

مدى اعتماد الادوات الترويجية لجذب الاستثمارات الأجنبية في العراق

م.م ايمن عبدالمطلب حسن
كلية الحداثة الجامعة

Enmanabdalmatalb@yahoo.com

م.م. زهراء عبدالغني مصطفى
كلية الحداثة الجامعة

Zahraa_a.mustafaa@yahoo.com

المستخلص :

تهدف الدراسة الى تسليط الضوء على أهمية السياسات الترويجية ووسائل الاتصال المباشرة التي ينبغي استخدامها من قبل البلد المضيف لجذب الاستثمارات الأجنبية من مختلف دول العالم اذ تعد الاستثمارات الأجنبية نشاطاً اقتصادياً ومصدراً للتنمية الاقتصادية ، وبالتركيز على مشكلة غياب دور الترويج الاستثماري الذي ينعكس على رفع مستوى جاذبية المناخ الاستثماري في البلد المضيف، كما تم التطرق الى الصعوبات التي تواجه المستثمر في البيئة الاستثمارية منها البعد السياسي وحالة الاستقرار السياسي على المستوى الداخلي والخارجي للبلد والبعد الاقتصادي وما يمتلكه البلد من مقومات التنمية الاقتصادية، وتوصلت الدراسة الى ضعف الاهتمام بتحسين المناخ الاستثماري وقلة استخدام الأدوات الترويجية لجذب الاستثمارات الخارجية من مختلف دول العالم، ومن اهم التوصيات التي قدمتها الدراسة العمل على إنشاء وكالات ترويج الاستثمارات وفتح مكاتب ترويجية موزعة في مختلف دول العالم لترويج الفرص الاستثمارية التي يمكن تحقيقها في العراق وكذلك العمل على تقليل الاجراءات الروتينية والمعقدة التي تواجه المستثمر بالإضافة الى محاولة تحسين البيئة الاستثمارية والترويج لها.

Extent of adoption the promotional tools to attract foreign investments in Iraq

Abstract

The study aims to the importance of promotional policies and means of direct communication that should be used by the host country to attract foreign investments from different countries of the world as foreign investments are economic activity and source of economic development; focusing on the problem of absence of investment promotion role, that reflect Investments attractive in the host country, and also addressed the difficulties facing the investor in the investment environment, including the political dimension and the state of political stability at the internal and external levels in the country and the economic dimension and the country's economic development ;The study concluded that there is a lack of interest in improving the investment climate and the lack of use of promotional tools to attract foreign investments from the world. The most important recommendations of the study are the establishment of investment promotion agencies and the opening of promotional offices in different countries to promote investment opportunities that can be achieved in Iraq as well as work to reduce the routine and complex procedures that facing the investor in addition to trying the improve the investment environment and promotion .

المقدمة :

عانى العراق من تدهور في الانظمة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية ومن اجل اعادة هيكيلة النظام الاقتصادي والانفتاح على العالم الخارجي وانعاش القطاعات الانتاجية والخدمية من الضروري تبني سياسة الاستثمار الاجنبي في مختلف القطاعات ومحاولة تذليل المعوقات والصعوبات في بيئة الاستثمار العراقية من خلال تطوير الاطر القانونية والتشريعية وقرارات تستهدف الاصلاح الاقتصادي وحماية المستثمر الاجنبي والمحلي واتخاذ اجراءات فعالة لنقل اقتصاد العراق الى اقتصاد السوق الحر فضلا عن الترويج للفرص الاستثمارية التي توفرها ارض العراق بما تذخر من ثروات نفط وغاز طبيعي وطاقة وكلها تعتبر عناصر جاذبة للاستثمارات الاجنبية ومصدرا مهما للدخل ومن هنا تنبع اهمية الاستثمار الاجنبي وقوته في دفع عجلة الاقتصاد المحلي والانفتاح على الاقتصاد العالمي.

منهجية البحث

اولا: مشكلة البحث

تتمحور مشكلة البحث حول الاتي:

- ١- هل يتم اعتماد ادوات الترويج لجذب الاستثمارات الاجنبية في العراق وما هو مدى استخدامها؟
- ٢- عدم الاهتمام بالجهات الترويجية التي تساهم في جذب وتنمية الاستثمارات الاجنبية ؟

ثانيا: اهمية البحث

تكمن اهمية البحث في كونه يتناول موضوعا من المواضيع التي قليل ما تطرق اليها الباحثون رغم اهميتها من ناحية اسهام الاساليب وادوات الترويج في جذب وتشجيع الاستثمارات الاجنبية وتأثيرها على تنمية الاقتصاد مع ازدياد الاهتمام بسياسات جذب الاستثمارات والانفتاح على الاقتصاد العالمي .

ثالثا: هدف البحث

يهدف البحث الى:

- ١- توضيح مفهوم ترويج الاستثمارات الاجنبية.
- ٢- تسليط الضوء على السياسات الترويجية وادواتها .
- ٣- التعرف على بعض مؤشرات جذب الاستثمارات الاجنبية .
- ٤- التعرف على مضمون البيئة الاستثمارية في العراق .
- ٥- محاولة الاستفادة من تجارب مجموعة من الدول العربية استخدمت اساليب ترويجية متنوعة لتنمية استثماراتها .
- ٦- التعرف على مدى اعتماد ادوات الترويج للاستثمار ، وما هو اسهامها في جذب الاستثمار الاجنبي

رابعا: فرضية البحث

يسهم اعتماد الادوات الترويجية في جذب وتنمية الاستثمارات الاجنبية

خامسا: منهج البحث

يعتمد البحث منهجا يهدف الى الربط بين الاسس النظرية والتجريبية ، وسنركز على الاسلوب الوصفي التحليلي لتقويم نتائج العمل التجريبي .

المبحث الاول ترويج الاستثمارات الاجنبية

اولا: مفهوم الاستثمار الاجنبي

يشير الاستثمار الى النشاط الاقتصادي الذي يكون مصدره الاساس المدخرات الوطنية سواء كانت لدى الافراد والمؤسسات والمنشآت العامة او الخاصة في البلد النامي ويؤدي الاستثمار الى زيادة المصادر الانتاجية ولهذا فهو يمثل الانفاق على انتاج السلع الانتاجية كالمكائن والألات ووسائل النقل والمباني الجديدة وزيادة المخزون كالمواد الأولية والسلع الوسيطة ويلعب دور اساسي في التنمية الاقتصادية ، وتعددت انواع الاستثمارات وحسب طبيعة الاستثمارات ولكننا سنركز في بحثنا على الاستثمار الاجنبي المباشر وبصورة عامة فالاستثمار الاجنبي ، هو انتقال لرؤوس الاموال من الخارج الى الدول المضيفه بغية تحقيق ربح للمستثمر الاجنبي بما يكفل زيادة الانتاج والتنمية في الدولة المضيفه والاستثمارات الاجنبية في جميع الفرص المتاحة للاستثمارات في الاسواق الاجنبية من قبل الافراد او المؤسسات المالية اما بشكل مباشر او غير مباشر (البديري ، ٢٠٠٦ ، ١٤٣) . وسنركز في بحثنا على الاستثمار الاجنبي المباشر

فالاستثمار الاجنبي المباشر : هو توظيف لاموال اجنبية (غير وطنية) في موجودات رأس مالية ثابتة دولة معينه وعادة ما تكون استثمارات طويلة الاجل ويعكس منفعة المستثمر في دولة اخرى . ويكون له الحق في ادارة موجوداته والرقابه عليه من بلده الاجنبي او من بلد الاقامة واما كان المستثمر فردا ام شركة ام مؤسسة ، ويتم تحويل تلك الاستثمارات الاجنبية من خلال رأس المال الذي يقدمه المستثمر الاجنبي ويتخذ نمط التمويل بالملكية المديونية وبصيف متعددة ، اما قنواته في حركته الاستثمارية فهي الشركات متعددة القومية وبهذا فإن المستثمر الاجنبي يعرف بأنه الشخص الذي يصنع الاستثمارات الاجنبية ويكون اما شخصا طبيعيا او معنويا ويمثل اعمال ، شركة او مؤسسة ربما يكون المستثمر دولة من مجموعة دول (احمد، وخضير ، ٢٠١٠ ، ١٤٠) . اما النوع الثاني فهو الاستثمار الاجنبي غير المباشر : وهو الاستثمار الذي يتعلق بشراء المستثمرين للاسهم والسندات والاوراق المالية بهدف المضاربة ، وعلاقة هذه الشريحة من المستثمرين مع الشركات التي يشترون اسهمها او سنداتهما في علاقة غير مباشرة حيث لا يكون للمستثمر دورا مؤثرا في قرارات الشركة (فهد ، وجاسم ، ٢٠١٧ ، ٣٧٥) .

ثانيا: ترويج الاستثمارات الاجنبية

ان الترويج للاستثمارات يهدف الى تسويق الفرص الاستثمارية وتحقيق المنافع الاقتصادية والاجتماعية والحصول على مستثمر حقيقي ومقتدر مهنيا وماليا ويؤمن بالمزايا والمقاصد واحيانا يتطلب الجمع بين الاطراف المؤثرة في القرار الاستثماري (المستثمر والممول وهيئات الاستثمار) للوصول الى مستوى اعلى من الثقة والاطمئنان . الترويج للاستثمارات هو حزمة من الجهود المنظمة التي تعمل على تنظيم العلاقة بين الاطراف المعنية بتحقيق المنفعة المشتركة وخلق الثقة بالفرص المتاحة والتشريعات النافذة والقناعة بالامتيازات الممنوحة والمقومات المحلية اما الترويج الخارجي فهو نشاط لترويج الدولة في الخارج كوجهة استثمارية مميزة تركز على دراسات لاسواق الدول لتساعد في تحديد الدول والمستثمرين المحتملين حيث يتم استهدافهم ضمن استراتيجية توضع لتشجيع الاستثمار (هيئة استثمار الديوانية) وعرفت الجمعية العامة ٢٠٠٩ الترويج للاستثمار على انه صياغة السياسات ، تهيئة ظروف وبيئة مناسبة في مختلف المجالات للاستثمارات المحلية والخارجية لكي تمكن المستثمرين من القيام بنشاطات الاعمال (صالح، ٢٠١٣ ، ٣٦٠) .

ثالثاً: ادوات الترويج للاستثمارات الاجنبية

فيما يتعلق بأدوات الترويج للاستثمارات وبناء الانطباع العام عن البلد المضيف التي تستخدم جهات ترويجية لاستثماراتها فإنه الادوات متنوعة ويمكن تقسيمها الى ادوات الترويج المباشر وادوات الترويج الغير مباشر (المؤسسة العربية لضمان الاستثمار ، ٢٠١٢ ، ٨٠)

١- الترويج المباشر: تقوم الجهات الترويجية باتباع عدد كبير من وسائل الاتصال المباشر مع المستثمرين المحتملين في مختلف بلدان العالم ويتضمن ابرزها :-

أ- قيام جهات الترويج بلقاء المستثمرين وجها لوجه في اجتماعات خاصة في الداخل او الخارج مع الفرق التجارية واتحادات المستثمرين وكل تنظيمات رجال الاعمال او مقابلة مسؤولي شركات استثمارية عالمية واقليمية كبرى للحديث حول فرص وقطاعات محددة .

ب- تنظيم احداث وملتقيات وورش عمل متخصصة للترويج ودعوة مجموعة من المستثمرين المستهدفين .

ج- تنظيم والاشتراك في المؤتمرات والندوات والمعارض والفعاليات العامة التي تحظى بحضور مكثف من رجال الاعمال والمستثمرين .

د- التواصل الالكتروني او البريدي او الهاتفي المباشر مع قوائم محددة ومنقاة من المستثمرين ورجال الاعمال عبر ارسال مواد تعريفية وفق آلية تحدد نوعية المواد ودورية التواصل .

٢- الترويج غير المباشر: حيث تقوم الجهات الترويجية بالتواصل مع المجتمع الاقتصادي بشكل عام عبر وسائل الاتصال الجماهيري العامة والمتخصصة وتشمل ما يلي :-

أ- الحملات الاعلانية مدفوعة الاجر في مختلف وسائل الاعلام المقروءة والمسموعة والمرئية والالكترونية والتي يتم تنفيذها عادة عبر وكالات عالمية متخصصة .

ب- حملات العلاقات العامة المحلية والعالمية والتي تستهدف التواصل مع مختلف وسائل الاعلام ولكن عبر مواد تحريرية ومعلومات قابلة للنشر الصحفي والاعلامي دون مقابل رسمي لتلك الوسائل مثل اجراء مقابلات مع المسؤولين ونشر مقالات وتحليلات وتحقيقات عن مناخ الاستثمار وتطوراتهِ .

رابعا: مبادئ الترويج الاستثماري

ذكرت (National Assembly Council ، 2009, 3) ان الترويج الاستثماري سيتمثل بمجموعة مبادئ منها :-

١- الاستجابة لتوجيهات خطة تطوير السياسة ، والاستراتيجية والمستوى الاقتصادي والاجتماعي وعلى مستوى القطاع والاقليم والانفتاح الاجتماعي في كل فترة وبالتالي الامتثال للقوانين والانظمة.

٢- ربط الترويج للاستثمارات بتقوية ادارة الدولة بالمركزية والاساليب المنتظمة عبر البلاد .

٣- للتأكيد على ان الاستثمارات قد تلقت خدمات مريحة وسريعة وواضحة وتتمتع بمساواة وعدالة قبل وضع قانون الاستثمار من خلال تطبيق خدمات استثمار (الباب الواحد) .

٤- لتكوين سياسة ترويجية في مختلف المجالات والتي يمكن ان تجذب الاستثمارات .

٥- للتأكيد على حماية الملكية والحقوق المشروعة والفوائد للمستثمرين من البلد المضيف .

٦- للتأكيد على حماية وتطوير البيئة والامن والامان في المجتمع وفي منطقة الاستثمار . ويعرض الجدول رقم (١) مجموعة من اليات الترويج الاستثماري التي اجتمعت على تحديدها مجموعة من المنظمات الدولية

الجدول رقم (١) اليات ترويج الاستثمار وفقا لمؤشرات WORLD BANK,OECD,UNCTAD ,UNIDO

المنظمة	الاداة	النوع	الهدف	الفئات المستهدفة
OECD*	اطار سياسي للاستثمار	البلد المضيف	مجال السياسة	الحكومات
UNCTAD*	مراجعة السياسات الاستثمارية			
WORLD BANK	الخدمات الاستشارية للاستثمارات الاجنبية			
OECD	توجيهات سياسية للمانحين باستخدام ODA لترويج الاستثمارات الخاصة للتنمية	الدول المانحة	دعم السياسة	
OECD،UNCTAD	الاصلاحات الصناعية – تقارير الاتجاهات والتطورات الاخيرة للاستثمارات الاجنبية سنوياً	البحوث والمنشورات		
WORLD BANK	تقارير تمويل التنمية العالمية			
UNCTAD	تقارير الاستثمار العالمية ، نشر ادوات اتفاقات الاستثمار العالميةمنها قائمة البلدان المتفقة على معاهدات الازدواج الضريبي .			
WORLD ،OECD ، UNIDO،BANK UNCTAD	وكالات ترويج الاستثمار العالمية	البرامج والادوات الداعمة		
OECD	اطار الشفافية لسياسة الاستثمار ، وقائمة بسياسة الحوافز المتبعة للاستثمار الاجنبي المباشر	ادوات الاستثمار		
WORLD BANK	مراكز ترويج الاستثمار الاجنبي المباشر			
OECD	قانون تحرير حركة رأس المال ،واعلان منظمة التعاون والاقتصاد والتنمية وقرارات الاستثمار الدولية ومتعددة الجنسيات تتضمن ١ . مبادئ توجيهية للشركات متعددة الجنسيات ٢ - المعادلة الوطنية ٣ -ادوات الصراع			

	٤. الحوافز والمثبطات للاستثمار الاجنبي	المؤشرات		
OECD	مفاهيم مؤشر OECD للاستثمار الاجنبي المباشر مؤشر اصلاح الاستثمار	الوسيلة	الدعم المباشر	
WORLD BANK	ادوات ترويج الاستثمار			
UNCTAD	بوصلة الاستثمار			
WORLD BANK ,UNIDO,OECD,UNCTAD	وكالات ترويج الاستثمار (IPAS)	تقنية الترويج	اليات الضمان والتمويل	المستثمرون
WORLD BANK	ادوات الوعي بالمخاطر للشركات متعددة الجنسيات في مناطق ضعف سيطرة الحكومات ،شبكة الاستثمارات الاجنبية المباشرة مركز ضد المخاطر السياسية .			
UNIDO	وحدات ترويج الاستثمار (IPUS) مركز التعاون الصناعي العالمي			
UNIDO	شبكات الاستثمار ومكاتب تقنيات الترويج ،مراكز التقنية العالمية (ITC) .			
UNCTAD	اتفاقيات الاستثمار العالمية : الدعم التكنولوجي			
WORLD BANK	- الاسهم والصناديق الخاصة في التعاون التمويل الدولي (IFC) - خدمات ضمان الاستثمار			

منظمة التعاون للاقتصاد والتنمية OECD* مؤتمر الامم المتحدة للتجارة والتنمية UNCTAD ومنظمة الامم المتحدة للتنمية الصناعية UNIDO*

Source: Kokke ,Maaike & Stichle ,Myriam Vender ,2008 , Promotion of Foreign Direct Investment , This Somo ,Stiching onder zoek , centere for Research

خامسا: كلف ترويج الاستثمار الاجنبي المباشر

حدد (Kokke and Stichle، 2008 ، 6-7) مجموعة من الكلف التي تنفقها الحكومات في الاستثمارات الاجنبية منها:

١- **كلف التمويل**: لا تحظى كلف تمويل ادوات ترويج الاستثمار بالاهتمام ، حيث انه ما ينفق من اموال لادوات العمليات الترويجية ينبغي ان تعوض بفوائد مالية من خلال تدفق الاستثمارات الاجنبية المباشرة (FDI) Foreign Direct Investment (FDI) وتوضع سوية مع المبالغ المنتهية المصروفة لتدفع (FDI) . وفي الحقيقة تعرض المؤسسات الدولية القليل من الشفافية بخصوص مبالغ الاموال المستخدمة لتمويل ادوات الترويج وفي ما يخص كلف تنمية الدول عندما تستخدم تلك الادوات المتوفرة . ادوات ترويج (FDI) تمول من قبل الدول المانحة وصناديق التمويل وبصورة رئيسية مساهمات الدول المتبرعة وبسبب نقص بيانات التمويل فمن الصعوبة تقييم كفاءة هذه الادوات.

٢- **كلف الحوافز**: يعتبر التركيز الدولي والسياسي على اهمية الاستثمار الاجنبي المباشر للدول النامية الى اعطائه حوافز للمستثمرين الاجانب وعادة لا تقدم الى المستثمرين المحليين مثل خفض الضرائب او اعفاءات ضريبية على الواردات والصادرات.

٣- **كلف سياسية**: تتمثل بالمؤشرات السياسية المختلفة مثل مؤشرات ممارسة أنشطة الاعمال (حسب البنك الدولي وخارطة الاستثمار تبعا ل OECD) صممت لمقارنة انظمة الاستثمار لمختلف الدول النامية. وان معظم الحكومات تبني تحسينات نظام الاستثمار لأكبر جزء من المؤشرات المتجانسة (المتماثلة) لتحسين تصنيفها ومكانتها متضمنة حقوق الانسان والغاء المحددات الاجتماعية والاهداف البيئية بالتركيز على ازالة الحواجز للمستثمرين الاجانب والمحليين المراد تحقيقها تؤكد الحكومات على تقليل التغيير في معدلات التمويل لكي لا تؤذي المستثمر الاجنبي فضلا عن التعاقبات السلبية للاقتصاد الدولي والاعمال المحلية على سبيل المثال ، مبادئ المصادرة غير المباشرة المتضمنة في (BITS) معاهدات الاستثمار وهذه بالنتيجة تؤدي بالحكومات الى رفع دعاوى قضائية الى الهيئات الدولية لتسوية النزاعات من اجل ادخال قوانين جديدة تضر بعمليات الشركات متعددة الجنسية .

٤- **كلف بيئية واجتماعية**: مثل قوانين البيئة التي تحد من خيارات الشركات فمعظم وسائل الترويج الاستثماري لا تقدم للحكومات الادوات والاجراءات التي يمكن من خلالها التعامل مع المشاكل الاجتماعية والبيئية المتعلقة بالاستثمار الاجنبي ، لحماية السكان والعاملين ضد سلبات الاستثمار الاجنبي او لتقييم تأثير الاستثمار الاجنبي على حقوق ودخل العاملين والامن الاجتماعي فمعظم البلدان المضيفة تتجاهل التأثيرات السلبية والكلف المترتبة من العمل بمختلف القطاعات مثل قطاع الصناعات الثقيلة مثل التعدين والغزل والنسيج والملابس والسياحة فالاستثمار الاجنبي غير المنظم يؤدي الى ظروف عمل سيئة التي تتجلى بها قلة الاجور والعمل الاضافي وظروف العمل السيئة وتؤدي الى ضرر بيئي او تأثيرات سلبية على المجتمع ويؤثر كذلك دخول المستثمر على السوق باعتباره اللاعب الاكبر في السوق مقارنة بالمستثمر المحلي وفي قطاع الخدمات على سبيل المثال المستثمر الاجنبي يفوت الفرص على الفقراء من اجل تعظيم ارباحه ، على سبيل المثال البنوك الاجنبية لا تهتم دائما في توفير الائتمان للشركات العاملة في الاسواق المحلية والفلاحين وتطلب رسوم عالية للودائع من العملاء البسيطين كذلك الحال بخدمات الماء والكهرباء فكل تجهيزها عالية في المناطق الفقيرة (بسبب الصيانة الدورية الضعيفة للأنابيب الماء او مصدر الكهرباء او

عدم وجود صيانة اصلا) بالنتيجة تقلل دخول الخدمات الاساسية في المناطق الفقيرة او ربما تكون بالنتيجة كلف خدمة الفقراء تتحملها الحكومات المحلية والمانحة .

واشارت (49 ، 2014 ، Byrka) الى ان تكون وكالات الترويج الاستثماري مبدعة وخلاقة بادواتها الترويجية للوصول الى المستثمرين المحتملين وتشجع الاستثمار الاجنبي وعرضت مجموعة من الادوات الناجحة التي تقود الى تدفق الاستثمار الاجنبي المباشر FDI الى المناطق المستهدفة من خلال :-

- ١- العناية بنشاطات الاعمال لترويج اعادة الاستثمارات ، وكشف امكانيات الشركة المساهمة في الموقع وكشف الاتجاهات وفرص العمل في المجتمع .
- ٢- الترويج عبر الانترنت ووسائل اعلام جديدة .
- ٣- شراكة وثيقة لكل الشبكات على حد سواء لكل من دائرة اتصال المستثمرين ودائرة وكالات ترويج الاستثمارات IPAS المتخصصة .
- ٤- جذب السفراء للنشاطات الترويجية .
- ٥- استراتيجية الشراكة بين السلطة المحلية ومنظمات ترويج الاعمال مع الشركات التي تقدم افضل خدمات المستثمر

٦- انشاء بيئة للمدينة قائمة على اساس قيم متنوعه وحرية شخصية والتعبير عن الذات لتجذب المبدعون والمحترفون وخاصة في مجال تقنية المعلومات IT مع ضرورة التأكيد على ايجاد مداخل جديدة للمستثمرين الاجانب بالنظر للحاجة الى الاستثمارات ومن هذه المداخل نهج الشبكة الموجهة التي تبدأ بالموازنة بين التعاون والمنافسة والتي باتت واضحة في كل مرحلة من المراحل الخاصة بترويج الاستثمارات الاجنبية المباشرة متضمنة بحث ما قبل الاستثمار للمستثمرين المحتملين ومشاريع الادارة من خلال التعاون مع IPAS وشبكات الاعمال المحلية .

واشار (التميمي ، ٢٠٠٧ ، ٢١٦) الى ان ترويج الاستثمار الاجنبي المباشر يمر بثلاثة مراحل : **المرحلة الاولى** : تتضمن الدعاية والترويج بما في ذلك المشاركة في المؤتمرات والمعارض الدولية وعقد لقاءات مع المستثمرين وابرار الاتفاقيات مع مختلف الدول .

المرحلة الثانية : تشمل خلق الفرص المواتية والمشجعة للاستثمار فيها والقطاعات الجاذبة لهذه الاستثمارات وبناء المؤسسات واصدار القوانين المشجعة للاستثمار الاجنبي المباشر .

المرحلة الثالثة : تتمثل بالمحافظة على الاستثمارات القادمة عن طريق توفير الخدمات الحكومية اللازمة والبنية التحتية الحديثة وغيرها وعدم هروبها بما يشجع بالتالي على قدوم استثمارات اضافية بفضل الجهود القائمة لخدمات هذه الاستثمارات . اما (فهد وجاسم، ٢٠١٧، ٣٩٣-٣٩٤) فذكروا ان عملية الترويج للاستثمارات الاجنبية تمر بأربعة مراحل اساسية متناسقة وتخدم بعضها البعض وهي كالآتي:

١- رصد اراء المستثمرين الاجانب سواء كانت ايجابية او سلبية: من خلال الترويج يمكن التعريف بالفرص الاستثمارية في اوساط المستثمرين وطرق الاستفادة من جميع اشكال الدعم والتسهيلات والاستماع الى مخاوفهم وانتقاداتهم .

٢- بناء الانطباع العام والصورة الاولى حول الدولة والترويج لها كموقع مميز ومضيف للاستثمار: ابراز الموقع المتميز والتأكيد على الدعم والتشجيع والتسهيلات اللامحدودة من قبل الدول المضيفة.

٣- استهداف المستثمرين وتوليد الاستثمار : ويركز على دقة الرسالة التسويقية للدولة وامكانياتها لتلبية متطلبات المستثمرين الاجانب وملائمة المناخ الاستثماري وتوفير الايدي العاملة.

٤- خدمة المستثمر: تعتبر الخدمات الجيدة والمستمرة التي تقدمها الحكومة والوكالات المسؤولة على تطوير العلاقة بين المستثمر والدولة المضيفة من اهم عناصر النجاح لبعث روح الثقة

المستقبلية وبناء الانطباع الايجابي لدى المستثمرين وتقديم كافة الخدمات من قاعدة البيانات ومواقع تسهل التواصل المثمر.

المبحث الثاني

قياس اداء جهات الترويج للاستثمار الاجنبي

(تجارب دول مختارة لجهات الترويج)

اولا: جهات الترويج للاستثمارات الاجنبية

لما كان الترويج للاستثمار هو نشاط لترويج الدولة في الخارج كوجهة استثمارية مميزة تركز علي دراسات اسواق الدول لتساعدها في تحديد الدول والمستثمرين المحليين حيث يتم استهدافهم ضمن استراتيجيات توضح لتشجيع الاستثمار (علي، وعبدالرزاق، ٢٠١٨، ٢) ، فقد اخذ الترويج بالتزايد من حيث اهميته ودوره في استقطاب الاستثمار الاجنبي الامر الذي يتطلب وضع الخطط والبرامج الترويجية الملائمة وضمان حسن تطبيقها ومتابعتها والتقييم المستمر لادائها . وفي هذا السياق عازمت الدول العربية الى انشاء بنية ادارية متكاملة وجهات متخصصة تتولى مهمات الترويج للاستثمار (المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، ٢٠١٢، ٦) ، فقد اشارت العديد من الدراسات الى اهمية علم الترويج للاستثمار ودور هيئات تشجيع الاستثمار في تحقيق اهداف النمو الاقتصادي والتشغيل . مهما جدا حتى بالدول العربية التي لم تعتقد بضرورة وجود مثل هذه الهيئات في السابق ، للجوء مؤخرا الى تفعيل أو تأسيس هيئات ترويج مستقلة وطنية او اجهزة خاصة بالمحافظات ، ولأنجاح جهود الترويج للاستثمار والدفع بالدولة الى موقع متقدم على خارطة الاستثمارات العالمية وجعلها تدخل ضمن "القوائم القصيرة " في دوائر اتخاذ القرارات لرؤساء اكبر الشركات العالمية (بيسو، ٢٠٠٨، ١٥) ، ونظرا للدور الذي تتطلع له الجهات المعنية بالترويج للاستثمار في بلد ما وبناء انطباع ايجابي عنه لدى المستثمرين من مختلف دول العالم ، جاء اهتمام المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات بموضوع ترويج الاستثمار من مختلف جوانبه (المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، ٢٠١٢، ٦) . وهي مؤسسة انشئت بمقتضى اتفاقية صادقت عليها كل الدول العربية تقريبا ودخلت مرحلة التنفيذ في عام ١٩٧٤ كهيئة عربية اقليمية مشتركة تضم في عضويتها كافة الدول العربية وتتخذ المؤسسة من دولة الكويت مقرا لها . وتهدف المؤسسة الى تشجيع الاستثمار في الدول العربية وتشجيع الصادرات العربية لمختلف دول العالم . ولتحقيق الهدف هذا توفر ضمان التغطية التأمينية للاستثمارات العربية والاجنبية المنفذة في الدول العربية ضد المخاطر الغير التجارية مثل التأميم والمصادرة ونزع الملكية والحروب ، كما توفر ضمان التغطية التأمينية لأئتمان الصادرات العربية المتجهة الى كافة انحاء العالم ضد المخاطر التجارية مثل عدم وفاء المدين او افلاسه ، وضد المخاطر غير التجارية مثل منع المصروف استيفاء حقه (<http://ar.m.wikipedia.org>) كما انه يجب التأكيد على تعزيز دور هيئات تشجيع الاستثمار في تحقيق هذه الاهداف فانه لا بد من القيام بالخطوات الاتية: (بيسو ، ٢٠٠٨، ٢٥-٢٦):

- ١- توفير الدعم الكامل للقائمين على هذه الهيئات والعاملين فيها ، وضمان تمتعهم برواتب ومزايا وحوافز تتناسب مع اهمية العمل المناط بهم وطول ساعات العمل المترتبة على طبيعة عملهم .
- ٢- ضمان الاستقلالية المالية والادارية للهيئة، لتسهيل قيامها بالمهام الترويجية المطلوبة وفقا لافضل الممارسات .
- ٣- اتاحة الفرص للمشاركة في المحافل والمؤتمرات المتخصصة وتنظيم فعاليات محددة في الدولة تبعد عن البهرجة الاعلامية وتركز على النتائج الملموسة (يمثل منتدى قرطاج السنوي في تونس مثالا جيدا ، وكذلك المنتقيات الاقتصادية التي تنظمها مجموعة الاقتصاد والاعمال) .
- ٤- الافادة من خبرات العديد الشركات العالمية الاستثمارية المتخصصة

٥- الافادة من ثروة المعلومات المتوفرة في شبكة الانترنت من خلال بوابات معلومات لشبكات متخصصة

٦-الافادة من الدورات التدريبية المهنية التي تقومها منظمات ومؤسسات اقليمية مثل (المعهد العربي للتخطيط بالكويت والمؤسسة العربية لضمان الاستثمار) ومؤسسات دولية (مثل الرابطة الدولية لهيئات تشجيع الاستثمار) وانكتاد ومنظمة الامم المتحدة للتنمية الصناعية (يونيو) ومنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (سيدو) ورابطة هيئات تشجيع الاستثمار الاورو – متوسطة (انيما) والجدول رقم(٢) التالي يوضح جهات الترويج للاستثمار الاجنبي في الدول العربية.

الجدول رقم (٢) جهات الترويج للاستثمار الاجنبي في الدول العربية .

ضمن المجموعة	الدولة	اسم الهيئة
الجهات الداعمة للترويج للاستثمار الاجنبي في الدول العربية	الاردن	مؤسسة تشجيع الاستثمار
	الامارات	المناطق الحرة في الامارات
	البحرين	مجلس التنمية الاقتصادية
	تونس	وكالة التسوق بالاستثمار الخارجي
	الجزائر	الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار
	جيبوتي	الوكالة الوطنية لتنمية الاستثمار
	السعودية	الهيئة العامة للاستثمار
	سلطنة عُمان	الهيئة العامة لترويج الاستثمار وتنمية الصادرات
	سورية	هيئة الاستثمار السورية
	العراق	الهيئة الوطنية للاستثمار
	فلسطين	هيئة تشجيع الاستثمار
	قطر	وزارة الاعمال والتجارة
	الكويت	مكتب استثمارات المال الاجنبي
	لبنان	الدراسة العامة لتشجيع الاستثمار في لبنان
	ليبيا	الهيئة العامة لتشجيع الاستثمار وشؤون الخصخصة
	مصر	الهيئة العامة للاستثمار
	المغرب	الوكالة المغربية لتنمية الاستثمارات
	اليمن	الهيئة العامة للاستثمار
	موريتانيا	المفوضية المكلفة بترقية الاستثمارات
	السودان	وزارة الاستثمار

المصدر :المؤسسة العربية لضمان الاستثمار،(٢٠١٢) ، جهات الترويج للاستثمار في الدول العربية الواقع والتحديات،العدد الثالث،الكويت ،ص١٢ .

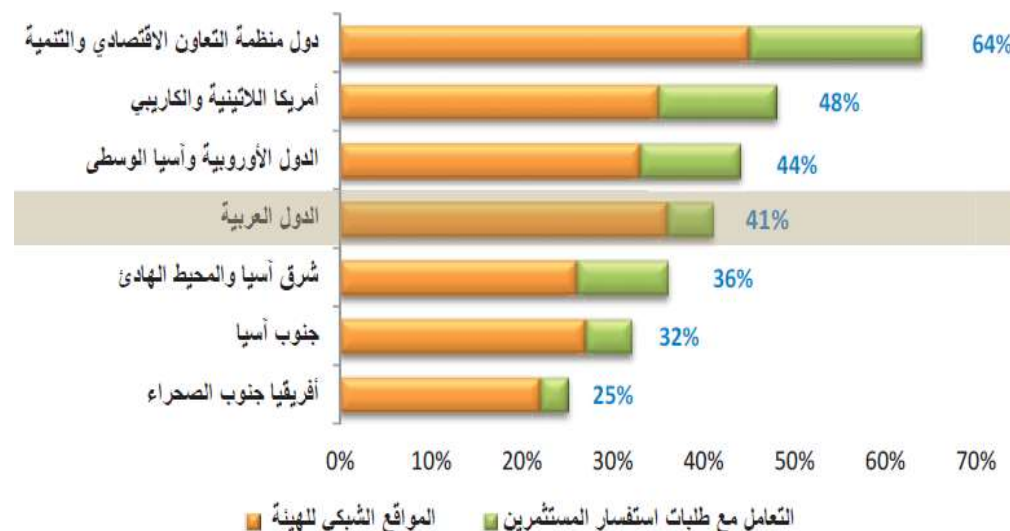
GLOBAL investment promotion Best practice, 2006 ,2009 ,2012 ,The world group.

وان مدى النجاح في تفعيل دور هيئات تشجيع الاستثمار ، وبالتالي صناعة الترويج للاستثمار يحدد مدى نجاحها في التأثير على جذب تدفقات الاستثمار الاجنبي ومواكبتها للتطورات المتسارعة التي تشهدها حركة الاستثمارات عالميا . ومن هنا فأن الدول تتمايز بمقدار نجاحها في بلورة استراتيجية ترويجية متكاملة تستند الى اهداف محددة ومزيج متناغم في المبادرات والحملات والفعاليات المتتابعة والمدرسة . والتي تحظى بدعم اعلى سلطة في الدولة ويتفهمها جميع الاطراف (بسيسو ، ٢٠٠٨ ، ٢٧-٢٨) .

ولقياس اداء هيئات تشجيع الاستثمار بالتعامل مع المستثمرين الاجانب يصدر تقرير (افضل ممارسات ترويج الاستثمار العالمي) عن مجموعة البنك الدولي بالتعاون مع مؤسسة التمويل

الدولية ووكالة ضمان الاستثمار المتعددة الاطراف، وذلك بالاستناد الى قياس اداء مؤشرين رئيسيين هما:-

- ١- الموقع الشبكي للهيئة (ويمثل ٥٠% من الاداء الكلي).
- ٢- التعامل مع طلبات استفسار المستثمرين (ويمثل ٥٠% من الاداء الكلي).



الشكل (1)

ترتيب المجموعات من حيث اداء هيئات تشجيع الاستثمار من حيث تقديم افضل خدمة للمستثمر (الموقع الشبكي+التعامل مع الطلبات) وفق مؤشر عام ٢٠١٢

المصدر: المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، جهات الترويج للاستثمار في الدول العربية .. الواقع والتحديات، ٢٠١٢، العدد الثالث.

و يوضح النتائج حول اداء هيئات تشجيع الاستثمار في ١٨٩ دولة وفق مستويات تصنيف الاداء المعتمدة أن ١٨ جهة ترويج عربية كما في الجدول رقم (٢) جاءت ضمن الفئة الاقليمية (الشرق الاوسط وشمال افريقيا) وقد احرزت عام ٢٠١٢ المرتبة الرابعة بمتوسط اداء بلغ ٤١% كما في الشكل (١) بعد مجموعة الدول الاوربية واسيا الوسطى المرتبة الثالثة ، ومجموعة امريكا اللاتينية والكاريبي المرتبة الثانية ، ومجموعة دول منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية المرتبة الاولى ، وان مجموعة افريقيا جنوب الصحراء التي احرزت المرتبة السابعة والاخيرة بمتوسط اداء ضعيف ٢٥% قد تضمن دولتين عربيتين هما موريتانيا والسودان . (المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، ٢٠١٢، ١٣).

ثانيا: تجارب دول مختارة لترويج الاستثمار

تختلف اساليب الترويج من دولة لآخرى حسب قوة الرؤيا الاقتصادية السائدة والقوانين النافذة وطبيعة الموارد والمعطيات المتاحة وفيما يأتي استعراض لبعض الدول في مجال ترويجها لفرصها الاستثمارية .

اولا : الاردن

تعتبر مؤسسة تشجيع الاستثمار في الاردن احدى المؤسسات الرائدة عالميا في استقطاب الاستثمارات الاجنبية وتمكين الاستثمارات المحلية لتحقيق الازدهار الاقتصادي في الاردن وهي

مؤسسة حكومية ملتزمة بالتنسيق مع القطاع الخاص في ترويج الاردن كموقع مشجع ذو بيئة أعمال ملائمة ومتميزة للاستثمار (www.gbd.gov-jd/files/GBD/Law-unit). وتأسست هذه المؤسسة بموجب قانون الاستثمار الاردني رقم ١٦ لسنة ١٩٩٥ لتتمتع بذلك بشخصية الاعتبارية ذات الاستقلال المالي والإداري ولتباشر أعمالها عن الفرص الاستثمارية وتحفيز الاستثمار والترويج لها من خلال تعزيز الثقة بالبيئة الاستثمارية والعمل على تسهيل إجراءات التسجيل والترخيص للمشروعات الاستثمارية ومتابعة القائم على أساس الفاعلية والتكلفة وتقديم المشورة متى اقتضت الحاجة للمعلومات والبيانات اللازمة (صيام، ٢٠٠٧، ٩٥). وتعتمد الأردن كثيراً في الترويج لفرصها الاستثمارية على الوسائل المسموعة والمقروءة والمرئية، كما تقوم بتدريب وتأهيل البعثات الدبلوماسية الأردنية لتعزيز مساهمتهم في جذب الاستثمارات الأجنبية ذات القيمة المضافة العالية للمملكة وتزويدهم بالمعرفة والقدرة العلمية للقيام بهذه المهمة. واتجهت الأردن اليوم إلى تعزيز أهمية دور القارات في مجال تعزيز العلاقة مع القطاع الخاص في الخارج من أجل جلب الاستثمارات إلى المملكة وتطوير العلاقة الاقتصادية مع دول العالم. كما تعتمد الأردن على المكاتب التمثيلية في الخارج للترويج لفرصها الاستثمارية فضلاً عن إعدادها الخارطة الاستثمارية ودراسة السوق وجمع المعلومات الاستثمارية الذين تنفذها المؤسسة.

(علي ، وعبدالرزاق ، ٢٠١٨ ، ٤)

ثانياً : سلطنة عُمان

في ظل وجود المنافسة بين الدول لجذب الاستثمارات الأجنبية وتقديم الخدمات التي تعزز نموها الاقتصادي. أنشأت الهيئة العامة لترويج الاستثمار وتنمية الصادرات (اثناء) عام ١٩٩٦ في سلطنة عُمان لتكون محركاً وداعماً لمختلف صور ومعوقات التنمية الاقتصادية في سلطنة عُمان ومحفزاً لترويج الاستثمار وتنمية الصادرات العُمانية غير النفطية، كما تعمل اثناء على تعزيز مكان السلطنة في الأسواق العالمية ودعم المشاريع الاستثمارية في السلطنة

(www.oman.gov1.gov1.ociped)

وتقوم الهيئة في مجال ترويج الاستثمار الاجنبي بالاتي :-

- ١- توفير المعلومات عن مناخ الاستثمار وقوانينه واجراءاته وكذلك المعلومات الخاصة بكل مشروع.
- ٢- تنظيم برنامج زيارات واجتماعات التوفيق للمستثمرين الاجانب.
- ٣- مساعدة المستثمرين المحليين في تحديد الشريك الاجنبي المحتمل وبالعكس.
- ٤- تنظيم المعارض المتجولة او المشاركة في الندوات الدولية في مختلف البلدان من اجل الترويج للسلطنة كوجهة للاستثمار.
- ٥- مساعدة المستثمرين في الحصول على الموافقات الحكومية المختلفة والحصول على قروض التمويل من الحكومة او من المصارف التجارية.
- ٦- تنظيم برامج الدعاية المختلفة وتطوير مواد الترويج.
- ٧- اعادة النظر في قوانين الاستثمار والانظمة والاجراءات وتقديم توصيات الى السلطة المختصة لتذليل الصعوبات امام الاستثمار بالتنسيق مع القطاع الخاص.

ثالثاً : لبنان

أنشئت مؤسسة تشجيع الاستثمارات في لبنان (ايدال) في عام ١٩٩٤ بموجب مرسوم صادر عن مجلس الوزراء في سبيل تنشيط جهود الاستثمارات في لبنان. وتهدف المؤسسة إلى ترويج لبنان كوجهة استثمارية حيوية، كما تسعى إلى جذب وتسهيل والحفاظ على الاستثمارات في لبنان. وقد سعت ايدال إلى جذب الاستثمارات إلى لبنان من خلال ترويج المشاريع المحتملة والشراكات الأساسية في لبنان وتشمل خدمات ايدال الاستثمارية ما يلي (www.idal.com.lb):-

- ١- تحديد وترويج الفرص الاستثمارية في لبنان .
- ٢- توفير معلومات عن السوق والاعمال والاطر القانونية .
- ٣- تحديد الشركاء المحتملين في المشاريع المشتركة فضلا عن الحلفاء الاستراتيجيين .
- ٤- تسهيل المعاملات المتصل بتسجيل واصدار التراخيص الضرورية لاي مشروع استثماري.
- ٥- توفير الدعم المستمر للمشاريع الاستثمارية بعد الانشاء .
- ٦- رفع الاقتراحات للحكومة اللبنانية حول مسائل تتعلق بالسياسة الاستثمارية .

رابعاً: ماليزيا

في مجال الترويج للاستثمار في ماليزيا ، تقوم هيئة التنمية الصناعية الماليزيا بدور يحتذي به بالاخذ بتقنيات الترويج للاستثمار وترجمة سياسات الدولة الى نتائج فعلية ذات قيمة مضافة للاقتصاد الوطني الماليزي ، ووضع اهداف قابلة للتحقيق والاعلان عنها بشكل منتظم في مؤتمر سنوي يلخص اهم الانجازات ، ويخلق حولها اجماعا يوحد الرؤية في اطار المصلحة العامة للدولة . وتعتب سلطة التنمية الصناعية الماليزية (مبدأ) الطرف المعني بجهود الترويج للاستثمار وقد بدأت بالتركيز على جذب الاستثمار للقطاع الصناعي ، ثم اضيف الى مهامها قطاع الخدمات . وتعمل بمثابة نافذة موحدة للاستثمار على صعيد الدولة ، وتعمل هيئة التنمية الصناعية الماليزية على توفير العناصر الاتية (بسيسو، ٢٠٠٨، ٢٣):-

- ١- تبني استراتيجية استثمارية مرنة لزيادة تدفقات الاستثمار الاجنبي المباشر وفق سياسات الدولة الاقتصادية من خلال الاستخدام الامثل لتقنيات الترويج للاستثمار.
- ٢- فتح ١٩ مكتبا خارجيا لمتابعة جهود الترويج للاستثمار في مختلف المناطق المستهدفة (٥ مكاتب) في الولايات المتحدة الامريكية ، وخمسة مكاتب في دول اوربية رئيسية ، وثمانية مكاتب في اسيا واستراليا ومكتب في دبي . ومن جهة اخرى تم فتح مكاتب ترويجية تابعة لها في ١٢ ولاية في الدولة .
- ٣- المحافظة على سلطة القانون واتساق البيئة التشريعية.
- ٤- دعم تكامل دور القطاع الخاص في جهود الترويج.
- ٥- الحرص على كفاءة ونزاهة موظفي القطاع العام العاملين في مجال الترويج للاستثمار.
- ٦- نشر الوعي الجماهيري بأهمية صناعة الترويج للاستثمار ودور كل مواطن فيها.
- ٧- الاستخدام الامثل للجيل الرابع في تصميم موقعها الشبكي وتطوير اليات الترويج.
- ٨- وضع سياسات موازية للاستثمار في الخارج وقد اطلقت لهذا الغرض صندوقا استثماريا مشتركا مع ماليزيا للاستثمار الاجنبي المباشر في دول اخرى.

خامساً: العراق

وفي العراق تعتبر الهيئة الوطنية للاستثمار هي جهة الترويج للاستثمار وبموجب قانون الاستثمار رقم ١٣ سنة ٢٠٠٦ تشكلت الهيئة الوطنية للاستثمار (NIC) وهيئات الاستثمار في المحافظات (pic5) حيث سمح القانون للاقاليم والمحافظات غير المنتظمة في اقليم بتشكيل هيئات استثمار في المناطق الخاضعة لها تتمتع بصلاحيات منح اجازات الاستثمار والتخطيط الاستثماري وتشجيع الاستثمار وفتح فروع في المناطق الخاضعة لها بالتشاور مع الهيئة الوطنية للاستثمار . والهيئة الوطنية مكلفة بصياغة استراتيجيات وسياسات الاستثمار الوطني على مستوى العراق ككل، وهي تضع الخطط والانظمة والتوجيهات لتنفيذ السياسات الموضوعة وتراقب تطبيق التوجهات والانظمة وتختص بالمشاريع الاستراتيجية ذات الطابع الاتحادي وفق ما تم تحديده في نظام الاستثمار رقم ٢ لسنة ٢٠٠٩ . حيث تقوم دائرة العلاقات والترويج والاعلام في الهيئة الوطنية

للاستثمار بشأن عرض الفرص الاستثمارية امام المستثمرين فضلا عن تعريف القطاع الخاص المحلي بالشركات الاجنبية (دليل المستثمر في العراق، ٢٠١٧، ٢).
وقد عمدت هيئات الاستثمار في العراق الى وضع خطط ترويجية لفرصها الاستثمارية المتاحة تمثلت بالاتي (علي، وعبد الرزاق، ٢٠١٨، ٣):

- ١- اصدار الكتيبات والنشرات التعريفية الخاصة بها واعداد الخارطة الاستثمارية للتعريف بالفرص الاستثمارية ومواقعها وايضا التعريف بالامكانات المادية والبشرية في العراق .
 - ٢- المشاركة في الندوات والمؤتمرات المعارض الاقليمية والمحلية والدولية المتعلقة بالاستثمار.
 - ٣- الترويج للفرص الاستثمارية المتاحة من خلال الانترنت عبر انشاء المواقع الالكترونية لهيئات الاستثمار في المحافظات العراقية.
 - ٤- بناء قاعدة بيانات ومعلومات استثمارية شاملة لكافة المحافظات في الدولة بالتنسيق مع السلطة المختصة بما في ذلك المشاريع الاستثمارية الاجنبية والمقامة وتحديثها بشكل دوري.
- ومن خلال تجارب الدول المذكورة يمكن الاستفادة منها في انشاء جهاز يتولى مهمة الترويج للاستثمارات وبمقدوره امتلاك معلومات عن منظومة القوانين والفرص الاستثمارية ،وان يكون لهذا الجهاز مكاتب خارج العراق ، وكذلك تدريب الكوادر العاملة في هيئات الاستثمار على اساليب الترويج الاستثمارية ، وخلق ثقافة ووعي باهمية الاستثمار في رفع معدلات النمو الاقتصادي ،والاعتماد على السفارات العراقية في الخارج لترويج الاستثمار.

المبحث الثالث

واقع الاستثمار الاجنبي في العراق

اولا: المناخ الاستثماري في العراق ومعوقاته

يتسم العراق بوجود مقومات تدعم عملية استقطاب الاستثمارات الخارجية الى الداخل وذلك تبعا لتوفر الموارد الطبيعية كالنفط والغاز والموارد البشرية والاراضي بمختلف استخداماتها فضلا عن كبر حجم السوق العراقي والموقع الجغرافي مما يتيح فرصا للانتاج والتصدير والاستيراد وهذه كلها تعتبر عناصر جذب متنوعة تعكس تعدد وتنوع الفرص الاستثمارية لمختلف القطاعات الاقتصادية في العراق (دليل المستثمر في العراق، ٢٠١٧، ٢).

وكما هو معلوم فان العراق بحاجة الى اعادة اعمار بنائه التحتية وانعاش القطاعات الانتاجية كالصناعة والزراعة وتقديم الكثير من المشاريع الصناعية والتي تحتاج الى اعادة بناء وتحديث ،اضافة الى ما تعرضت له المناطق المحتلة من قبل داعش خلال السنوات الثلاثة الماضية وما خلفه من اضرار ودمار وتخريب في قطاعات الماء والكهرباء والنفط والقطاعات الاخرى وكافة المؤسسات المالية .فان العراق بحاجة الى مصادر خارجية لتمويل اعماره وبنائه (العقبي، ٢٠١١، ٢٣). غير ان الحكومة العراقية لا تستطيع جذب القدر الكافي من الاستثمارات الاجنبية دون توفر المناخ الاستثماري الملائم الذي يشجع المستثمرين المحليين والاجانب على الاستثمار . والمناخ الاستثماري هو مجموعة من العوامل التي تشكل الهيئة العامة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية والقانونية وغيرها والتي تؤثر بطريقة مباشرة وغير مباشرة في اداء الاستثمار وربحيته كالسياسات الاقتصادية والاوضاع الاجتماعية والاطار القانوني والاداري والمؤسسات التي تحكم الاستثمارات الاجنبية (عودة، ٢٠١٦، ٧١) . ويعاني العراق من مناخ استثماري غير ملائم امام السياسة الاستثمارية، وواقع الحال يفصح عن وجود معوقات او محددات تعرقل وتضعف تدفق الاستثمارات الاجنبية الى العراق ومن اهم هذه المعوقات هي :-

١- **المعوقات السياسية :** يعتبر العامل السياسي عنصر مهم في جذب الاستثمارات الاجنبية والمحلية والمخاطر السياسية هذه تتمثل في المخاطر الناتجة عن التأميم او المصادرة او نزاع

الملكية او الحروب او الاضطرابات الاهلية والفوضى وعدم استقرار الاوضاع الامنية ، ويمكن ان تتمثل هذه المخاطر ايضاً في القيود التي تضعها الدولة على الشركات مثل القيود على الانتاج والقيود على التصدير والقيود على تحويل الارباح او اعادة تصدير رأس المال المستثمر الى الخارج . هذا بالإضافة الى ما قد تتخذه الدولة من اجراءات مضادة للشركات الاجنبية بسبب دوافع سياسية سواءً باجراء تغييرات في بعض السياسات مثل تعديل قانون الضرائب او تخفيض قيمة العملة المحلية ام زيادة عملية الرقابة غير المناسبة . وعلى المستثمر الاجنبي ضرورة التعرف على مدى وجود سياسات حكومية ثابتة على المدى المتوسط والطويل ومدى اعتماد هذه السياسات على تواجد اشخاص معينين في السلطة ، ومدى تغييرها مع تغير القادة السياسيين وماهي المزايا التي توفرها انظمة ضمان المخاطر غير التجارية ان وجدت (كاظم ، ٢٠١٢ ، ١٩٣)

٢- المعوقات الاقتصادية : ويتمثل الاستقرار الاقتصادي في تحقيق جملة من توازنات الاقتصاد الكلي وتشكل ضعف القدرة الاستيعابية احد الكوابح بوجه دخول الشركات والاستثمارات الى السوق العراقية فالقيام بالمشاريع لا يتطلب فقط توفر الاموال الاستثمارية ، وانما يتطلب وجود عوامل اخرى سائدة مثل مواد البناء والمكائن والمقاولين والمهندسين والعمال الماهرين والبنى التحتية ، وان زيادة المشاريع تنطوي على طلب متزايد للعوامل المساندة ، وان قلة تلك العوامل تؤدي الى رفع مستوى اسعارها وبالتالي زيادة كلفة المشاريع التي تعني هبوط العائد يجعل المشروع قليل الجدوى ومن ثم التوقف عن التنفيذ وهذا يعني ان البلد لا يتمكن من استيعاب المشروع كذلك معدلات التضخم العالية في الاقتصاد العراقي يعطل اليه الاسعار ويفقد ميزتها في التعبير عن القدرة النسبية للسلع والخدمات كما يلغي ذلك وظيفة العملة كاداة للتداول والادخار . وينتج عن ذلك صعوبة تنبؤ الشركات بتكاليف الانتاج والارباح المتوقعة وعليه فان التضخم يؤدي الى تراجع الرغبة في دخول الاستثمارات الاجنبية (التميمي ، ٢٠٠٧ . ٢١١) . كما أن الاقتصاد العراقي يعاني من مشاكل هيكلية تتمثل في سيطرة القطاع النفطي على الناتج المحلي الاجمالي ويتراوح ما بين ٤٠ - ٥٠ من الناتج المحلي الاجمالي وبنسبة ٩٠ - ٩٨ % من الايرادات الحكومية . وهذه النسب تعكس مشكلة متراكمة يعاني منها الاقتصاد العراقي فما دام القطاع النفطي هو المسيطر على الاقتصاد وان المسيطر على القطاع النفطي هو القطاع العام اي مازال القطاع الخاص يعاني من حصار الدولة على الرغم من تبني الدستور العراقي في المادة ١١٢ التحول نحو اقتصاد السوق (الجبوري ، ٢٠١٧ ، ٢) . فلا بد من العمل على فتح المجال امام القطاع الخاص للتخلص من الهيمنة الحكومية والريعية النفطية على النشاط الاقتصادي حتى يتم تحقيق التنوع الاقتصادي .

٣- ضعف المؤسسات المالية والمصرفية : حيث تعاني الاجهزة المصرفية الوطنية من ضعف في حجمها وصغرها وعدم قدرتها على تعبئة المدخرات لتنمية قطاع الانتاج المختلفة وازاء ضعف القطاع الخاص الوطني ، يصبح الزاماً البحث عن مصادر تمويلية من خلال توفير افضل التسهيلات والخدمات المحفزات للاستثمار في العراق ومنافسة الدول الاخرى (البصري ، ٢٠٠٦ ، ٨) .

٤- الاجراءات البيروقراطية وتخلف الادارة والفساد الاداري : يعد الفساد الاداري معوقاً مالياً كبيراً للشركات والاعمال التجارية ، وينتج عنه الاضرار بمالكي الشركات والمستثمرين والموظفين والمجتمع بصفة عامة ، ويؤدي الفساد في الاسواق تقويض المنافسة الشريفة والاسعار المعقولة والكفاءة في انحاء العالم . ويزيد من تكاليف المشروعات بنسبة تصل الى ١٠ % على الاقل . بينما يؤدي التحسن في مؤشر الفساد بزيادة نقطة واحدة الى زيادة الانتاجية وزيادة تدفقات رؤوس الاموال بما يعادل ٨ % من اجمالي الناتج المحلي الاجمالي للبلاد ، وزيادة متوسط الدخل بحوالي ٤ % . ويمكن ان تسهم هذه الارقام في مساعدة الدول على تقييم الخسائر السنوية الناتجة عن الفساد ومن اسباب الفساد في القطاعات الحكومية هي غياب العقوبات والرغبة في الحصول على الثروة

الشخصية ، وسوء استغلال السلطة ، وعدم وجود معايير واضحة للسلوك ، وضغوط من المديرين او اشخاص في مراكز عليا ، وانعدام الشفافية وذكر التقرير الدولي للفساد ٢٠٠٩ الذي شمل ١٨٠ دولة ، ان الدنمارك ونيوزلندا والسويد تصدرت الدول الأكثر نزاهة في العالم ، تليها سنغافورة ، وجاء في المركز الاخير الصومال ثم العراق وميانمار. مما يدل على ان العراق يعد الدولة الأكثر فساداً في العالم بعد الصومال وهذه تنعكس اثارها السلبية على الاقتصاد العراقي عامة وعلى التنمية والاستثمار خاصة ، كونها معوقاً كبيراً أمام استقطاب الاستثمارات الاجنبية (العقبي، ٢٠١١، ٣) .

وللتغلب على المعوقات المذكورة اعلاه فانه العراق ينفرد بجملة من الخصائص والمميزات تجعل منه منطقة جذب استثمار اجنبي منها (التميمي ، ٢٠٠٧، ٢١٩) :-

١- **الاطر القانونية والتشريعية :** اتخذت سلطة الائتلاف المؤقت بعد انتهاء الحرب (٢٠٠٣) مجموعة من الاجراءات واصدرت عددا من القرارات تستهدف الاصلاح الاقتصادي شملت تحسينات في بيئة الاستثمار والتجارة واداء الاعمال منها :- قرار رقم (٣٧) بشأن استراتيجية الضريبة ، وقرار رقم (٣٩) بشأن الاستثمار الاجنبي وقرار رقم (٤٠) بشأن قانون المصارف . وقرار رقم (١٣) لسنة ٢٠٠٦ والذي تضمن مراجعة وتطوير البيئة القانونية والتشريعية والاجرائية لاعتماد سياسات واتخاذ اجراءات فعالة لنقل اقتصاد العراق الى اقتصاد السوق الحر والاندماج في الاقتصاد العالمي عبر الاستثمار الاجنبي .

٢- **توافر عناصر الانتاج :** يعرف العراق بوفرة نسبية في عنصري العمل والطاقة مما يشكل عنصرا مهما من العناصر المساعدة على تكوين مناخ استثماري جيد ومشجع بينما يعتبر افتقاره الى عنصر رأس المال وندرته في الوقت الحاضر وبالتالي ارتفاع تكلفته من اكبر العوائق التي تواجهه لجذب الاستثمارات وتعتبر العمالة المحلية المصدر الرئيس للعمل في العراق وهي تتميز بانخفاض اجورها وبالتالي انخفاض في تكاليف الانتاج ، كما تزخر ارض الرافدين بوفرة كبيرة في النفط والغاز الطبيعي ، وتمثل هذه الثروة بجانب كونها مصدرا مهما للدخل من خلال التصدير عنصرا اساسيا لجذب الاستثمارات الاجنبية .

٣- **الموقع الجغرافي المتميز:** الموقع الجغرافي الملائم والمتميز كموقع متوسط بين الشرق والغرب وكمر تجاري هام تستخدمه وسائل الاتصالات العالمية المختلفة .

٤- **الفرص الاستثمارية المتاحة :** يعد العراق سوقا استهلاكية كبيرة لكافة انواع السلع والمنتجات وسنجد الشركات الاجنبية والعربية المستعدة لآخذ المخاطرة والعمل في العراق خلال الظروف الراهنة ، كما ان هناك فرصا استثمارية كافية وواعدة في العديد من القطاعات الاقتصادية ، الى جانب اعادة بناء البنية التحتية وتوسيع القاعدة الصناعية والزراعية يمكن الاستثمار في بناء الفنادق من الدرجة الاولى واقامة مستشفيات خاصة ومدارس ومتاجر ومخازن وشبكة اتصالات حكومية ومراكز ترفيهية وغيرها .

وعرض كلا من (اسماعيل، وحسن، ٢٠١٧، ٢٠٠) مجموعة مؤشرات لها دور كبير في استقطاب الاستثمار الاجنبي المباشر منها :-

١- حجم السوق يتم اتخاذ الناتج المحلي الاجمالي او الناتج المحلي للفرد او معدل نمو السكان كمؤشر لقياس حجم السوق ويكتسب حجم السوق اهمية حيث تجذب الاقتصادات التي تتميز بتوافر اسواق كبيرة المزيد من الاستثمارات في كافة المجالات الصناعية والزراعية والخدمية الخ لذلك فان اشارة معامل حجم السوق يتوقع ان تكون موجبة.

٢- مؤشرات الاستقرار الاقتصادي الكلي :- واهم تلك المؤشرات التي تجذب الاستثمارات الاجنبية :-

أ- التضخم : والذي يبين مدى توافر الاستقرار في البيئة الاقتصادية ويؤثر على التدفقات الواردة للاستثمار الاجنبي ويتوقع ان تكون اشارة هذا المتغير عكسية .
 ب- الكتلة النقدية : يساهم ارتفاع معدل نمو الكتلة النقدية في البلد المضيف على تحفيز القروض وبالتالي جذب الاستثمار الاجنبي المباشر والاشارة الخاصة لهذا المتغير يتوقع ان تكون موجبة .
 ٣- مؤشرات القطاع الخارجي: تتنوع المؤشرات التي تقيس اهمية التجارة الدولية في استقطاب او استبعاد الاستثمارات الاجنبية نذكر من بينها درجة الانفتاح (Openness) التجاري والتي تؤثر على حجم التدفقات الخاصة بالاستثمار الاجنبي المباشر ، ولذلك يتوقع ان تكون العلاقة طردية بين درجة الانفتاح والتدفقات الاستثمارية .
 ٤- مؤشرات الحرية الاقتصادية :

أ- مؤشر الحرية المالية والمصرفية : يقيس مدى تدخل الحكومات وتملكها للبنوك والمؤسسات المالية ويقتصر دور الحكومة فقط في اشراف البنك المركزي على تلك المؤسسات ومدى التزامها بالمعايير الدولية ويوضح المؤشر كذلك امكانية حصول المستثمر الاجنبي على الائتمان بكافة المزايا التي تتلقاها المؤسسات المحلية .
 ب- مؤشر حرية الاستثمار : يقيس المؤشر القيود على الاستثمار الاجنبي والحكم في تدفقات الاموال والتحويلات سواء للافراد او الشركات .
 ت- الفساد الاداري: يؤثر انتشار وتفاشي الفساد في البيئة الاستثمارية يؤثر على قرار المستثمر الاجنبي وعزوفه يشجع جوا من عدم الامان مما يؤثر على قدرة الشركات والافراد على تنفيذ العقود.
 ث- مؤشرات اخرى كالانفاق الحكومي الرأسمالي هو الانفاق المخصص من الدولة لشراء الاصول والانفاق على البنية التحتية كالانشاءات الجديدة مثل بناء الجسور والمطارات والموانئ والخ وجميع انواع الصيانة والاصلاحات الرئيسية في الدولة.

ثانياً: اهم الدول المستثمرة في العراق

على الرغم من عدم وجود مناخ استثماري جيد الا انه لقد تعددت الدول المستثمرة في العراق خلال الفترة (٢٠١٢ - ٢٠١٦) سواء كانت دولاً اجنبية او عربية . والجدول رقم (٣) يوضح اهم الدول المستثمرة في العراق خلال الفترة (٢٠١٢ - ٢٠١٦) .

الجدول (٣) الدول المستثمرة في العراق خلال الفترة (٢٠١٢ - ٢٠١٦)

الدولة	التكلفة مليون دولار	نسبة مساهمة كل الدول الى اجمالي التكلفة الكلية %	عدد المشروعات	عدد الشركات
روسيا	٦٣٦١	٣٤,٥	٧	٣
الامارات	٥٣٨٤	٢٩,٢	٢٥	١٩
الولايات المتحدة	٢٢٣٢	١٢,١	١٨	١٥
هولندا	٨٥٠	٤,٦	١	١
كندا	٨٥٠	٤,٦	١	١
الهند	٤٥٧	٢,٥	٢	٢
جمهورية التشيك	٤٥٠	٢,٤	١	١
الاردن	٢٨٢	١,٥	٨	٦
الكويت	١٨٥	١,٠	١	١
لبنان	١٨١	٠,٩	١٢	٧
اخرى	١٢٣٢	٦,٧	٦٥	٥٨
الاجمالي	١٨٤٦٣		١٤١	١١٤

المصدر : مناخ الاستثمار في الدول العربية ، (٢٠١٧) ، مؤشر ضمان لجاذبية الاستثمار ، ص ٢٥ ، العمود الثالث من اعداد الباحثين.

يتضح من الجدول (٣) ان التكلفة الاجمالية للاستثمار الاجنبي الوارد الى العراق خلال (٢٠١٢- ٢٠١٦) بلغت ١٨٤٦٣ مليون دولار لكل الدول المستثمرة ، وبلغ عدد المشاريع ١٤١ مشروع وبعدد شركات ١١٤ شركة . وكانت لروسيا حصة الاسد في الاقتصاد العراقي من حيث الاستثمارات الاجنبية ، فهي من اكثر الدول المستثمرة في العراق اذ بلغت كلفة الاستثمار لها ٦٣٦١ مليون دولار اي بنسبة ٣٤,٥ % من اجمالي التكلفة الاجمالية للاستثمار . وكانت عدد مشاريعها سبعة وبعدد شركات ثلاثة . وتعتبر شركة Gazprom من اهم الشركات الروسية المستثمرة في العراق وبكلفة قيمتها ٥٤٧٧ مليون دولار من مجموع كلفة الاستثمارات الروسية في العراق وكذلك شركة Lukoil حيث بلغت كلفة استثماراتها الشركة ٨٦١ مليون دولار من مجموع كلفة الاستثمارات الروسية . وتأتي الامارات في المرتبة الثانية وبلغت كلفة استثماراتها ٥٣٨٤ مليون دولار اي بنسبة ٢٩,٢ % من اجمالي التكلفة الكلية للاستثمار الاجنبي في العراق وبلغت عدد مشاريعه ٢٥ مشروع و ١٩ شركة . وتعتبر شركة EMAAR PROPERTIES من اهم الشركات الاماراتية المستثمرة في العراق وبكلفة ٣٠٠٠ مليون دولار من مجموع كلفة الاستثمار الاماراتية وكذلك شركة Abu Dhabi water and electricity authority (ADWEA) وبلغت كلفة استثماراتها ٨٧٢ مليون دولار من مجموع كلفة استثماراتها الامارات . وتأتي الولايات المتحدة في المرتبة الثالثة وبكلفة ٢٢٣٢ مليون دولار اي بنسبة ١٢,١ % من اجمالي الكلفة الكلية للاستثمار الاجنبي الوارد الى العراق وبلغت عدد المشاريع لها ١٨ مشروع و ١٥ شركة . وتعتبر شركة Exxon mobil من اهم شركات الولايات المتحدة الامريكية المستثمرة في العراق وبكلفة ١٦٥٠ مليون دولار . وتأتي هولندا بالمرتبة الرابعة وكندا بالمرتبة الخامسة حيث بلغت الكلفة الاستثمارية لكل واحدة منها ٨٥٠ مليون دولار اي بنسبة ٤,٦ % من اجمالي الاستثمارات الاجنبية وعدد المشاريع او عدد الشركات . ثم تأتي الهند في المرتبة السادسة وبكلفة استثمار ٤٥٧ مليون دولار اي بنسبة ٢,٥ % من اجمالي الكلفة الكلية للاستثمار الاجنبي وبلغت عدد مشاريعها ٢ و ٢ عدد الشركات . واحتلت جمهورية التشيك المرتبة السابعة وبقيمة ٤٥٠ مليون دولار اي بنسبة ٢,٤ % من اجمالي الكلفة الكلية للاستثمار ، وعدد مشاريع ١ و ١ عدد الشركات . ثم تأتي الاردن في المرتبة الثامنة وبكلفة استثمار قيمتها ٢٨٢ مليون دولار اي بنسبة ١,٥ % من اجمالي الكلفة الكلية للاستثمار وعدد مشاريع ٨ و ٦ عدد شركات . وجاءت الكويت لتحتل المرتبة التاسعة وبكلفة استثمار قيمتها ١٨٥ مليون دولار اي بنسبة ١,٠ % من اجمالي الكلفة الكلية وعدد مشاريع ١ و ١ عدد الشركات . اما لبنان فكانت لها المرتبة العاشرة والاخيرة حيث بلغت كلفة استثماراتها ١٨١ مليون دولار اي بنسبة ٠,٩ % من اجمالي التكلفة الاستثمارية وبعدد مشاريع ١٢ و ٧ عدد الشركات .

ثالثاً: مؤشر جذب الاستثمارات الاجنبية

لقد اشارت العديد من الدراسات الى اهمية علم الترويج للاستثمار ودور هيئات تشجيع الاستثمار في تحقيق اهداف النمو الاقتصادي والتشغيل محاصراً حتى بالدول المتقدمة التي لم تعتقد بضرورة وجود مثل هذا الهيئات في السابق ، للجوء مؤخراً الى تفعيل او تأسيس هيئات ترويج مستقلة وطنية او جهوية لانجاح جهود الترويج للاستثمار والدفع بالدولة الى مدفع متقدم على خارطة الاستثمارات العالمية وهذا يدل على اهمية نشاط الترويج للاستثمار ودوره في تعزيز قدرة الدولة على جذب حصة متزايدة من الاستثمار الاجنبي المباشرة وبالتالي هذا يصب اثره على زيادة النمو الاقتصادي (بسيسو ، ٢٠٠٨ ، ٢٥-٢٦) . وان نمو الاقتصاد اصبح يتوقف على نمو وتعظيم الاستثمار الاجنبي والمحلي خاصة في ظل تقليص الدور الاستثماري للحكومة الامر الذي يتطلب تهيئة البيئة التشريعية لدفع الاستثمار الاجنبي وتوطينه قطاعياً وجغرافياً على نحو الذي يحقق للاقتصاد القومي اكبر عائد ممكن واعلى مردود من منظور التنمية الشاملة لذلك تتنافس معظم الدول فيما بينها لاستقطاب الاستثمار الاجنبي وتوفير المناخ الملائم له (البديري ، ٢٠١٠ ، ١٤٨)

. حيث يستعمل الناتج المحلي الاجمالي لقياس الانتاج المحلي في دولة معينة خلال مدة معينة . ومن خلال دراسة تطور الناتج المحلي الاجمالي يمكن اخذ صورة على القوة الاقتصادية والنمو الاقتصادي المحقق . ويستخدم مؤشر جذب الاستثمار الاجنبي المباشر لقياس نجاح الدول في جذب الاستثمار الاجنبي المباشر تناسباً مع حجم الناتج المحلي الاجمالي للدولة خلال فترة معينة . وعلى صعيد مؤشر جذب الاستثمارات نأخذ (حجم الاستثمار الاجنبي المباشر كنسبة من الناتج المحلي الاجمالي) وجاءت النتائج لهذا المؤشر في العراق خلال الفترة ٢٠٠٣-٢٠١٤ وكما هي الجدول (٤).

الجدول (٤)

تطور الناتج المحلي الاجمالي والتدفقات الاستثمارية الاجنبية المباشرة الى العراق للفترة من (٢٠٠٣ - ٢٠١٤)

السنوات	الناتج المحلي الاجمالي بالاسعار الجارية (بالدولار)	معدل النمو %	تدفقات الاستثمار الاجنبي المباشر (بالدولار)	معدل النمو %	نسبة مساهمة الاستثمار الاجنبي المباشر الى الناتج المحلي الاجمالي %
٢٠٠٣	١٠.٦٢١		٢٠,٠٠٠		١٨٨
٢٠٠٤	٢٤.٧٠٠	١٣٢.٦	٣٠٠,٠٠٠,٠٠٠	١٤٠٠	١٢١٤.٦
٢٠٠٥	٣٢.١١٦	٣٠	٥١٥,٣٠٠,٠٠٠	٧١,٧	١٦٠.٤٥
٢٠٠٦	٥١.٦٢٠	٦٠.٧	٣٨٣,٠٠٠,٠٠٠	٢٥,٧-	٧٤١.٩
٢٠٠٧	٦٩.٥٥٦	٣٤.٧	٩٧١,٨٠٠,٠٠٠	١٥٣,٧	١٣٩٧.١
٢٠٠٨	١٣١	٨٨.٣	١,٨٥٥,٧٠٠,٠٠٠	٩٠,٩	١.٤١٦
٢٠٠٩	١١١	١٥.٣	١,٥٩٨,٣٠٠,٠٠٠	١٣,٩-	١.٤٣٩
٢٠١٠	١٣٨	٢٤.٣	١,٣٩٦,٢٠٠,٠٠٠	١٢,٦-	١.٠١٢
٢٠١١	١٨٥٧٤٩,٧	٣٤.٦	٢,٠٨٢,٠٠٠,٠٠٠	٤٩,١	١.١٢١
٢٠١٢	٢١٨٠٣٢,٢	١٧.٤	٣,٤٠٠,٠٠٠,٠٠٠	٦٣,٣	١.٥٥٩
٢٠١٣	٢٣٢٤٩٧,٢	٦.٦	٥,١٣١,٢٠٠,٠٠٠	٥٠,٩	٢.٢٨٥
٢٠١٤	٢٢٣٥٠٨,٢١	- ٣.٩	٤,٧٨١,٨٠٠,٠٠٠	٦,٨-	٢.١٣٩

المصدر : من اعداد الباحثين بالاعتماد على المصادر التالية :

احصائيات البنك المركزي العراقي ، التقارير الاقتصادية للسنوات ٢٠٠٦ - ٢٠١٤ . والبنك المركزي العراقي ، النشرة الاحصائية السنوية ، (٢٠١٤) ، ص ٨٢ . ومجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة ، (٢٠١١) ، العدد (٢٧) .

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (٤) ان تدفقات الاستثمار الاجنبي المباشر الواردة الى العراق شهدت تطوراً ملحوظاً خلال الفترة ما بين ٢٠٠٣ - ٢٠١٤ وان شهدت انخفاضاً في نسبة نموها لبعض السنوات مثل سنة ٢٠٠٦ و ٢٠٠٩ و ٢٠١٠ . ويلاحظ ان الاستثمار الاجنبي المباشر قد انخفض من ٥,١٣١,٢٠٠,٠٠٠ مليون دولار عام ٢٠١٣ الى ٤,٧٨١,٨٠٠,٠٠٠ مليون دولار عام ٢٠١٤ ، وكذلك الحال بالنسبة للناتج المحلي الاجمالي فقد انخفض من ٢٣٢٤٩٧,٢ عام ٢٠١٣ الى ٢٢٣٥٠٨,٢١ مليون دولار عام ٢٠١٤ . ويرجع سبب الانخفاض في عام ٢٠١٤ بسبب ضعف القدرة الانتاجية للقطاع النفطي وتأثيره بالعمليات الارهابية وخاصة على الحقول والانابيب النفطية المصدرة للنفط . ولا شك ان القطاع النفطي يساهم بنسبة كبيرة في الناتج المحلي الاجمالي .

وبما انه ينظر للجاذبية الدولية في جذب الاستثمارات الاجنبية المباشرة على انها قدرة البلد في فترة زمنية محددة على جذب المشاريع الاستثمارية والفرص الاقتصادية المجدية في مجالات متعددة واستقطاب عناصر الانتاج المتنقلة من شركات رؤوس الاموال وخبرات ومبدعين في مختلف الميادين فسيكون لهيئات ترويج الاستثمار دورا مهما وبارزا في زيادة الاستثمار الاجنبي المباشر الوارد الى البلد وبالتالي زيادة في النمو الاقتصادي في ذلك البلد(مناخ الاستثمار في الدول العربية، ٢٠١٧، ٢٦).

الاستنتاجات :

- ١- قلة الاهتمام بوضع الخطط والبرامج الترويجية الملائمة وضمان حسن تطبيقها والتقييم المستمر لادائها ومواكبة استخدام ادوات الترويج الحديثة الملائمة للمناخ الاستثماري لكل دولة.
- ٢- يساهم القطاع النفطي في العراق بنسبة كبيرة في الناتج المحلي الاجمالي بالرغم من الانخفاض في ضعف القدرة الانتاجية للقطاع النفطي ٢٠١٤ وتأثره بالعمليات الارهابية وخاصة على الحقول والانابيب النفطية المصدرة للنفط . مما يلاحظ انحسار دور القطاعات الاخرى.
- ٣- نمو دور هيئات ترويج الاستثمار بشكل بارز في كثير من الدول العربية مما له دور في زيادة الاستثمار الاجنبي المباشر الوارد الى البلد وبالتالي زيادة في النمو الاقتصادي
- ٤- ارتفاع الخسائر السنوية للاستثمارات الاجنبية في العراق بسبب الفساد والاجراءات البيروقراطية وتخلف الادارة والتي ينتج عنها الاضرار بمالكي الشركات والمستثمرين والموظفين والمجتمع بصفة عامة
- ٥- محدودية استخدام اساليب الترويج الاستثماري التي تستخدمها الحكومة بالاضافة الى محدودية اسهام القطاع الخاص في جذب الاستثمارات الاجنبية المباشرة الى البلد وربما يعود السبب الى الاعتماد الكبير على التعاقدات الحكومية الخاصة بالقطاع النفطي.

التوصيات

- ١- يتطلب الانفتاح على الاقتصاد العالمي الى بذل الجهود لتحسين ظروف البيئة الاستثمارية العراقية بالاصلاحات السياسية والاقتصادية والعمل على تخفيض الاجراءات الروتينية والبيروقراطية وتشريع قوانين استثمارية تجذب المستثمر الاجنبي وتضمن حقوق المستثمر المحلي.
- ٢- دعم المشاريع الاستثمارية في القطاعات الصناعية والزراعية من قبل القطاع العام وادخال الخصخصة باعتبارها مصدر دخل للخزينة العامة للدولة.
- ٣- الاستفادة من التجارب العربية في استخدام الوسائل الترويجية المختلفة لجذب الاستثمارات الاجنبية من فتح مكاتب ووحدات ترويجية خاصة بالتعريف بمزايا البلد المضيف واقامة الندوات والمؤتمرات لتحسين صورته وتشجيع الاستثمارات بعد مامر به من انتكاسات وحروب واعداد الكتيبات وخارطة الاستثمار الخاصة للبلد المضيف للتعريف بالفرص الاستثمارية الموجودة فيه
- ٤- اعتماد استراتيجية التعاون بين العمل التجاري والهيئات العامة للاستثمار تتمثل بالتنسيق بينهما وتنظيم بعثات الترويج واعداد زيارات للمستثمرين الاجانب بالاضافة لانشاء قاعدة بيانات متكاملة حول المشاريع الاستثمارية الراغبين باقامتها وسرعه الاجابة على استفساراتهم.
- ٥- تدريب وتأهيل البعثات الدبلوماسية للترويج للاستثمارات والاعتماد على استخدام الوسائل المسموعة والمرئية كالاداعه والتلفزيون والمواقع الالكترونية على الانترنت.
- ٦- توفير المعلومات عن المناخ الاستثماري وقوانينه وكذلك المعلومات المتعلقة بكل مشروع استثماري.
- ٧- الاستخدام الامثل للجيل الرابع في تصميم موقع شبكي وتطوير اليات الترويج المعتمدة من قبل المنظمات العالمية المختصة.

المصادر :

المصادر العربية

أولاً: التقارير والنشرات الرسمية

- ١- إحصائيات البنك المركزي العراقي، تقارير الاقتصاد للسنوات ٢٠٠٦-٢٠١٢.
- ٢- اسماعيل، محمد، وحسن، جمال قاسم، (٢٠١٧) ، محددات الاستثمار الاجنبي المباشر في الدول العربية، صندوق النقد العربي.
- ٣- البنك المركزي العراقي، المديرية العامة للإحصاء والابحاث ، النشرة الاحصائية السنوية، ٢٠١٤.
- ٤- المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، جهات الترويج للاستثمار في الدول العربية .. الواقع والتحديات، ٢٠١٢، العدد الثالث.
- ٥- دليل المستثمر في العراق، (٢٠١٧). مناخ الاستثمار في الدول العربية.
- ٦- مناخ الاستثمار في الدول العربية ، (٢٠١٧) ، مؤشر ضمان لجاذبية الاستثمار.

ثانياً: المؤتمرات والندوات العلمية

- ١- فهد ، ايسر ياسين وجاسم ، احمد محمد ، (٢٠١٧) ، اثر التنوع الاقتصادي في تحسين المناخ الاستثماري في العراق للمدة بين ٢٠٠٣ - ٢٠١٤ ، كلية الادارة والاقتصاد ، المؤتمر العلمي الدولي الرابع لجامعة التنمية البشرية / نيسان/ ٢٠١٧

ثالثاً: الدوريات

- ١- احمد، موفق، وخضر، حلا سامي، (٢٠١٠)، الاستثمار الاجنبي وأثره في البيئة الاقتصادية (نظرة تقييمية لقانون الاستثمار العراقي)، مجلة الادارة والاقتصاد، العدد ٨٠.
- ٢- البديري، صلاح عامر ابو هونة، (٢٠١٠)، تقييم قانون الاستثمار الجديد رقم (١٣) لسنة ٢٠٠٦ دراسة مقارنة، قسم الاقتصاد/ كلية الادارة والاقتصاد، جامعة القادسية، مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد ١٢ العدد ١.
- ٣- البصيري، كمال، (٢٠٠٦)، الاستثمار في العراق واطروحة القانون المقترح، مجلة العراق للاصلاح الاقتصادي، عدد خاص يتضمن ندوة مناقشة قانون الاستثمار، العدد ٣.
- ٤- التميمي ، سامي عبيد ، (٢٠٠٧) ، الاستثمار الاجنبي المباشر في العراق والواقع والتحديات مع نظرة خاصة لقانون الاستثمار الاجنبي لعام ٢٠٠٦ ، كلية الادارة والاقتصاد ، جامعة البصرة مجلة العربي للعلوم الاقتصادية والادارية.
- ٥- الجبوري ، حامد عبدالحسين (٢٠١٧)، الاستثمار الاجنبي المباشر في ظل المناخ الاستثماري في العراق مركز الفرات للتنمية والدراسات الاستراتيجية.
- ٦- العقبي، علي قاسم، (٢٠١١)، دور الاستثمار الاجنبي في تنمية الاقتصاد مع اشارة الى محافظة البصرة العراقية، مجلة الاقتصادي الخليجي، العدد ١٩.
- ٧- بسيسو، متي، (٢٠٠٨)، تأثير سياسات الترويج للاستثمار الاجنبي المباشر على قدرة الدول العربية في جذب هذه الاستثمارات لتحقيق اهدافها التنموية ، سلسلة اجتماعات الخبراء، العدد ٢٨.
- ٨- صيام، احمد زكريا، (٢٠٠٧)، اليات جذب الاستثمارات الخارجية الى الدول العربية في ظل العولمة _ الاردن كنموذج، جامعة البلقاء التطبيقية، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، العدد ٣.
- ٩- صالح، عدنان مناتي، (٢٠١٣)، دور الاستثمار الاجنبي المباشر في التنمية الاقتصادية للدول النامية مع اشارة خاصة للتجربة الصينية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة العدد الخاص بمؤتمر الكلية.
- ١٠- علي، عدي عزيز، وعبدالرزاق، حياة ، (٢٠١٨) ، الترويج الاستثماري تجارب دول مختارة مع اشارة الى العراق، هيئة استثمار الديوانية www.investdiw.gov.iq
- ١١- عوده، محمد حسن، (٢٠١٦)، دراسة وتحليل العلاقة بين الانفتاح والنمو الاقتصادي ومدى مساهمته في جذب الاستثمارات الاجنبية المباشرة الى العراق (١٩٩٧-٢٠١٢)، كلية الادارة والاقتصاد ، جامعة البصرة، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية، السنة الثالثة عشر، المجلد الاول ، العدد ٣٧.
- ١٢- كاظم، حيدر علوان، (٢٠١٢)، اثر نظم ضمان الاستثمار الاجنبي المباشر في النمو الاقتصادي ودور المعلومات المحاسبية ، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية ، العدد ٢٣، السنة الثامنة.
- ١٣- مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة ، (٢٠١١) ، العدد (٢٧) .

المصادر الأجنبية

- 1-Kokke ,Maaike & Stichle ,Myriam Vender (2008) , Promotion of Foreign Direct Investment , This Somo ,Stiching onder zoek , centere for Research on multinational corporations.
- 2-National Assembly council ,law on Investment promotion ,(2009) lao peoples democratic Republic , peace Independence democracy unity prosperity ,Vientiane , 8 july , no .02 /NA.
- 3-Byrka ,Mariya &miskinis ,Algirdas ,(2014) ,The Role of investment promotion agencies in attracti foreign direct investment ,Ekonmika vol (93) ,(4) .
- 4-Echandi ,Roberto ,(2016), Promoting Sustainable investments :modern approaches to investment promotion ,woeld bank group ,waip a conference , Istanbul ,october.
- 5- GLOBAL investment promotion Best practice, (2006 ,2009 ,2012) ,The world group.

مواقع الانترنت

1. www.idal.com.ib
2. www.oman.om>gov1>ociped
3. www.gbd.gov-jo>files>GBD<Law-unit