



د. العابد لزهـر

(جامعة عبد الحميد مهري - قسنطينة 2)

Email : lazhar.labed@univ-constantine2.dz

د. دهان محمد

(جامعة عبد الحميد مهري - قسنطينة 2)

Email : mohameddehane1@hotmail.com

المـلـخـص

تهدف الدراسة للتعرف على واقع التنافسية الخارجية للدول العربية بتحليل بنية التجارة الخارجية وتحليل مؤشراتهما، وتمثل هذه المؤشرات في وضعية الميزان التجاري ومؤشرات التركيز والتنوع والتخصص وعدد المنتجات والانفتاح الاقتصادي وكثافة الاعتماد على المهارة والتكنولوجيا في المنتجات المصدرة بالإضافة إلى بعض المؤشرات المتعلقة بسياسة التجارة الخارجية. وقد تبين من خلال عرض هذه المؤشرات في الدول العربية، وجود تباين فيما بينها، وتعد الإمارات العربية المتحدة الأفضل بين الدول العربية وتليها دول الخليج بل وتفوقت على بعض الدول المتقدمة، في حين دلت قيمة المؤشرات في دول أخرى على تراجع كبير في مؤشرات تجارتها الخارجية ومنه تراجع في تنافسيتهـا الخارجية.

الكلمات المفتاحية: التنافسية الوطنية - التنافسية الخارجية - مؤشرات التجارة

Abstract

The study aims to know the reality of the external competitiveness of Arab countries through the analysis of the foreign trade structure and its indicators. These indicators are the status of the trade balance, Concentration, diversification, specialization, the number of product, Trade openness and the intensity of reliance on skills and technology in exported products, in addition to some indicators related to foreign trade policy. The review of these indicators in Arab countries shows a variation among those countries; The United Arab Emirates came in the first place, followed by the other Gulf countries (and even surpassed some developed countries). In the other hand, the values of the indicators in the other Arab countries have shown a significant decline in their foreign trade indicators that, consequently, led to a decline in their external competitiveness.

Keywords: National competitiveness - Foreign competitiveness - Foreign Trade indicators.

المقدمة

ظهر مفهوم التنافسية في الأدبيات الاقتصادية - كأول شكل له - تحت مسمى الميزة المطلقة ثم الميزة النسبية، حيث استعمل لتفسير أسباب قيام التجارة الخارجية وكيف يمكن اعتماده في التخصص وتقسيم العمل الدوليين، لكن التطورات التي شهدتها العالم، بعد الحرب العالمية الثانية، وبداية بإنشاء صندوق النقد الدولي والبنك الدولي انتهاء بإنشاء منظمة التجارة العالمية مكملة للقطب الثالث في الاقتصاد العالمي، كما شهدت الفترة إقامة للتكتلات الاقتصادية ونمو كبير للشركات المتعددة الجنسيات، التي تزامنت مع ابتكارات لم يشهدها العالم من قبل حتى عرفت فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية بالثلاثينيات المجيدة، هذه الأحداث أدت إلى ظهور تقسيمات جديدة للعمل الدولي، وظهر التخصص في أكثر من دولة ومنطقة.

وبدلاً من أن تعتمد الدول على مصادر محدودة للتمييز وفقاً لعناصر الإنتاج المتاحة لها أصلاً، بدأت تسعى لوضع سياسات اقتصادية هدفها الأساسي هو اكتساب ميزة أو عدة مزايا تنافس بها على المستوى الدولي، من خلال التشجيع على الإبداع باعتباره نتاج المعرفة، ولقد انتهجت كل الدول هذا النهج من تطوير للمناهج الدراسية وتشجيع البحث العلمي في الجامعات ومراكز البحث والتقارب بين قطاع الأعمال وقطاع التعليم، على اعتبار أنه أفضل سبيل لتنويع المنتجات وتطويرها وزيادة صادرات الدولة وتحقيقها فوائض في الموازين التجارية.

بالإضافة إلى فقد كان على الدول توفير مناخ جيد للأعمال، من توفير للبنى التحتية ونظم مالية متطورة، وضرائب ورسوم مشجعة، وهيكل متطور للعرض قادر على عرض واستخدام التكنولوجيات الحديثة وطلب يتقبل المنتجات الجديدة، ومن هذا المنطلق تبنت بعض المنظمات الدولية - ونقصد هنا المنتدى الاقتصادي

العالمي - مفهوم التنافسية من منظور واسع، فلم يعد يشمل ما تتميز به الدول من خصائص لها علاقة بعناصر الإنتاج ولكن أيضا بما يمكن أن يؤدي إلى امتلاك هذه الخصائص.

وبالعودة لجذور التنافسية (الميزة النسبية) نجد أنها تبحث في نوع السلع التي ينبغي على كل دولة تصديرها واستيرادها وفقا لكثافة عناصر الإنتاج، وتحقيق لها أعظم استفادة من تجارتها الخارجية من خلال زيادة الصادرات وتخفيض الواردات ومن ثمة تحقيق فائض في الميزان التجاري، وهو ما يدعونا في هذه الدراسة للبحث عن التنافسية الخارجية للدول باعتبارها جزءا من التنافسية الوطنية للدولة.

وسنعمد في تحليلنا للتنافسية الخارجية على تحليل المؤشرات المرتبطة بالمعاملات التجارية الخارجية للدول، وسنركز فقط على عينة من الدول العربية، حيث سنحيط على تساؤل رئيسي مفاده:

ما هو واقع التنافسية الخارجية للدول العربية؟

للإجابة على هذا التساؤل نفترض أن التنافسية الخارجية في الدول العربية متباينة بسبب عدم تجانس هيكل التجارة الخارجية فيها، وسنتبنى منهجا وصفيا تحليليا نقدم من خلاله وصفا وتحليلا لمؤشرات التجارة الخارجية في عينة الدول العربية، وكيف انعكس ذلك على التنافسية الخارجية.

وعليه سنبدأ أولا بالتعرف على مفهوم التنافسية بالتركيز على التنافسية الوطنية ومكوناتها وفق ما تبنته المنظمات الدولية، وفي مرحلة ثانية سنختار عدد من المؤشرات التي تسمح بالحكم على تنافسية الدول العربية من خلال مؤشرات التجارة الخارجية.

المحور الأول: مفهوم التنافسية

تأخذ التنافسية حيزا كبيرا من اهتمام الباحثين ورجال الأعمال والقائمين على وضع السياسات الاقتصادية، ما أدى إلى اختلاف في مفهومها، وقد تناول الاقتصاديون منذ عقود طويلة (Chursin & Makarov, 2015) دراسة التنافسية، بدأ من آدم سميث الذي طرح مفهوم الميزة المطلقة إلى دايفيد ريكاردو في إطار مفهوم الميزة النسبية، التي استمر الاعتماد على مفهومها في وضع النظريات وإعداد السياسات لعقود طويلة من الزمن، إلى أن ظهر مفهوم الميزة التنافسية، الذي يمكن القول بأنه أحدث ثورة في الفكر الإداري والاقتصادي، خاصة بعد صدور مؤلفات (Porter M. E., 1990) (Porter M. , 1986) ، وأصبح ينظر للتنافسية وفقا لمفهومها على مستوى المؤسسة ومستوى الدولة، فوجد تنافسية المؤسسة والتنافسية الوطنية، وفيما يلي عرض لهذه المفاهيم.

1- تنافسية المؤسسة

تعبّر عن قدرة المؤسسة على اكتساب أو زيادة حصتها في السوق بالاعتماد على عنصرين هما السعر والتميز في جودة المنتجات (IFRI, 1990)، ووفقا لهذا التعريف تكون للمؤسسة قدرة على المنافسة إذا ما تمكنت من عرض منتجاتها بأسعار منخفضة وبجودة عالية مع تمييزها عن منتجات باقي المنافسين أي ميزة تمييز المنتجات.

أما (BCG, 1980)، فترى بأن المؤسسة التي لها تنافسية هي القادرة على المنافسة، وهي تلك التي تمتلك أقل تكلفة أو هي المؤسسة التي تستطيع أن تستخدم مواردها بفعالية أكبر مقارنة بباقي المنافسين في ظل استخدام نفس الموارد التي يتم الحصول عليها بتكاليف متساوية، بحيث تتمكن المؤسسة من الحصول على نسبة سيولة أعلى من باقي المنافسين، ولها قدرة أكبر على الاستثمار وبالتالي تحقيق معدل

نمو مرتفع، وكذلك القدرة على المقاومة والبقاء في حالة تراجع السوق مع الاستمرار في تحسين ميزة التكلفة التي تكتسبها.

وبالنسبة للعوامل المؤثرة فيها، ووفقاً لنظرية الموارد فإن تحسين التنافسية يتطلب توفر الموارد والكفاءات الأساسية، وقد وضع (Barney, 1991) نموذجاً يبين فيه الخصائص التي يتوجب أن تتصف بها موارد المؤسسة أو أحد مواردها بحيث تكون مصدراً لاكتسابها ميزة تنافسية مستدامة حيث تعرف هذه الموارد بالموارد الأساسية، هذه الخصائص تتمثل في أن المورد يجب أن يكون ذا قيمة ونادر وغير قابل للتقليد وغير قابل للإحلال VRIS.

كما أكد (Prahalad & Hamel, 1990) على أن مصدر التنافسية هو الكفاءات الجوهرية أو المحورية حيث تعبر عن التعلم الجماعي في المؤسسة بخصوص تنسيق مختلف الأنشطة التي تمارسها والآلية التي تدمج فيها التغيرات التكنولوجية، ثم جاء (Teece, Pisano, & Shuen, 1997) للتركيز على دور ديناميكية الكفاءات في تحسين التنافسية.

وآخر ما تم تناوله حول العوامل المحددة للميزة التنافسية هو البعد الاجتماعي (Porter & Kramer, 2006) الذي يعد في الوقت الحالي الموجه الأخيرة للتعبير عن الاتجاهات الإستراتيجية للمؤسسة، فلا نكاد نجد مؤسسة متعددة الجنسيات لا تهتم بهذا الجانب، ليس عند مستواه الاقتصادي أو القانوني أو الأخلاقي بل تعدته إلى البعد الخيري، حسب الأبعاد التي رسمها (Carroll, 1991) للمسؤولية الاجتماعية.

وقد تلجأ المؤسسة لأطراف خارجية في إطار أحد أشكال التقارب بين المؤسسات بهدف تحسين تنافسيته، مثل اعتمادها على إستراتيجية النمو الخارجي Outsourcing، حيث إن الأنشطة التي تعجز عن ممارستها، ستكلف بها مؤسسات

غير تابعة وبالتالي ستستفيد المؤسسة من ميزة التخصص، ومن أقدم أشكال التقارب المعروفة هي المقاطعات أو العناقيد، حيث تناولها (Marshall, 1890) في كتابه مبادئ الإقتصاد، أين تحدث عن أهمية قيام المؤسسات بنفس الصناعة في نفس المنطقة، حيث يمكن عقلنة استخدام معدات الإنتاج، فخلال تأدية كل مؤسسة لجزء من النشاط سيسمح بالاستخدام المتواصل للألات في إطار التعاون مع بعضها، ما سيسمح بتخفيض التكاليف نظرا لسرعة استرداد النفقات الأولية وتكتسب المؤسسات بذلك ميزة التكاليف المنخفضة.

2-التنافسية الوطنية

حسب (Paranque, 1995) تعبر عن قدرة البلد على زيادة حصته في أسواق التصدير أو المحافظة على معدل نمو مرتفع دون تدهور في الميزان التجاري، ويعرفها (المعهد العربي للتخطيط) على أنها الأداء الحالي والكامن في إطار القطاعات والأنشطة التي تتعرض إلى مزاحمة من قبل الاقتصاديات الأجنبية، فيقال عن بلد أنه تنافسي إذا استطاع أن يحافظ على معدل نمو للدخل الحقيقي مساو لشركائه في إطار التبادل التجاري الحر مع تحقيق التوازن التجاري في المدى البعيد بحيث يسمح ذلك للدولة من تحقيق معدل تبادل أكبر من الواحد والذي يعني أن الصادرات تغطي الواردات، وترى المفوضية الأوروبية (Commission européenne, 2003) أن التنافسية تتحدد بنمو الإنتاجية فنقول عن اقتصاد دولة أنه تنافسي إذا كانت معدلات نمو الإنتاجية فيه مرتفعة وتؤدي إلى تحسين مستوى المعيشة.

وعليه فمفهوم التنافسية على مستوى الاقتصاد الوطني يرتكز على عنصرين هما الفائض في الميزان التجاري وتحسين مستويات المعيشة لأفراد المجتمع وذلك بزيادة الدخل الحقيقي، وتحسين التنافسية يعتبر الهدف من النشاط الاقتصادي الذي يقود إلى تحقيق الرفاهية الاقتصادية، ويتحدد على أساس حصة الفرد من الناتج

الداخلي الخام PIB/Habitant، حيث يقال عن اقتصاد دولة ما أنه تنافسي إذا كان هذا المؤشر في ارتفاع مستمر من سنة إلى أخرى، كما ينبغي أن يكون وهو الأهم مرتفعا مقارنة بباقي الدول الأخرى أو بالدول المرجعية التي غالبا ما تكون الدول المتقدمة أو تلك التي يعرف اقتصادها معدلات نمو مرتفعة.

فللتنافسية علاقة بتحسين مستوى المعيشة والميزان التجاري، وعليه نستطيع أن نربطها أساسا بمعادلة الدخل - الإنفاق التي ترى أن الدخل يساوي مجموع الإنفاق الاستهلاكي والاستثمار الخاص والإنفاق الحكومي والصادرات محذوف منها الواردات، أي أن الدخل ومنه الدخل الفردي سيرتفعان إذا ما حدث ارتفاع في الصادرات أو انخفاض في الواردات مع ثبات العوامل الأخرى، وعليه سيكون لتحسين القدرة التنافسية التصديرية أو الاستيرادية لاقتصاد دولة ما أثر على زيادة الدخل الوطني والفردي.

لكن السؤال الذي نطرحه هنا هل فعلا الحديث عن تنافسية الاقتصاد الوطني باعتماد مؤشر الدخل الفردي أو حصة الفرد من الناتج الداخلي الخام كدليل على تنافسية الاقتصاد الوطني لأي دولة يعتبر مقبولا من الناحية المنطقية؟ في الحقيقة تعتبر هذه النقطة من بين الانتقادات التي وجهت إلى مفهوم التنافسية (المعهد العربي للتخطيط)، فبهذا الشكل يعبر عن مؤشر النمو الاقتصادي لذا يمكن اعتباره مفهوما غامضا يدرج ضمنه كل محددات النمو والتنمية.

كما أن تحسن الدخل الفردي يعتبر مؤشر من مؤشرات النمو وبالتالي يوجد تداخل بينه وبين التنافسية، والأهم من هذا فالتنافسية هي من المنافسة وبالتالي لا يمكن الحديث عنها في ظل عدم وجود منافسة، وتحسين مستوى المعيشة نرى أنه قد يتحقق خارج إطار المنافسة بين الدول، إلا إذا كانت الدول مرتبطة فيما بينها

بشكل كبير بالمبادلات السلعية والخدمات والتدفقات المالية، حيث يكون لمؤشر مضاعف التجارة الخارجية في معادلة الدخل - الإنفاق أثر كبير على زيادة الدخل القومي ومنه الدخل الفردي، وعليه فإن الحديث عن تنافسية الاقتصاد الوطني يفترض أن ينحصر فقط في المبادلات الاقتصادية الدولية أي على الصادرات والواردات والتدفقات المالية.

كما نضيف نقطة على قدر كبير من الأهمية، هي أن مؤشر الزيادة في الناتج الداخلي الخام أو الفردي قد لا يعبران عن تحسين مستوى المعيشة، إذ قد نجد أنفسنا أمام ظاهرة تشهدنا بعض البلدان خاصة الدول المصدرة للنفط والتي يعتمد اقتصادها بشكل كبير على هذه المادة الإستراتيجية، وتطلق على هذه الدول تسمية الدول الغنية ذات الشعوب الفقيرة، كناية على أن الناتج الوطني مرتفع لكن الدخل الفعلي الذي يحصل عيه المواطن في هذه الدول يعتبر متدنياً، وعليه ستكون مستويات المعيشة فيها متدنية.

كما أن تحقيق الفائض في الميزان التجاري قد يكون نتيجة للتدخل الحكومي في المبادلات الخارجية عن طريق أدوات السياسة التجارية الخارجية، من فرض للرسوم الجمركية وتخفيض لأسعار الصرف ومنح إعانات للمنتجين المحليين، أي استخدام الأساليب السعرية التي تؤثر على تيارات التبادل الدولي من خلال التأثير على أسعار الصادرات والواردات، سواء كان ذلك بشكل مباشر بالتأثير على أسعار المنتجات النهائية الموجهة نحو التصدير أو الاستيراد أو بشكل غير المباشر عن طريق التأثير على أسعار عناصر الإنتاج التي تدخل في تكوين تكلفة المنتجات الموجهة نحو التصدير أو الاستيراد.

فالرسوم الجمركية الحمائية سترفع في أسعار الواردات إلى الحد الذي تصبح فيه مساوية أو مرتفعة مقارنة بأسعار المنتجات المحلية، أما أسلوب سعر الصرف عند

اعتماده بغرض الحماية فإن الدولة تخفض من قيمة عملتها وبالتالي ستخفض أسعار الصادرات مقيمة بالعملة الأجنبية وترتفع أسعار الواردات مقيمة بالعملة المحلية فيرتفع عندئذ الطلب الخارجي على المنتجات المحلية أي تحدث زيادة في الصادرات، كما ينخفض الطلب المحلي على المنتجات الأجنبية أي انخفاض الواردات، أما الإعانات فتحدث انخفاضا في التكلفة الحقيقية التي يتحملها المنتجون المحليون، مما يمكنهم من تخفيض أسعار بيعهم محليا ودوليا، وبالتالي يرتفع الطلب المحلي والأجنبي على المنتجات المحلية بما يسمح بتحقيق فائض في الميزان التجاري.

وتعرف التنافسية في حالة تدخل من طرف الدولة باستخدام الأساليب الجمركية وتحديد للأجور ومعدلات الفائدة بالتنافسية المدعومة (Cockburn & Siggel, 1995)، وقد تفقد هذه الأساليب دورها في تحسين تنافسية الاقتصاد الوطني مع عدم وجود مرونة سعرية ومع موجة تحرير التجارة الدولية في ظل العولمة الاقتصادية التي تقودها المنظمة العالمية للتجارة وقيام التكتلات الإقليمية، لذا فإن الاهتمام ينبغي أن ينصب على التنافسية خارج السعر في ظل العلاقات التجارية الخارجية الحرة للدولة، لا على تحسين التنافسية السعرية فحسب (INSEE, 2003). ويتحقق ذلك من خلال أنشطة الإبداع والتكنولوجيا الذين يرتبطان بعوامل أخرى مثل الاستثمار في رأس المال البشري ورأس المال المادي والمحيط المؤسسي بالإضافة إلى السياسة المتبعة من طرف الدولة - المذكورة أعلاه - في مجال تحسين تنافسية الاقتصاد الوطني.

وكما ذكرنا فإن التنافسية تقاس بمجموعة من المؤشرات وقد تبنت منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OCDE) مؤشرات لقياس تنافسية دولة ما وفق (Durand, Simon, & Webb, 1992)، تركز على قياس تنافسية الاستيراد

وتنافسية التصدير والتنافسية العامة حيث تعبر هذه المؤشرات عن التنافسية الخارجية وأخذت بمفهوم تنافسية السعر، وأشار مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية إلى تنافسية التصدير واعتمد على مؤشرات أوسع من السعر.

1-2- تنافسية الاستيراد

هي التنافسية الداخلية للاقتصاد الوطني، وتمثل قدرة القطاع المحلي على مواجهة الواردات، وتحسن هذه التنافسية عندما يكون الطلب الداخلي على المنتجات المحلية ثابتا أو يتزايد على حساب الواردات وبالتالي عدم زيادة حصة الواردات في السوق المحلي على حساب المنتجات المحلية (Institut d'économie quantitative, 2004)، وتحسب انطلاقا من الفرق بين أسعار المنتجات المحلية وأسعار المنتجات المستوردة.

2-2- تنافسية التصدير

هي قدرة اقتصاد بلد ما على زيادة حصته في الأسواق الخارجية، حيث يتزايد الطلب الخارجي على المنتجات المحلية، وتظهر في شكل زيادة في الصادرات، وتقاس تنافسية تصدير بلد ما بحساب الفرق بين أسعار صادرات هذا البلد وأسعار صادرات منافسين آخرين في الأسواق المشتركة بينهم.

3-2- التنافسية العامة Compétitivité globale

تعطي صورة عن الوضع التنافسي لبلد ما في سوقها الداخلي وفي أسواق التصدير.

والواضح بأن التنافسيات الثلاثة تركز على تنافسية السعر، بحيث أن الطلب المحلي والأجنبي يتأثران فقط بالمرونة السعرية، وتهمل الجوانب الأخرى التي يمكن أن تحدد الطلب، ولقد أفرد (مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، 2002) في تقريره حول الاستثمار العالمي موضوع التنافسية التصديرية، حيث يرى بأن تنافسية

التصدير تقاس بالزيادة في حصة البلد في الأسواق الدولية، لكن ذلك يتطلب أيضا أن يكون هناك تنوع في سلة الصادرات وتحسين مستوى الأنشطة التصديرية من حيث التكنولوجيا والمهارات والحفاظ على معدلات أعلى لنمو الصادرات، وتوسيع قاعدة الشركات المحلية القادرة على التنافس الدولي وتصاحبها زيادة في مستوى الدخل.

والواضح من خلال هذا الطرح لمفهوم التنافسية وجود العديد من المؤشرات، واختلاف وجهات النظر إليها، لذا سنأخذ في دراستنا بمفهوم التنافسية الخارجية وسنحاول في المحور التالي التعبير عنها بمؤشرات متعددة.

المحور الثاني: مؤشرات التنافسية الخارجية

تنشر الدول والهيئات الدولية تقاريراً حول مؤشرات تجارتها الخارجية تعرف بها على الاتجاهات الصحية وتلك التي من الممكن أن تضر بالتنافسية الخارجية، وفيما يلي عرض لبعض هذه المؤشرات.

1- رصيد الميزان التجاري

يعبر رصيد الميزان التجاري عن الفرق بين الصادرات والواردات $CBS = X - M$ ، ويمكن أن نستخلص منه بعض الموازين الفرعية، بحسب طبيعة التدفقات، إذا ما كانت سلعا مادية أو خدمات، فنجد ميزان التجارة المنظورة وميزان التجارة غير المنظورة.

2- معدل التبادل

يعبر عن النسبة بين مؤشر قيمة الوحدة من الصادرات إلى مؤشر قيمة الوحدة من الواردات، وتعبر قيمة الوحدة (الصادرات أو الواردات) عن السعر الوسطي المرجح (الصادرات أو الواردات)، ويقول (Krugman, 2012) عن هذا المؤشر بأنه دليل

عن مستوى الرفاهية التي يمكن أن يحض بها اقتصاد ما، إذ يكون لهذا المؤشر أثر إيجابي على الدخل في حال ارتفاعه.

3- مؤشر الانفتاح الاقتصادي

إن تحرير التجارة الخارجية يساهم في نقل وتبادل الخبرات والتكنولوجيات الحديثة (بيرتلس وآخرون، 1999) بين الدول المتقدمة والدول النامية عبر المنتجات المصدرة والمستوردة، ما يتيح للمستهلكين الحصول على منتجات تحقق رفاهية أكبر وحصول المنتجين على منتجات وسيطة ذات إنتاجية عالية، كما تستفيد الاقتصاديات المصدرة من دخول أسواق جديدة بتحقيق اقتصاديات الحجم، يعبر عنه بنسبة مجموع الصادرات والواردات للنتائج الداخلي الخام $(X + M)/PIB$ ، حيث يعني ارتفاع هذه النسبة زيادة في الانفتاح الإقتصادي.

4- مؤشر عدد المنتجات المصدر والمستوردة

يمثل هذا المؤشر عدد المنتجات التي تصدرها الدول أو تستوردها وهذا وفقا للتصنيف الموحد للتجارة الخارجية الصادر عن الأمم المتحدة بأخذ ثلاثة أرقام، وقد وصل حاليا هذا التصنيف للتنقيح الرابع (الأمم المتحدة، 2008).

5- مؤشر التركيز

ويعرف بـ Herfindahl-Hirschmann Index حيث يقيس درجة تركيز المنتجات المصدرة والمستوردة وفقا للعلاقة (UNCTAD, 2015) التالية:

$$H_{jk} = \frac{\sqrt{\sum_{i=1}^n \left(\frac{X_{ijk}}{X_{jk}}\right)^2} - \sqrt{1/n}}{1 - \sqrt{1/n}}$$

- x_{ijk} قيمة صادرات/واردات البلد j من المنتج i نحو الشريك k (العالم، بلد أو إقليم..)
- $X_{jk} = \sum_{i=1}^n x_{ijk}$ مجموع صادرات/واردات البلد j نحو الشريك k .

- n عدد المنتجات وفق تصنيف الأمم المتحدة المستوى الثالث.
- يأخذ هذا المؤشر القيم من 0-1، واقترابه من الواحد يعني زيادة مستوى تركيز المبادلات الدولية للدولة على عدد محدود من المنتجات.

6- مؤشر التنويع

يحسب هذا المؤشر وفقا للعلاقة التالية (UNCTAD, 2015):

$$S_i = \frac{\sum_j |h_{ij} - h_i|}{2}$$

- h_{ij} حصة المنتج i من مجموع صادرات أو واردات البلد j .
- h_i حصة المنتج i من مجموع صادرات أو واردات العالم.
- تتراوح قيمة المؤشر بين 0-1، واقترابها من الواحد يعني تقارب من الهيكل العالمي.

7- مؤشر التخصص

يحسب هذا المؤشر من خلال الفرق بين تدفقات الصادرات والواردات من المنتج i في البلد j نسبة إلى مجموع الصادرات والواردات، وتتراوح قيم هذا المؤشر بين 1- و+1، وعبر عنه بالعلاقة التالية (UNCTAD, 2015):

$$TSI_{jt} = \frac{X_j^i - M_j^i}{X_j^i + M_j^i}$$

القيم الموجبة لهذا المؤشر تعني بأن البلد يصدر أكثر مما يستورد، والقيم السالبة تعني بأنه بلد استهلاكي، ولا يحقق اكتفاءه الذاتي من المنتج المعني.

8- مؤشر تنوع المنتجات حسب المهارات وكثافة التكنولوجيا

يمكن القول بأن هذا المؤشر هو الذي نستخلص منه درجة اعتماد الدولة في تجارتها الخارجية على التكنولوجيا المتطورة والمهارة العالية، حيث ارتفاع قيمة صادرات الدولة من هذه المنتجات يعني امتلاكها لتنافسية خارج السعر وكلما تراجعت هذه القيمة يعني تراجعت التنافسية خارج السعر للدولة.

9- مؤشرات أخرى صادرة عن المنتدى الإقتصادي العالمي

يصدر المنتدى الإقتصادي العالمي كل سنة تقريرا لتنافسية عدد كبير من الدول، من بينها الدول العربية، ويأخذ بالعديد من المؤشرات التي يرتب من خلالها الدول، هذه المؤشرات موزعة على ثلاثة محاور وكل محور يشتمل على محاور فرعية عددها إثنا عشر محورا، وكل محور يتضمن مؤشرات فرعية جزئية، وقد حاولنا استخلاص تلك التي لها علاقة بالتجارة الخارجية للدول من التقرير السنوي للتنافسية (Word Economic Forum, 2015)، وتمثل في:

- 6.09 يعبر عن انتشار واعتماد الدولة على الحواجز التجارية غير الرسوم والضرائب الجمركية حيث كلما ارتفع مستوى استخدام هذه الحواجز تراجع ترتيب الدولة والعكس.
- 6.13 يعبر عن مدى لجوء الدولة للحواجز الجمركية من رسوم وضرائب حيث كلما ارتفع مستوى استخدام هذه الحواجز تراجع ترتيب الدولة والعكس.
- 6.10 نسبة الضرائب والرسوم الجمركية، حيث ان ارتفاع هذه النسبة يعني تراجع ترتيب الدولة والعكس في حال انخفاض هذه الرسوم.

هذه المؤشرات يمكن أن تدل على نقطة قوة أو ضعف بالنسبة للدول، وفيما يلي سنبين واقع هذه المؤشرات في عينة من الدول العربية¹.

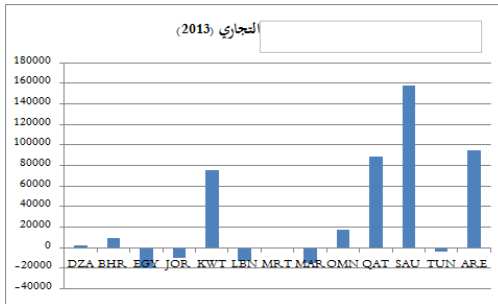
المحور الثالث: مؤشرات التنافسية الخارجية للدول العربية

سنقوم في هذا المحور بتحليل واقع التنافسية الخارجية للدول العربية، من خلال أهم معالم تجارتها الخارجية، وفقا للمؤشرات المذكورة في المحور أعلاه.

1- رصيد الميزان التجاري

تختلف موازين الدول العربية ما بين الفائض والعجز، كما يظهر من الشكل أدناه:

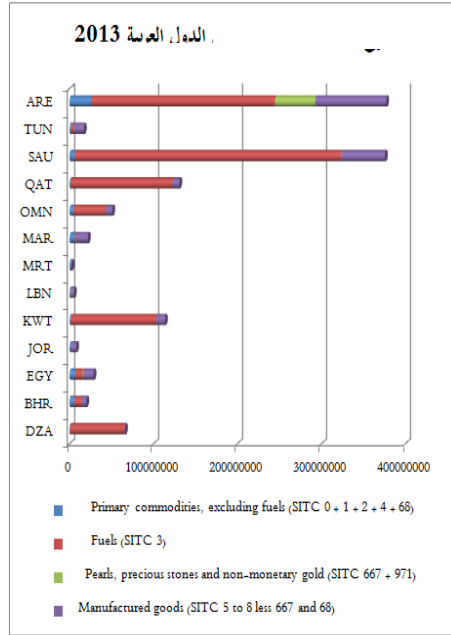
الشكل - 1 - رصيد موازين التجارة الخارجية في الدول العربية (2013)



المصدر: من إعداد الباحثين بناء على بيانات مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية.

يبين الشكل بأن الدول العربية تمتلك موازين تجارية في حالة فائض وأخرى في حالة عجز، وينطبق هذا على السلسلة الزمنية لرصيد الميزان التجاري لكل دولة، وعند تحليل طبيعة المنتجات المصدرة، سنجد بأن الدول التي تعتمد في تجارتها الخارجية بشكل كبير على المنتجات النفطية، هي التي تكون موازين تجارتها الخارجية في حالة فائض، وفق ما بينه الشكل التالي:

الشكل - 2 - توزيع المنتجات المصدرة في الدول العربية (2013)



المصدر: من إعداد الباحثين بناء على بيانات مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية.

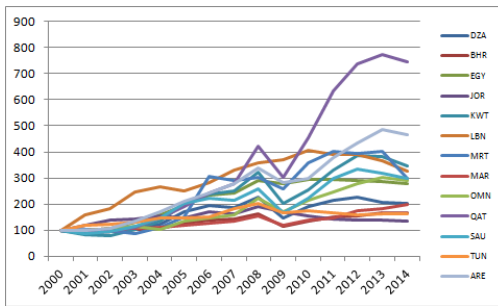
من الشكل يتبين أن المنتجات النفطية هي الأكثر تصديراً في الدول العربية التي تمتلك فائضا في الميزان التجاري، حيث تتربع كل من الإمارات والسعودية وقطر والكويت وعمان على النسبة الأكبر من مجموع الصادرات الإجمالية، هذا ونلاحظ انفراد الإمارات بتميز هيكل صادراتها بارتفاع نسبة المجوهرات والمنتجات الثمينة خارج الذهب كصناعات إستخراجية.

2- معدل التبادل

إن الفائض والعجز في الميزان التجاري سيكون له أثر على معدل التبادل، وقد أظهرت البيانات وفق الشكل أدناه، مؤشر تبادل إيجابي بالنسبة لجميع الدول العربية (قيمة أكبر من الواحد)، لكن بدرجة متفاوتة، حيث نلاحظ ارتفاع هذا المؤشر بشكل ملفت في قطر ثم تليها الإمارات، وهذا الإرتفاع يمكن أن ننسبه للارتفاع في

أسعار النفط، حيث نلاحظ في السنوات الأولى (2000-2004) تقارب كبير في معدلات التبادل في جميع الدول العربية (حيث 2000 هي سنة الأساس)، ماعدا لبنان التي سجل فيها معدل التبادل ارتفاعا ملحوظا، لكن وبعد الإرتفاعات التي شهدتها أسعار النفط ارتفعت قيمة المؤشر في الدول الخليجية المصدرة للنفط.

الشكل - 3 - تطور معدل التبادل في الدول العربية (2000-2014)



المصدر: من إعداد الباحثين بناء على بيانات مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية.

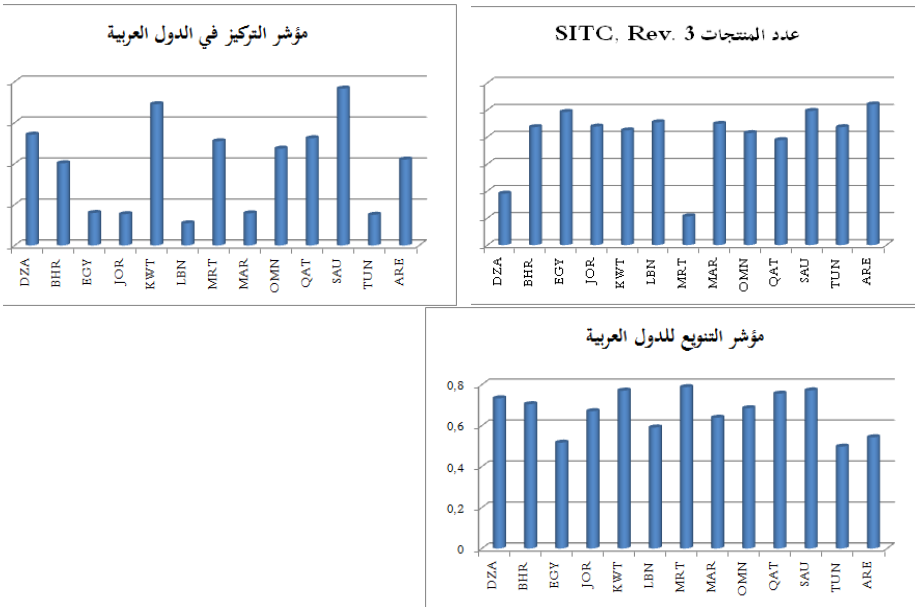
3- مؤشرات تعدد المنتجات والتركيز والتنوع والتخصص

تركز صادرات الدول العربية على المنتجات النفطية وقد أثر ذلك على المؤشرات الأخرى للتجارة الخارجية، فبالنسبة لمؤشر عدد المنتجات نلاحظ بأن الدول التي تصدر أكبر عدد من المنتجات (وفقا لتصنيف الأمم المتحدة للمنتجات التنقيح الثالث بثلاثة أرقام) هي الإمارات العربية المتحدة والسعودية ومصر ولبنان والبحرين والأردن، أما بالنسبة لمؤشر التركيز للتجارة الخارجية، فإن الدول التي لها مؤشر تركيز عال حيث يدل على عدد محدود من المنتجات هي السعودية وقطر والكويت والجزائر، وهنا نلاحظ المفارقة في المملكة السعودية، فرغم أنها تصدر عددا كبيرا من المنتجات لكن من حيث القيمة هناك تركيز في عدد المنتجات.

أما بالنسبة لمؤشر التنوع فيمكن القول بوجود تباعد بين هيكل التجارة الخارجية للدول العربية مقارنة بهيكل التجارة العالمية، إذ نلاحظ اقتراب هذا المؤشر من الواحد.

الشكل - 4 - مؤشرات عدد المنتجات والتركيز والتنوع في صادرات

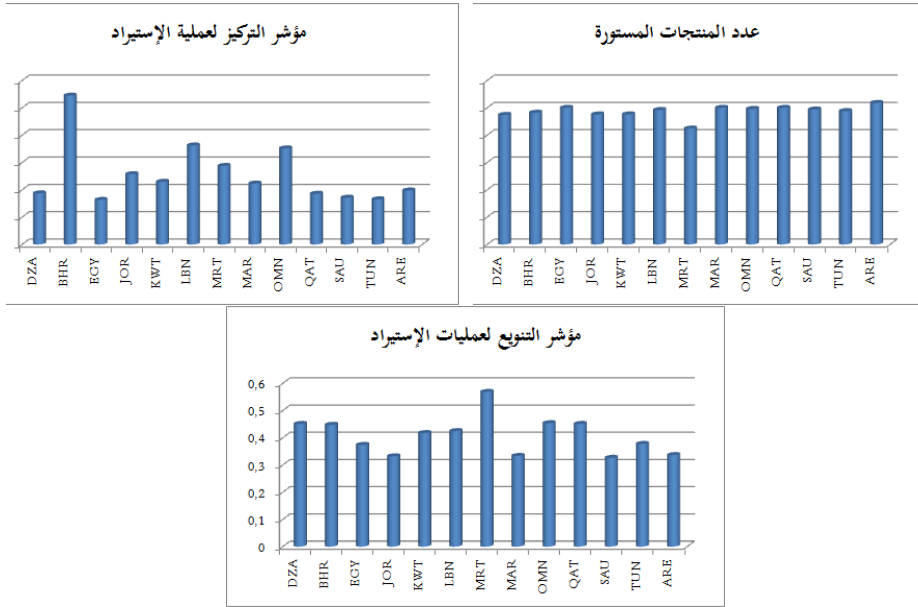
الدول العربية (2013)



المصدر: من إعداد الباحثين بناء على بيانات مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية.

أما بالنسبة لأنشطة الاستيراد فهي ملخصة في الأشكال التالية :

الشكل - 5 - مؤشر عدد المنتجات والتركيز والتنوع في واردات الدول العربية (2013)



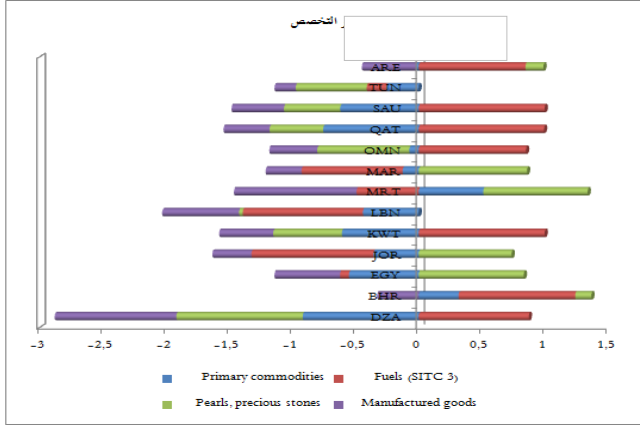
المصدر: من إعداد الباحثين بناء على بيانات مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية

توضح هذه الأشكال مدى اعتماد اقتصاديات الدول العربية على استيراد عدد كبير من المنتجات، كما يقع مؤشري التركيز والتنوع في مستوى دون المتوسط على العموم.

4- مؤشر التخصص

يبين الشكل التالي واقع هذا المؤشر في الدول العربية:

الشكل - 6 - مؤشر التخصيص في الدول العربية (2013)



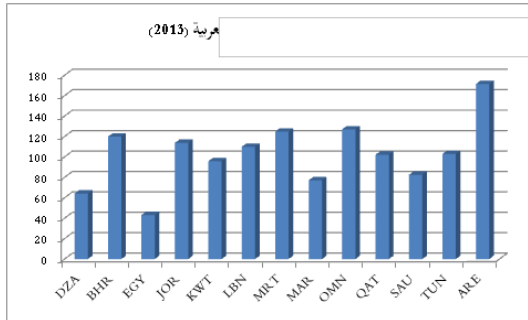
المصدر: من إعداد الباحثين بناء على بيانات مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية

تظهر البيانات تخصص معظم الدول العربية في المنتجات النفطية، ومصر هي الدولة الوحيدة التي لا تتخصص في هذه المنتجات النفطية.

5- مؤشر الانفتاح الاقتصادي في الدول العربية

الدول العربية الأكثر انفتاحا وفقا للشكل أدناه هي الإمارات العربية وعمان والبحرين وموريطانيا، في حين أن الدول الأقل انفتاحا هي مصر والجزائر والمغرب والسعودية.

الشكل - 7 - مؤشر الانفتاح الاقتصادي في الدول العربية (2013)



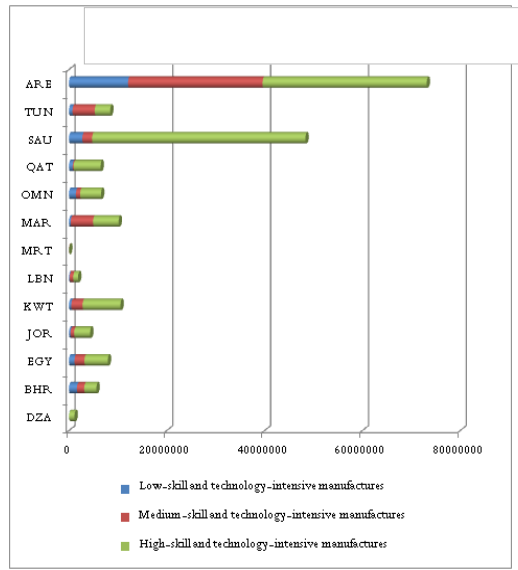
المصدر: من إعداد الباحثين بناء على بيانات مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية.

7- مؤشر كثافة العمالة والتكنولوجيا في الصادرات

المنتجات التي تصدرها الدول العربية، تتميز باختلاف كثافة عناصر الإنتاج التي تتضمنها، كما تختلف قيمة ما تصدره كل دولة، والشكل التالي يبين توزيع كثافة عناصر الإنتاج، وفق درجة المهارة والتكنولوجيا المعتمدة.

الشكل - 8- توزيع صادرات الدول العربية حسب المهارة والتكنولوجيا

(الوحدة \$)



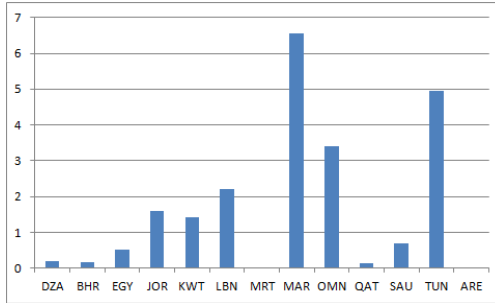
المصدر: من إعداد الباحثين بناء على بيانات مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية.

يبين هذا الشكل أن صادرات دولة الإمارات تتفوق على جميع الدول العربية من حيث قيمة الصادرات التي تتضمن مستويات مختلفة من العمالة والتكنولوجيا، والمملكة السعودية هي أكبر الدول المصدرة للمنتجات ذات الكفاءة والتكنولوجيا العاليتين، وعليه يمكن القول بأن التنافسية خارج السعر لهاتين الدولتين في مجال

التجارة الخارجية تتفوق على جميع الدول العربية، وبالنسب المئوية تختلف النتائج وفق ما يتضح من الشكل التالي:

الشكل - 9- نسبة الصادرات ذات التكنولوجيا العالية من مجموع

الصادرات



المصدر: من إعداد الباحثين بناء على بيانات البنك الدولي

يظهر الشكل عدم وجود بيانات خاصة بالإمارات العربية وموريطانيا، ونلاحظ ارتفاع نسبة المنتجات ذات التكنولوجيا العالية من مجموع صادرات المغرب وتونس وهما دولتان لا يعتمد اقتصادهما على النفط.

8- مؤشرات التجارة الخارجية وفق المنتدى الاقتصادي العالمي

مؤشرات التجارة الخارجية وفق المنتدى الاقتصادي العالمي، تعتبر أكثر وضوحاً ومقروئية، إذ يمكن من خلالها الوقوف على واقع مؤشرات التجارة الخارجية في الدول العربية باعتماد مدخل المعايير التنافسية Benchmarking، ووضع الدول العربية على المستوى العالمي، والجدول أدناه يوضح ترتيب الدول العربية بالنسبة للمؤشرات التي نرى بأن لها علاقة بالتجارة الخارجية.

الجدول- 1- مؤشرات تنافسية التجارة الخارجية للدول العربية

البلد	الرمز	6.09	6.13	6.10
الجزائر	DZA	129	118	130
البحرين	BHR	13	27	57
مصر	EGY	105	80	132
الأردن	JOR	96	46	89
الكويت	KWT	104	102	60
لبنان	LBN	75	129	69
موريتانيا	MRT	138	125	108
المغرب	MAR	120	57	107
عمان	OMN	59	50	56
قطر	QAT	23	10	59
السعودية	SAU	51	47	61
تونس	TUN	123	126	115
الإمارات العربية	ARE	2	3	58

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على تقرير التنافسية الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي.

من الجدول نخلص إلى وجود تباين كبير بين الدول العربية بخصوص مؤشرات التجارة الخارجية، فنجد الإمارات العربية المتحدة وقطر والبحرين تحتل مراتب متقدمة جدا حتى بين الدول المتقدمة، فمؤشراتها تتوافق والمؤشرات العالمية بالرغم من أن اقتصادها يقوم بشكل كبير على النفط، ونفس الشيء يمكن قوله بشأن بقية دول الخليج، فهي تفرض قيودا جمركية مخففة جدا، والعكس بالنسبة لدول شمال إفريقيا التي تضع قيودا حمائية على التجارة الخارجية.

الخلاصة

امتزج مفهوم التنافسية مع مفاهيم أخرى مثل النمو وتحسين مستويات المعيشة وتحقيق التوازن في الميزان التجاري، لذا فإن التعرف عليها يتطلب دراسة العديد من المؤشرات، وارتأينا في دراستنا أن نقوم بتحليل تنافسية الدول العربية انطلاقاً من أحد المفاهيم المرتبطة بها وهي الميزان التجاري.

فالتنافسية الوطنية وفقاً للميزان التجاري تعني أن يكون في حالة توازن، لكنه غير كاف، فحاولنا استخلاص بعض المؤشرات المرتبطة به هي معدل التبادل، ومؤشر التركيز وعدد المنتجات المصدرة والمستوردة ومؤشر التنوع والتخصص ومؤشر الانفتاح الاقتصادي ومؤشر السياسة التجارية وفق المنتدى الاقتصادي العالمي المتعلقة بالسياسات السعرية والكيفية.

وعند قياس هذه المؤشرات بالنسبة للدول العربية، خلصنا إلى أن الدول العربية التي بلغت مستويات متقدمة في مؤشرات تنافسياتها، ونعني بالذكر هنا الإمارات وقطر تركزت في تجارتها الخارجية على الربح من عائدات النفط، وهي دول لها قدرة على المنافسة الخارجية تضاهي فيها الدول المتقدمة حيث تمتعت بوجود إرادة سياسية نحو التقدم والريادة، ووجدت سبلاً كفيلة بالاستغلال الأمثل للموارد المالية التي حصلت عليها من ربح النفط، مع شروعها في اتباع بعض السياسات التقشفية.

ودول أخرى تعتبر تنافسياتها ضعيفة، فدولة مثل الجزائر يمكن القول بأن اقتصادها يعاني من لعنة الموارد، إذ لم تتمكن من تطوير نسيجها الصناعي وبقيت تعتمد بشكل كبير على النفط في تجارتها الخارجية وعلى استيراد المنتجات الأخرى، كما نلاحظ وجود تراجع بشكل عام وبالنسبة لمعظم الدول العربية من حيث القيود الموضوعية على التجارة الخارجية خاصة الرسوم الجمركية حيث تعبر مرتفعة في معظمها، ما يضعف من مؤشر الانفتاح الاقتصادي.

وعليه فإن فرضية الدراسة محققة إذ وجد بأن التنافسية الخارجية للدول العربية متباينة فبعضها لديه مؤشرات تنافسية خارجية جيدة وأخرى معظم مؤشرات تتسم بالضعف ما يضعف من تنافسيتها الخارجية.

إن هذه النتائج تدعونا لتقديم بعض الاقتراحات ندرجها فيما يلي:

- وضع سياسات اقتصادية بديلة تجعل من عائدات الربح النفطي إيرادات جانبية يمكن الاستفادة منها لتجاوز الأزمات، بدلا من أن تكون سببا للأزمات عند تراجع الأسعار.
- توفير إرادة سياسة لتفعيل البرمج لتحسين التنافسية بدلا من أن تبقى مجرد خطابات وحبر على ورق.
- تنويع الصناعات المحلية، بالتركيز على جلب الاستثمارات الأجنبية المباشرة وتقديم كل الحوافز الجبائية والمالية بما فيها تلك المتعلقة بالسياسات التجارية الخارجية.
- وضع إستراتيجيات وطنية تهدف لجعل الربح النفطي كمصدر لاحتياطي العملة الأجنبية، وليس كمصدر لإيرادات الدولة في وضع ميزانيتها الحكومية.

المراجع

1. الأمم المتحدة. (2008). التصنيف الموحد للتجارة الدولية: التقيح الرابع. تاريخ الاطلاع 24 02, 2016 من
http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/SeriesM_34rev4a.pdf
2. المعهد العربي للتخطيط. (بلا تاريخ). الملخص التنفيذي من موقع المعهد على شبكة الانترنت . تاريخ الاطلاع 2006، من www.arab-api.org
3. ج بيرتلس، ر لورنس، ر ليتان، و ر شايبورو. (1999). جنون العولمة: تنفيذ المخاوف من التجارة المفتوحة. (كمال السيد، المترجمون) القاهرة: مركز الأهرام للترجمة والنشر.
4. مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية. (2002). تقرير الاستثمار العالمي: الشركات عبر الوطنية والقدرة التنافسية التصديرية.
5. Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17 (1), 99-120.
6. BCG, B. C. (1980). , *Les mécanismes fondamentaux de la compétitivité*. Paris: édition Hommes et techniques.
7. Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34 (4), 39-48.
8. Chursin, A., & Makarov, Y. (2015). *Management of Competitiveness Theory and Practice*. New York: Springer.
9. Cockburn, J., & Siggel, E. (1995). Une méthodologie d'analyse de la compétitivité. (CODESRIA, Éd.)
10. Commission européenne. (2003). Les enjeux clés de la compétitivité en Europe : vers une approche intégrée. *COM(2003) 704 final* . Bruxelles. Consulté le 2006
11. Durand, M., Simon, J., & Webb, C. (1992). Les indicateurs de compétitivité et de commerce internationaux de l'OCDE. (O. .: économique, Éd.) Paris.
12. IFRI, I. F. (1990). *Compétitivité : Spécialisation et comportement des entreprises*. Paris: Dunod.
13. INSEE, I. N. (2003). *La compétitivité hors prix: qualité et image des produits*. Consulté le 2016, sur http://www.insee.fr/sessi/cpci/cpci2003/CPCI2003_10_fiche47.pdf
14. Institut d'économie quantitative. (2004). *Compétitivité de l'économie Tunisienne*.
15. Krugman, O. M. (2012). *Economie internationale*. France: Nouveau horizon.
16. Marshall, A. (1890). *Principles of economics* (1997 ed.). New York: Prometheus Books.
17. Paraque, B. (1995). *Compétitivité des entreprises et forces concurrentielles*. Récupéré sur www.banquedefrance.fr
18. Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. USA: Free press.

19. Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *HBR* , pp. 78-93.
20. Porter, M. (1986). *L'avantage concurrentiel: comment devancer ces concurrents et maintenir son avance* (éd. 1999). (P. de Lavergne, Trad.) Paris: Dunod.
21. Prahalad, C., & Hamel, G. (1990). The Core Competence of the corporation. *Harvard Business Review* .
22. Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic Capabilities and Strategic Management. *Strategic Management Journal*, 18 (7), pp. 509-533.
23. UNCTAD. (2015). *UnctadStat*. Retrieved 03 16, 2016, from <http://unctadstat.unctad.org/wds/TableView/summary.aspx>
24. World Economic Forum. (2015). *The Global Competitiveness Report 2015-2016*. Retrieved 2016, from <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2015-2016/>