



جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

التخصص مالية وتجارة دولية



الانفتاح التجاري وتنافسية التجارة الخارجية
دراسة عينة من الدول العربية
الفترة: 2012 الى غاية 2022

الأستاذ المشرف:

عبيدلي عبد القادر

من إعداد الطلبة:

- عمrani سمير
- ضيات صالح
- زبيدي حسن

لجنة المناقشة:

الأستاذ	الرتبة	الصفة	المؤسسة الأصلية
د. عبيدلي عبد القادر	محاضر	مشرف	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي
د. بقاط حنان	محاضر	الرئيس	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي
د. سعادة وردة	مساعدة	مناقشة	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي

السنة الجامعية: 2023/2022



جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير



قسم العلوم التجارية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

التخصص مالية وتجارة دولية

الانفتاح التجاري وتنافسية التجارة الخارجية

دراسة عينة من الدول العربية

الفترة: 2012 الى غاية 2022

الأستاذ المشرف:

عبدلي عبد القادر

من إعداد الطلبة:

- عمrani سمير
- ضيات صالح
- زيبيدي حسن

السنة الجامعية: 2023/2022

إهداء

نحمد الله عزوجل على منه وعونه لاتمام هذا العمل.

إلى الذين وهبونا كل ما يملكون حتى نحقق لهم آمالهم ، إلى من كانوا يدفعوننا قدما نحو الامام لنيل المبتغى، إلى الذين سهرروا على تعليمنا بتضحيات في سبيل العلم وتقديسهم له . إلى مدرستنا الأولى والثانية في الحياة.

أبائنا وأمهاتنا جزاهم الله عنا خير الجزاء في الدارين؛ وإليهم نهدي هذا العمل المتواضع حتى ندخل على قلوبهم شيئا من السعادة

إلى إخوتنا وأخواتنا وأصدقائنا الذين تقاسموا معنا أعباء الحياة كما نهدي ثمار جهودنا الأستاذنا الكريم الدكتور: عبدلي عبد القادر الذي كلما أظلمت الطريق أمامنا نلجأ إليه فأنارها لنا وكلما دب اليأس في أنفسنا زرع فينا الأمل لنسير قدما وكلما سألنا عن معرفة زودنا بها وكلما طلبنا كمية من وقته الثمين وفره لنا بالرغم من مسؤولياته المتعددة

و إلى كل من يؤمن بأن بذور النجاح التخيير هي في ذاتنا وفي أنفسنا قبل أن تكون في أشياء أخرى

قال الله تعالى "إن الله لا يغير ما بقوم حتى يغيروا ما بأنفسهم"

سورة الرعد الآية 11

شكر وتقدير

الحمد لله وحده والصلاة والسلام على من لا نبي بعده

"لَنُثْنِيَنَّ شُكْرَكُمْ لَا زَيْدَنَّكُمْ"

نود أن نعبر عن شكرنا وعرفاننا العميق لكل الأشخاص الذين كانوا جزءاً من رحلتنا وساهموا في نجاحنا. إلى جميع أفراد العائلة والأصدقاء والمعلمين والموظفين الإداريين والزملاء، لقد كنتم ركيزة أساسية في تحقيقنا للتفوق والتميز. لقد قدمتم لنا الدعم والإلهام والتشجيع الذي لا يقدر بثمن. نحن ممتنون لكم جميعاً ونثمن مساهماتكم القيمة والمستمرة. سنحمل الذكريات الجميلة والتجارب القيمة معنا طوال حياتنا.

الملخص

تعرض الدراسة الى اظهار العلاقة بين الانفتاح التجاري وتنافسية التجارة الخارجية في بعض الدول العربية ممثلة في المغرب، الإمارات العربية المتحدة والأردن، للفترة 2012-2022، وتوصلت الدراسة الى ان مؤشر التجارة في الدول الثلاثة التي قمنا بالدراسة عليها يؤثر على تنافسية التجارة الخارجية ويرجع ذلك للعديد من العوامل الخارجية والداخلية المرتبطة بشكل مباشر مع اقتصاد الدولة المدروسة ، بحيث ان الناتج الخام لدول الثلاثة مرتبط بشكل غير مباشر مع الانفتاح التجاري للدولة.

الكلمات المفتاحية : الانفتاح التجاري، تنافسية التجارة الخارجية، تنافسية الصادرات

Abstract

The study aimed to examine the relationship between trade openness and the competitiveness of foreign trade in some Arab countries, represented by Morocco, the United Arab Emirates, and Jordan, for the period 2012-2022. The study found that the trade index in the three countries under investigation affects the competitiveness of foreign trade. This is attributed to several external and internal factors directly related to the economy of the studied country. Thus, the raw results for the three countries are indirectly associated with trade openness for the nation.

Keywords: Trade openness, Foreign trade competitiveness, Export competitiveness.

فهرس المحتويات

II.....	الاهداء
V.....	الشكر والتقدير
VI.....	الملخص
VI.....	الملخص
11	تمهيد

الفصل الاول : التحرير التجاري وتنافسية الصادرات مفاهيم نظرية

16	تمهيد
17	المبحث الأول: مفاهيم حول الانفتاح التجاري وتنافسية التجارة الخارجية
17	المطلب الاول : الانفتاح التجاري
21	المطلب الثاني : تنافسية التجارة الخارجية
28	المبحث الثاني: الدراسات السابقة
28	المطلب الأول: دراسات، مقالات، رسائل جامعية
33	المطلب الثاني: تقاطع الدراسة الحالية مع الدراسات التطبيقية السابقة
35	خلاصة

الفصل الثاني : الانفتاح التجاري وتنافسية الصادرات في بعض الدول العربية الفترة 2012-2020

37	تمهيد
38	المبحث الأول: وصف عينة الدراسة
38	المطلب الاول: الانفتاح التجاري
48	المبحث الثاني: تنافسية الصادرات و علاقتها بالانفتاح التجاري لعينة الدراسة
48	المطلب الاول : تنافسية الصادرات
55	المطلب الثاني : التحليل البياني للعلاقة بين مؤشري الانفتاح التجاري وتنافسية الصادرات
60	خلاصة

فهرس الجداول

- جدول 1 : إجمالي الصادرات والواردات للأردن من عام 2012 الى غاية 2020.....38
- جدول 2 : إجمالي الصادرات والواردات للامارات من عام 2012 الى غاية 2020.....41
- جدول 3 : إجمالي تطور الصادرات والواردات المغرب من عام 2012 الى غاية 2020.....44
- جدول 4 : نسبة مساهمة صادرات المغرب في صادرات العالم من عام 2012 الى غاية 2020.....48
- جدول 5 : نسبة مساهمة صادرات الأردن في صادرات العالم من عام 2012 الى غاية 2020.....50
- جدول 6 : نسبة مساهمة صادرات الامارات في صادرات السياحة العالمية من عام 2012 الى غاية 2020.....52

فهرس الاشكال البيانفة

- الشكل 1: المؤشر التجاري في دولة الاردن 39.
- الشكل 2: مؤشر التجارة في دولة الإمارات مابين 2012-2020 42.
- الشكل 3: مؤشر التجارة بالنسبة للمغرب مابين 2012-2020 45.
- الشكل 4: نسبة مساهمة صادرات المغرب في صادرات العالم 49.
- الشكل 5: نسبة مساهمة الاردن في صادرات الخدمات العالمية 51.
- الشكل 6: نسبة مساهمة الامارات في صادرات السياحة العالمية 53.
- الشكل 7: مؤشر التجارة ونسبة مساهمة صادرات المغرب في صادرات العالم مابين 2012 الى 2020 55.
- الشكل 8: مؤشر التجارة ونسبة مساهمة صادرات الاردن في صادرات العالم 56.
- الشكل 9: مؤشر التجارة ونسبة مساهمة صادرات الامارات في صادرات العالم من 2012 الى غاية 2020 58.



مقدمه



تمهيد

إن للتجارة الخارجية أهمية بالغة في إقتصاديات دول العالم لأنه مهما بلغت موارد وإمكانيات أي دولة فإنها لا تستطيع بمعزل عن العالم الخارجي إضافة إلى ذلك فدول العالم تتفاوت فيما بينها من حيث المزايا الطبيعية المكتسبة فالإنفتاح عن العالم الخارجي هدف من بين الأهداف التي تسعى إليها مختلف الدول سواء كانت متقدمة أو نامية إذ أن هذا الإنفتاح يؤدي إلى قيام تجارة متبادلة قائمة على معاملات تجارية مختلفة من تصدير وإستيراد كما أظهر الإنفتاح التجاري العديد من المكاسب التي يمكن الحصول زيادة معدلات الدخول في الأسواق الأجنبية التطور التقني بالإضافة إلى زيادة معدلات النمو عليها من الإقتصادي .

ولقد أصبحت التجارة الخارجية عاملاً أساسياً في الإستراتيجية الاقتصادية، فالدولة قد تستخدم سلطاتها في المعاملات التجارية لتحقيق أغراضها السياسية والاقتصادية، أو تنفيذ أهدافها الإقتصادية كحماية الصناعات الناشئة من المنافسة الاحتكارية، وإبقاء ما يلزم من الإنتاج المحلي لحاجة السوق الداخلي، وبالتالي فإن لها خاصية مزدوجة، فهي من ناحية تستجيب للظروف والعوامل الخارجية ومن ناحية أخرى تؤدي دوراً هاماً في الإقتصاد الوطني .

كما تتأثر الصادرات بشكل كبير بعمليات العولة والتدويل باعتبارها جزءاً محورياً في الاقتصاد، وتشكل كذلك الصادرات المقياس الدال على تنافسية التجارة العالمية بين الدول، إذ تمثل قضية التصدير محورياً أساسياً في رسم السياسات الاقتصادية لكونها مصدر هام لتدفقات النقد الأجنبي.

الإشكالية

ما هي طبيعة العلاقة بين الانفتاح التجاري وتنافسية التجارة الخارجية في بعض الدول العربية خلال

الفترة 2012-2022 ؟

وللإجابة على الإشكالية تم طرح الاسئلة الفرعية التالية:

- كيف تناولت مختلف الدراسات الانفتاح التجاري والتنافسية الاقتصادية للدول وتنافسية التجارة

الخارجية؟

- كيف تبدو العلاقة بين الانفتاح التجاري وتنافسية صادرات كل من المغرب، الامارات العربية المتحدة

والاردن خلال الفترة 2012-2022؟

فرضيات الدراسة

وكإجابة مؤقتة على التساؤلات السابقة تم اعتماد الفرضيات الآتية:

ركزت اغلب الدراسات على العلاقة بين الانفتاح التجاري والتنافسية الاقتصادية للدول من خلال مؤشر تنافسية الصادرات.

العلاقة بين الانفتاح التجاري وتنافسية الصادرات في الدول العربية متمثلة في الاردن والمغرب والإمارات مابين 2012 الى غاية 2020 علاقة طردية.

أهداف البحث :

معرفة ما مدى مساهمة تنافسية الصادرات في الرفع من اقتصاديات الدول العربية.

إبراز طبيعة العلاقة بين الإنفتاح التجاري وتنافسية الصادرات في اقتصاديات الدول العربية.

أهمية البحث:

تمّ تناول موضوع الانفتاح التجاري وتنافسية الصادرات وأثره على الدول العربية نظرا للاعتبارات الآتية:

- حاجة الدول العربية لتنويع الصادرات وبناء بنية تحتية ملائمة لتحقيق الجودة والتنافسية.
- المكانة والأهمية التي تحتلها تنافسية الصادرات في التجارة الدولية.
- الحياة الاقتصادية وما تتطلبه من تقنيات حديثة في مجال الصادرات من أجل دفع عجلة النمو الاقتصادي.
- سعي الدول العربية لتقليص الفجوة بينها وبين الدول المتقدمة في شتى المجالات لا سيما في مجال الصادرات.

اسباب اختيار الموضوع

سبب ذاتي، يتمثل في رغبتنا الكبيرة في تناول هذا الموضوع لأنه يتعلق بالتخصص، موضوعي، في الأهمية التي يكتسي بها الموضوع، من خلال ربط الجانب النظري للتجارة الاقتصادية بتغيرات الاقتصاد الكلي الداخلي للبلد، ومحاولة البحث عن مدى تتبع الدول العربية للعديد من الإصلاحات للسياسات التجارية، بالإضافة إلى تتبع تطورات كل من الصادرات والواردات الميزان التجاري، الاستثمار.

الإطار الزمني والمكاني:

إن الدراسة الميدانية أو ما يسمى بدراسة الحالة، تفرض علينا تحديد الإطار الزمني التي ستدرس خلاله متغيرات البحث والإحصائيات والمعطيات اللازمة؛ مع تحديد المناطق التي ستشملها الدراسة ومن ثم فإنه:

. زمانيا تشمل الدراسة الميدانية الفترة الممتدة من العام 2012 إلى العام 2020، نظرا لتوفر البيانات والإحصاءات خلال الفترة الممتدة ما بين 2012 و 2020.

. مكانيا: فقد وقع اختيارنا على 3 دولة عربية. المغرب الأردن والإمارات وكان اختيارنا تقيدا حسب المعلومات التي تم توفرها.

المنهج والأدوات المستخدمة:

تحددت المناهج البحثية التي سنعتمدها في بحثنا بناء على طبيعة وطريقة معالجة الإشكالية الرئيسية؛ وقد اعتمدنا على منهجية IMRAD للإجابة عن إشكالية الدراسة الرئيسية والإشكاليات الفرعية ومن ثم فرضيات الدراسة وتبعاً لذلك اعتمدنا **المنهج الوصفي** حيث حاولنا وصف الأجزاء النظرية المتعلقة بموضوعات الانفتاح التجارية وتنافسية الصادرات في الدول العربية، كما سهل لنا هذا المنهج ضبط متغيرات الدراسة استعانة بالأدبيات النظرية والدراسات السابقة في الموضوع، واستعانة بأسلوب **دراسة الحالة**؛ باستعمال أدوات التحليل الإحصائي وتطبيقها على الدول محل الدراسة.

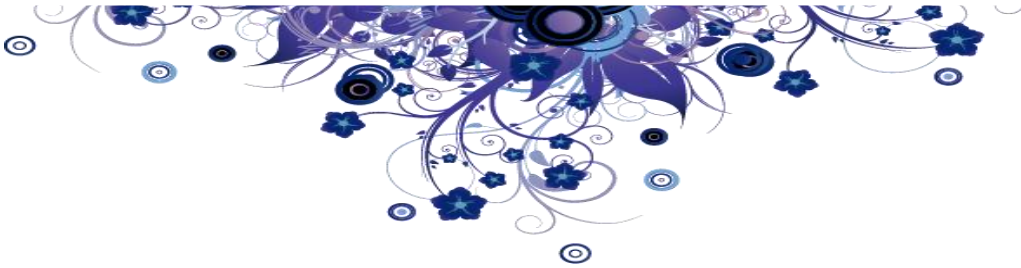
صعوبات الدراسة:

إن عملية الإنشاء لا سيما البحثية منها تكتنفها مصاعب عدة بدءاً بطبيعة الموضوع وتشعباته وصولاً لتشابك الأهداف المراد تحقيقها من وراء ذلك. وما أضاف علينا ضغطاً في إنجاز بحثنا هو التشعب الكبير لموضوع تنافسية الصادرات والزامية الحصول على معلومات دقيقة من أجل الاحاطة بالموضوع محل الدراسة، شح المراجع والمعلومات باللغة العربية، وعدم كفاية الموارد والإمكانات، لا سيما عدم التمكن في مجال استخدام برامج القياس المعتمدة كبرامج SPSS, EVIEWS.



الفصل الأول : التحرير التجاري وتنافسية الصادرات

مفاهيم نظرية



تمهيد

لقد أحدثت الأهمية المتصاعدة للانفتاح التجاري جدلاً كبيراً بين الدول خاصة النامية منها، وذلك فيما مدى تأثيره على النشاط الاقتصادي وقد ازداد هذا الاهتمام في العقود الأخيرة تزامناً مع ظهور المنظمة العالمية للتجارة، والتي استطاعت أن تضم معظم دول العالم تقريباً وفرض شروطها عليهم والتي تتمحور في حتمية الانفتاح التجاري ، لذلك جاءت هذه الدراسة لتبين أثر الانفتاح التجاري على موازين مدفوعات العديد من الدول.

في هذا الفصل سنحاول التطرق إلى بعض العناصر المهمة والمتشعبة في مفاهيم حول الانفتاح التجاري وتنافسية التجارة الخارجية ، بالإضافة إلى الدراسات السابقة.

المبحث الأول: مفاهيم حول الانفتاح التجاري وتنافسية التجارة الخارجية

المطلب الأول : الانفتاح التجاري

1. مفهوم الانفتاح التجاري

تعددت الآراء حول المفهوم الشامل للانفتاح التجاري، كما تعددت كذلك حول مدى استفادة الدول من تحرير التجارة الخارجية وتضاربت بين مؤيد ومعارض لفكرة الانفتاح التجاري، وبين مؤيد ومعارض زاد توجه الآراء الاقتصادية في الآونة الأخيرة نحو الانفتاح التجاري ولاقت هذه السياسة إقبالا كبيرا بين مفكري الاقتصاد ومن الدول العظمى من خلال السعي نحو التجارة عن طريق اتفاقية الجات ومنظمة التجارة العالمية، حيث يؤكد الداعون لتحرير التجارة على وجود علاقة إيجابية بين تحرير التجارة والتنمية الاقتصادية.

في استعراض نظري لمفهوم الانفتاح التجاري تجدر الملاحظة إلى أنه قد تعددت محاولات تعريف تحرير التجارة وفقا للتوجهات الاقتصادية للتجارة من جهة، ومن جهة أخرى انتشرت مفاهيم خاطئة لتعريف الانفتاح التجاري التي انتشرت لدى غير المتخصصين بشكل كبير، فهناك فهم خاطئ لكثير من المصطلحات المرتبطة بالانفتاح التجاري كما نجد أن هناك من يخلط بين سياسة الانفتاح التجاري وسياسات أخرى تتخذها الحكومة مثل سياسات سعر الصرف أو سياسة الانفتاح المالي على سبيل المثال، كما يرتبط مفهوم تحرير التجارة في أذهان الكثيرين بالتعريف المنعقدة أو المنخفضة وقد يكون ذلك صحيحا إلى حد ما ولكن الحقيقة أن تخفيض التعريف أو إلغائها ما هو إلا جزء بسيط من المقصود بتحرير التجارة والسبب في ذلك أن مفهوم تحرير التجارة أوسع وأشمل، يشمل أمورا عديدة مثل تخفيض التعريف، التغلب على العوائق الغير تعريفية التي تأخذ أشكالا عديدة، وانتشرت في الآونة الأخيرة الإصلاحات الداخلية والتي ترتبط مباشرة بالتعريف الجمركية مثل التغلب على الإجراءات البيروقراطية على الحدود والمتعلقة بالجمارك وإجراءاتها، مثل إجراءات الفحص والتفتيش وشهادات المنشأ وبالتالي نجد أن تحرير التجارة هو مفهوم واسع يتضمن نواحي وجوانب كثيرة لا ترتبط بالضرورة بالتخفيض الجمركي .

ومن التعاريف الأكثر انتشارا للانفتاح التجاري نجد¹:

الانفتاح التجاري هو جزء من الانفتاح الاقتصادي، وعليه وجب علينا معرفة الانفتاح الاقتصادي أولا، وذلك حتى يتسنى لنا معرفة مفهوم الانفتاح التجاري بشكل جيد.

¹ سموك نوال، أثر الانفتاح التجاري على الاقتصاد الجزائري دراسة قياسية باستخدام نموذج التوازن العام القابل للحساب ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة الجزائر 03، 2019 ، ص95

التعريف الأول: الانفتاح الاقتصادي هو فتح الأبواب لرأس المال الأجنبي والاستيراد وحرية التبادل في المعاملات الخارج.

التعريف الثاني: الانفتاح الاقتصادي يعني تخفيف القيود التي يعمل في إطارها الاقتصاد الوطني مثل القيود على الاستيراد والصرف الأجنبي والاستثمارات الأجنبية والأحور والضرائب. التعريف الثالث: هو عملية تهدف إلى فتح السوق الوطنية أمام المعاملات الأجنبية الاقتصادية استثمارات كانت أم تجارية، على أساس القواعد التي يسير عليها التقسيم الدولي للعمل، وبذلك يصبح الانفتاح بمثابة اعتراف من السلطة بشرعية هذا التقسيم، وهي الشرعية التي كانت محل رفض وانتقاد من قبل السلطات الاشتراكية. وهناك من يرى أن مفهوم الانفتاح الاقتصادي ينصرف إلى التحرير الاقتصادي، الذي عادة ما يرتبط ببرامج الإصلاح الاقتصادي خاصة بالنسبة للدول التي تمر بمرحلة تحول من الاقتصاد الموجه إلى اقتصاد السوق، سواء كانت هذه البرامج ذاتية أو معتمدة من بعض المؤسسات المالية الدولية كصندوق النقد الدولي والبنك الدولي.¹

يتضح لنا أن الانفتاح التجاري هو عبارة عن طريقة للبحث عن فرص جديدة للنهوض بالاقتصاد المحلي ومواكبة التطورات، كان له تأييد من قبل العديد من الدول والمنظمات الدولية؛ خاصة المنظمة العالمية للتجارة التي تدعو إليه من خلال تخفيض وإلغاء العوائق أمام التجارة، ما يتعلق بالتعريفات الجمركية خاصة على الواردات والحواجز الأخرى أمام التجارة.

كما يعرفه « Chang (2009) » وآخرون أنه تلك النسبة من مجموع الصادرات والواردات مقابل الناتج المحلي الإجمالي، فالانفتاح التجاري ليس أحادي البعد بالإضافة إلى مقياس حجم التجارة، يقاس بعدد وفعالية القيود التجارية والحماية ووجود اتفاقيات التجارة التفضيلية، إضافة إلى عوامل أخرى من العوامل التي تؤثر على الانفتاح التجاري للبلد كاستثمار الأجنبي المباشر.

يرى « Jeffrey Sach (1987) » أن الانفتاح التجاري هو عنصر ضروري لنجاح استراتيجية التوجه نحو الخارج من خلال تشجيع الصادرات، أكد أن نجاح دول شرق آسيا إلى حد كبير كان بسبب الدور الفاعل للحكومة في تشجيع الصادرات مع عدم تحرير الواردات بالكامل، وعليه يمكن أن تكون البلدان منفتحة تجاريا مع تعريفات مرتفعة. عكس هذا المفهوم يرى كل من Krueger Bhagwati (1978) أن الانفتاح التجاري هو عبارة عن مشروع متمثل في السياسة التي تقلل من درجة التحيز نحو التصدير، والتخفيض في علاوات تراخيص

¹ ملال شرف الدين، الانفتاح التجاري والتوازنات الكلية لاقتصاديات شمال افريقيا دراسة حالة موازين مدفوعات < الجزائر، تونس والمغرب خلال الفترة 2013/2000، مجلة تاريخ العلوم العدد السابع - مارس 2017. ص03

الاستيراد، التي تعتبر خطوة أساسية في إصلاحات التحرير من غير وجود ضرورة أو تخفيض للتعريفات الجمركية على الواردات وبالتالي تشجيع استراتيجية الانفتاح عن طريق إحلال الواردات.¹

2. أشكال الانفتاح التجاري

يكتسب النظام التجاري الدولي زحماً هائلاً في الفترة الراهنة، حيث يقوده ويسانده أكثر القوى السياسية، الاقتصادية والمالية نفوذاً في المراكز الرأسمالية الرئيسية، إذ يتركز النشاط الأساسي لهذه الهيئات على تشجيع اقتصاد السوق وتقليص دور الدولة في الحياة الاقتصادية، بهدف تحرير حركة السلع ورأس المال بما يؤدي إلى قيام سوق دولية واحدة، وإن تعددت طرق وأشكال تحقيق ذلك، ومن بين هذه الأشكال نجد:

2.1. الانفتاح التجاري من خلال الإطار الإقليمي والإطار متعدد الأطراف.

رغم أن هدف الانفتاح هو تحرير التجارة الدولية من القيود المفروضة عليها، إلا أن هناك مدخلين مختلفين لبلوغ هذا الهدف هما:

1- ترتيبات التجارة الإقليمية التي تعرف بالتكامل الاقتصادي الدولي بمختلف مراحله، والذي تقوم فيه مجموعة من الدول بخلق أو تطوير ترتيبات للتجارة الإقليمية فيما بينها بحيث تحصل دول أعضاء التكتل على مزايا متبادلة في التبادل التجاري فيما بينها، وتأخذ عدة أشكال أهمها:

-منطقة التجارة الحرة؛

-الاتحاد الجمركي

-السوق المشتركة؛

-التكامل الاقتصادي.

- الإطار المتعدد الأطراف أو ما يعرف بمنطقة التجارة العالمية، بحيث تقوم المنظمة على قواعد متفق عليها في إطار متعدد الأطراف لتنظيم نشاط التجارة الدولية في مجالات السلع الصناعية، الزراعية، الخدمات، حماية حقوق الملكية الفكرية وتحرير إجراءات الاستثمار فضلاً عن قواعد إجراءات مكافحة الدعم والإغراق وإجراءات الوقاية، ونظام متكامل لتسوية المنازعات التجارية بين الأعضاء.

¹ سداوي نورة، أثر الانفتاح التجاري على النمو الاقتصادي-دراسة قياسية لفترة: 1980-2014، رسالة دكتوراه، جامعة وهران2، 2019، ص

2.2. الانفتاح الإرادي والانفتاح الإجباري

تسعى الدول بشكل إرادي إلى تحرير تجارتها بهدف تحقيق مستوى أعلى من الاندماج في الاقتصاد العالمي بغية الاستفادة من المزايا التي تترتب على انفتاح اقتصادها، وأن هذا النوع من الانفتاح يخص الدول المتقدمة والصناعية.¹

أما الانفتاح التجاري الإجباري فعادة ما يتم تحت ضغوط وشروط الهيئات الاقتصادية الدولية كمنظمة التجارة العالمية، صندوق النقد الدولي والبنك الدولي، وتبنى هذه الاقتصاديات برامج للإصلاح الاقتصادي حتى تضمن استمرار دعم هذه الهيئات، وتشمل هذه البرامج إصلاح النظام التجاري ونظام سعر الصرف وكذا انتقال رؤوس الأموال".

3- الانفتاح التدريجي والانفتاح الانتقالي

يتم الانفتاح التدريجي بشكل مرحلي وفق نهج يتم رسمه وتنفيذه في أجل زمني محدد، فالانتقال من الحماية بأسلوب الحصص إلى الحماية بالتعريف الجمركية ثم إلزالتها هي الأخرى تعتبر بمثابة انفتاح تجاري تدريجي.

أما الانفتاح التجاري الانتقالي فيقتصر على تحرير بعض المنتجات مع الاحتفاظ بقيود على البعض الآخر، وخير مثال على ذلك المنتجات الزراعية.

4- الانفتاح التجاري السطحي والعميق

يركز الانفتاح التجاري السطحي على إزالة الحواجز التقليدية كالتعريف الجمركية، وهو أسلوب غير كافٍ للتمتع بمزايا الانفتاح التجاري". أما الانفتاح التجاري العميق فإنه إضافة إلى إزالة الحواجز التقليدية، فإنه يسمح بحرية انتقال الأشخاص، مع توحيد وتقريب القوانين ذات الصلة بالتجارة، خاصة المتعلقة بإجراءات الجمارك.²

¹ ملال شرف الدين، الانفتاح التجاري والتوازنات الكلية لاقتصاديات شمال إفريقيا دراسة حالة موازين مدفوعات الجزائر، تونس والمغرب خلال الفترة 2000/، 2013، مجلة تاريخ العلوم العدد السابع - مارس 2017، جامعة خنشلة، ص 116

² ملاك شرف الدين، مرجع سابق، ص ص 116-117

المطلب الثاني : تنافسية التجارة الخارجية

1. تعريف التنافسية

قبل التطرق إلى مفهوم التنافسية في منظمات الأعمال، تجدر الإشارة إلى مفهوم المنافسة، حتى يتسنى لنا فيما بعد إمكانية التفرقة بين مفاهيم المنافسة التنافسية والميزة التنافسية وكذا العلاقة بين هذه المفاهيم الثلاثة؛ ولقد وردت الكثير من التعاريف للمنافسة، والتي نذكر منها : تعدد المسوقين وتنافسهم لكسب العميل بالاعتماد على أساليب مختلفة كالأسعار والجودة والمواصفات وتوقيت البيع وأسلوب التوزيع والخدمة ما بعد البيع وكسب الولاء السليبي وغيرها.

وتم تعريفها أيضا بأنها تكتسي عدة معاني ، فهي من جهة تعني المزاومة بين عدد من الأشخاص أو القوى تسعى لتحقيق نفس الهدف، ومن جهة أخرى تعني العلاقة بين التجار والمنتجين في صراعهم على الزبائن، والمنافسة تقوم على خاصية جوهرية هي الابتكار والتميز ونتيجتها الحتمية هي القدرة على جذب الزبائن .

فالمنافسة إذا تعبر عن حالة المزاومة أو الصراع التي تكون بين الأشخاص أو المجموعات التي تمثل قوى التنافس في سعيها نحو التفوق وكسب العملاء وتحويل العملاء الحاليين والمرتقبين لاقتناء منتجات المنظمة، باستعمال مجموعة من الأساليب المتمثلة في الأسعار الجودة، التوقيت الخدمات المرافقة وغيرها. 2.2. مفهوم التنافسية

تعددت التعاريف المتعلقة بالتنافسية وذلك لاختلاف وجهات نظر الكتاب والباحثين الذين تناولوا هذا الموضوع وفيما يلي بعض هذه التعاريف:

" التنافسية هي القدرة على الصمود أمام المنافسين بغرض تحقيق الأهداف من ربحية ونمو واستقرار وابتكار وتحديد .

فيما يرى Oughton بأن : " التنافسية هي قدرة المنظمة على إنتاج السلع والخدمات بالتنوع الجيدة والسعر المناسب وفي الوقت المناسب وهذا يعني تلبية حاجات المستهلكين بشكل أكثر كفاءة. المنظمات من الأخرى " 1.

¹ سالم الياس، التنافسية والميزة التنافسية في منظمات الأعمال، مجلة أبحاث ودراسات التنمية، المجلد 80، العدد 01، جوان 2021، ص ص 232-

2. مفهوم التجارة الخارجية

يعود الاهتمام بالتجارة الخارجية كمحرك للنمو للإسهامات المدرسة التجارية الذي دعا روادها إلى التركيز على الصادرات باعتبارها الضامن الأساسي للحفاظ على موازين تجارية ملائمة للبلد. بما يوفر الأموال الكافية لتحقيق أهداف الدولة؛ خاصة فيما يتعلق بتوسيع أسواق التصدير أمام السلع المحلية.

هذا ويمكن تعريف التجارة الخارجية على أنها حركة للسلع والخدمات وانتقال رأس المال بين الدول المختلفة، تختلف وهي عن التجارة الداخلية التي تتم كلية داخل البلد.¹

ونظرتهم للتجارة الخارجية ما هي إلا امتداد لنظريتهم في الثروة، التي مفادها أن ثروة الأمة تقاس بما لديها من ذهب وفضة والطريق أمام زيادة ثروتها هو الالتجاء إلى التبادل التجاري، الذي لن يتحقق إلا إذا تفوّقت الصادرات على الواردات بالتالي تتدفق المعادن النفيسة للدولة.

كما أوضح رواد هذا الفكر بأن ما تحققه التجارة الخارجية من خلال تصدير فائض الإنتاج من مختلف السلع، خاصة الصناعية يرفع القدرة الانتاجية للقطاعات الاقتصادية للدولة، مما جعل مع هدف تنمية الصادرات يتطور من السعي للحصول على المعادن النفيسة لبلوغ هدف زيادة الإنتاج، تنويعه ورفع كفاءته بالعمل على دعم الصناعة التصديرية، زيادة حجم التبادل الخارج وتحقيق فائض الميزان التجاري.²

أما عن تعريف التجارة الخارجية فهي الحركات الدولية للسلع والخدمات بين الدول المختلفة، احد أقسام المعاملات الاقتصادية الدولية، حيث تتألف العلاقات الاقتصادية الدولية من حركات الاشخاص متمثلة في الهجرة الدولية، وحركات السلع والخدمات ورؤوس الاموال والتي يطلق عليها "المعاملات الاقتصادية الدولية"، ومعنى ذلك أن القسم الآخر لها، إضافة للتجارة الخارجية، هو الحركات الدولية لرؤوس الاموال بين الدول المختلفة.³

¹ محمد يونس، اقتصاديات دولية، الدار الجامعية، الإسكندرية 2007، ص: 11

² بوطكوك عمار وآخرون، قراءة في تنافسية التجارة الخارجية الجزائرية من منظور بعض المؤشرات - دراسة تحليلية للفترة 2005-2012. مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، مج5، ع1، جوان 2021، ص 434

³ محمد يونس، مرجع سابق، ص 11

3. التنافسية التجارية الخارجية

1.3. مفهوم التنافسية التجارية الخارجية

يلقى مفهوم التنافسية انتشارا واسعا في الوسط الاقتصادي الجزئي و الكلي، خاصة بعد قيام نظام إقتصاد السوق الذي ينادي على خلق قدرة تنافسية تمكن البلد أو المؤسسة في البقاء في السوق، وخلق مكانة تليق بالإمكانات المتوفرة في ظل التغيرات الاقتصادية الراهنة من شراكات وتكاملات و إتفاقيات واندماجات... إلخ، و المقصود بالتنافسية حسب ما جاء في العديد من التعاريف كالتالي. فعلى المستوى الجزئي هي السلوك الأمثل للمؤسسة و المتمثل في تخفيض التكاليف أو تعظيم الأرباح أخذا بعين الاعتبار تركيبة السوق و أسعار عوامل الإنتاج.

أما على المستوى الكلي . فبعض الباحثين يعرفها على أنها فكرة عريضة تضم الإنتاجية الكلية و مستويات المعيشة والنمو الاقتصادي، وآخرون يحدونها في تنافسية السعر و التجارة، وهذا ما يصعب من إيجاد مفهوم موحد للتنافسية، لذا سنقوم بعرض تعاريف التنافسية الدولية التي تستند إليها المؤسسات العالمية لإعداد التقارير فنجد المنتدى الاقتصادي العالمي التنافسية هي القدرة على توفير البيئة الملائمة لتحقيق معدلات نمو مرتفعة و مستدامة. يظهر هذا التعريف العلاقة بين التنافسية و معدلات النمو متجاهلا المستوى الجزئي لتحسين مستويات المعيشة والرفاهية للأفراد.

—المعهد الدولي للتنمية الإدارية . التنافسية هي مقدرة البلد على توليد القيم المضافة ومن ثم زيادة الثروة الوطنية عن طريق إدارة الأصول و العمليات بالجاذبية و الهجومية و بالعملة و يربط هذه العلاقات في نموذج اقتصادي اجتماعي قادر على تحقيق هذه الأهداف. يظهر هذا التعريف ارتباط التنافسية الدولية بمقدرة البلد على إدارة أصوله بطريقة تسمح بتحقيق معدلات نمو .

—منظمة التعاون الاقتصادي. التنافسية الدولية هي المقدرة على توليد المدخيل من عوامل الإنتاج تكون مرتفعة نسبيا، بالإضافة إلى توليد مستويات عمالة مستدامة لعوامل الإنتاج و في الوقت نفسه المقدرة على مواجهة التنافسية الدولية . يظهر هذا التعريف الارتباط بين توليد المدخيل و الاستخدام الأمثل لعوامل الإنتاج ينتج عنه خلق قدرة تنافسية.¹

¹ بوضياف سامية، تقييم مؤشر التنافسية الدولية—حالة الجزائر، مجلة الاقتصاد الجزائري، ع10، مج01، 2014، ص02

من خلال التعاريف السابقة يمكن أن نعرف التنافسية التجارية الخارجية على أنها الاستخدام الأمثل للإمكانات المتوفرة داخل البلد من أجل تحسين مؤشرات الدخل و الإنتاجية وبالتالي تحسين قدرتها التنافسية مقارنة مع باقي الدول من خلال توسيع حصصه في الأسواق العالمية رغم هذه التعاريف الصادرة من مؤسسات عالمية، إلا أن الجانب النظري في تحديد مفهوم تنافسية التجارة الخارجية لقي تميز واضح من خلال مدرستين . مدرسة رجال الإدارة التي تركز في منطلقها على التكلفة و الإنتاجية مما يساعدها على التفوق الأموال و في الأسواق العالمية و المحلية لتصبح تنافسية التجارة الخارجية بذلك سياسة وطنية تعمل على استقطاب رؤوس توطين التقنية و المساهمة في سلسلة الإنتاج الدولية، مما يتطلب تطوير السياسات داخل البلد وتحديث المؤسسات قصد تطوير الإنتاجية التي تعتبر مفتاح التنافسية.¹

2.3. مؤشرات قياس التنافسية/التجارة الخارجية

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

1.2.3. 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.

2.2.3. معدل التبادل

يعبر عن النسبة بين مؤشر قيمة الوحدة من الصادرات إلى مؤشر قيمة الوحدة من الواردات، وتعتبر 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.

¹ بوضياف سامية، مرجع سابق، ص 04

3.2.3. مؤشر الانفتاح الاقتصادي

إن تحرير التجارة الخارجية يساهم في نقل وتبادل الخبرات والتكنولوجيات الحديثة 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 بنسبة مجموع الصادرات والواردات للناتج الداخلي الخام $(X + P)/PIB$ ، حيث يعني ارتفاع هذه النسبة زيادة في الانفتاح الاقتصادي.

4.2.3. 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.

5.2.3. مؤشر التركيز

ويعرف بـ **Herfindahl–Hirschmann Index** حيث يقيس درجة تركيز المنتجات

المصدرة والمستوردة وفقا للعلاقة 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 صادرة و 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.¹

¹ العابد لزهو وآخرون، تحليل واقع التنافسية الخارجية لاقتصاديات الدول العربية، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، قسنطينة، ع13، 2016، ص

- يأخذ هذا المؤشر القيم من 0-1، واقتربه من الواحد : يعني زيادة مستوى تركيز المبادلات الدولية للدولة على عدد محدود من المنتجات.

6.2.3. مؤشر التنوع

يحسب هذا المؤشر وفقا للعلاقة التالية :

$$s_i = \frac{\sum_i |h_{it} - h_i|}{2}$$

h_j حصة المنتجة من مجموع صادرات أو واردات البلدي.

h_i حصة المنتج 1 من مجموع صادرات أو واردات العالم.

. تتراوح قيمة المؤشر بين 0-1، واقتربها من الواحد يعني تقارب من الهيكل العالمي.

7.2.3. 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 :

$$TSI_{jt} = \frac{X_{jt}^t - M_{jt}^t}{X_{jt}^t + M_{jt}^t}$$

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

8.2.3. 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 هذه المنتجات الدولة من يعني امتلاكها لتنافسية خارج السعر وكلما تراجعت هذه القيمة يعني تراجعت التنافسية خارج السعر للدولة.¹

¹ العابد لزهري وآخرون، مرجع سابق، ص12

9.2.3. مؤشرات أخرى صادرة عن المنتدى الإقتصادي العالمي

يصدر المنتدى الاقتصادي العالمي كل سنة تقريراً 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، وتتمثل 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.

¹ مرجع سابق، ص 13

المبحث الثاني: الدراسات السابقة

المطلب الأول: دراسات، مقالات، رسائل جامعية

الدراسة 01:

دراسة عبدوس عبد العزيز 2011 دراسة بعنوان "سياسة الانفتاح التجاري ودورها في رفع القدرة التنافسية للدول - دراسة حالة الجزائر"، أطروحة دكتوراه، تخصص اقتصاد التنمية، جامعة تلمسان، الجزائر.

وقد تناول الباحث تحليل الدور الذي تمارسه سياسة الانفتاح التجاري للجزائر في رفع أو تحسين القدرات التنافسية للدول وبيان مدى أهمية هذه السياسة على مؤشرات التنافسية الاقتصادية، وذلك وفق الإشكالية التالية: كيف أثرت سياسة الانفتاح التجاري المتبعة في الجزائر خلال الفترة 2000-2009 على وضعية تنافسية الاقتصاد الوطني؟ حيث قام الباحث بتقدير درجة الانفتاح الاقتصادي للاقتصاد الجزائري، وتأثير ذلك على تنافسية الاقتصاد الجزائري.

وكانت نتائج الدراسة متمثلة في:

أنه كلما زاد توجه الاقتصاد نحو الخارج بالاعتماد على أداء الصادرات بالدرجة الأولى، زاد معدل نمو؛ - يعمل تحرير التجارة على انخفاض تكاليف الإنتاج من خلال تخفيض التعريفات الجمركية على مستلزمات الإنتاج؛ ارتفاع الرسوم الجمركية على المنتجات المستوردة من مستلزمات الإنتاج التي تدخل في إنتاج الصادرات يرفع من سعر تلك الصادرات، ويفقدها القدرة على المنافسة في الأسواق الخارجية؛

توجه المؤسسات إلى تصدير منتجاتها إلى الأسواق الدولية من شأنه أن يطور أداء هذه المؤسسات.

الدراسة 02

- أطروحة دكتوراه نوقشت سنة 2015 بجامعة الأردن تحت عنوان: -اثر الانفتاح التجاري والتطور

المالي على النمو الاقتصادي في الأردن للباحث محمد خالد السواعي الذي هدف من خلال دراسته إلى

تبيان أثر كل من الانفتاح التجاري والتطور المالي على النمو الاقتصادي في الأردن باستخدام بيانات ربع

سنوية خلال الفترة (1992-2011)، وقد توصلت الدراسة إلى وجود عالقة طويلة المدى بين نمو الناتج

المحلي الإجمالي الحقيقي وتحرير التجارة، كما أظهرت تأثيرا سلبيا للانفتاح التجاري على النمو الاقتصادي

على المدى الطويل وعلى المدى القصير.

الدراسة 03

دليلة طالب، أثر الانفتاح التجاري على النمو الاقتصادي : دراسة حالة الجزائر (1980-2013). المجلة الأردنية للعلوم الاقتصادية، المجلد 3، العدد 2، 2016.

هدفت هذه الورقة البحثية إلى محاولة قياس تأثير الانفتاح التجاري على النمو الاقتصادي في الجزائر باستخدام بيانات سنوية خلال الفترة (1980-2013)، ومن أجل ذلك تم استخدام ثلاثة مؤشرات تمثيلاً للانفتاح التجاري وهي مؤشر الصادرات إلى الناتج المحلي الإجمالي، مؤشر الواردات إلى الناتج المحلي الإجمالي ومؤشر مجموع الصادرات والواردات إلى الناتج المحلي الإجمالي، أما معدل الدخل الفردي بالأسعار الحقيقية فاستخدم كمؤشر للنمو الاقتصادي، ويستند هذا التحليل إلى طريقة المربعات الصغرى المصححة كلياً (Fully-Modified OLS)، فكشفت النتائج التجريبية عن وجود علاقة طويلة المدى بين معدل الدخل الفردي الحقيقي وتحرير التجارة، كما أظهرت النتائج أن مؤشرات الانفتاح التجاري كان لها أثر سلبي ومعنوي على النمو الاقتصادي في الجزائر، وأبرزت هذه النتيجة أن الانفتاح التجاري لا يعزز النمو الاقتصادي في الجزائر.

✓ الدراسة 04:

د. بغداوي جميلة، أثر الانفتاح التجاري على أداء قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر جامعة حسبية بن بوعلي الشلف. 2016.

تهدف هذه الدراسة إلى محاولة قياس وتقدير أثر الانفتاح التجاري على أداء قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلال الفترة (2000-2014)، باستخدام القيمة المضافة الإجمالية لهذا القطاع كمؤشر عن الأداء ومجموع الصادرات والواردات إلى الناتج المحلي الإجمالي كمؤشر عن الانفتاح التجاري، حيث اعتمدت الدراسة بشكل أساسي على استخدام برنامج التحليل الإحصائي القياسي (EViews7) لتطبيق كافة الأساليب الإحصائية والقياسية، وكذلك تقدير النموذج القياسي بصيغته النهائية، كما اعتمدنا على معطيات وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتشكيل متغيرات النموذج، وقد توصلت الدراسة إلى أن مؤشر الانفتاح التجاري له أثر إيجابي ومعنوي على تطور أداء قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر.

وهدف هذا البحث التقدير وتفسير العلاقة بين الانفتاح التجاري والقيمة المضافة الإجمالية لقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، للخروج بنتيجة محدّدة لتكون قاعدة أساس يهتدى بها، وذلك من خلال النموذج القياسي الذي سيتم تطبيقه على الاقتصاد الجزائري لبيانات السلاسل الزمنية السنوية للفترة (2000-2014).

ولقد قام بمعالجة إشكالية البحث باعتماد المنهجية المتعارف عليها في العلوم الاجتماعية، حيث مزج الباحث بين المنهج الاستنباطي بأداتيه الوصف والتحليل فيما يتعلق بتحليل الجانب النظري من الدراسة خاصة فيما يتعلق بتحليل تطور التجارة الخارجية وتقييم الأداء الاقتصادي لقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كما اعتمد أيضا على المنهج الاستقرائي الكمي في التعامل مع البيانات وكان ذلك في الجانب التطبيقي من الدراسة، من خلال قياس أثر الانفتاح التجاري على أداء قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة باستخدام بيانات سلاسل زمنية سنوية للفترة 2000-2014 حسب توفر البيانات، والتي أخذت من قاعدة بيانات الديوان الوطني للإحصائيات ووزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

الدراسة 05:

أ. ملال شرف الدين. الانفتاح التجاري والتوازنات الكلية لاقتصاديات شمال افريقيا دراسة حالة موازين مدفوعات الجزائر، تونس والمغرب خلال الفترة 2000-2013. 2017.

لقد أحدثت الأهمية المتصاعدة للانفتاح التجاري جدلا كبيرا بين الدول خاصة النامية منها، وذلك فيما مدى تأثيره على النشاط الاقتصادي وقد ازداد هذا الاهتمام في العقود الأخيرة تزامنا مع ظهور المنظمة العالمية للتجارة، والتي استطاعت أن تضم معظم دول العالم تقريبا وفرض شروطها عليهم والتي تتمحور في حتمية الانفتاح التجاري، والجزائر، تونس والمغرب من بين الدول المعنية بموضوع الانفتاح التجاري والذي يتجلى تأثيره في ميزان مدفوعات الدول نظير معاملاتها التجارية الخارجية، لذلك جاءت هذه الدراسة لتبين أثر الانفتاح التجاري على موازين مدفوعات كل من الجزائر تونس والمغرب والتي تعتبر أهم دول شمال افريقيا.

ولقد هدفت هذه الدراسة الى الوقوف عند أثر الانفتاح التجاري ودوره في تحسين أداء ميزان مدفوعات كل من الجزائر، تونس والمغرب.

امتدت هذه الدراسة من سنة 2000 إلى غاية 2013 حيث بدأت بسنة 2000 لأنها تعتبر تاريخ الإجراءات الفعلية والملموسة لبداية تحرير التجارة الخارجية لكل من الجزائر، تونس والمغرب.

وتم اختيار كل الجزائر، تونس والمغرب لأنها تعتبر من أهم اقتصاديات شمال افريقيا، ونشترك في العديد. من الخصائص والمميزات الخاصة بالتجارة الخارجية، كما أنها عانت عجوزات تقريبا متشابهة في ميزان مدفوعاتها أدت بها إلى اللجوء إلى صندوق النقد الدولي.

سدوي نورة. أثر الانفتاح التجاري على النمو الاقتصادي دراسة قياسية لفترة: 1980-2014 دراسة حالة الجزائر -أطروحة دوكتوراه، جامعة وهران، 2018.

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح العلاقة بين التجارة الدولية السياسات التجارية المتبعة من قبل الدول والنمو الداخلي المحقق؛ بالإضافة إلى البحث عن دور التحرير التجاري في تحقيق المكاسب الساكنة أو الديناميكية ومحاولة إسقاط ذلك على وضع الاقتصاد الجزائري.

إضافة إلى البحث عن مدى تأثير العلاقات التجارية، التي تقوم بها الجزائر من خلال الاتفاقيات الثنائية خاصة مع الاتحاد الأوروبي، منطقة التجارة العربية الحرة كطريق الانضمام للمنظمة العالمية للتجارة على الإنتاج الداخلي الخام، خلق القيمة المضافة، ومدى توافق ذلك مع الاستهلاك النهائي بالتالي الرفاهية الاقتصادية كما تحاول هذه الدراسة معرفة تأثير الإيرادات الجمركية كأداة لاستراتيجية الانفتاح على النمو الداخلي للبلاد ومساهمة ذلك في زيادة درجة الانفتاح.

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الاستنباطي، حسب طبيعة الموضوع بالنسبة للجانب النظري والمنهج الاستقرائي بالنسبة للدراسة التطبيقية التي تتناول تحليل الجداول الإحصائية وقراءة البيانات، إضافة إلى القياسي حول أثر درجة الانفتاح التجاري على النمو الاقتصادي في ظل تعدد متغيرات الاقتصاد الكلي.

حيث تم استخدام الدراسة القياسية لحالة الجزائر من 1980 إلى 2014 بالاعتماد على نموذجين ، يتمثل النموذج الأول في تحديد الأثر الساكن من خلال تقدير الانحدار المتعدد للسلاسل الزمنية؛ لمعرفة أثر الانفتاح التجاري في المدى القصير و مدى هذا الأثر في المدى الطويل، في ظل معرفة أثر التقييد الذي يعظم الإيرادات الجمركية للمدى القصير و البعيد و ان الربع البترولي هو مؤقت يتسبب التغير المستمر في أسعاره إلى تعريض الاقتصاد إلى هجمات خارجية نتيجة ضعف القيمة المضافة للقطاعات الإنتاجية، إضافة إلى دور تراكم رأسمال الثابت في تحقيق إنتاج على المدى المدروس.

بندوب ليلي، دراسة أجنبية تحت عنوان " أثر الانفتاح التجاري على نمو القطاع الصناعي في الجزائر (1988-2018)"، جامعة بجاية، 2018.

الهدف من هذه الدراسة هو تحليل تأثير الانفتاح التجاري على القطاع الصناعي في الجزائر، خلال الفترة الممتدة من 1988 إلى 2018، من خلال تطبيق منهج ARDL

كشفت نتائج تقديراتنا الاقتصادية أننا الانفتاح التجاري في الجزائر، والذي يمثل معدل الانفتاح التجاري ومعدل التضخم أن له تأثير إيجابي على القيمة المضافة للقطاع الصناعي في الجزائر على المدى القصير و البعيد ، في حين أن تكوين رأس المال الثابت الإجمالي لا علاقة له بالقطاع الصناعي في المدى الطويل والقصير.

على الجزائر أن تنظر في فتح التجارة كخطة يجب أن تكون جزءًا من إستراتيجية تنمية عالمية لتعزيز القيمة يجب لذلك المضافة للقطاع الصناعي.

الدراسة 08

قاصي نجة، ورقة بحثية لطالبة دكتوراه تحت عنوان " الانفتاح التجاري: ما هي التحديات والآفاق للاقتصاد جزائري؟"، 2019.

هدفت هذه الدراسة الى معرفة انخراط الجزائر منذ أواخر الثمانينيات في عملية الانفتاح الاقتصادي وتحرير التجارة الخارجية والاندماج في الاقتصاد العالمي ، ووقوع العديد من اتفاقيات التعاون الدولي بهدف تنويع اقتصادها.

الدراسة 09

- بورويس منى، خياط هبة، " اثر الانفتاح التجاري على النمو الاقتصادي في الجزائر دراسة قياسية لحالة الجزائر للفترة 1990-2018، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير، 2020.

هدفت هذه الدراسة الى:

- التعرف على المفاهيم المتعلقة بالانفتاح التجاري ودوره في تفعيل التبادل الدولي وتحسين النمو.
- التعرف على واقع النمو الاقتصادي في الجزائر من خلال بعض المؤشرات الكمية.
- بناء نموذج قياسي يحدد فيه أثر الانفتاح التجاري على النمو الاقتصادي.

الدراسة 10:

د/ هبه الله احمد سليمان، تأثير الانفتاح التجاري على التنمية المستدامة في ظل جائحة كوفيد-19، دراسة تحت عنوان " تأثير الانفتاح التجاري علي التنمية المستدامة "، 2021.

تعد الدراسة من بين الدراسات القليلة التي تشمل الانفتاح التجاري الاستثمار الأجنبي المباشر، التنمية المالية رأس المال البشري، نصيب وحدة الناتج المحلي الاجمالي من الطاقة ومؤشرات الجودة المؤسسية معا لشرح الركائز الرئيسية للتنمية المستدامة. لذلك تقسم الدراسة في الجزء التالي إلى: الإطار النظري لتأثير التجارة الدولية على ركائز التنمية المستدامة، ثم توضيح العلاقة بين الإنفتاح التجاري والنمو الاقتصادي، يلي ذلك الدراسات السابقة، فروض الدراسة، ثم منهجية الدراسة ووصف النموذج المستخدم. كما يتلو ذلك النتائج والتوصيات.

الدراسة 11:

سالم أحمد، دراسة أجنبية تحت عنوان:

COMMERCE EXTERIEUR ET DEVELOPPEMENT "

ECONOMIQUE DES PAYS

"AFRICAINS. UN ESSAI DE TYPOLOGIE PAR ACP

هدفت هذه الدراسة الى:

دراسة لبعض الدول القارة الأفريقية وكأنها على هامش عوملة.

تظهر النتائج أن الانفتاح التجاري والوصول إلى البحر يلعبان دوراً إيجابية وهامة في نمو الناتج المحلي الإجمالي. الرسوم الجمركية لها تأثير سلبي على مستوى الدخل. يلعب العامل المؤسسي ، المرتبط بالحماية الواضحة ، دوراً سلبي على مستوى التنمية في البلدان الأفريقية.

المطلب الثاني: تقاطع الدراسة الحالية مع الدراسات التطبيقية السابقة

فيما يلي أوجه التشابه في الدراسات السابقة والدراسة الحالية:

- كل الدراسات تدخل في صلب موضوع الانفتاح التجاري.
- اعتماد كل الدراسات المنهج الاستنباطي والاستعانة بالمنهج الاستقرائي لمناقشة نتائج الدراسة.
- دراسة مؤشرات الصادرات والواردات في جميع الدراسات.

- كلها قامت بدراسة تأثير الانفتاح التجاري على الاقتصاد الجزائري.
- حل مختلف المشكلات الاقتصادية ومن بينها التجارة الخارجية.
- هدفت جميع الدراسات الى معرفة الخراط العديد من الدول في عملية الانفتاح الاقتصادي.
- جميعها درست العلاقة بين الانفتاح التجاري والنمو الاقتصادي من الناحية النظرية والتجريبية.
- جميع الدراسات توصلت الى أن الانفتاح التجاري له أثر معنوي على النمو الاقتصادي في الأجلين القصير والطويل.
- بيان جميع الدراسات مدى تأثير الانفتاح التجاري على نسبة هامش الربح على مستوى المؤسسات الاقتصادية.

أوجه الاختلاف في الدراسات السابقة:

- اختلاف الدراسات والدراسة الحالية في النتائج المتوصل اليه حيث أن هناك من توصل الى التأثير الإيجابي للسياسة الخارجية على الانفتاح التجاري، وهناك من توصل الى نتائج سلبية في التأثير.
- عدم توافقه في البلدان والفترات الممتدة لدراسة تأثيرات الانفتاح التجاري على التجارة الخارجية.
- اختلاف في نوعية الدراسة بحيث هناك دراسات تبحث عن تأثير الانفتاح التجاري على تنافسية الصادرات وهناك من تبحث عن العلاقة بينهما.
- عدم التوافق في اهداف الدراسة حيث أن هناك أبحاث تهدف الى :

دراسة التقدير وتفسير العلاقة بين الانفتاح التجاري والقيمة المضافة لقطاع المؤسسات.

- دراسة أثر الانفتاح التجاري ودوره في تحسين أداء ميزان المدفوعات.
- دراسة محاولة قياس تأثير الانفتاح التجاري على النمو الاقتصادي.
- دراسة وتوضيح العلاقة بين التجارة الدولية والسياسة الخارجية.

خلاصة

لقد تطرقنا في هذا الفصل الى التطرق للمصطلحات المفتاحية للدراسة ولعل أهمها:

-الانفتاح التجاري.

-تنافسية التجارة الخارجية

-تنافسية التجارة الخارجية

مع التطرق أيضا الى مؤشرات قياس التنافسية الخارجية المقدمة من طرف الدول والهيئات الدولية.

ولقد قمنا بذكر دراسات سابقة التي سوف نقوم بالاعتماد عليها في الجانب التطبيقي للدراسة.



**الفصل الثاني: الانفتاح التجاري وتنافسية الصادرات في بعض الدول العربية
الفترة 2012-2020**



تمهيد

سوف نتطرق في هذا الفصل الى اظهار العلاقة بين الانفتاح التجاري وتنافسية الصادرات في كل من الأردن، الامارات، المغرب اعتمادا على التقارير المقدمة لكل دولة فيما يخص مؤشر الصادرات سيتم عرض تطور أداء الأنشطة لهاته الدول محل الدراسة مع ادراك أهمية الصادرات وأثره في تنويعها مع تحليل بعض البيانات والمؤشرات الصادرة من البنك الدولي.

من خلال مبحثين:

المبحث الأول: وصف عينة الدراسة

المبحث الثاني: العلاقة بين الانفتاح التجاري وتنافسية الصادرات

المبحث الأول: وصف عينة الدراسة

لقد تطرقنا في دراسة وصف العينة إلى ثلاثة دول عربية وهي الاردن الامارات والمغرب وهذا ما اجل التنوع في صادرات كل دول ودراسة مدى تميز هذه الدول على النطاق العالمي، المغرب رائدة في تصدير السيارات والامارات في الخدمات والاردن في السياحة

من أجل دراسة أدق لتفاصيل تغيرات الانفتاح التجاري والصادرات حسب اقتصاد كل دولة المعتمد في حالة اذا كان اقتصادا ريعيا أي معتمدا على دخل واحد أو معتمد على التنوع، لذا ارتأينا التمييز بين الدول من حيث نسبة الصادرات.

المطلب الاول: الانفتاح التجاري

اعتمدنا على مؤشر الصادرات الكلية لكل دولة وكذا الواردات الكلية وبالإضافة إلى الناتج المحلي الخام GDP

* الاردن

جدول 1 : إجمالي الصادرات والواردات للأردن من عام 2012 الى غاية 2020.

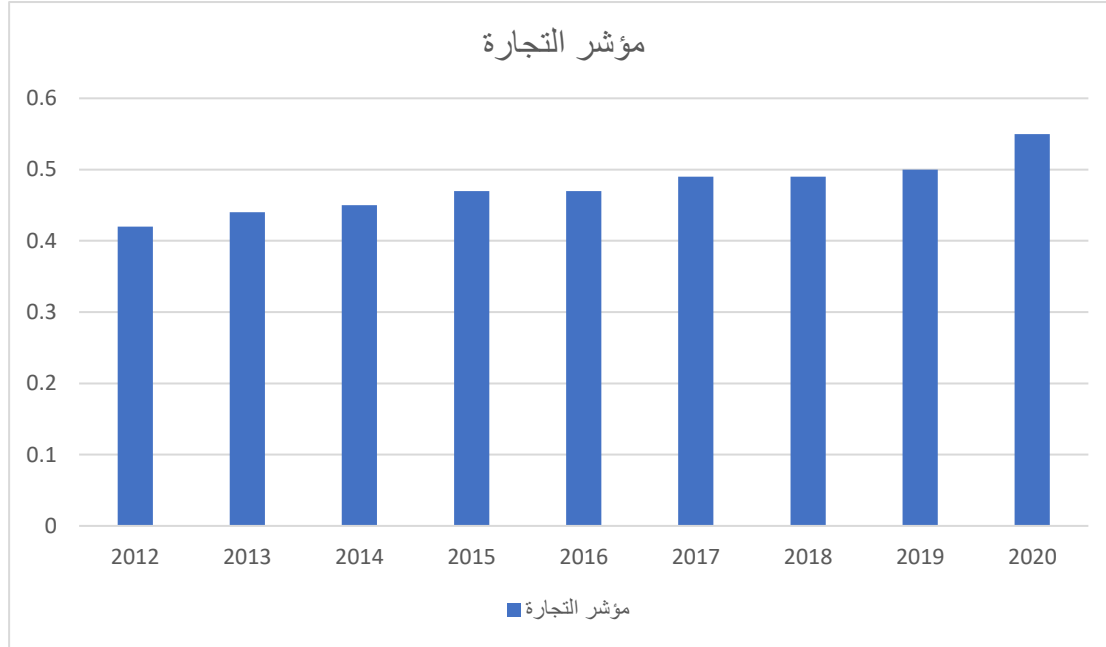
السنة	الصادرات (بمليارات الدولارات)	الواردات (بمليارات الدولارات)	الناتج المحلي الإجمالي (بمليارات الدولارات)	مؤشر التجارة
2012	3.48	10.87	25.96	0.42%
2013	3.88	11.87	27.14	0.44%
2014	4.39	12.97	28.32	0.45%
2015	4.9	14.07	29.5	0.47%
2016	5.41	15.17	30.68	0.47%
2017	5.92	16.27	31.86	0.49%
2018	6.43	17.37	33.04	0.49%
2019	6.94	18.47	34.22	0.5%
2020	7.45	19.57	35.4	0.55%

مأخوذة من :

البنك الدولي. (2023). الأردن: البيانات الاقتصادية.

<https://data.worldbank.org/indicator/NE.EXP.GNFS.CD?locations=JO>

locations=JO



الشكل 1: المؤشر التجاري في دولة الاردن

يوضح الجدول الأول الخاص بالأردن أن الاقتصاد الأردني يعتمد بشكل كبير على التجارة. شهدت الصادرات الأردنية نموًا مطردًا على مدار السنوات التسع الماضية، حيث ارتفعت من نسبة 0.42% إلى عام 2012 إلى 0.55% في عام 2020. شهدت الواردات الأردنية نموًا أبطأ، حيث ارتفعت من 25.27 مليار دولار في عام 2012 إلى 31.27 مليار دولار في عام 2020. أدى هذا إلى عجز تجاري متزايد، والذي بلغ 15.15 مليار دولار في عام 2020.

تتمثل الصادرات الأردنية الرئيسية في المنتجات الدوائية والملابس والأغذية المصنعة والفوسفات والأسمدة. تتمثل الواردات الأردنية الرئيسية في النفط الخام والسيارات والمواد الغذائية والآلات والمعدات.

الصادرات:

المنتجات الدوائية هي أكبر صادرات الأردن، حيث تمثل حوالي 20% من إجمالي الصادرات. يرجع هذا إلى الصناعة الدوائية الأردنية المتقدمة، والتي تعتمد على التكنولوجيا والابتكار.

الملابس هي ثاني أكبر صادرات الأردن، حيث تمثل حوالي 15٪ من إجمالي الصادرات. يرجع هذا إلى انخفاض تكلفة العمالة في الأردن، مما يجعله وجهة جذابة لشركات الملابس العالمية.

الأغذية المصنعة هي ثالث أكبر صادرات الأردن، حيث تمثل حوالي 10٪ من إجمالي الصادرات. يرجع هذا إلى الموارد الزراعية الغنية في الأردن، والتي تنتج مجموعة متنوعة من المحاصيل والفواكه والخضروات.

الفوسفات والأسمدة هي رابع أكبر صادرات الأردن، حيث تمثل حوالي 5٪ من إجمالي الصادرات. يرجع هذا إلى احتياطيات الفوسفات الكبيرة في الأردن، والتي تعد من أكبر احتياطيات الفوسفات في العالم.

الواردات:

النفط الخام هو أكبر واردات الأردن، حيث يمثل حوالي 25٪ من إجمالي الواردات. يرجع هذا إلى الاعتماد الشديد للأردن على النفط الخام لتوليد الكهرباء والنقل.

السيارات هي ثاني أكبر واردات الأردن، حيث تمثل حوالي 15٪ من إجمالي الواردات. يرجع هذا إلى الزيادة في مستويات المعيشة في الأردن، مما أدى إلى زيادة الطلب على السيارات.

المواد الغذائية هي ثالث أكبر واردات الأردن، حيث تمثل حوالي 10٪ من إجمالي الواردات. يرجع هذا إلى عدم كفاية الإنتاج المحلي للمواد الغذائية، مما يتطلب استيراد المنتجات الغذائية.

الآلات والمعدات هي رابع أكبر واردات الأردن، حيث تمثل حوالي 5٪ من إجمالي الواردات. يرجع هذا إلى الحاجة إلى الآلات والمعدات لتصنيع وتصدير المنتجات الأردنية.

مؤشر التجارة:

مؤشر التجارة الأردني مرتفع نسبياً، حيث بلغ النسبة المئوية 0.42 بالمئة في عام 2012 و 0.55 بالمئة في عام 2020. يُظهر هذا أن الاقتصاد الأردني يعتمد بشكل كبير على التجارة.

بشكل عام، يوضح الجدول الأول الخاص بالأردن أن الاقتصاد الأردني يعتمد بشكل كبير على التجارة. تتمثل الصادرات الأردنية الرئيسية في المنتجات الدوائية والملابس والأغذية المصنعة والفوسفات والأسمدة. تتمثل الواردات الأردنية الرئيسية في النفط الخام والسيارات والمواد الغذائية والآلات والمعدات.

*الامارات

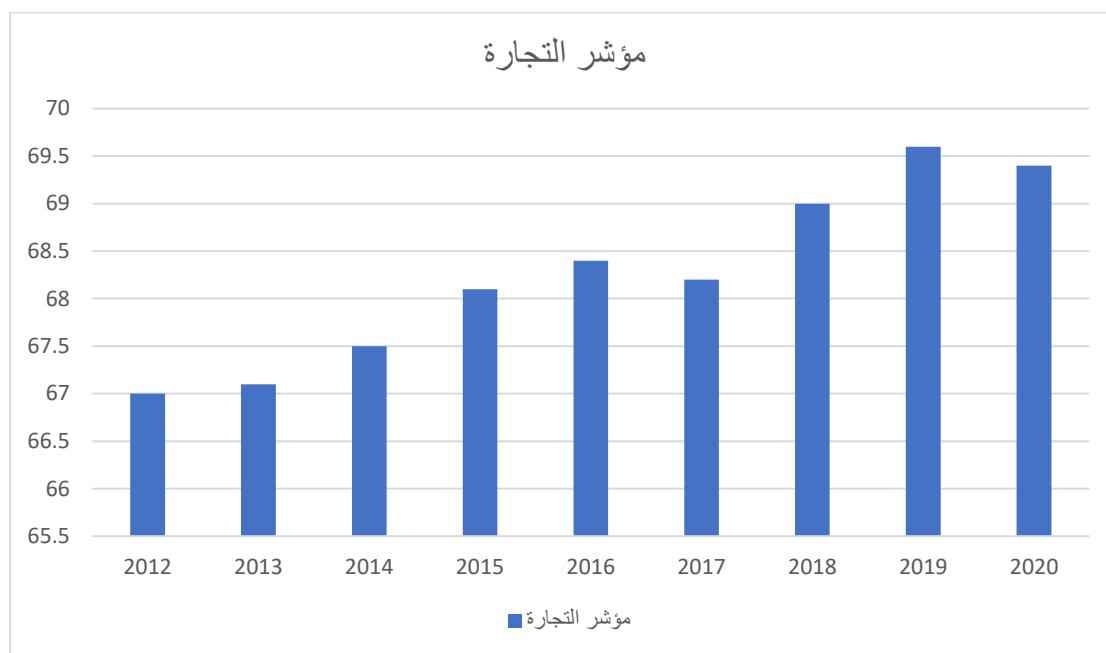
جدول 2 : إجمالي الصادرات والواردات للامارات من عام 2012 الى غاية 2020.

السنة	الصادرات (بمليارات الدولارات)	الواردات (بمليارات الدولارات)	الناتج المحلي الإجمالي (بمليارات الدولارات)	مؤشر التجارة
2012	256.1	370.7	385.4	%1.626
2013	272.4	388.3	406.7	%1.624
2014	288.7	405.9	428	%1.622
2015	305	423.5	449.3	%1.621
2016	321.3	441.1	470.6	%1.620
2017	337.6	458.7	492	%1.628
2018	354	476.3	513.4	%1.617
2019	370.3	493.9	534.8	%1.615
2020	386.6	511.6	556.2	%1.614

مأخوذة من :

البنك الدولي. (2023). الإمارات العربية المتحدة: البيانات الاقتصادية.

<https://data.worldbank.org/indicator/NE.EXP.GNFS.CD?locations=AE>



الشكل 2: مؤشر التجارة في دولة الإمارات ما بين 2012-2020

تُظهر بيانات التجارة الخارجية لدولة الإمارات العربية المتحدة أنها تتمتع باقتصاد مفتوح وتنوع تجاري كبير. شهدت الصادرات الإماراتية نموًا مطردًا على مدار السنوات التسع الماضية، حيث ارتفعت من النسبة 1.626 بالمئة في عام 2012 إلى 1.614 بالمئة في عام 2020. شهدت الواردات الإماراتية أيضًا نموًا قويًا، حيث ارتفعت من 144.7 مليار دولار في عام 2012 إلى 275.4 مليار دولار في عام 2020.

تُظهر هذه البيانات أن الاقتصاد الإماراتي يعتمد بشكل كبير على التجارة. في عام 2020، شكلت التجارة الخارجية 183% من الناتج المحلي الإجمالي الإماراتي.

تتنوع الصادرات الإماراتية بشكل كبير، حيث تشمل النفط والغاز الطبيعي، والمنتجات المصنعة، والمواد الغذائية، والحيوانات الحية. تتنوع الواردات الإماراتية أيضًا بشكل كبير، حيث تشمل الآلات والمعدات، والمنتجات المصنعة، والمواد الغذائية، والحيوانات الحية.

النفط والغاز الطبيعي: أهم صادرات الإمارات

يُعد النفط والغاز الطبيعي أهم صادرات الإمارات، حيث يمثلان حوالي 75٪ من إجمالي الصادرات. تُعد الإمارات العربية المتحدة أكبر منتج ومصدر للنفط في العالم العربي، وثاني أكبر مصدر للغاز الطبيعي المسال في العالم.

المنتجات المصنعة:

تُعد المنتجات المصنعة ثاني أهم صادرات الإمارات، حيث تمثل حوالي 15٪ من إجمالي الصادرات. تشمل المنتجات المصنعة الإماراتية مجموعة متنوعة من المنتجات، بما في ذلك المواد الغذائية المصنعة، والمنتجات المعدنية، والمنتجات الكيماوية، والمنتجات البلاستيكية.

المواد الغذائية:

تُعد المواد الغذائية ثالث أهم صادرات الإمارات، حيث تمثل حوالي 5٪ من إجمالي الصادرات. تشمل المواد الغذائية الإماراتية مجموعة متنوعة من المنتجات، بما في ذلك الأسماك واللحوم والدواجن والفواكه والخضروات.

الحيوانات الحية:

تُعد الحيوانات الحية رابع أهم صادرات الإمارات، حيث تمثل حوالي 1٪ من إجمالي الصادرات. تشمل الحيوانات الحية الإماراتية مجموعة متنوعة من المنتجات، بما في ذلك الأبقار والأغنام والماعز.

الصين أكبر شريك تجاري للإمارات

تعد الصين أكبر شريك تجاري للإمارات، حيث استحوذت على حوالي 25٪ من إجمالي صادرات الإمارات في عام 2020. تليها الهند بنسبة 10٪، والولايات المتحدة الأمريكية بنسبة 8٪، واليابان بنسبة 7٪.

تُظهر بيانات التجارة الخارجية لدولة الإمارات العربية المتحدة أنها تتمتع باقتصاد مفتوح وتنوع تجاري كبير. يعتمد الاقتصاد الإماراتي بشكل كبير على التجارة، حيث تُشكل التجارة الخارجية 183٪ من الناتج المحلي الإجمالي الإماراتي. يُعد النفط والغاز الطبيعي أهم صادرات الإمارات، تليها المنتجات المصنعة والمواد الغذائية والحيوانات الحية. تعد الصين أكبر شريك تجاري للإمارات.

*المغرب

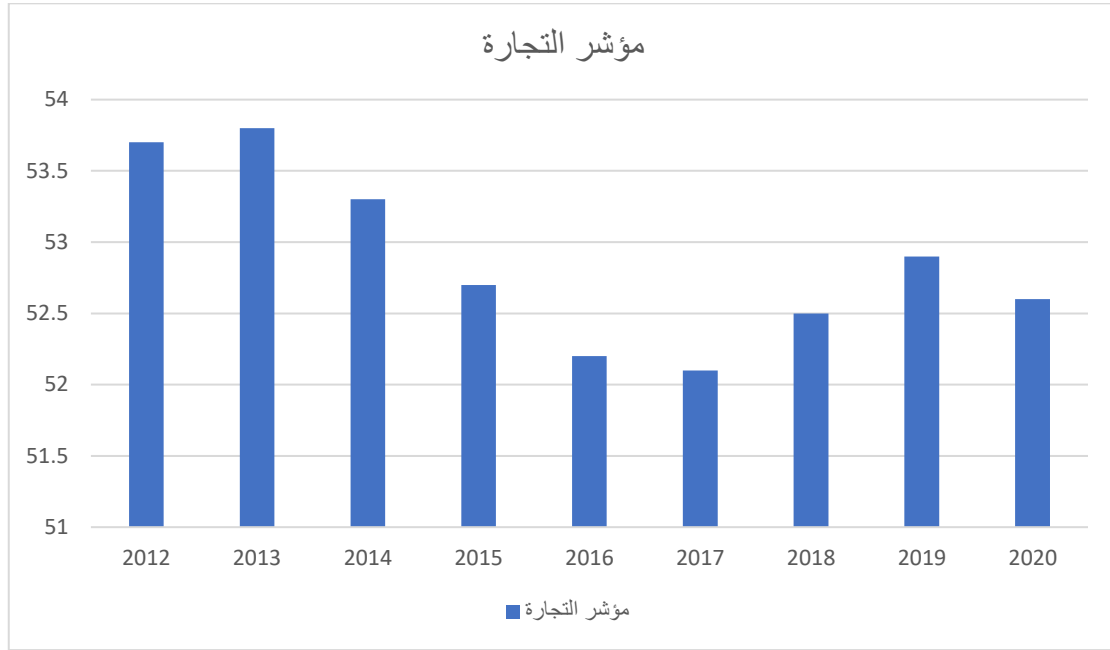
جدول 3 : إجمالي تطور الصادرات والواردات المغرب من عام 2012 الى غاية 2020.

السنة	الصادرات (بمليارات الدولارات)	الواردات (بمليارات الدولارات)	الناتج المحلي الإجمالي (بمليارات الدولارات)	مؤشر التجارة
2012	12.88	25.27	101.61	%0.375
2013	13.86	26.47	107.17	0.376%
2014	14.84	27.67	112.73	0.377%
2015	15.82	28.87	118.29	0.377%
2016	16.8	30.07	123.85	0.378%
2017	17.78	31.27	129.41	%0.379
2018	18.76	32.47	134.97	%0.379
2019	19.74	33.67	140.53	%0.380
2020	20.72	34.87	146.09	%0.38

مأخوذة من:

البنك الدولي. (2023). المغرب: البيانات الاقتصادية.

<https://data.worldbank.org/indicator/NE.EXP.GNFS.CD?locations=MA>



الشكل 3: مؤشر التجارة بالنسبة للمغرب ما بين 2012-2020

تُظهر بيانات التجارة الخارجية للمغرب أنها تتمتع باقتصاد مفتوح ومتمحور حول تصدير المنتجات المصنعة. شهدت الصادرات المغربية نموًا مطردًا على مدار السنوات التسع الماضية، حيث ارتفعت من 0.375 بالمائة في عام 2012 إلى 0.380 بالمائة في عام 2020. شهدت الواردات المغربية أيضًا نموًا قويًا.

تُظهر هذه البيانات أن الاقتصاد المغربي يعتمد بشكل كبير على التجارة. في عام 2020، شكلت التجارة الخارجية 89% من الناتج المحلي الإجمالي المغربي.

تتركز الصادرات المغربية بشكل كبير في المنتجات المصنعة، حيث تمثل حوالي 80% من إجمالي الصادرات. تتنوع المنتجات المصنعة المغربية بشكل كبير، بما في ذلك السيارات، والأغذية المصنعة، والملابس، والأسمدة، والمواد الكيميائية.

السيارات:

تُعد السيارات أهم صادرات المغرب، حيث تمثل حوالي 30% من إجمالي الصادرات. تُعد المغرب أحد أكبر منتجي السيارات في إفريقيا، حيث تنتج أكثر من 700 ألف سيارة سنويًا.

الأغذية المصنعة:

تُعد الأغذية المصنعة ثاني أهم صادرات المغرب، حيث تمثل حوالي 20٪ من إجمالي الصادرات. تُعد المغرب منتجًا رئيسيًا للزيتون والزيتون المعصر، بالإضافة إلى مجموعة متنوعة من المنتجات الغذائية الأخرى.

الملابس:

تُعد الملابس ثالث أهم صادرات المغرب، حيث تمثل حوالي 15٪ من إجمالي الصادرات. تُعد المغرب منتجًا رئيسيًا للملابس الجاهزة، والتي يتم تصديرها إلى العديد من البلدان حول العالم.

أسمدة:

تُعد الأسمدة رابع أهم صادرات المغرب، حيث تمثل حوالي 10٪ من إجمالي الصادرات. تُعد المغرب منتجًا رئيسيًا للفوسفات والأسمدة، والتي يتم تصديرها إلى العديد من البلدان حول العالم.

المواد الكيميائية:

تُعد المواد الكيميائية خامس أهم صادرات المغرب، حيث تمثل حوالي 5٪ من إجمالي الصادرات. تُعد المغرب منتجًا رئيسيًا للمواد الكيميائية، بما في ذلك الأسمدة، والمواد اللاصقة، والبلاستيك.

فرنسا أكبر شريك تجاري للمغرب

تعد فرنسا أكبر شريك تجاري للمغرب، حيث استحوذت على حوالي 15٪ من إجمالي صادرات المغرب في عام 2020. تليها إسبانيا بنسبة 13٪، وإيطاليا بنسبة 10٪، وألمانيا بنسبة 9٪.

بيانات التجارة الخارجية للمغرب أنها تتمتع باقتصاد مفتوح و متمحور حول تصدير المنتجات المصنعة. يعتمد الاقتصاد المغربي بشكل كبير على التجارة، حيث تشكل التجارة الخارجية 89٪ من الناتج المحلي الإجمالي المغربي. تُعد السيارات والأغذية المصنعة والملابس والأسمدة والمواد الكيميائية أهم صادرات المغرب. تعد فرنسا أكبر شريك تجاري للمغرب.

الانفتاح التجاري الخاص بالدولة الثالثة المغرب الاردن والإمارات

بناءً على الجداول الثلاث، يمكن ملاحظة أن البلدان الثلاثة تتمتع بمستويات عالية من الانفتاح التجاري. حيث بلغت قيمة التجارة الخارجية بالنسبة للناتج المحلي الإجمالي في الأردن 0.375% في عام 2020.

يُعد الانفتاح التجاري من العوامل المهمة للنمو الاقتصادي. حيث يؤدي إلى زيادة المنافسة، وتعزيز الابتكار، وجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة. كما يساعد على خفض تكاليف الإنتاج، وتحسين كفاءة الاقتصاد.

في حالة الأردن، يُعد الانفتاح التجاري عاملاً مهماً في تنمية الاقتصاد الوطني. حيث يساهم في زيادة الصادرات، وجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة، وخلق فرص العمل. تتمثل الصادرات الأردنية الرئيسية في المنتجات الدوائية والملابس والأغذية المصنعة والفوسفات والأسمدة. تتمثل الواردات الأردنية الرئيسية في النفط الخام والسيارات والمواد الغذائية والآلات والمعدات.

في حالة الإمارات العربية المتحدة، يُعد الانفتاح التجاري عاملاً مهماً في جعلها مركزاً عالمياً للتجارة والأعمال. حيث تتمتع الإمارات العربية المتحدة بموقع جغرافي استراتيجي، وبنية تحتية متطورة، وبيئة استثمارية جاذبة. تتمثل الصادرات الإماراتية الرئيسية في النفط والغاز الطبيعي والمنتجات المصنعة والمواد الغذائية والحيوانات الحية. تتمثل الواردات الإماراتية الرئيسية في الآلات والمعدات والمنتجات المصنعة والمواد الغذائية والحيوانات الحية.

في حالة المغرب، يُعد الانفتاح التجاري عاملاً مهماً في تنويع الاقتصاد المغربي. حيث يساهم في زيادة الصادرات، وجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة، وخلق فرص العمل. تتمثل الصادرات المغربية الرئيسية في السيارات والأغذية المصنعة والملابس والأسمدة والمواد الكيميائية. تتمثل الواردات المغربية الرئيسية في النفط الخام والسيارات والمواد الغذائية والآلات والمعدات.

المبحث الثاني: تنافسية الصادرات و علاقتها بالانفتاح التجاري لعينة الدراسة

سوف يتم دراسة نسب مساهمات الصادرات لكل من (المغرب، الأردن، الامارات) على صادرات العالم من عام 2012 الى غاية 2020.

المطلب الاول : تنافسية الصادرات

جدول 4 : نسبة مساهمة صادرات المغرب في صادرات العالم من عام 2012 الى غاية 2020.

نسبة مساهمة صادرات المغرب في صادرات العالم	صادرات العالم (بالمليار دولار)	صادرات السيارات من المغرب (بالمليار دولار)	العام
0.08%	1,879	1.5	2012
0.08%	2,001	1.6	2013
0.08%	2,229	1.8	2014
0.13%	1,682	2.2	2015
0.19%	1,312	2.5	2016
0.19%	1,424	2.7	2017
0.17%	1,782	3.1	2018
0.19%	1,822	3.4	2019
0.26%	1,460	3.8	2020

مأخوذ من :

"Automotive Industry in Morocco: Growth and Prospects" -

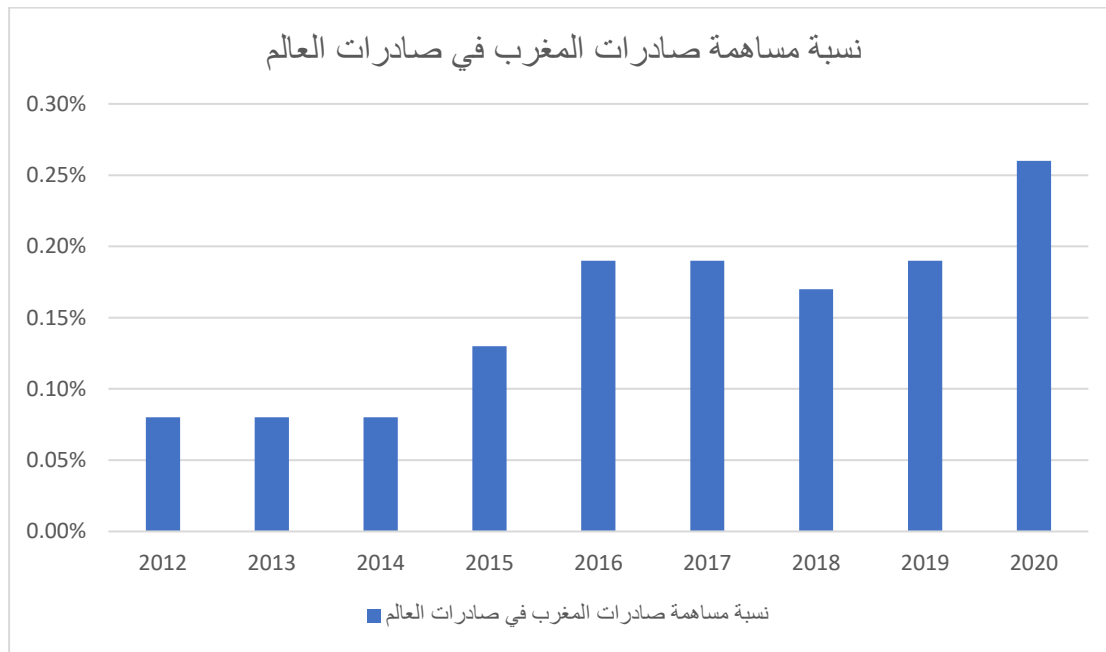
دراسة تحليلية تتناول صناعة السيارات في المغرب ونموها وآفاقها المستقبلية.

"Export Performance and Competitiveness of the Moroccan

Automotive Industry" - بحث يدرس أداء وقدرة تنافسية صناعة السيارات المغربية في الأسواق العالمية.

The Role of the Automotive Sector in the Moroccan "

"Economy" - تقرير يسلط الضوء على دور قطاع السيارات في الاقتصاد المغربي وأثره على التنمية الاقتصادية والتشغيل.



الشكل 4: نسبة مساهمة صادرات المغرب في صادرات العالم

بناءً على البيانات المقدمة في الجدول الذي تم ذكره، يُلاحظ أن نسبة صادرات المغرب تتجاوز معدل 0.08% خلال السنوات الممتدة من 2012 إلى 2020. في البداية، تبلغ نسبة مساهمة المغرب في صادرات العالم من السيارات حوالي 0.08% في العام 2012، وتظهر زيادة طفيفة إلى نسبة 0.26% في العام 2020. على جانب آخر، تتسم صادرات السياحة من المغرب بتقلبات طفيفة خلال الفترة المذكورة، حيث تتراوح نسبة المساهمة بين 1.6% و 2.1%، مع انخفاض طفيف في العام 2020. يُظهر هذا التحليل أن صادرات المغرب تسجل مساهمات محدودة في السيارات والسياحة، ويمكن أن يتأثر ذلك بالعوامل الاقتصادية والسياسية الداخلية والعالمية، يُشير الجدول إلى ضرورة العمل على تعزيز وتنويع مصادر الصادرات وتطوير القطاعات الاقتصادية المختلفة لتعزيز الاستفادة وتحقيق التنمية الاقتصادية في المغرب.

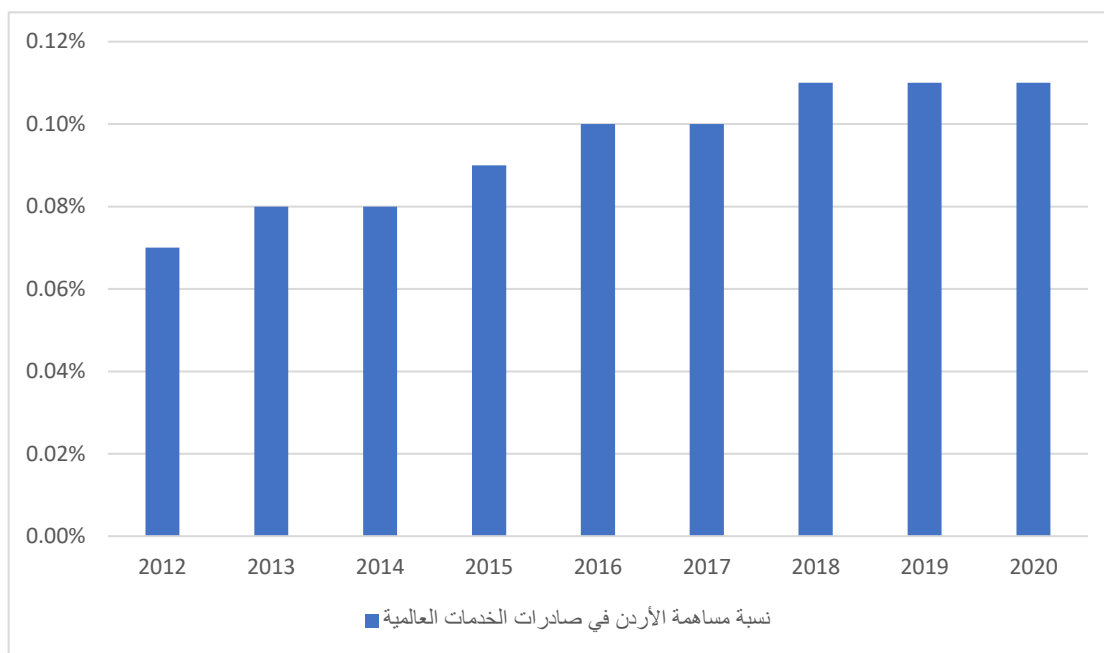
صادرات الاردن للخدمات

جدول 5 : نسبة مساهمة صادرات الأردن في صادرات العالم من عام 2012 الى غاية 2020.

السنة	صادرات الخدمات من الأردن (بالمليار دولار)	صادرات الخدمات العالمية (بالمليار دولار)	نسبة مساهمة الأردن في صادرات الخدمات العالمية
2012	3.5	4,818	0.07%
2013	4.2	5,218	0.08%
2014	4.6	5,489	0.08%
2015	5.1	5,729	0.09%
2016	5.8	5,946	0.10%
2017	6.4	6,287	0.10%
2018	7.2	6,732	0.11%
2019	7.8	6,921	0.11%
2020	6.5	5,854	0.11%

مأخوذة من:

عدة مصادر متنوعة وهي تقارير البنك المركزي الأردني، بحث أكاديمي، موقع بنك العالم



الشكل 5: نسبة مساهمة الاردن في صادرات الخدمات العالمية

بناءً على البيانات المقدمة في الجدول الخاص بصادرات الأردن، يمكن أن نتفحص نسبة صادرات البلاد وفقاً لمجموعتي الخدمات والكلية على مدى السنوات التي تم تقديمها (2012-2020).

تُظهر الأرقام ارتفاعاً طفيفاً في نسبة مساهمة الأردن في صادرات العالم. بدأت النسبة بمعدل حوالي 0.07% في العام 2012، وارتفعت ببطء خلال السنوات التالية لتصل إلى نسبة 0.11% في العام 2020. تشير هذه

الزيادة إلى تحسن محدود في أداء قطاع الخدمات في الأردن، وربما يكون هذا نتيجة لزيادة الاستثمارات في هذا القطاع أو لتطوير خدمات جديدة تلبي احتياجات السوق العالمي.

فيما يتعلق بقطاع الكلية، تُظهر الأرقام زيادة أكبر في نسبة مساهمة الأردن في صادرات العالم. بدأت النسبة بمعدل منخفض نسبياً في العام 2012 (حوالي 1.70%)، واستمرت في الارتفاع لتصل إلى نسبة 2.21% في العام 2020. تُشير هذه الزيادة الطويلة إلى نجاح الأردن في تعزيز مكانته كمورد للمنتجات الكلية في السوق العالمي.

يُلاحظ أن الأردن يشهد تحسناً طفيفاً في نسبة صادراته على مستويات مختلفة من القطاعات الاقتصادية. يُظهر هذا التطور أهمية الاستثمار في تعزيز أداء القطاعات المختلفة وتطوير منتجات جديدة وزيادة القيمة المضافة لتعزيز مكانة الأردن في السوق العالمي.

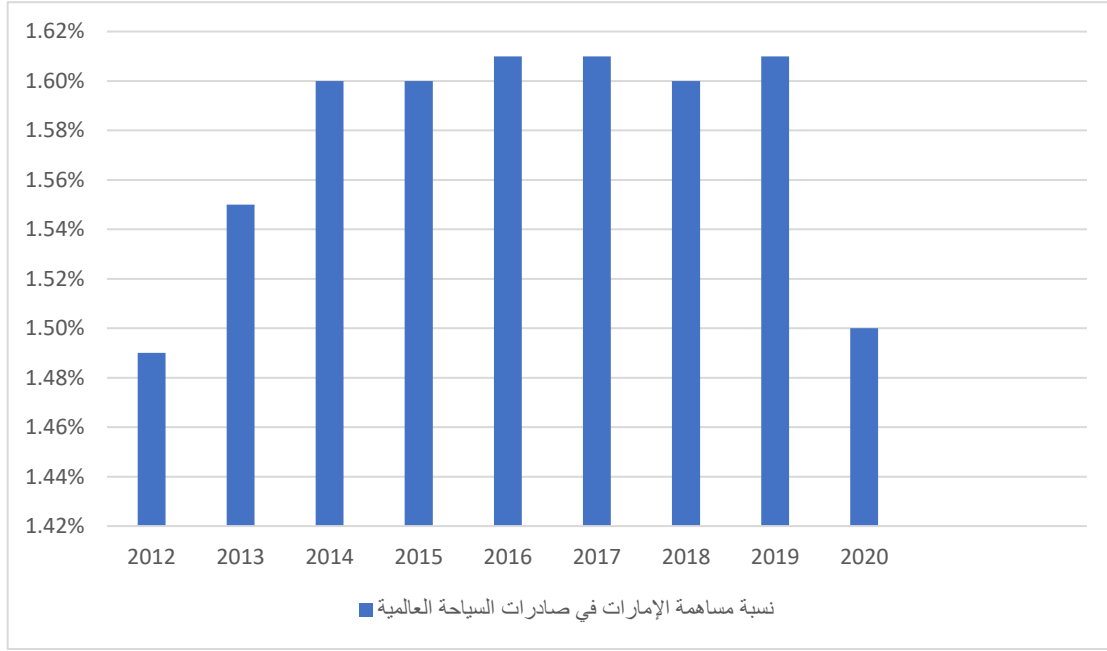
صادرات السياحة للإمارات

جدول 6 : نسبة مساهمة صادرات الإمارات في صادرات السياحة العالمية من عام 2012 إلى غاية 2020.

السنة	صادرات السياحة من الإمارات (بالمليار دولار)	صادرات السياحة العالمية (بالمليار دولار)	نسبة مساهمة الإمارات في صادرات السياحة العالمية
2012	16	1,075	1.49%
2013	18	1,162	1.55%
2014	20	1,246	1.60%
2015	21	1,314	1.60%
2016	22	1,364	1.61%
2017	24	1,490	1.61%
2018	26	1,623	1.60%
2019	28	1,734	1.61%
2020	14	935	1.50%

مأخوذة من:

موقع وزارة السياحة الاماراتي



الشكل 6: نسبة مساهمة الإمارات في صادرات السياحة العالمية

بناءً على البيانات المقدمة في الجدول الخاص بصادرات الإمارات، يمكن أن نلقي نظرة تحليلية على نسبة صادرات الإمارات وفقاً لمختلف القطاعات التي تم ذكرها (السيارات والسياحة) على مدى السنوات المعطاة (2012-2020).

في مجال صادرات السيارات، تبدأ الأرقام بمستوى متدنٍ لنسبة مساهمة الإمارات في صادرات العالم، حيث تقدر بحوالي 0.08% في عام 2012. يتبع ذلك تحسُّن طفيف على مدى السنوات المتتالية، وفي عام 2020 تصل نسبة المساهمة إلى حوالي 0.26%. تشير هذه الزيادة الملحوظة في النسبة إلى قوة قطاع صناعة السيارات في الإمارات وجهودها في تعزيز مشاركتها في الأسواق العالمية.

أما في مجال صادرات السياحة، فإن الأرقام تُظهر نسبة مساهمة الإمارات النسبية في صادرات العالم لهذا القطاع. تتراوح نسبة المساهمة بين 1.6% و 2.1% خلال السنوات المذكورة. هذا التباين يمكن أن يرجع إلى العوامل المؤثرة في صناعة السياحة مثل التغيرات في الطلب على السفر والسياحة، والظروف الاقتصادية والسياسية العالمية.

أهمية التنوع في مصادر الصادرات للإمارات، مع تركيز على تطوير قطاعات مختلفة لتحقيق الاستفادة الاقتصادية وتحسين الأداء في المستقبل. هذه البيانات تشير إلى الجهود التي تبذلها الإمارات لتحقيق تعزيز مكانتها في الأسواق العالمية من خلال تطوير مجموعة متنوعة من القطاعات الاقتصادية.

تنافسية الصادرات الخارجية

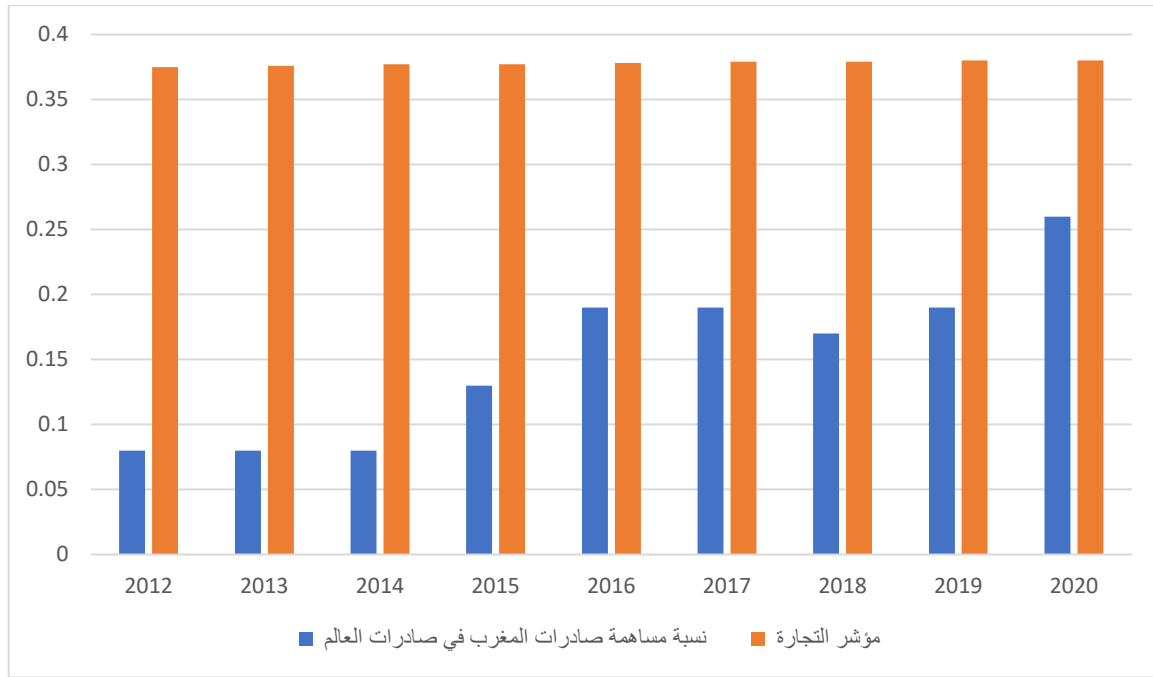
تعد تنافسية الصادرات أحد المفاهيم الرئيسية في الاقتصاد العالمي، حيث تشير إلى القدرة التنافسية لدولة معينة في تسويق وتصدير منتجاتها وخدماتها على الساحة الدولية. تعتمد تلك التنافسية على مجموعة من العوامل المتشابكة التي تؤثر في قدرة الدولة على جذب العملاء والتجارب الجديدة والمحافظة على حصة مستدامة في الأسواق العالمية.

تتضمن العوامل التي تؤثر على تنافسية الصادرات الابتكار والجودة والتكنولوجيا والتكاليف والمرونة والبنية التحتية والإطار التشريعي والتجاري. فعلى سبيل المثال، القدرة على تطوير منتجات وخدمات جديدة أو تحسين الجودة الحالية يمكن أن تساهم بشكل كبير في زيادة تنافسية الدولة على المستوى العالمي. إلى جانب ذلك، تبني التكنولوجيا والابتكارات تعزز من كفاءة الإنتاج وتقليل التكاليف، مما يساعد في تحسين موقع الدولة في سلسلة القيمة العالمية.

تلعب أيضاً سياسات الحكومة والبنية التشريعية دوراً مهماً في تعزيز التنافسية. إطار تجاري مفتوح وشفاف وعمليات جمركية سهلة يمكن أن يجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة ويساهم في تحسين بيئة الأعمال. بالإضافة إلى ذلك، تقوم البنية التحتية الموثوقة والاتصالات المتقدمة بدور في تسهيل النقل والتواصل، مما يزيد من تنافسية الدولة في الأسواق العالمية.

تنافسية الصادرات تلعب دوراً حاسماً في تحديد نجاح الدول في الاقتصاد العالمي. من خلال تطوير استراتيجيات تعزز الابتكار، وتحسين الجودة، وتقليل التكاليف، وتوفير بيئة تجارية مواتية، يمكن للدول تعزيز مكانتها وتحقيق مزيد من النمو والازدهار في ساحة التجارة العالمية.

المطلب الثاني : التحليل البياني للعلاقة بين مؤشري الانفتاح التجاري وتنافسية الصادرات المغرب*



الشكل 7: مؤشر التجارة ونسبة مساهمة صادرات المغرب في صادرات العالم مابين 2012 الى 2020

في حالة المغرب، شهد مؤشر التجارة ارتفاعاً طفيفاً من 0.375% في عام 2012 إلى 0.380% في عام 2020. ويرجع هذا الارتفاع إلى زيادة قيمة الصادرات المغربية، والتي ارتفعت من 17.16 مليار دولار في عام 2012 إلى 26.55 مليار دولار في عام 2020.

من ناحية أخرى، انخفضت نسبة صادرات المغرب بالنسبة للعالم من 0.28% في عام 2012 إلى 0.27% في عام 2020. ويرجع هذا الانخفاض إلى النمو الاقتصادي العالمي، والذي أدى إلى زيادة المنافسة على الأسواق العالمية.

مقارنة بين مؤشر التجارة ونسبة صادرات المغرب بالنسبة للعالم

يُظهر تحليل البيانات أن مؤشر التجارة المغربية قد ارتفع بشكل طفيف على مدار السنوات التسع الماضية. ومع ذلك، فقد انخفضت نسبة صادرات المغرب بالنسبة للعالم بشكل طفيف خلال نفس الفترة.

يمكن تفسير هذا التناقض من خلال حقيقة أن الاقتصاد المغربي يعتمد بشكل كبير على الصادرات من المنتجات المصنعة. وقد أدت المنافسة المتزايدة على الأسواق العالمية إلى انخفاض حصة المغرب في هذه الأسواق. من أجل زيادة حصة المغرب في الأسواق العالمية، يجب على الحكومة المغربية اتخاذ تدابير لتعزيز تنافسية الصادرات المغربية. وتشمل هذه التدابير:

الاستثمار في البحث والتطوير

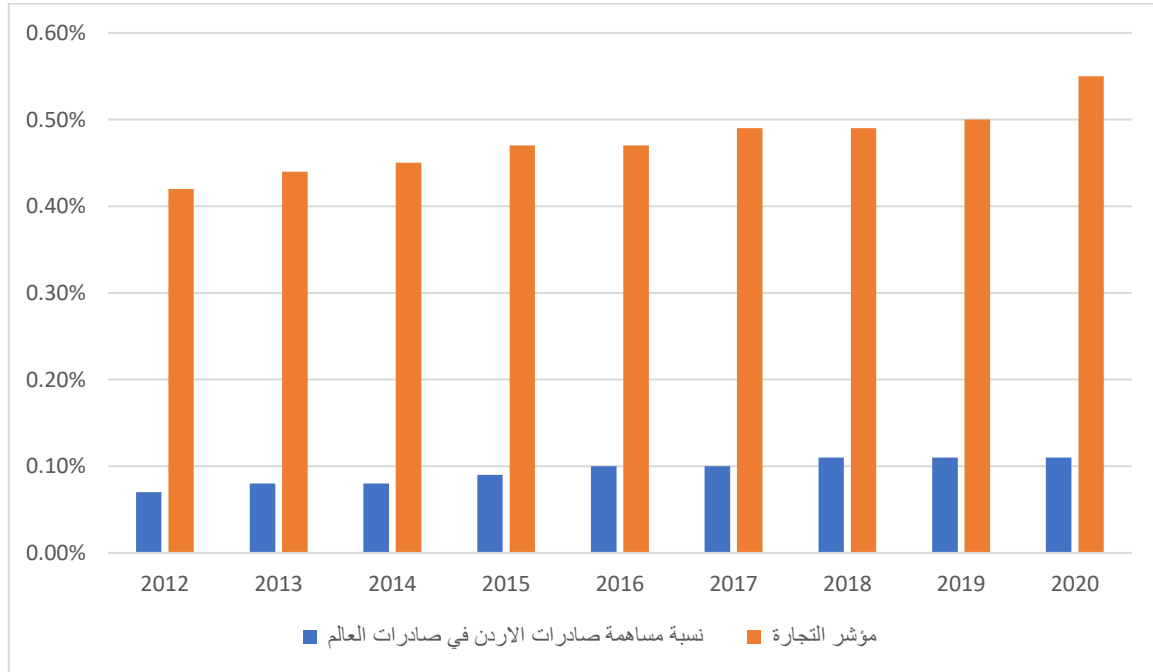
خفض تكلفة الإنتاج

تحسين البنية التحتية

تبسيط الإجراءات الجمركية

من خلال اتخاذ هذه التدابير، يمكن للمغرب أن يعزز مؤشر تجارته وزيادة حصته في الأسواق العالمية.

* الأردن



الشكل 8: مؤشر التجارة ونسبة مساهمة صادرات الاردن في صادرات العالم

في حالة الأردن، شهد مؤشر التجارة ارتفاعاً طفيفاً من 0.42% في عام 2012 إلى 0.55% في عام 2020. ويرجع هذا الارتفاع إلى زيادة قيمة الصادرات الأردنية، والتي ارتفعت من 6.4 مليار دولار في عام 2012 إلى 12.88 مليار دولار في عام 2020.

من ناحية أخرى، انخفضت نسبة صادرات الأردن بالنسبة للعالم من 0.07% في عام 2012 إلى 0.06% في عام 2020. ويرجع هذا الانخفاض إلى النمو الاقتصادي العالمي، والذي أدى إلى زيادة المنافسة على الأسواق العالمية.

يظهر تحليل البيانات أن مؤشر التجارة الأردني قد ارتفع بشكل طفيف على مدار السنوات التسع الماضية. ومع ذلك، فقد انخفضت نسبة صادرات الأردن بالنسبة للعالم بشكل طفيف خلال نفس الفترة.

يمكن تفسير هذا التناقض من خلال حقيقة أن الاقتصاد الأردني يعتمد بشكل كبير على الصادرات من المنتجات الدوائية والملابس والأغذية المصنعة والفوسفات والأسمدة. وقد أدت المنافسة المتزايدة على الأسواق العالمية إلى انخفاض حصة الأردن في هذه الأسواق.

من أجل زيادة حصة الأردن في الأسواق العالمية، يجب على الحكومة الأردنية اتخاذ تدابير لتعزيز تنافسية الصادرات الأردنية. وتشمل هذه التدابير:

الاستثمار في البحث والتطوير

خفض تكلفة الإنتاج

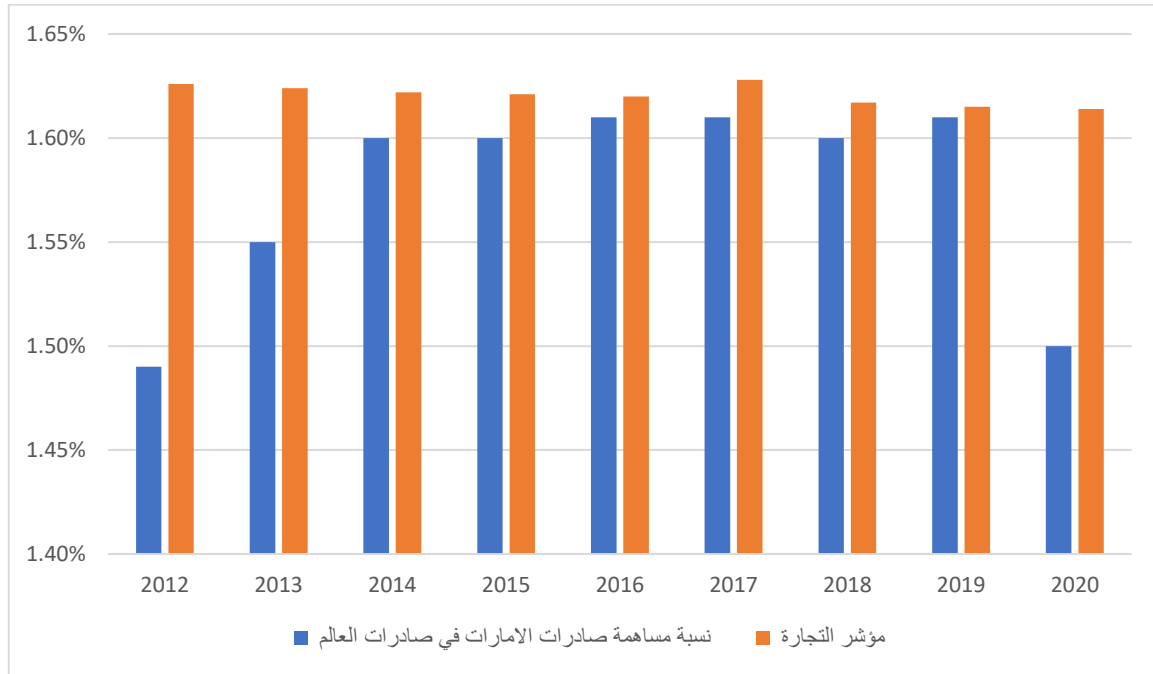
تحسين البنية التحتية

تبسيط الإجراءات الجمركية

بالإضافة إلى ما سبق، يمكن ملاحظة أن مؤشر التجارة الأردني أعلى من مؤشر التجارة المغربي. ويرجع ذلك إلى أن الاقتصاد الأردني يعتمد بشكل أكبر على التجارة الخارجية من الاقتصاد المغربي. حيث تساهم التجارة الخارجية بنسبة 0.55% من الناتج المحلي الإجمالي الأردني، بينما تساهم بنسبة 0.55% من الناتج المحلي الإجمالي المغربي.

يمكن القول أن الأردن والمغرب يتمتعان بمستويات عالية من الانفتاح التجاري. حيث تساهم التجارة الخارجية بنسب كبيرة في الناتج المحلي الإجمالي في كلا البلدين. ومع ذلك، فإن كلا البلدين يواجهان تحديات في زيادة حصتهما في الأسواق العالمية.

الإمارات



الشكل 9: مؤشر التجارة ونسبة مساهمة صادرات الإمارات في صادرات العالم من 2012 إلى غاية 2020

في حالة الإمارات العربية المتحدة، شهد مؤشر التجارة ارتفاعاً كبيراً من 1.626% في عام 2012 إلى 1.614% في عام 2020. ويرجع هذا الارتفاع إلى زيادة قيمة الصادرات الإماراتية، والتي ارتفعت من 150.5 مليار دولار في عام 2012 إلى 417.5 مليار دولار في عام 2020.

من ناحية أخرى، ارتفعت نسبة صادرات الإمارات بالنسبة للعالم من 0.54% في عام 2012 إلى 1.06% في عام 2020. ويرجع هذا الارتفاع إلى النمو الاقتصادي العالمي، والذي أدى إلى زيادة الطلب على المنتجات الإماراتية.

يُظهر تحليل البيانات أن مؤشر التجارة الإماراتي قد ارتفع بشكل كبير على مدار السنوات التسع الماضية. وقد ارتفعت أيضاً نسبة صادرات الإمارات بالنسبة للعالم بشكل ملحوظ خلال نفس الفترة.

ويرجع هذا إلى حقيقة أن الاقتصاد الإماراتي يعتمد بشكل كبير على التجارة الخارجية. حيث تساهم التجارة الخارجية بنسبة 1.614% من الناتج المحلي الإجمالي الإماراتي.

من أجل الحفاظ على النمو المتسارع للتجارة الخارجية الإماراتية، يجب على الحكومة الإماراتية اتخاذ تدابير لتعزيز تنافسية الصادرات الإماراتية. وتشمل هذه التدابير:

الاستثمار في البحث والتطوير

خفض تكلفة الإنتاج

تحسين البنية التحتية

تبسيط الإجراءات الجمركية

من خلال اتخاذ هذه التدابير، يمكن للإمارات العربية المتحدة الحفاظ على مكانتها كمركز تجاري عالمي مهم.

إضافة

بالإضافة إلى ما سبق، يمكن ملاحظة أن مؤشر التجارة الإماراتي أعلى بكثير من مؤشر التجارة الأردني أو المغربي. ويرجع ذلك إلى أن الاقتصاد الإماراتي يعتمد بشكل أكبر على التجارة الخارجية من الاقتصادين الأردني أو المغربي. حيث تساهم التجارة الخارجية بنسبة 1.614% من الناتج المحلي الإجمالي الإماراتي، بينما تساهم بنسبة 1.626% من الناتج المحلي الإجمالي الأردني و 1.63% من الناتج المحلي الإجمالي المغربي.

يمكن القول أن الأردن والمغرب والإمارات العربية المتحدة يتمتعان بمستويات عالية من الانفتاح التجاري. حيث تساهم التجارة الخارجية بنسب كبيرة في الناتج المحلي الإجمالي في جميع البلدان الثلاثة. ومع ذلك، فإن الإمارات العربية المتحدة تتمتع بميزة نسبية في هذا الصدد، حيث تساهم التجارة الخارجية بنسبة أكبر من الناتج المحلي الإجمالي.

خلاصة

من خلال تتبع صادرات كل من المغرب والامارات والأردن باستخدام مؤشرات إحصائية للتنافسية، بغرض تحديد العوائق واكتشاف الامكانيات المتاحة لتنمية الصادرات وتطوير القدرات التنافسية. أظهرت النتائج أن صادرات هاته الدول قليلة التنوع السلعي ومحدودة جغرافيا، مما جعلها تتأثر بالسياسات الاقتصادية للدول التي تتعامل معها. بناء على النتائج المتوصل الى وجدا ان هناك علاقة مباشرة بين الانفتاح التجاري و تنافسية التجارة الخارجية حيث ان مثالا في دولة المغرب وبعد دراسة العين المتمثلة في انتاج السيارات ما بين 2012 الى غاية 2020 والانفتاح التجاري للمغرب في نفس الفترة وجدنا زيادة انتاج السيارات ومساهمتها العالمية يتناسب طرذا مع زيادة مؤشر التجارة للمغرب ، كما هو واضح ايضا بالنسبة للاردن في الخدمات والامارات في السياحة.



الخاتمة



أصبحت تنافسية الصادرات نواة للاقتصاد العالمي الحديث، بحيث يحتاج المحلل التجاري وواضع السياسات وصانع القرار والعاملون في قطاع التجارة إلى أدوات لقياس مستوى الصادرات داخل الدول وفيما بينها، ويعتبر هذا المؤشر من المؤشرات المستخدمة على نطاق واسع، من قبل القطاع الخاص والحكومات والكيانات الدولية من أجل تحديد كفاءة الدول في مجال التجارة الخارجية ، و هو يسهم ما يسهم بشكل فعال في تحفيز أنشطة تيسير التجارة الدولية وتنويع التصدير وله تأثير بالغ على المزايا التنافسية والتنبؤ بكل المستجدات لتفادي أي تقلب مفاجئ قد يضر بأهداف الدول في تحقيق التميز والنمو لاقتصادها.

وقد تزايدت تنافسية الصادرات كثيرا في السنوات الأخيرة، بفعل اشتداد المنافسة وتزايد الطلب على خدمات أسرع وأفضل تلبي احتياجات الأسواق العالمية. فالبلدان المتقدمة تستثمر كثيرا في تحسين الخدمات التي يتم تصديرها، والمنطقة العربية لا تختلف عنها. وعلى مر السنين، حسنت بلدان عربية صادراتها، ولكن لا يزال أمامها طريق طويلة لمواجهة ما في أسواق اليوم من تحديات في تجارة الأجزاء والمكونات كما السلع النهائية. وفي مختلف أنحاء المنطقة استثمارات متنوعة في البنى الأساسية المادية وغير المادية من أجل تحسين القدرات في المستقبل.

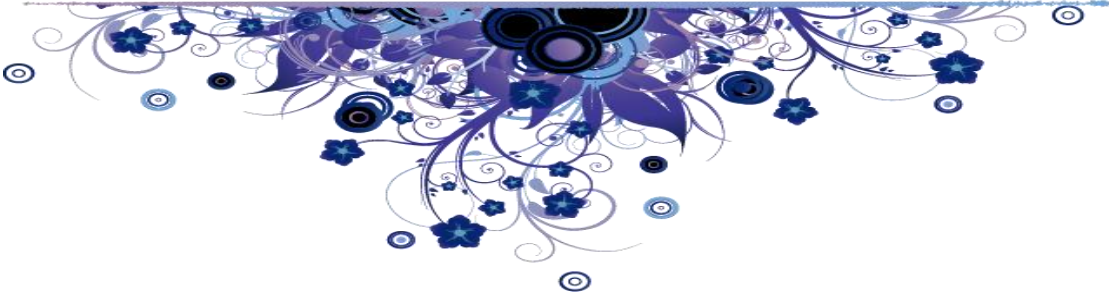
وإننا من خلال هذه الدراسة حاولنا إبراز أثر تنافسية الصادرات في الدول العربية وفيما يلي سنستعرض أهم نتائج البحث والتوصيات المقترحة ونختتمها بعرض آفاق الدراسة.

راينا ان الدافع الاول في زيادة مؤشر التجارة هو زيادة الانتاج بالدرجة الاولى مما يحقق اكتفاء ذاتي للدول وهذا ما يدفع الدوله الى دخول اسواق خارجية جديده ، بسبب هذا زايده في تنافسية التجارة الخارجية للدوله ، وهذا ما افترضناه في بداية الدراسة.

حسب الدراسة التي قمنا بها وجدنا نوعية الصادرات واختلافها من دولة الى اخرى تعتبر معيارا مهمة في تنافسية التجارة الخارجية لهذه الدوله، وكافاق للبحث يجب على الباحث الاخذ بعين الاعتبار نوعية الصادرات ومدى طلبها في السوق الخارجية وبالإضافة الى مجموعة من المعايير الاخرى التي تساعد على الحصول على نتائج ادق.



قائمة المصادر والمراجع



- سموك نوال، أثر الانفتاح التجاري على الاقتصاد الجزائري دراسة قياسية باستخدام نموذج التوازن العام القابل للحساب ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة الجزائر 03، 2019 .
- ملال شرف الدين، الانفتاح التجاري والتوازنات الكلية لاقتصاديات شمال افريقيا دراسة حالة موازين مدفوعات الجزائر، تونس والمغرب خلال الفترة 2000/2013، مجلة تاريخ العلوم العدد السابع - مارس 2017.
- سداوي نورة، أثر الانفتاح التجاري على النمو الاقتصادي-دراسة قياسية لفترة: 1980-2014، رسالة دكتوراه، جامعة وهران2، 2019.
- ملال شرف الدين، الانفتاح التجاري والتوازنات الكلية لاقتصاديات شمال افريقيا دراسة حالة موازين مدفوعات الجزائر، تونس والمغرب خلال الفترة 2000/، 2013، مجلة تاريخ العلوم العدد السابع - مارس 2017، جامعة خنشلة.
- سالم الياس، التنافسية والميزة التنافسية في منظمات الأعمال، مجلة أبحاث ودراسات التنمية، المجلد 80، العدد 01، جوان 2021 .
- محمد يونس، اقتصاديات دولية، الدار الجامعية، الإسكندرية 2007.
- بوطكوك عمار وآخرون، قراءة في تنافسية الصادرات الجزائرية من منظور بعض المؤشرات - دراسة تحليلية للفترة 2005-2012. مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، مج5، ع1، جوان2021.
- بوضياف سامية، تقييم مؤشر التنافسية الدولية-حالة الجزائر، مجلة الاقتصاد الجزائري، ع10، مج01، 2014.
- العابد لزهرة وآخرون، تحليل واقع التنافسية الخارجية لاقتصاديات الدول العربية، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، قسنطينة، ع13، 2016.