات عن قطاع الخدمات في الدول النامية:

رابعا : مركز التجارة العالمي (ITC): يعتبر مركز التجارة العالمي الضلع الرئيسي لكل من الأونكتاد والجات فيما يتعلق بتطوير الصادرات من الدول النامية، ولقد تطور دوره منذ عام 1946 ليشمل توفير المعلومات التجارية وتطوير الموارد البشرية من خلال تدريب وتنمية المؤسسات ، وتغطي الأنشطة الحالية لمركز التجارة العالمي ، تقديم الاستشارات الفنية للخدمات في مجالات (الهندسة الاستشارية ، تطوير البرمجيات والمعلومات التجارية .....)

واستجابة لأهمية النمو في الخدمات كإمكانية تصديرية للدول النامية فقد قام مركز التجارة العالمي بإدخال تجارة الخدمات في المجالات الجديدة لخطة المساعدات الفنية متوسطة الأجل للدول النامية.

#### خامسا : منظمة التجارة العالمية (OMC)

والتي تعتبر الجهة العالمية المسؤولة عن إدارة النظام التجاري العالمي وحملت على عاتقها تنظيم التجارة الدولية وذلك في إطار سلسلة من الاتفاقيات والتي كان آخرها جولة الأورغواي والتي كان موضوعها تحرير تجارة الخدمات.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> - محمد حمو : اثر اتفاقية تحرير تجارة الخدمات المالية و المصرفية على الصناعة المصرفية بالبنوك الجزائرية ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة حسيبة بن بو علي - - 68 69.

خلاصة الفصل :

تطرقنا في هذا الفصل إلى مفهوم الخدمة ومراحل تطورها من مرحلة التقديم إلى مرحلة الانحدار ، ثم تصنيف الخدمات وخصائصها، أهميتها وأهدافها، تمايزها وجودتها ، ثم أنواع قطاع الخدمات والمهام التي تواجهه، وأخيرا المنظمات الدولية التي اهتمت بقطاع الخدمات.

## الفصل الثالث : واقع الاستثمارات الأجنبية المباشرة في قطاع الخدمات في الدول العربية

➤ مباحث الفصل

➤ تمهيد

➤ المبحث الأول : الشركات المتعددة الجنسيات وقطاع الخدمات

➤ المبحث الثاني : الاستثمارات الأجنبية المباشرة وقطاع الخدمات في الدول العربية

➤ خلاصة الفصل

**تمهيد:**

تسعى مختلف دول العالم المتقدمة منها والنامية من خلال تنافسها على استقطاب الاستثمارات الأجنبية المباشرة إلى تحقيق العديد من الأهداف، إلا أن هذه الأخيرة لا تتحقق بمجرد النجاح في استقطاب حصة هامة من تلك الاستثمارات، بل يلعب أيضا التوزيع القطاع لتلك الاستثمارات دوراً هاماً في تحقيق الأهداف. ويُعتبر قطاع الخدمات أحد القطاعات الاقتصادية الهامة التي تسعى الدول المضيفة ومنها الدول العربية إلى جذب الاستثمارات إليه. وسنتطرق في هذا الفصل إلى بعض الجوانب المتعلقة بالاستثمارات الأجنبية المباشرة في قطاع الخدمات، ودراسة حالة الدول العربية المضيفة من خلال المبحثين التاليين:

- **المبحث الأول :** الشركات متعددة الجنسيات و قطاع الخدمات.
- **المبحث الثاني :** الاستثمارات الأجنبية المباشرة و قطاع الخدمات في الدول العربية.

## المبحث الأول : الشركات متعددة الجنسيات وقطاع الخدمات

سنتناول في هذا المبحث ثلاث مطالب كما يلي :

### المطلب الأول: العوامل التي تفسر تحول الإستثمار الأجنبي المباشر نحو الخدمات :

ويمكن إجمالها فيما يلي :

✓ إن هذا التحول يعكس جزئياً صعود الخدمات في الاقتصاديات بوجه عام فبحلول عام 2001 أصبح نصيب هذا القطاع يبلغ في المتوسط 72 % من الناتج المحلي الإجمالي في البلدان المتقدمة و 52 % في البلدان النامية و 57 % في بلدان أوروبا الوسطى والشرقية .

✓ إن معظم الخدمات ليست قابلة للتجارة فيها . إذ يلزم إنتاجها متى وحيث تستهلك ، ومن ثمة فإن الطريق الرئيسية لجذب الخدمات إلى الأسواق الخارجية هي عن طريق الإستثمار الأجنبي المباشر .

✓ يضاف إلى ذلك أن معظم البلدان قامت بتحرير نظمها المتعلقة بالإستثمار الأجنبي المباشر في مجال الخدمات ، مما جعل من الممكن حدوث تدفقات داخلية أكبر ولاسيما الصناعات التي كان باب الدخول إليها معلقاً من قبل أمام الأجانب ومما اتسم بأهمية خاصة في هذا الصدد خصخصة الكيانات المملوكة للدولة في منطقة أمريكا اللاتينية والكاريببي وفي أوروبا الوسطى والشرقية .

✓ وكان رد فعل الشركات إزاء ذلك هو التوسع في إنتاجها من الخدمات في الخارج .

✓ ميل الشركات متعددة الجنسيات إلى دخول الأسواق الجديدة عن طريق عمليات اندماج وشراء الشركات عبر الحدود بدلاً من الإستثمار الأجنبي المباشر التأسيسي الجديد وخاصة في الأعمال المصرفية والاتصالات والمياه ، وأدت برامج الخصخصة المفتوحة أمام الإستثمار الأجنبي المباشر والتي بلغت ذروتها في كثير من البلدان أثناء التسعينيات إلى زيادة عدد عمليات اندماج وشراء الشركات عبر الحدود .<sup>1</sup>

### المطلب الثاني : أسباب الشركات متعددة الجنسيات للإستثمار في قطاع الخدمات .

1 - عبد المطلب عبد الحميد ، مرجع سبق ذكره ، ص 207.

من بين الأسباب التي تدفع الشركات متعددة الجنسيات للاستثمار في قطاع الخدمات ما يلي:<sup>1</sup>

1. على مستوى الدول المتقدمة : نجد أن قطاع الخدمات من جملة الاستثمار الأجنبي المباشر أنه حقق زيادة أو نسبة أعلى مما حدث في قطاع الصناعات التحويلية وقطاع الصناعات الإستخراجية.
2. على مستوى الدول النامية : نجد أن الاستثمارات انخفضت في قطاع الصناعات الإستخراجية المجال التقليدي في الدول النامية .
3. اتجاه الشركات إلى زيادة الاستثمار في مجال التأمين وإعادة التأمين بحيث تسيطر وم أ المملكة المتحدة البريطانية ، فرنسا ، سويسرا على أكثر من جملة أنشطة هذه الشركات على مستوى العالم . وهذا دليل على سيطرة تلك الدول على الاستثمار المباشر .
4. أما في مجال الإعلان ، نجد ان السيطرة أيضا لهذه الدول المتقدمة أي أن هذه الدول تستخدم الإعلان والترويج في عمليات التنويع وبالتالي خلق أسواق جديدة وتمهيد السوق للمنتجات الجديدة وتغيير أنماط الاستهلاك .
5. المتاجرة بأموال الدول المضيفة لصالح الدول الأم أي أن البنوك التجارية لا تحتاج إلى استثمارات كبيرة من الدولة الأم وتعتمد على أموال المدعين من الدول المضيفة أي أن هذه الاستثمارات تكون أرباحها عالية أما درجة مخاطرتها تكون أقل .
- 6- يكون نصيب الخدمات من جملة الاستثمار الأجنبي في قطاع الصناعات التحويلية أعلى وأكثر من ضعف الزيادة في مجال الصناعات الإستخراجية .
- 7- إن زيادة الاتجاه نحو الاستثمار في مجال الخدمات لا يحقق التنمية المنشودة بالنسبة للدول النامية بقدر ما هو يحقق مصالح الشركات متعددة الجنسيات والتي تكمن في الربح الأعلى والمخاطرة الأقل .
8. تميز قطاع الخدمات بأنه القطاع الأسرع والأعلى ربحا ، وبأنه القطاع الذي لا يحتاج إلى حجم كبير من الاستثمارات الثابتة.

**المطلب الثالث : الفوائد والتكاليف التي يعود بها الاستثمار الأجنبي المباشر في قطاع الخدمات على البلدان المضيفة .**

1 - عبد العزيز النجار، مرجع سبق ذكره ، ص ص 433 - 436 . ( )

الفرع الأول: الفوائد التي يعود بها الإستثمار الأجنبي المباشر في قطاع الخدمات في الدول المضيفة  
وتتمثل في:<sup>1</sup>

- يضخ موارد مالية في الإقتصاد المضيف .
- يولد الإستثمار الأجنبي المباشر في مجال الخدمات العمالة في البلدان المضيفة ، كما أنه يدعم الإنتاج في الصناعات العاملة أعلى وأسفل سلاسل الإنتاج .
- يزيد الإستثمار الأجنبي المباشر من حجم الخدمات المتاحة في البلد المضيف .
- يحسن الإستثمار الأجنبي المباشر في مجال الخدمات الوسيطة مكافئة المنتجات الصناعية سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة .
- الإستثمار الأجنبي المباشر في مجال الخدمات به تأثير ايجابي على ميزان مدفوعات الدول المضيفة من خلال زيادة الصادرات دون الحاجة إلى زيادة الواردات .
- يمكن للإستثمار الأجنبي المباشر أن يحفز مقدمي الخدمات المحليين على أن يصبحوا أكثر قدرة تنافسية عن طريق البيان العملي ونشر المهارات مما يساعدهم على تحسين الكفاءة
- يقدم الإستثمار الأجنبي المباشر في مجال الخدمات إلى التنمية إسهامات تتمثل في نقل التكنولوجيا ( سواء ملموسة أو غير ملموسة) .

الفرع الثاني : التكاليف التي يعود بها الإستثمار الأجنبي المباشر في مجال الخدمات على البلدان المضيفة

وتتمثل في:<sup>2</sup>

- 1- إن الإستثمار الأجنبي المباشر في الخدمات يتم جزء كبير منه في أنشطة تبحث عن السوق وذات منتجات غير قابلة للتداول .

1 - التحول نحو الخدمات ، تقرير الاستثمار العالمي 2004 ، إستعراض عام، مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية ، الأمم المتحدة، نيويورك و جنيف ، ص ص 25-28. ( )

2 - مرجع نفسه ، نفس الصفحة.(مع بعض التصرف)

2- الإستثمار الأجنبي المباشر في مجال الخدمات له تأثير على ميزان مدفوعات الدول المضيفة فمثلا الأرباح المعادة إلى الوطن يمكن أن ترجح بسرعة التدفق الأولي لرأس المال إلى الداخل ، كما أنها تزيد من حدة أزمات ميزان المدفوعات

3- يؤثر الإستثمار الأجنبي المباشر في مجال الخدمات على المنافسة وعلى الإزاحة المحتملة للشركات المحلية .

4- لا يتيح الاستثمار الأجنبي المباشر في مجال الخدمات من نقل المهارات والخبرة الفنية والمعرفية.

## المبحث الثاني : الاستثمارات الأجنبية المباشرة وقطاع الخدمات في الدول العربية :

سننظر في هذا المبحث إلى ثلاثة مطالب

### المطلب الأول : أهمية الخدمات في اقتصاديات الدول العربية :<sup>1</sup>

يعتبر قطاع الخدمات أكبر قطاع في الناتج المحلي الإجمالي بعد قطاع النفط ، في اقتصاديات الدول العربية حيث تقدر مساهمة قطاع الخدمات بنسبة 30 % من الناتج المحلي الإجمالي للجزائر وترتفع هذه المساهمة إلى حوالي 40 % في السعودية و 71 % من الناتج المحلي الإجمالي للبنان .

وتبين التجارب الدولية أن التطور الذي يشهده قطاع الخدمات في الاقتصاد الوطني يشكل إحدى أبرز معالم التنمية ، حيث ترتفع حصة الخدمات في الناتج المحلي الإجمالي ويتوسع كذلك التشغيل في قطاع الخدمات كلما ارتفع الدخل القومي للفرد في الاقتصاد . كذلك فإن كفاءة الخدمات تعتبر من أهم العوامل في اكتساب القدرة التنافسية على المستوى الدولي ليس فقط لقطاع الخدمات ذاته ، بل كذلك لقطاع إنتاج السلع ، الذي يستخدم الخدمات كمدخلات في الإنتاج ، فمثلاً أصبحت كفاءة خدمات الاتصالات والنقل السريع ضرورية لاكتساب القدرة التنافسية في الأسواق العالمية بالنسبة للإنتاج وتصدير السلع الذي يتأثر بالفترة الزمنية لتوصيلها للمستهلك ، مثال ذلك صناعة الملابس الجاهزة والمنتجات الالكترونية .

وفيما يتعلق بالتجارة الخارجية للدول العربية في الخدمات ، تشير إحصائيات ميزان المدفوعات أن صادرات ( أي متحصلات ) الدول العربية للخدمات (باستثناء صادرات الخدمات الحكومية ) بلغت حوالي 89 مليار دولار في عام 2007 ، أي ما نسبته 12,3 في المائة في المتوسط من الصادرات العربية للسلع والخدمات . ولقد شهدت صادرات الخدمات لعدد من الدول العربية نمواً سريعاً في الأعوام القليلة الماضية ، فعلى سبيل المثال ، ارتفعت صادرات الخدمات في عام 2007 بنسبة 8,3 في المائة في السعودية ، و 23,3 في المائة في المغرب و 24,2 في المائة في مصر . غير أن حصة الخدمات في صادرات السلع والخدمات تتباين من دولة إلى أخرى ، حيث تشكل حوالي 3,3 في المائة في السعودية ،

و 24,5 في المائة في تونس ، و 43,1 في المائة في المغرب و 50,6 في المائة في مصر و 77,8 في المائة في لبنان .

أما فيما يتعلق بقيمة واردات ( أي مدفوعات ) الدول العربية للخدمات ، فتبلغ حوالي 133 مليار دولار في عام 2007 ، أي ما نسبته 25.2 في المائة في المتوسط من الواردات العربية للسلع و الخدمات ، و لقد سجلت واردات الخدمات لعدد من الدول العربية نموا مطردا في عام 2007 فعلى سبيل المثال ارتفعت تلك الواردات بنسبة 27.2 في المائة في مصر 27.8 في المائة في الأردن و 47.6 في المائة في البحرين 58.8 في المائة في السعودية ، و تعكس هذه الزيادات تزايد اعتماد الدول العربية على استيراد الخدمات كالنقل و السفر و الخدمات المهنية الأخرى ، و ذلك في ضوء توسع النشاط الاقتصادي فيها .

أما بنسبة لهيكل تجارة الخدمات ، ففي جانب الصادرات تأتي خدمات السفر في الدرجة الأولى و تستأثر بحصة 45.6 في المائة في المتوسط في صادرات الدول العربية للخدمات في عام 2007 ، ثم تليها الخدمات الأخرى ، و أهمها الاتصالات و التشييد و البناء و خدمات الحاسوب و المعلومات و الخدمات المالية و الخدمات الجديدة الأخرى ( مثل خدمات المكتب الخلفي ) ، فتشكل مساهمتها نسبة 31.7 في المائة في المتوسط من الصادرات العربية للخدمات . و تأتي خدمات النقل في المرتبة الثالثة و تشكل حصتها 22.7 في المائة من الصادرات العربية للخدمات في عام 2007 .

و في جانب هيكل واردات الخدمات ، تستأثر خدمات النقل بالحصة الأكبر بنسبة 41.9 في المائة ، في المتوسط من واردات الخدمات العربية في عام 2007 ، و تشير هذه الأهمية أيضا إلى الارتباط الوثيق لخدمات النقل بالنفط و الغاز ، و هي السلع الرئيسية التي تصدرها الدول العربية إلى الأسواق العالمية . و تأتي بعد ذلك خدمات السفر التي تشكل حصة 40.1 في المائة في المتوسط من الواردات العربية للخدمات ، و تشكل الخدمات الأخرى الحصة المتبقية أي ما نسبته 18 في المائة .

و بالمقارنة اتجاهات تطور هيكل الخدمات في تجارة الدول العربية خلال عامي 2000 و 2007 ، و يلاحظ في جانب الصادرات تراجع الأهمية النسبية لخدمات النقل و السفر و تزايد الأهمية النسبية للخدمات الأخرى و التي سجلت معدلات نمو أسرع مما أدى إلى زيادة أهميتها لتصل إلى نسبة 31.7 في المائة من الصادرات العربية للخدمات في عام 2007 ، و ذلك مقارنة مع حصة 18.9 في المائة فقط في الصادرات العربية للخدمات في عام 2000 ، أما بالنسبة لاتجاهات تطور هيكل الواردات العربية للخدمات ، فيلاحظ تزايد الأهمية النسبية للسفر الذي يعكس تزايد الاعتماد على استقدام العمالة الأجنبية

في ضوء النمو السريع الذي تشهده إقتصادات عدد من الدول العربية ، و منها بوجه خاص دول مجلس التعاون الخليجي.<sup>1</sup>

و تجدر الإشارة إلى أن إحصاءات تجارة الخدمات لا تظهر الجوانب الأخرى للعلاقة الوثيقة لتجارة الخدمات بتجارة السلع مثل الخدمات المصرفية و التأمين ، و خدمات الاتصالات و خدمات التجارة المنقولة عبر شبكات الانترنت ، و كذلك أيضا ، فان إحصائيات التجارة الخارجية للخدمات لا تتضمن المبادلات التجارية للخدمات التي يتم توريدها عن طريق الشركات الأجنبية المتواجدة في السوق المحلية و التي ينتج عنها استثمارات أجنبية مباشرة تولد قيمة مضافة للاقتصاد الوطني .<sup>2</sup>

### المطلب الثاني : مبررات تحرير تجارة الخدمات بين الدول العربية :<sup>3</sup>

إن النمو السريع الذي تشهده التجارة الخارجية للخدمات في العديد من الدول العربية يشير إلى إن تجارة الخدمات يمكن أن تلعب دور المحرك لتنمية التجارة بين الدول العربية ، و لقد تزايدت القدرات التنافسية في السوق العالمية لعدد من الدول العربية ، في قطاعات الخدمات كالسياحة بالنسبة لتونس و مصر و المغرب و خدمات التشييد و البناء بالنسبة لمصر و خدمات الأعمال ( كخدمات المكتب الخفي) بالنسبة للمغرب و مصر و تونس ، و الاتصالات و خدمات الكومبيوتر ، و الخدمات المالية . و في جانب آخر ، توجد مجموعة من المبررات التي تحفز على تحرير تجارة الخدمات على المستوى الإقليمي العربي ، نورد منها ما يلي :

\* إن بعض الخدمات كالإنشاءات و الخدمات المهنية يسهل تحريرها على المستوى الإقليمي في ضوء غياب قواعد و/أو مواصفات عالمية تحكمها ( بالمقارنة على سبيل المثال ، بقطاع الاتصالات أو الخدمات المالية )، و غالبا ما تكون هذه القطاعات خاضعة للعديد من القيود الحمائية و القوانين و الإجراءات المحلية المنظمة لها ، و يمكن تحرير مثل هذه القطاعات بين دول تجمعها لغة مشتركة و

1 - مرجع نفسه ، ص ص 214 215 .

2 - المرجع نفسه ، ص 216.

3 - نفسه ، نفس الصفحة .

تتقارب بينها مستويات التنمية . و هناك بعض الخدمات المهنية التي يمكن تحريرها من خلال الاعتراف المتبادل للمواصفات و معادلة الشهادات و التدريب المهني لمنح تراخيص ممارسة المهنة .

\* إن التحرير على المستوى الإقليمي العربي يساعد على دعم صناعة الخدمات الناشئة من خلال المنافسة داخل حدود السوق الإقليمية و على مستوى اقل من العالمية ، فبالإضافة إلى الخدمات التي بدأت بالفعل في التواجد على المستوى العالمية ( مثل خدمات الشركات العربية العاملة في مجالي الاتصالات و التشييد و البناء) ، هناك قطاعات خدمية أخرى يمكن أن يتم دعمها على المستوى الإقليمي العربي لكي تكتسب القدرة على المنافسة دوليا و عالميا ، مثال ذلك خدمات الأعمال و خدمات الرياضة و الترفيه . غير أن تحرير تجارة الخدمات على المستوى الإقليمي العربي يحتاج في المقابل إلى اتخاذ إجراءات تنظيمية و إدخال تشريعات مسبقة للتحرير لتقليل الآثار السلبية الممكنة و ذلك بوجه خاص ، فيما يتعلق بالقطاعات الخدمية التي تتميز بوجود تكلفة مرتفعة و غارقة (Sunk Cost) ، و بالتالي فإنه يتعين دعم هذه القطاعات بحيث تظل مفتوحة أمام المنافسين المحتملين في المستقبل لضمان عدم استئثار الشركات الأوائل في السوق بمزايا النفاذ إلى السوق في مرحلة أولى و محاولة منع المنافسين المحتملين من دخول السوق ( وهو ما يظهر عادة في قطاعات الاتصالات و المرافق العامة).

\* لقد شرعت الدول العربية بتحرير التجارة الخارجية للخدمات في إطار الاتفاقيات الدولية ، سواء من خلال الانضمام لمنظمة التجارة العالمية ، أو بإبرام عدد من الدول الأردن ، البحرين ، عمان و الغرب اتفاقيات للتجارة الحرة مع الولايات المتحدة الأمريكية ، تشمل تحرير تجارة الخدمات، و بالتالي قد اعتاد العدد الأكبر من الدول العربية على أحكام و آليات التفاوض لتقديم الالتزامات و التعهدات لتحرير التجارة الدولية للخدمات الدولية للخدمات سواء على المستوى متعدد الأطراف أو على المستوى الإقليمي .

\* و تجدر الإشارة أيضا إلى أن ست دول عربية بدأت مفاوضات ثنائية مع الاتحاد الأوروبي لتحرير تجارة الخدمات ، كما تشارك الدول العربية الأعضاء في منظمة التجارة العالمية و عددها اثنتي عشرة دولة في مفاوضات جولة الدوحة التي بدأت منذ عام 2002 و التي تستهدف تعميق و توسيع مجالات تحرير التجارة الخارجية للخدمات للدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية .<sup>1</sup>

### المطلب الثالث : الإستثمارات الأجنبية المباشرة وقطاع الخدمات في الدول العربية

شهدت تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر الواردة إلى الدول العربية تراجعاً بنسبة 8 % من 47,5 مليار دولار عام 2013 إلى 44 مليار دولار عام 2014 ، وظلت قيمة التدفقات ضعيفة مقارنة مع مستواها القياسي الذي بلغ 96,3 مليار دولار عام 2008 .

وقد مثلت الاستثمارات الواردة إلى الدول العربية ما نسبته 3,6% من الإجمالي العالمي البالغ 1,23 تريليون دولار ، و 6,4% من إجمالي الدول النامية البالغ 681 مليار دولار . وكانت حصة الدول العربية من إجمالي التدفقات العالمية شهدت تذبذباً خلال الفترة الماضية حيث ارتفعت بشكل كبير من 0,4% عام 2000 إلى 6,8% عام 2009 وهو أعلى مستوى لها ثم تراجعت مرة أخرى إلى 3,2% عام 2013 ليبلغ المتوسط العام خلال الفترة مابين عامي 2000 و 2014 نحو 3,5% .

وقد تواصل خلال العام 2014 تركيز الاستثمار الأجنبي المباشر الوارد في عدد محدود من الدول العربية حيث استحوذت كل من الإمارات والسعودية للعام الثاني على التوالي على أكثر من 41% من إجمالي التدفقات الواردة للدول العربية ، فقد تصدرت الإمارات بقيمة 10,1 مليارات دولار وبحصة 23% ، تلتها السعودية في المركز الثاني بقيمة 8 مليارات دولار وبحصة 18,3% ، كما جاءت مصرفي المرتبة الثالثة بقيمة 4,783 مليارات دولار وبحصة 10,9% من الإجمالي العربي ، ثم حل العراق رابعاً بقيمة 4,782 مليارات دولار وبحصة 10,9% ، ثم المغرب في المركز الخامس بقيمة 3,58 مليارات وبنسبة 8,2% .

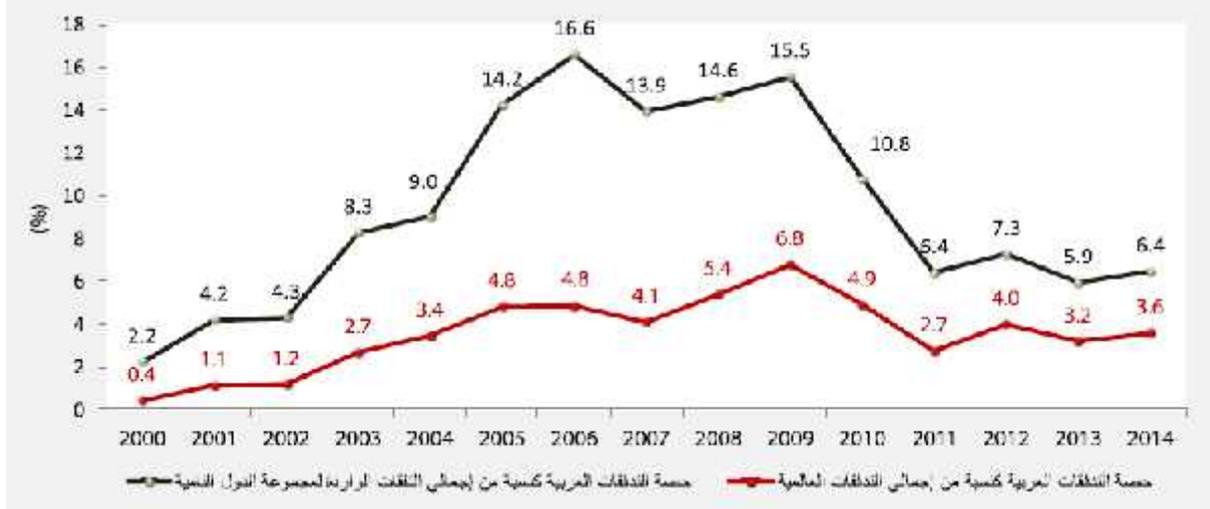
ومن واقع بيانات الاستثمارات الأجنبية المباشرة الواردة إلى الدول العربية حسب التوزيع الجغرافي وفق إحصاءات دول منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية التي صدرت مؤخراً قامت المؤسسة بتجميع وتحليل البيانات الخاصة بالدول العربية لإبراز أهم دول المنظمة المستثمرة في المنطقة . وكشفت تلك البيانات عن تراجع كبير في حجم استثمارات دول منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية في الدول العربية من 22,8 مليار دولار عام 2012 إلى 5,7 مليارات دولار فقط عام 2013 ، وذلك بعدما شهدت تلك التدفقات تذبذباً واضحاً خلال الفترة مابين عامي 2003 و 2011 حيث اتخذت مساراً صعودياً من 4,9 مليارات دولار عام 2003 حتى بلغت ذروتها القصوى عام 2008 بقيمة 58,1 مليار دولار قبل أن تهوي إلى 10,3 مليارات عام 2009 ثم تعاود الصعود إلى 26,3 مليار دولار عام 2011 ليصل مجموعها خلال الـ 11 عاماً بين عامي 2003 و 2013 نحو 190,2 مليار دولار<sup>1</sup>

1 - مناخ الاستثمار في الدول العربية ، مؤشر ضمان لجاذبية الإستثمار ، 2015 ، 73 .

## الفصل الثالث... واقع الإستثمارات الأجنبية المباشرة في قطاع الخدمات في الدول العربية

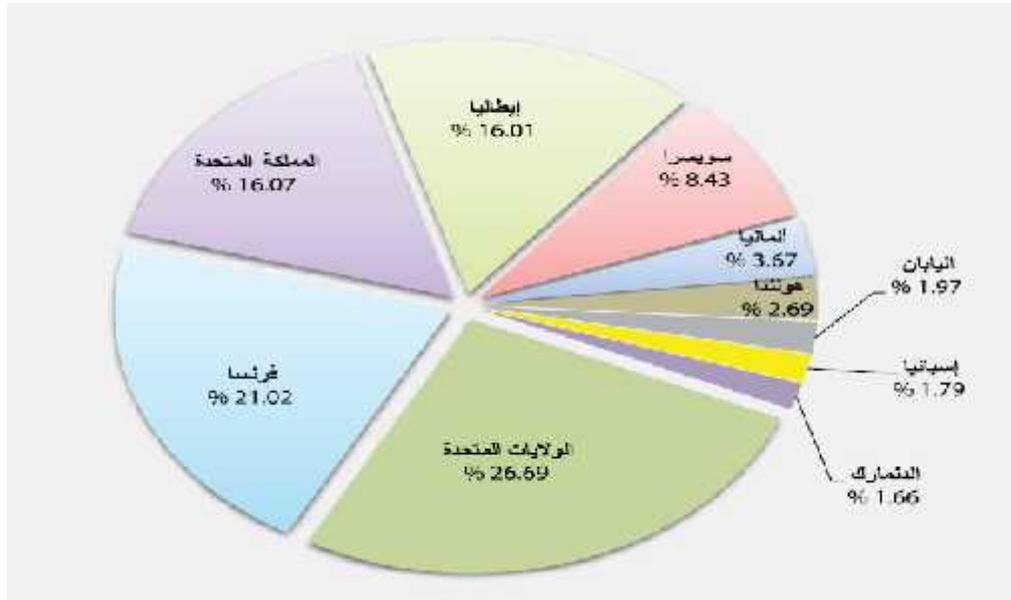
الشكل رقم (3-1) : حصة التدفقات الواردة للمنطقة كنسبة من العالم و الدول النامية ( 2000-2014 )

:



المصدر : المرجع نفسه ، ص 73

الشكل رقم (3-2) : أكبر 10 دول مستثمرة من دول OECD في المنطقة العربية حسب الأرصدة لآخر سنة متوفرة بالمليون دولار .



المصدر : المرجع نفسه ، ص 78 .

وانطلاقاً من تحليل قاعدة بيانات << أسواق الاستثمار الأجنبي المباشر >> ( FDI MARKETS ) التي أعدتها مؤسسة الفاياننشيل تايمز ( financial Times ) والتي تعد أحد قواعد البيانات الأكثر شمولاً لتغطية مجمل المشاريع الاستثمارية الأجنبية المباشرة الجديدة في جميع أنحاء العالم وفي كل القطاعات انطلاقاً من عام 2003 ، يمكن استخلاص مجموعة من المؤشرات المهمة أبرزها ما يلي :

1 . شهد عدد مشروعات الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول العربية اتجاهاً عاماً للنمو من 463 مشروعاً عام 2003 إلى 1335 مشروعاً عام 2008 ثم شهد اتجاهاً عاماً للهبوط مع ظهور تداعيات الأزمة المالية العالمية اعتباراً من عام 2009 حتى تراجع مرة أخرى إلى 780 مشروعاً عام 2014.

2 . يقدر عدد الشركات الأجنبية العاملة في الدول العربية بنحو 6109 شركات بنسبة تزيد على 7% من إجمالي عدد الشركات المستثمرة خارج حدودها في العالم والمقدر عددها بأكثر من 68 ألف شركة ، كما تستثمر تلك الشركات في ما يزيد على 10600 مشروع في المنطقة العربية وبنسبة تبلغ نحو 5,6% من إجمالي عدد المشروعات الأجنبية القائمة في العالم والمقدرة بنحو 189 ألف مشروع وذلك منذ عام 2003 وحتى أبريل 2015 .

3 . تركز شركات الاستثمار الأجنبي المباشر في المنطقة في عدد محدود من الدول أولها الإمارات التي حظيت بـ 3181 شركة أجنبية وبنسبة 52% من الإجمالي العربي ، وثانيها السعودية بـ 881 شركة أجنبية وبنسبة 14,4% من الإجمالي وجاءت قطر في المرتبة الثالثة بـ 600 شركة أجنبية وبنسبة 9,8% من الإجمالي .

4 . تركز مشروعات الاستثمار الأجنبي المباشر في المنطقة في عدد محدود من الدول أولها الإمارات التي حظيت ب 3834 مشروعا ، وبنسبة 36% من الإجمالي العربي وثانيها كذلك السعودية ب 1174 مشروعا وبنسبة 11,1% من الإجمالي العربي ، وجاءت مصر في المرتبة الثالثة ب 745 مشروعا أجنبيا وبنسبة 7% من الإجمالي .

5 . التكلفة أو النفقات الاستثمارية الإجمالية لمشروعات الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول العربية خلال الفترة ما بين عامي 2003 وأبريل 2015 تم تقديرها بقيمة تزيد على تريليون دولار ، كما تم تقدير إجمالي فرص العمل التي وفرتها تلك المشروعات بنحو 1,7 مليون فرصة عمل .

6 . ضمت قوائم أكبر 10 شركات مستثمرة في الدول العربية أسماء شركات عربية كبرى منها إعمار من الإمارات وزين وكيبكو ومجموعة الشايح وبيت التمويل من الكويت وبنك دبي الإسلامي ومجموعات لاند مارك MKE و nme و bma والدانوب لمواد البناء وراك للخزف ومجموعة الفطيم و DM للرعاية الصحية وبنك المشرق وبنك أبو ظبي الوطني وأرابتيك القابضة وفنادق روتانا ومكة كولا من الإمارات ومجموعة الحكير ودلة البركة ومجموعة خالد علي التركي وإخوانه ومجموعة بن لادن والبحر الأحمر لخدمات الإسكان من السعودية ومجموعة ترافكو وأوراسكوم والشركة العربية السويسرية للهندسة من مصر وتونس للتأجير وبروة العقارية وبنك قطر الوطني وبنك قطر الإسلامي الدولي وشركة قطر للبتروكيماويات من قطر وبنك بيبيلوس وبنك بلوم من لبنان وسونترا من الجزائر.<sup>1</sup>

ولقد شهدت تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر الصادر من الدول العربية تراجعاً بنسبة 10 % من 37 مليار دولار عام 2013 إلى 33,4 مليار دولار عام 2014 . ومثلت تدفقات الاستثمارات الصادرة من الدول العربية ما نسبته 2,5% من الإجمالي العالمي البالغ 1354 مليار دولار ، و 7,1% من إجمالي الدول النامية البالغ 468 مليار دولار .

ومثلت دول دول الخليج إضافة إلى ليبيا ولبنان المصدر الرئيسي للتدفقات الصادرة من المنطقة بنسبة 98% لعام 2014 ، حيث تصدرت الكويت قائمة الدول العربية المصدرة لرؤوس الأموال المباشرة بقيمة 13 مليار دولار وبحصة بلغت 39,2% تلتها قطر بقيمة 6,7 مليارات وبحصة 20,2% ثم السعودية في المرتبة الثالثة عربيا بقيمة 5,4 مليارات وبحصة 16,1% ثم الإمارات في المركز الرابع بقيمة 3 مليارات .<sup>2</sup>

1 - مرجع نفسه ، ص ص 78-79.

2 - مرجع نفسه ، ص 79.

كما تشير البيانات الرسمية الواردة إلى المؤسسة إلى أن الأردن والجزائر والسعودية ومصر واليمن نجحت في استقطاب استثمارات عربية مباشرة بلغ إجماليها خلال العام 2014 نحو 2006 ملايين دولار.

وتشير البيانات إلى أن مصر استحوذت على 64% من الاستثمارات العربية الواردة المرصودة من قبل الدول الخمس لعام 2014 تلتها السعودية بحصة بلغت 17% ثم الأردن بحصة 16% ثم الجزائر 3%.

في المقابل جاءت الإمارات كأكبر مساهم في الاستثمارات العربية في تلك الدول لعام 2014 بقيمة 521,4 مليون دولار وبحصة 26% ، تلتها الكويت بحصة 17% ثم السعودية 14% ثم البحرين 13%<sup>1</sup>.

أما قطاعيا فقد استحوذ قطاع الخدمات في الجزائر والسعودية واليمن على 87% من التدفقات الاستثمارية العربية البينية لعام 2014 تلاه قطاع الصناعة بنسبة 13% وأخيرا قطاع الزراعة بحصة ضئيلة لا تذكر.

كما بلغت أرصدة الاستثمارات العربية المباشرة في الأردن والبحرين والسعودية والكويت وسلطنة عمان واليمن 58612 مليون دولار بنهاية العام 2014 .

وتشير البيانات إلى أن السعودية استحوذت على 53% من الاستثمارات العربية الواردة المرصودة من قبل الأردن والسعودية واليمن والبحرين وسلطنة عمان تلتها البحرين بحصة بلغت 32% ثم الأردن بحصة 10% ثم سلطنة عمان 8% وأخيرا اليمن 0,5%.

في المقابل جاءت الكويت كأكبر مساهم في الاستثمارات العربية التراكمية في تلك الدول بنهاية 2014 بقيمة 17658,4 مليون دولار وبحصة 30% ، تلتها السعودية بحصة 13% ثم الإمارات 12% ثم الأردن 11%. وقطاعيا استحوذ قطاع الخدمات في السعودية وسلطنة عمان واليمن على 68% من أرصدة الاستثمارية العربية البينية لعام 2014 تلاه قطاع الصناعة بنسبة 32% وأخيرا قطاع الزراعة بحصة ضئيلة لا تذكر.<sup>2</sup>

واستنادا إلى بيانات << أسواق الاستثمار الأجنبي المباشر >> (FDI MARMETS) ، والتي أعدها الفايانانشيال تايمز ( Financial Times ) كأحد قواعد البيانات الأكثر شمولا لتغطية مجمل المشاريع

<sup>1</sup> مرجع نفسه ، ص 81.

<sup>2</sup> مرجع نفسه ، ص ص 82-83.

الاستثمارية الأجنبية المباشرة الجديدة في جميع أنحاء العالم وفي كل القطاعات انطلقا من عام 2003 ، قامت المؤسسة العربية لضمان الاستثمار و ائتمان الصادرات باستخلاص البيانات الخاصة بالدول العربية ، وقدرت قيمة التكلفة الإجمالية لمشروعات الاستثمارات العربية البينية خلال الفترة ما بين عامي 2003 وأبريل 2015 بما يقارب 370 مليار دولار.

وحسب الدول المستقبلية لتدفقات الاستثمارات العربية البينية خلال الفترة ما بين عام 2003 وأبريل 2015 فقد تصدرت مصر قائمة الدول العربية باستحواذها على مشروعات بقيمة 99,3 مليار دولار وبحصة تبلغ نسبة 26,8% من إجمالي الاستثمارات خلال الفترة تلاها العراق بقيمة 35 مليار دولار وبنسبة 9,5% من الإجمالي ثم الجزائر في المرتبة الثالثة بقيمة 24,3 مليار دولار وبحصة 6,6%، ثم حلت السعودية في المرتبة الرابعة بقيمة 23,9 مليار دولار وبحصة 6,5% ثم قطر في المرتبة الخامسة بقيمة 23 مليار دولار وبحصة 6,2% ثم ليبيا في المرتبة السادسة بقيمة 22,9 مليار دولار وبحصة 6,2%، ثم الأردن في المرتبة السابعة بقيمة 22.9 مليار دولارو بحصة 6.2% ثم تونس في المرتبة الثامنة بقيمة 21,6 مليار دولار وبحصة 5.8%، ثم الإمارات في المرتبة التاسعة بقيمة 17,4 مليار دولار وبحصة 4,7% ثم بقية الدول.<sup>1</sup>

واستنادا إلى بيانات "أسواق الاستثمار الأجنبي المباشر" (FDI MARMETS)، والتي أعدها الفاياننشال تايمز (financial times) قامت المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات باستخلاص البيانات الخاصة بالدول العربية وقدرت عدد مشروعات الاستثمارات العربية البينية خلال الفترة ما بين عامي 2003 وأبريل 2015 بنحو 2246 مشروعا .

وحسب الدول المستقبلية لمشروعات الاستثمارات العربية البينية خلال الفترة ما بين عام 2003 وأبريل 2015 فقد تصدرت السعودية باستحواذها على 331 مشروعا وبحصة 14,8% من الإجمالي العربي ، تلتها الإمارات في المرتبة الثانية باستحواذها على 249 مشروعا وبحصة 11,1% ثم مصر في المرتبة الثالثة باستحواذها على 219 مشروعا وبحصة 9,8% ثم سلطنة عمان في المرتبة الرابعة باستحواذها على 203 مشروعات وبحصة 9,1% ثم بقية الدول .

وحسب الدول المصدرة لمشروعات الاستثمارات العربية البينية خلال الفترة ما بين عام 2003 وأبريل 2015 فقد تصدرت الإمارات باستحواذها على 1067 مشروعا وبحصة 47,5% من الإجمالي العربي ، تلتها الكويت في المرتبة الثانية باستحواذها على 257 مشروعا وبحصة 11,4% ثم السعودية في المرتبة

1 - المرجع نفسه ، ص 86.

الثالثة باستحواذها على 253 مشروعا وبحصة 11,3% ثم قطر في المرتبة الرابعة باستحواذها على 134 مشروعا وبحصة 6% ثم بقية الدول.<sup>1</sup>

واستنادا لبيانات " أسواق الاستثمار الأجنبي المباشر " ( FDI MARMETS ) ، وحسب عدد المشروعات يعد قطاع الخدمات المالية الأهم في استقطابه للمشروعات العربية البينية لعام 2014 حيث حظي بعدد 42 مشروعا وبحصة تبلغ نحو 27,8 % من إجمالي عدد المشروعات البالغ عددها 153 مشروعا تلاه قطاع المنسوجات ب 20 مشروعا وبحصة 13,2% ثم قطاع خدمات الأعمال وبحصة 8,6% ثم قطاع العقارات في المرتبة الرابعة بعدد 11 مشروعا وبحصة 7,3% .

أما من حيث التكلفة الاستثمارية للمشروعات فيعد قطاع العقارات الأهم في استقطابه للمشروعات العربية البينية لعام 2014 حيث حظي باستثمارات بلغت قيمتها 5631 مليون دولار وبحصة تبلغ نحو 48 % من إجمالي تكلفة المشروعات تلاه قطاع الفحم والنفط والغاز الطبيعي بقيمة 2031 مليون دولار وبحصة 17,3% ثم الفنادق و السياحة بقيمة 1094 مليون دولار وبحصة 9,3% ثم قطاع الخدمات المالية في المرتبة الرابعة بقيمة 691 مليون دولار وبحصة 5,9% .

أما على صعيد التغير في التوزيع القطاعي خلال العقد الأخير فيتضح أن هناك تغيرات ما بين التوزيع القطاعي في عامي 2003 و 2014 فحسب عدد المشروعات يلاحظ الارتفاع الطفيف للأهمية النسبية لقطاع الخدمات المالية من 26 إلى نحو 28% ليظل القطاع الأهم ، والاستقرار النسبي لقطاع خدمات الأعمال حول 8,6% والارتفاع الطفيف للمنتجات الاستهلاكية من 5,8 إلى 6,6% وفي المقابل تراجعت أهمية قطاع الاتصالات بشكل كبير من 13 إلى 4% والغذاء والتبغ من 8,7 إلى 4,6% والبرمجيات وخدمات تكنولوجيا المعلومات التي تدنت نسبتها وكذلك الفنادق والسياحة من 7,2 إلى 5,3% وعلى النقيض من ذلك ارتفعت الأهمية النسبية لقطاع المنسوجات إلى 13,2% وقطاع العقارات من 4,3 إلى 7,3% .

أما حسب التكلفة الاستثمارية للمشروعات فقد شهد التوزيع القطاعي للمشروعات العربية تغيرات أيضا ما بين عامي 2003 و 2014 ، حيث تضاعفت الأهمية النسبية لقطاع العقارات بصورة كبيرة من 24,5 إلى 48% مقابل تراجع كبير للأهمية النسبية لقطاع الفنادق والسياحة من 27,8 إلى 9,3

<sup>1</sup> ع نفسه ، ص 88.

## الفصل الثالث... - واقع الإستثمارات الأجنبية المباشرة في قطاع الخدمات في الدول العربية

% وكذلك تراجع قطاع الفحم والنفط والغاز الطبيعي من 21,5 إلى 17,3 % مع استقرار نسبي لقطاع الخدمات المالية حول 6%<sup>1</sup>.

الجدول رقم (3-1): الاستثمارات البينية للدول العربية حسب التوزيع القطاعي لعام 2003.

النسبة (%) *	التكلفة	عدد المشاريع	القطاعات
26.09	247.2	18	الخدمات المالية
13.04	303.8	9	الإتصالات
8.70.	210.1	6	الغذاء و التبغ
8.70	31.9	6	خدمات الأعمال
7.25	39.7	5	البرمجيات و خدمات تكنولوجيا المعلومات

1 - المرجع نفسه ، ص 90.

### الفصل الثالث... واقع الإستثمارات الأجنبية المباشرة في قطاع الخدمات في الدول العربية

7.25	1119.6	5	الفنادق و السياحة
5.80	45.3	4	منتجات إستهلاكية
4.34	989.8	3	العقارات
2.89	5.8	2	الآلات الصناعية و المعدات و أدوات
2.89	19.4	2	المواد الكيميائية
2.89	868.2	2	الفحم و النفط و الغاز الطبيعي
1.45	15.0	1	السيراميك و الزجاج
1.45	2.9	1	مكونات كيميائية
1.45	25.7	1	الرعاية الصحية
1.45	60.0	1	الترفيه
1.45	31.1	1	الصيدلة
1.45	9.0	1	المشروبات
1.45	9.5	1	وسائل النقل
100	4034	69	الإجمالي

المصدر : مناخ الإستثمار في الدول العربية ، ص 91.  
\*من حساب الباحثون

الحدول رقم (2-3) : الاستثمارات البنينة للدول العربية حسب التوزيع القطاعي لعام 2014.

النسبة (%) *	التكلفة	عدد المشاريع	القطاعات
27.45	690.9	42	الخدمات المالية
13.07	215.8	20	المنتجات
8.50.	72.6	13	خدمات الاعمال
7.19	5630.5	11	العقارات

الفصل الثالث... ← واقع الإستثمارات الأجنبية المباشرة في قطاع الخدمات في الدول العربية

6.53	39.0	10	منتجات المستهلك
5.23	1094.0	8	الفنادق و السياحة
4.56	152.4	7	الغذاء و التبغ
3.92	228.6	6	الترفيه
3.92	117.6	6	وسائل النقل
3.92	184.2	6	الاتصالات
2.61	88.6	4	المواد الكيماوية
2.61	483.4	4	المعادن
1.31	2030.5	2	الفحم و النفط و الغاز الطبيعي
1.31	134.1	2	المشروبات
1.31	338.0	2	بناء و مواد البناء
1.31	11.6	2	البرمجيات و خدمات تكنولوجيا المعلومات
1.31	30.0	2	البلاستيك
0.65	1.3	1	الاعمال آلات و معدات
0.65	12.3	1	الالكترونيات الاستهلاكية
0.65	8.9	1	مكونات الكترونية
0.65	21.8	1	الورق و الطباعة و التغليف
0.65	11.88	1	الالات الصناعية و المعدات و أدوات
0.65	92.4	1	التخزين
11.7443	9.0	153	الاجمالي

المصدر : المرجع نفسه ، نفس الصفحة

\* من حساب الباحثون

**خلاصة الفصل :**

تطرقنا في هذا الفصل إلى العوامل التي تفسر تحول الاستثمار الأجنبية المباشر نحو الخدمات ، والفائدة والتكاليف التي يعود بها الاستثمار الأجنبي المباشر في قطاع الخدمات في الدول المضيفة، ثم تناولنا أهمية قطاع الخدمات في الدول العربية ثم الاستثمارات الأجنبية المباشرة في قطاع الخدمات فيها من خلال التركيز على الاستثمارات العربية البينية.



### خاتمة عامة:

يحتل الاستثمار الأجنبي المباشر أهمية كبيرة بالنسبة لجميع الدول المتقدمة منها والنامية بالنظر إلى المزايا العديدة التي ينطوي عليها ومن تم تحقيق الأهداف التي تسعى تلك الدول إلى تحقيقها من وراء المنافسة على اكتساب حصة هامة من تلك الاستثمارات في مختلف قطاعات النشاط الاقتصادي ومنها قطاع الخدمات الذي أصبح يكتسي أهمية بالغة في السنوات الأخيرة وهو ما ينطبق على الدول العربية التي زاد الاهتمام فيها بقطاع الخدمات وباستقطاب الاستثمارات الأجنبية المباشرة ومنها الاستثمارات العربية البينية.

### اختبار الفرضيات:

بعد هذا العرض ومحاولة الإحاطة ببعض جوانب الموضوع، يمكننا إجراء اختبار لفرضيات الدراسة كما يلي:

- 1- صحيح، فالمزايا العديدة التي تنطوي عليها الاستثمارات الأجنبية المباشرة تدفع مختلف دول العالم المتقدمة منها والنامية إلى إيلاء أهمية كبيرة لتلك الاستثمارات والمنافسة على استقطاب حصص هامة منها.
- 2- صحيح، حيث يُعتبر قطاع الخدمات أكبر قطاع في الناتج المحلي الإجمالي بعد قطاع النفط.
- 3- صحيح، وهذا خاصة من خلال قطاع الخدمات المالية الذي حضي بـ 42 مشروعاً وبحصة تبلغ نحو 27.8% من إجمالي عدد المشروعات.

### النتائج:

- من أهم النتائج التي يمكن أن نستخلصها من خلال دراستنا لهذا الموضوع هي:
- 1- يكتسي الاستثمار الأجنبي المباشر أهمية كبيرة بالنظر إلى المزايا العديدة التي ينطوي عليها بالنسبة للدول المضيفة.
  - 2- يحتل قطاع الخدمات في الدول العربية أهمية كبيرة حيث يُعتبر أكبر قطاع بعد قطاع النفط في الناتج المحلي الإجمالي.
  - 3- تلعب الاستثمارات العربية البينية دوراً هاماً في قطاع الخدمات في الدول العربية.

### التوصيات:

- يُمكن تقديم التوصيات التالية:
- 1- توفير مناخ استثماري أكثر جذباً للاستثمارات الأجنبية المباشرة إلى الدول العربية ومنها الجزائر.

- 2- ضرورة اهتمام الدول العربية أكثر بمختلف القطاعات الفرعية التي يتكون منها قطاع الخدمات من خلال تحفيز الاستثمارات الأجنبية المباشرة بالاستثمار في هذا القطاع وليس فقط الاستثمارات العربية، بالإضافة إلى تحفيز الاستثمارات المحلية.
- 3- بالإضافة إلى قطاع الخدمات، لا بد من الاهتمام أيضاً بباقي قطاعات النشاط الاقتصادي لأهميتها.

:

- 1-أحمد محمود الزامل وآخرون: تسويق الخدمات المصرفية ، دار اثراء للنشر والتوزيع ،  
- 1 2012 .
- 2-اياد عبد الفتاح النصور : ادارة التسويق ، ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان-  
2015 2 .
- 3-اياد عبد الفتاح النصور : تسويق المنتجات المصرفية ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان  
- 1 2015 .
- 4-بشير العلاق : ثقافة المنظمة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان -  
الطبعة العربية ، 2009 .
- 5-جلال ناصر :الاستثمار والشركات متعددة الجنسيات ، دار الكتاب الحديث ، القاهرة -  
الكويت ، الجزائر ، ب ط ، 2009 .
- 6-حسام عيسى : الشركات متعددة القوميات ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، بيروت،  
..
- 7-حمداوي وسيلة : الجودة ميزة تنافسية ، مديرية النشر لجامعة قلمة ، ب ط ، 2009.
- 8-حميد الطائي وبشير العلاق: تسويق الخدمات ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ،  
الطبعة العربية، 2013.
- 9-خالد راغب الخطيب : التدقيق على الاستثمار في الشركات متعددة الجنسيات ، دار البلدية  
- 1 2012 .

- 10- خالد مقابلة . التسويق الفندقي ، دار وائل للنشر والتوزيع ، الأردن - عمان ، ط 1  
2011 .
- 11- ربحي مصطفى عليان وايمان فاضل السامراني : تسويق المعلومات وخدمات  
المعلومات ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان- 2 2015 .
- 12- زاهر عبد الرحيم : تسويق الخدمات ، دار الراية للنشر والتوزيع ، عمان -  
1 2012 .
- 13- سليمان عمر محمد الهادي : الاستثمار الأجنبي المباشر وحقوق البيئة ، الأكاديميون  
للنشر والتوزيع ، عمان ، 1 2010 .
- 14- سيد سالم عرفة : التسويق الصناعي ، دار الراية للنشر والتوزيع ، عمان - الأردن ، ط  
1 2013 .
- 15- صباح محمد أبو تابة : التسويق المصرفي بين النظرية والتطبيق ، دار وائل -  
والتوزيع ، الأردن - عمان ، 1 2000 .
- 16- عبد المطلب عبد الحميد : العولمة الاقتصادية ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، 2008 .
- 17- عبد العزيز النجار : الإدارة المالية في تمويل الشركات المتعددة الجنسيات ، المكت  
العربي الحديث ، الإسكندرية .
- 18- عبير ابراهيم شلاش : التسويق الزراعي ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان-  
1 2012 .
- 19- عثمان أبو حرب : الاقتصاد الدولي ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، 1  
2008 .
- 20- عرفات ابراهيم فياض : الادارة المالية الدولية والتعامل بالعملات الأجنبية ، دار البداية  
1 2013 .
- 21- عصام حسن السعيد: التسويق والترويج السياحي الفندقي ، دار الراية للنشر والتوزيع  
- 1 2009 .
- 22- علي عباس : ادارة الأعمال الدولية ، دار الميسرة للنشر والتوزيع ، عمان -  
1 2009 .
- 23- علي عبد الفتاح أبو شرار : الاقتصاد الدولي ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ،  
2 2010 .

24- علي فلاح الرعبي . ادارة التسويق ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، الأردن -  
الطبعة العربية 2009 .

25- عمر جوابرة الملكاوي : التسويق الفندقى ، دار الوراق للنشر والتوزيع ، عمان -  
1 2012 .

26- فليح حسن خلف : العولمة الاقتصادية ، عالم الكتاب الحديث ، الأردن ، 1 2010 .

27- قاسم نايف علوان : إدارة الاستثمار بين النظرية والتطبيق ، دار ا . .  
2012 .

27- محمد صالح المؤذن : مبادئ التسويق ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان -  
1 2008 .

28- محمد علي ابراهيم العامري : ادارة محافظ الاستثمار ، دار اثراء للنشر والتوزيع ،  
1 2013 .

29- محمد علي ابراهيم العامري : الادارة المالية المتقدمة ، اثراء للنشر والتوزيع ، الأردن  
1 2010 .

30- محمد مدحت غسان : الشركات متعددة الجنسيات وسيادة الدولة ، دار الراية للنشر  
والتوزيع ، عمان - الأردن ، ط 1 2013 .

31- محمود جاسم الصميدعي ، وردينة عثمان يوسف : تسويق الخدمات ، دار المسيرة للنشر  
والتوزيع والطباعة ، عمان -  
1 2010 .

32- مصطفى سعيد الشيخ و آخرون : مبادئ التسويق الحديث ، دار المسيرة ، عمان -  
3 2011 .

33- نزيه عبد المقصود المبروك : الآثار الاقتصادية للاستثمارات الأجنبية ، دار الفكر  
الاسكندرية ، ط 1 2008 .

34- نظام موسى سويدان : التسويق المعاصر ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، عمان -  
1 2012 .

35- نظام موسى سويدان و شفيق ابراهيم حداد : التسويق مفاهيم معاصرة ، دار الحامد ،  
2 2003 .

36- هاني حامد الضمور : تسويق الخدمات ، دار وائل للنشر ، عمان -  
4 2008 .

37- هوشيار معروف . الاستثمار والأسواق المالية ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان ،  
2009 1 .

38- وصفي عبد الرحمان النعسة:التسويق المصرفي ، دار كنوز للنشر والتوزيع ، الأردن -  
2011 1 .

### - الرسائل العلمية :

1- بلال مومو : أثر الاستثمار الأجنبي المباشر والاستثمار المحلي على النمو الاقتصادي ،  
مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماجستير أكاديمي ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية  
، وعلوم التسيير ، جامعة ورقلة ، 2013 .

2- بن عمروش فائزة : واقع تسويق الخدمات في شركات التأمين ، مذكرة مقدمة ضمن  
متطلبات نيل درجة الماجستير في العلوم الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة  
2008 .

3- سحنون فاروق : قياس اثر بعض المؤشرات الكمية للاقتصاد الكلي على الاستثمارات  
الاجنبية المباشرة ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير ، كلية العلوم  
الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة سطيف ، 2010 .

4- سلمان حسين : الاستثمار الأجنبي المباشر والميزة التنافسية الصناعية بالدول النامية ،  
مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة ماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم  
التسيير ، جامعة الجزائر ، 2004 .

5- شرفة جمال : تسويق الخدمات ، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية ، كلية العلوم  
الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة منتوري ، قسنطينة ، 2005 .

6- عبد القادر برانيش : التسويق في مؤسسات الخدمات العمومية ، أطروحة مقدمة لنيل  
شهادة الدكتوراه ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر ، 2007 .

7- عبد الكريم بعداش : الاستثمار الأجنبي وآثاره على الاقتصاد الجزائري ، رسالة دكتوراه  
في العلوم الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر ، 2007 .

8- ~~لي سفيان . دور التسويق في قطاع الخدمات الصحية من وجهة نظر المستفيدين~~  
منها ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و علوم  
تجارية ، جامعة محمد بوضياف ، المسيلة ، 2006.

9-عمار زودة : محددات قرار الاستثمار الأجنبي المباشر ، مذكرة لنيل الماجستير ، كلية  
العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة قسنطينة ، 2008 .

10-كاكي عبد الكريم : أثر الاستثمار الأجنبي على تنافسية الاقتصاد الجزائري ، رسالة  
ماجستير ، المركز الجامعي غرداية ، 2011 .

11-محمد حمو : اثر اتفاقية تحرير تجارة الخدمات المالية و المصرفية على الصناعة  
المصرفية بالبنوك الجزائرية ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية  
كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة حسيبة بن بوعلي ، الشلف ، 2009.

12-محمد دحماني : الخدمة التسويقية ، مذكرة ضمن متطلبات شهادة الماجستير فرع التسيير  
، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة بن يوسف بن خدة ، 2008 .

13-ولد محمد عيسى محمد محمود : الشركات متعددة الجنسيات ، واقتصاديات البلدان  
العربية في ظل العولمة الاقتصادية ، رسالة مقدمة ضمن المتطلبات لنيل شهادة الماجستير ،  
كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، قسم العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر ، 2005 .

14-يشروف فضيلة : أثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية ، مذكرة لنيل  
شهادة الماجستير في التسويق ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة منتوري  
قسنطينة ، 2010 .

:

1-عبد القادر محمد احمد عبد الله و خالد عبد العزيز محمد السهلاوي : تموين قطاع الخدمات  
، دراسة اقتصادية ، السلسلة العلمية ، جمعية الاقتصاد السعودي ، المجلد الثالث ، ع 5  
2000.

2-مناخ الاستثمار في الدول العربية ، مؤشر ضمان جاذبية 2015.

3-يوسف مسعوداوي ، تسيير مخاطر الاستثمار الأجنبي المباشر مع الاشارة لحالات بعض  
الدول العربية ، مجلة أبحاث اقتصادية وادارية ، العدد الثالث - جوان 2008 .

- الملتقيات و التقارير :

~~نورة بيري و عبود زرغين . محددات تدفقات الاستثمارات الأجنبية المباشرة في كل من الجزائر و تونس و المغرب ، ملتقى وطني ، بحوث اقتصادية علمية ، العددان 67-68 / صيف - خريف ، 2014.~~

التحول نحو الخدمات ، تقرير الاستثمار العالمي ، مؤتمر الامم المتحدة للتجارة و التنمية ، الامم المتحدة و نيويورك و جنيف ، 2004.

التقرير الاقتصاد 2009 .

هـ- المواقع الالكترونية :

1 - موسوعة منشورة على شبكة الأنترنت على الرابط التالي : الشركات متعددة الجنسيات الموسوعة العربية :

Http : [www.Arab\\_ency.com/ar/](http://www.Arab_ency.com/ar/)