

التكتلات الاقتصادية كآلية لتعزيز فرص التسويق الدولي – اتحاد المغرب العربي أنموذجاً-

أ. إلياس سالم*

Abstract :

The objective of this research paper is to clarify the integration economic role in the reinforcement of international; marketing opportunities, and we try to show the Importance of the Maghreb integration and their advantages for the Maghreb union countries.

ملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى إبراز دور التكتلات الاقتصادية في تعزيز فرص التسويق الدولي، بالإشارة إلى ما يمكن لدول الاتحاد المغربي جنيته من جراء تفعيل اتحاد المغرب العربي كتكتل اقتصادي في زمن لم يعد فيه مكان للاقتصاديات غير المتكاملة.

مقدمة

تظهر التكتلات الاقتصادية كنتيجة للقيود المفروضة على العلاقات الاقتصادية الدولية، وكمحاولات لتحرير التجارة بين عدد من الدول، ومع تنامي ظاهرة العولمة زادت الحاجة لدى الاقتصاديات المختلفة لعقد اتفاقيات تعاونية بين دولتين أو أكثر بحيث يشكلوا وحدة اقتصادية أكبر، تصمم بهدف توحيد الروابط والسياسات الاقتصادية وإزالة العوائق في وجه حركة السلع والخدمات ورؤوس الأموال وعوامل الإنتاج، بما يؤدي إلى تخفيض الآثار السلبية لتلك العوائق والقيود المفروضة على حركة التبادل الدولي، والاستفادة من الايجابيات المحققة جراء تحرير التجارة وإزالة العوائق أمام الاستثمار والمبادلات الدولية، وكذا التغلب على المنافسة الدولية المفروضة بسبب إزالة مختلف القيود وكذا ضعف المنافسة للشركات المحلية في البيئات الأقل تقدماً.

إن لجوء الاقتصاديات المختلفة إلى إقامة تكامل اقتصادي تحت أي شكل من أشكاله المختلفة (ترتيبات تجارية تفضيلية، منطقة تجارة حرة، اتحاد جمركي، سوق مشتركة، اتحاد اقتصادي)، من شأنه أن يعزز من فرص تدويل النشاط التسويقي بمختلف أبعاده (تصدير، استثمار أجنبي مباشر، شراكة، تحالف استراتيجي....)، ويحقق العديد من المزايا لهذه الاقتصاديات من خلال: إمكانية التغلب على ضيق الأسواق المحلية، التخصص وتقسيم العمل، ارتفاع معدلات النمو الاقتصادي من خلال حرية انتقال رؤوس الأموال والأيدي

* أستاذ مساعد قسم أ، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير - جامعة الجزائر 3.

العاملة الماهرة، وكذا خلق فرص استثمار جديدة وزيادة عدد ونوعية المشاريع الإنتاجية، بالإضافة إلى إمكانية تحسين شروط التبادل التجاري الدولي.

واقتصاديات دول المغرب العربي كغيرها من دول العالم تتواجد في بيئة تتنامى فيها ظاهرة العولمة بشكل متسارع بما جعل منها أسواقاً استهلاكية للكثير من الصناعات العالمية (الصينية والفرنسية خصوصاً) والتي من الممكن إقامتها في الفضاء المغربي من خلال الاستفادة من المزايا النسبية التي تتوفر عليها كل من الجزائر، ليبيا، المغرب، تونس، موريتانيا من خلال تفعيل اتحاد المغرب العربي وتحقيق تكامل اقتصادي حقيقي يمكن من الاستفادة من الفرص التسويقية الدولية المتاحة في هذا الفضاء الذي يحوي أكثر من 100 مليون مستهلك، بالإضافة إلى الاستفادة من مزايا التخصص التي تتوفر عليها كل اقتصاد من هذه الاقتصاديات.

ولتوضيح كيفية الاستفادة من الفرص التسويقية الدولية المتاحة في الفضاء المغربي من خلال اتحاد المغرب العربي، جاءت هذه الورقة البحثية للإجابة على إشكالية مفادها: ما هو دور التكتلات الاقتصادية في تعزيز فرص التسويق الدولي - اتحاد المغرب العربي أنموذجاً -.

1- ماهية التكامل الاقتصادي:

1- مفهوم التكامل الاقتصادي:

كلمة التكامل (Intégration) لاتينية الأصل، ومشتقة من Integrites وتعني التكتل أو التمام؛ وفعلها اللاتيني Integr وهو بمعنى يكمل.

وورد هذا المعنى في قاموس OXFORD ليشير إلى تجميع الأجزاء وربطها ببعضها البعض ليتكون منها كل موحد.

أما في الأدبيات الاقتصادية فقد ورد في تعريف التكامل الاقتصادي العديد من التعاريف اختلفت باختلاف وجهات نظر أصحابها، ونجد منها:

أن التكامل الاقتصادي : "عمل إرادي من قبل دولتين أو أكثر يقوم على إزالة كافة الحواجز والقيود على المعاملات التجارية وانتقال عوامل الإنتاج فيما بينها، كما أنه يتضمن تنسيق

السياسات الاقتصادية وإيجاد نوع من تقسيم العمل بين الدول الأعضاء بهدف زيادة الإنتاجية عامة مع وجود فرص متكافئة لكل دولة عضو"¹.

كما يرى (Mydral) أن التكامل الاقتصادي هو: " العملية الاجتماعية والاقتصادية التي تزال فيها الحواجز ما بين الوحدات المختلفة وتؤدي إلى تحقيق تكافؤ الفرص أمام جميع عناصر الإنتاج ليس فقط على مستوى دولي بل أيضا على مستوى إقليمي"².

و مهما تعددت التعاريف إلا أنها تكاد تصب في مصب واحد وهو أن التكامل يعني دمج أجزاء في كل، أي دمج أجزاء اقتصادية قطرية متعددة لتكوين وحدة اقتصادية إقليمية منها والوصول بها إلى كيان اقتصادي مندمج تتحقق فيه حرية تبادل السلع والخدمات والمنتجات دون أي قيود جمركية أو مالية، كما تتوافر فيه حرية انتقال رؤوس الأموال والأفراد بين الأقطار المندمجة بحيث تصبح اقتصاديات هذه الأقطار جزءا من كل موحد ومجالا اقتصاديا مندمجا³.

تجدد بنا الإشارة في خضم الحديث عن التكامل، التفرقة بين التعاون والتكامل، فالتعاون يشير إلى التخفيف من حدة العوائق والعقبات في وجه حركة السلع والخدمات ورؤوس الأموال وعوامل الإنتاج، بينما يشير التكامل إلى إزالة هذه العقبات والعوائق بالمرّة.

2- أشكال التكامل (التكتلات) الاقتصادية:

تأخذ التكتلات الاقتصادية أشكالا عديدة، بحيث تمثل مراحل عملية التكامل الاقتصادي وهي كما يلي:

● ترتيبات التجارة التفضيلية: ونعني بها اتفاقيات التجارة التي تتم بين مجموعة من الدول تهدف إلى تخفيض العوائق التجارية سواء كانت جمركية أو غير جمركية على الواردات دون إلغائها كلية، مع الحفاظ أو الزيادة في العوائق على السلع المستوردة من الدول غير الأعضاء في منطقة التفضيل.

¹ - سامي العفيفي حاتم: التجارة الخارجية بين التنظير والتنظيم، ج2، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1994، ص279.

² - عيسى حمد محمد الفارسي: التكامل الاقتصادي بين دول المغرب العربي، بحث مقدم للملتقى الدولي حول التكامل الاقتصادي العربي كآلية لتحسين وتفعيل الشراكة العربية-الأوروبية، جامعة سطيف، الجزائر، أيام 08-09/05/2004، ص 396.

³ - مصطفى عبد العزيز مرسي: التكامل الاقتصادي والوظيفة الجديدة مدخل نظري مع إشارة إلى التجربة الخليجية، حوايليات الآداب والعلوم الاجتماعية، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، العدد 23، سنة 2002-2003، ص 20.

● منطقة التجارة الحرة: في هذا الشكل (المرحلة) تلتزم كل دولة عضو بإلغاء كافة القيود على الواردات من الدول الأطراف في الاتفاقية، وبالتالي تتمتع صادرات كل دولة بإعفاء جمركي تام في الدول الأخرى الأعضاء، ولكل دولة الحق في فرض الرسوم الجمركية على ما تستورده من الدول الأخرى غير الأعضاء في المنطقة دون الالتزام بتعريفية جمركية موحدة.

● الاتحاد الجمركي: ويتفق مع الشكل السابق من حيث إلغائه الرسوم الجمركية والقيود الكمية والإدارية على الواردات فيما بين الدول الأعضاء فضلاً عن توحيد التعريفية الجمركية الخاصة بالاتحاد في مواجهة الخارج.

● السوق المشتركة: وهو أرقى من الأشكال السابقة، فبالإضافة لإلغاء الرسوم والقيود الجمركية وتوحيد التعريفات، يتم إلغاء القيود على تحركات الأشخاص ورؤوس الأموال بين الدول الأعضاء وإضافة التنسيق الكامل في السياسات الاقتصادية والمالية والنقدية للدول الأعضاء.

● الاتحاد الاقتصادي: في هذه المرحلة التكاملية لا يقتصر الأمر على إلغاء القيود المفروضة على تبادل السلع والخدمات وحرركات عناصر الإنتاج، بل يشمل السياسات الاقتصادية للدول الأعضاء وذلك بفرض إقامة هيكل متكامل، وإزالة التباين في تلك السياسات بين الدول.

● الاتحاد الاقتصادي التام: ويعتبر أرقى درجات التكامل الاقتصادي، وبمقتضاه تصبح اقتصاديات الدول الأعضاء كالاقتصاد واحد، وفيه يتم توحيد السياسات الاقتصادية، ويقوم الاتحاد بإنشاء سلطة فوق وطنية تراقب تنفيذ تلك السياسات الموحدة.

3- دوافع التكامل الاقتصادي:

تقوم الدول المختلفة بإقامة كتكتلات اقتصادية استجابة لمجموعة من الدوافع نوردتها فيما يلي⁴:

- رغبة الدول المتكاملة في رفع مستوى معيشة سكانها وزيادة معدل نموها وتقوية مركزها التنافسي.

- رغبة الدول المتكاملة في الاستفادة من اتساع حجم السوق الناجم عن هدم الحواجز الجمركية بين الدول المتكاملة، مما يتيح إنشاء وحدات إنتاجية قادرة على تحقيق وفورات الإنتاج على نطاق واسع.

- الرغبة في تنشيط المنافسة بين المشروعات الإنتاجية المتماثلة في الدول المتكاملة مما يساهم في تحسين الكفاءة الإنتاجية لها، وتخفيف حدة احتكار السوق الداخلية من قبل وحدة أو وحدتين إنتاجيتين في كل دولة من الدول المتكاملة على حدة.

⁴ - نزيه عبد المقصود مبروك: التكامل الاقتصادي العربي وتحديات العولمة، دار الفكر العربي، الاسكندرية، 2007، ص 24-25.

- رغبة الدول المتكاملة وخاصة النامية منها في توفير الظروف الملائمة لاستغلال خبراتها والاستفادة المتبادلة من مزاياها الإنتاجية، وتحريك عجلة التصنيع فيها والارتقاء بها.

- يمنح التكامل الاقتصادي للدول المتكاملة ثقلا على كافة الأصعدة في علاقاتها الدولية ويمنحها قدرة أكبر على المساومة التجارية وفرض الشروط التي تراها ملائمة مع معطيات اقتصادياتها مجتمعة.

4- مزايا التكامل الاقتصادي:

يمكن التكامل الاقتصادي من تحقيق جملة من المزايا أبرزها ما يلي:

- تقسيم العمل بين الدول المتكاملة: وذلك من خلال مبدأ التخصص في إنتاج السلع التي تتمتع فيها كل دولة بمزايا نسبية وتنافسية، وهذا يؤدي إلى قصر الإنتاج على ذوي الكفاءة الإنتاجية العالية، وكذا تعظيم الأرباح من خلال تقليل التكاليف الناتجة عن التخصص وإلغاء الحواجز الجمركية؛ إضافة إلى حصول المستهلك على المنتجات بأقل التكاليف.
- اتساع حجم السوق وتحقيق وفورات الحجم: عادة ما تكون الأسواق المحلية ضيقة، ولا تستوعب جميع ما ينتجه الاقتصاد المحلي، ومع دخول الدولة في تكامل اقتصادي يؤدي ذلك إلى اتساع الأسواق، وزيادة الإنتاج، التخصص وتقسيم العمل بين الدول الأعضاء، زيادة القدرة التنافسية من خلال انخفاض التكاليف وزيادة حجم المبيعات، كما يمكن تحقيق وفورات الحجم في الإنتاج والتسويق والتي تتحقق بفضل اتساع حجم السوق.
- ارتفاع معدلات النمو الاقتصادي: تزداد فرص النمو الاقتصادي للدول الأعضاء بسبب حرية انتقال رؤوس الأموال والأيدي العاملة، وذلك بسبب اتساع السوق وخلق فرص جديدة للاستثمار في مجالات مختلفة وزيادة في عدد ونوعية المشاريع الإنتاجية؛ كما يساعد على النمو الاقتصادي من خلال التنسيق بين السياسات الاقتصادية مما يخفف من أضرار التقلبات الاقتصادية النجمة عن الانكماش والتضخم.
- القدرة على التفاوض وتحسين شروط التبادل التجاري مع العالم الخارجي: إن التكامل الاقتصادي يؤدي للتقارب بين الدول الأعضاء في المعاملات التجارية والاقتصادية، وهنا تستطيع أن تفرض شروطها ومطالبها على الدول غير الأعضاء، وكذلك تتحكم وتزيد في إنتاج وتداول بعض السلع الهامة، وأيضا تتحكم في شراء العديد من السلع من العالم الخارجي بشروط أكثر مراعاة لمصلحة الدول أعضاء التكتل والتي تشكل سوقا واحدا.

II- التسويق الدولي:

1- مفهوم التسويق الدولي:

يعرف STANTON التسويق الدولي بأنه: "نشاط كوني ينطلق من إستراتيجية كونية لمزيج تسويقي عابر للحدود الإقليمية، يتناغم ويتفاعل مع قدرات استهلاكية خارج نطاق وحدود المشروع الوطني، بهدف إشباع الحاجات أو الرغبات، من خلال طرح سلع أو خدمات تتناسب مع هذه الحاجات والرغبات"⁵.

أما جمعية التسويق الأمريكية AMA فتعرف التسويق الدولي على أنه: " عملية دولية لتخطيط وتسعير وترويج وتوزيع السلع والخدمات لخلق التبادل الذي يحقق أهداف المؤسسة".

فيما يرى PHILIP Kotler فيرى أن التسويق الدولي: " لا عدو كونه عبارة عن نشاط ديناميكي مبتكر للبحث عن المستهلك القانع في سوق تتميز بالتفاوت والتعقيد والوصول إلى هذا المستهلك وإشباع رغباته".

2- دوافع التسويق الدولي:

تتعدد أسباب لجوء المؤسسات الاقتصادية إلى الأسواق الدولية لتصرف منتجاتها وذلك حسب ظروف السوق وأهداف المؤسسة، ومن هذه الدوافع نورد ما يلي:

- تشبع الأسواق المحلية وضيقها: إن وصول بعض الأسواق إلى مرحلة التشبع من بعض المنتجات يدفعها إلى البحث عن أسواق أجنبية لتصريف منتجاتها، بالإضافة إلى ضيق بعض الأسواق وصغر حجمها يجعلها تعجز عن استيعاب كل ما ينتجه الجهاز الإنتاجي في الاقتصاد الوطني، وقد يكون سبب ذلك في بعض الأحيان معدل نمو السكان اقل من معدل نمو الإنتاج.

- شدة المنافسة في الأسواق المحلية: قد تواجه المؤسسات الاقتصادية في بعض الأحيان منافسة شديدة تدفعها للبحث عن فرص لتصريف منتجاتها خارج حدودها الجغرافية هرباً من المنافسة.

- ظهور أسواق جديدة من خلال تغير النظم الاقتصادية وتحرير الاقتصاد، التوجه نحو الخصوصية، إضافة إلى التسهيلات التي تمنحها التكتلات الاقتصادية مما يدفع المؤسسات إلى مزيد من الحركية والتنقل داخل التكتل محاولة بذلك تحقيق المزيد من المبيعات وتنمية الحصة السوقية.

- الرغبة في إطالة دورة حياة المنتج.
- تحقيق وفورات الحجم وتعزيز القدرة التنافسية.
- انخفاض تكاليف العمالة في بعض البيئات خاصة في الدول النامية.
- تغير التكنولوجيا العالمية والرغبة في تصدير التكنولوجيا المتقدمة.
- المزايا الضريبية التي تمنحها الدول النامية من أجل جلب الاستثمارات الأجنبية بهدف زيادة فرص العمل لمواطنيها وزيادة مداخيل العملة الصعبة.

⁵ - فرحات غول: التسويق الدولي، دار الخلدونية، الجزائر، 2009.

- مبدأ المزايا النسبية الذي يتطلب تبادل السلع وتوزيع الفوائض.

3- أشكال الدخول للأسواق الدولية:

تجد المؤسسة دولية النشاط التي ترغب في تدويل نشاطها التسويقي مجموعة من استراتيجيات خدمة هذه الأسواق وهي:

- التصدير.
- الاستثمار الأجنبي المباشر.
- المشاريع المشتركة.
- التراخيص.
- عقود الإدارة.
- التحالفات الإستراتيجية العالمية.
- الامتياز.

4- دور التكتلات الاقتصادية في تعزيز فرص التسويق الدولي في دول الاتحاد المغربي:

1- نشأة اتحاد المغرب العربي:

تعود فكرة إنشاء تكامل مغربي إلى بداية القرن الماضي، وتجلت ذلك في محاولات تأسيس هيكل مشترك لمحاربة الاستعمار الفرنسي في بلاد المغرب العربي وكان ذلك من خلال حركة طلبية شمال إفريقيا في الثلاثينات، جبهة التحرير التي تزعمها عبد الكريم الخطاب نهاية الأربعينات، مبادرة الملك محمد الخامس سنة 1956 بوضع إطار لإقامة اتحاد بين الجزائر والمغرب وتونس وذلك عقب استقلال المغرب وتونس⁶.

ولعل الميلاد الرسمي لفكرة تأسيس اتحاد مغربي كان سنة 1958 في مؤتمر طنجة الذي ضم المملكة المغربية، تونس وممثلي جبهة التحرير الجزائرية، واشترك فيه كل من ليبيا وموريطانيا بمندوب مراقب⁷.

وفي 1964/10/11 تم إنشاء اللجنة الاستشارية المغربية في العاصمة التونسية والتي ضمت تونس وليبيا والجزائر والمغرب، وجاءت هذه الخطوة إيمانا من القيادات السياسية بضرورة التكتل وأهميته.

⁶ - عبد القادر رزق المخادمي: التكامل الاقتصادي العربي، دولن المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2009،

ص71-72.

⁷ - المرجع نفسه، ص 72.

وقد نتج عن اللجنة الاستشارية عدة هيئات طغى عليها الطابع الاقتصادي كالمجلس الوزاري لوزراء الاقتصاد ومركز الدراسات الصناعية⁸.
 لنصل في 17/02/1989 إلى توقيع معاهدة مراكش، ثم انشأ رؤساء دول المغرب العربي شهر يناير 1990 الأمانة العامة للاتحاد المغربي.

وقد كان أول اجتماع لرؤساء الاتحاد المغربي في شهر جويلية 1990 والذي حدد المحاور الأساسية للتكامل الاقتصادي متمثلة في⁹:

- منطقة للتبادل الحر: وكان الهدف منها رفع جميع الحواجز الجمركية أمام حركة تدفق السلع الصناعية والزراعية ذات المنشأ المغربي والموجهة للاستهلاك داخل الاتحاد، وكان من المفروض تحقيق ذلك قبل 1992.

- اتحاد جمركي: وهدفه توحيد النظام الجمركي في الدول الأعضاء، وبالتالي توحيد التعريفات الجمركية بين الدول الخمس من جهة وبين الدول الأخرى، وكان من المفترض الوصول إلى هذا الاتجاه قبل 1995.

- سوق مغاربية مشتركة: وتهدف إلى توحيد السياسات الاقتصادية فيما يتعلق بحركة وانتقال الأشخاص والسلع ورؤوس الأموال بين دول الاتحاد، وكان من المتوقع الوصول إلى ذلك عام 2000.

- الاندماج الاقتصادي المغربي: وذلك بتوحيد سياسات وخطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وتركز الإستراتيجية التكاملية للاتحاد على تحقيق الأولويات التالية:
 . التعاون في كل المجالات ذات العلاقة بتحقيق الاكتفاء الذاتي من إنتاج الغذاء.
 . تحقيق التكامل الإنتاجي والتنسيق بين مختلف السياسات القطاعية واستحداث صناعات تكاملية.

. إقامة المشاريع المشتركة بين بلدان المغرب العربي لدفع حركة التنمية والتكامل المغربي خطوات متقدمة.

. التنسيق بين السياسات الضريبية والاستثمارية.

. تنمية الموارد البشرية.

2- مزايا التكامل الاقتصادي من وجهة نظر التسويق الدولي:

يمكن التكامل الاقتصادي المغربي الدول المغربية من تحقيق جملة من المستهدفات والمزايا من خلال التغلب على الحواجز التي تعيق حركة السلع والخدمات ورؤوس الأموال وعوامل الإنتاج، ومن هذه المزايا نجد:

• **التغلب على مشكلة ضيق الأسواق المحلية:** إن المتأمل للتركيب البشرية لدول اتحاد المغرب العربي يجدها تتكون من قرابة 100 مليون مستهلك، حوالي 75% منها في الجزائر والمغرب، وتبلغ مساحة دول الاتحاد 5.782.140 كلم²، ويبلغ الشريط الساحلي لها حوالي 6505 كلم.

⁸ - عيسى حمد محمد الفارسي: مرجع سابق: ص 399.

⁹ - المرجع نفسه، ص 400.

أما على صعيد الإمكانيات المادية فنجد أن دول الاتحاد تتنوع وتتعدد فيها الثروات البحرية والمائية، الطاقوية، المعدنية، تعدد المناخات مما يمنحها مزايا تنافسية في أسعار الطاقة واليد العاملة قليلة التكاليف والطاقة المبنية على الحرارة والطبيعة المفتوحة على الاستثمار السياحي، بالإضافة إلى تناغم السياسات الاقتصادية بها والمبنية على قوة الدولة وتدخلها¹⁰. إن هذا التنوع الموارد البشرية والمادية من شأنه أن يخلق تنوعا وتعددا في الإنتاج من خلال التخصص وتقسيم العمل بين دول الاتحاد إضافة إلى تحقيق وفورات الحجم في الإنتاج بسبب اتساع حجم السوق وكذا فتح فرص تنوع المشاريع الإنتاجية بسبب قابلية السوق لاستيعاب ما تنتجه المؤسسات الاقتصادية.

وبالنظر إلى اتساع حجم السوق المغربية بهذا الشكل فإنه بالإمكان أن تستخدم الموارد المتاحة- المادية والمالية والبشرية- استخداما أمثل من خلال تخصص كل قطر فيما يمتلكه من مزايا نسبية وتحقيق الكفاءة الإنتاجية العالية في الجودة والتكاليف بسبب اثر التخصص. يضاف إلى هذا إمكانية التغلب على ندرة الموارد من خلال ما يتيح التكامل الاقتصادي من حرية انتقال عوامل الإنتاج.

● **تعزيز القوة التفاوضية لدول المغربية في تعاملها مع العالم الخارجي:** إذ يمكن التكامل الاقتصادي من تقوية المركز التفاوضي لدول التكامل في تعاملها مع الدول أو التكتلات الاقتصادية، وتقليل قوى الاحتكار وتحديات الشراكة مع الشركات الدولية وفرض منطقها وممارساتها بما يخدم مصالحها فيما يتعلق بالأسعار أو النقل أو الرسوم الجمركية، وتحقيق مكاسب عديدة أهمها¹¹:

- مكاسب متعلقة بتخفيض الأسعار وزيادة المبيعات بالنسبة للمستهلكين والشركات المتنافسة.

- مكاسب متعلقة بتوسيع السوق وأثارها على التركيز والكفاءة للمؤسسات التي تضمن الاستمرار في السوق.

- مكاسب متعلقة بتقليص أوجه القصور الداخلي القطري والربوع المرتبطة به، لان كثافة المنافسة تتطلب تقليص أوجه القصور الداخلية والاختلالات المرتبطة بها.

● **الرفع من معدلات النمو الاقتصادي للدول الأعضاء:** من الأهداف الرئيسية للتكامل الاقتصادي الرفع من معدلات النمو الاقتصادي بين الدول المتكاملة، حيث تتمكن الدول

¹⁰ - بشير مصيطفى: رائحة النفط- مقالات في الاقتصاد العربي-، دار جسر للنشر والتوزيع، الجزائر،

2012، ص 60.

¹¹ - صالح صالح: الاتحاد المغربي الإمكانيات المتاحة والاستراتيجيات البديلة لتحقيق التنمية المستدامة والشراكة المتوازنة، بحث مقدم للملتقى الدولي حول التكامل الاقتصادي العربي كآلية لتحسين وتفعيل الشراكة العربية-الأوروبية، أيام 8-9/05/2004، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة سطيف، الجزائر، ص312.

المتكاملة ذات الفائض في الموارد والطاقات من تدويل نشاطها الاستثماري بالنظر إلى الفرص المتاحة في اقتصاديات دول الاتحاد، بالإضافة إلى اتساع حجم سوق الاتحاد وتحرير حركة انتقال السلع والخدمات ورؤوس الأموال وعوامل الإنتاج مما يحفز على تدويل النشاط التسويقي.

إن زيادة حجم الاستثمارات داخل دول التكامل الاقتصادي وزوال الحواجز في وجه حركة عوامل الإنتاج من شأنه توزيع النشاط الإنتاجي والتسويقي حسب الفرص المتاحة في الاقتصاديات المختلفة مما يساعد على خلق فرص جديدة والقضاء على البطالة وتحسين مستوى المعيشة لدى المستهلكين، وتوطين المؤسسات والنشاطات الاقتصادية المختلفة في مختلف مناطق دول الاتحاد مما يمكن من تحقيق نمو اقتصادي متوازن داخل دول ومناطق اتحاد المغرب العربي.

خلاصة:

تعد التكتلات الاقتصادية من أهم متغيرات بيئة التسويق الدولي لما لها من تأثير في خلق فرص تسويقية متنوعة ومتعدد خارج الحدود والجغرافية للشركات دولية النشاط لممارسة نشاطها التسويقي من خلال التصدير، الاستثمار الأجنبي المباشر، الشراكة، التحالفات الإستراتيجية، أو غيرها من استراتيجيات اقتحام الأسواق الدولية. وبالنظر إلى اتحاد المغرب العربي يعتبر ما جاء في ورقتنا البحثية هذه مجرد حبر ورق، لما يميز العلاقات الاقتصادية والسياسية المغاربية؛ ونغتمها فرصة لنوصي القادة السياسيين وصناع القرار السياسي في البلاد المغاربية إلى تفعيل اتحاد المغرب العربي لما له من آثار جد ايجابية على شعوب واقتصاديات المنطقة المغاربية، وعلى الإرادة السياسية أن تتناغم وتستجيب لإرادات الشعوب المغاربية في إتمام مظاهر التكامل ف شقه الاقتصادي على اعتبار أن هذه الشعوب متكاملة أصلاً لغة وديناً وتاريخاً.

المراجع المعتمدة:

- 1 - سامي العفيفي حاتم: التجارة الخارجية بين التنظير والتنظيم، ج2، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1994.
- 2 - عيسى حمد محمد الفارسي: التكامل الاقتصادي بين دول المغرب العربي، بحث مقدم للملتقى الدولي حول التكامل الاقتصادي العربي كآلية لتحسين وتفعيل الشراكة العربية-الأوروبية، جامعة سطيف، الجزائر، أيام 08-09/05/2004.
- 3 - مصطفى عبد العزيز مرسي: التكامل الاقتصادي والوظيفة الجديدة مدخل نظري مع إشارة إلى التجربة الخليجية، حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، العدد 23، سنة 2002-2003.

- 4- نزيه عبد المقصود مبروك: التكامل الاقتصادي العربي وتحديات العولمة، دار الفكر العربي، الإسكندرية، 2007.
- 5- فرحات غول: التسويق الدولي، دار الخلدونية، الجزائر، 2009.
- 6- عبد القادر رزق المخادمي: التكامل الاقتصادي العربي، دولن المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2009، ص71-72
- 7- بشير مصيطفى: رائحة النفط- مقالات في الاقتصاد العربي-، دار جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2012، ص 60.
- 8- صالح صالح: الاتحاد المغاربي الإمكانيات المتاحة والاستراتيجيات البديلة لتحقيق التنمية المستدامة والشراكة المتوازنة، بحث مقدم للملتقى الدولي حول التكامل الاقتصادي العربي كآلية لتحسين وتفعيل الشراكة العربية-الأوربية، أيام 8-9/05/2004، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة سطيف، الجزائر، ص312.