

الجوانب القانونية للترويج للاستثمار

د. أبوبكر عبدالعزيز مصطفى عبدالمنعم

٢٠٢٠

ملخص البحث:

تناول البحث الجوانب القانونية للترويج للاستثمار من خلال دراسة قانون الاستثمار المصري رقم ٧٢ لسنة ٢٠١٧ والقوانين ذات العلاقة .

ويناقش البحث مفهوم الاختصاص القانوني لترويج الاستثمار و الطبيعة الخاصة له و ارتباطه بالسياسات الاستثمارية في الدولة والخطة الاقتصادية للدولة، وكذلك اعتباره اختصاص قانوني .

ويبين البحث أيضاً ، إسناد الاختصاص بترويج الاستثمار للهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة ، على النحو الذي يحقق خطة التنمية الاقتصادية للدولة.

فلها وضع خطة الترويج للاستثمار و تنفيذها بالأصالة ، وذلك باتخاذ جميع الإجراءات اللازمة لذلك بجميع الوسائل ونشرها في الداخل والخارج. و التعاون مع المؤسسات والمنظمات الدولية والأجنبية العاملة ، في مجال الاستثمار والترويج له. كما في يجوز للهيئة لأغراض تنفيذ خطتها ، في مجال الترويج لفرص الاستثمار المتاحة داخلياً وخارجياً، أن تعهد بهذه المهمة إلى شركات متخصصة يتم التعاقد معها لهذا الغرض ، كما منح المشرع جزءاً من الاختصاص بالترويج للاستثمار للمجموعة الوزارية للاستثمار .

كلمات دالة : الاختصاص، الترويج للاستثمار، خطة الترويج للاستثمار، ميزانية الترويج، سياسات الترويج للاستثمار .

abstract

The research dealt with the legal aspects of promotion investment through studying Investment Law as Enacted by Law No. 72 of 2017 and related laws, and discuss the concept of legal competence for the promotion of investment and the special nature of it and its connection with the investment policies in the state and the national economic development plan, as well as considering it a legal jurisdiction, and; also shows assigning the competence to promotion investment to the General Authority for Investment and Free Zones, Through the framework that achieves the national economic development

plan. It has the right to develop an investment promotion plan and implement it on its own, by taking all necessary means to that effect and publish such plan domestically and abroad, and Cooperate with international and foreign institutions and organizations operating in the field of investment and investment promotion it.

GAFI may, for the purposes of implementing GAFI's plan in respect of promotion of available investment opportunities domestically and abroad, assign such mission to specialized companies under a contract to that effect; this shall be in accordance with the rules set out by the Executive Regulations of this Law, as well as granting the legislator a part of the competence to promotion investment for the Ministerial Investment Group.

Keywords: the competence - investment promotion - investment promotion plan -Promotion budget – Investment promotion policies .

المقدمة :

كثر في الآونة الحاضرة الحديث عن الترويج للاستثمار وأهميته ، في تحقيق التنمية الاقتصادية . وقد دخلت مختلف دول العالم سواء أكانت متقدمة أم في طريقها إلى التقدم (دول نامية أو أقل نمواً) ، في تنافس شديد ، وذلك لجذب المزيد من الاستثمارات الأجنبية المباشرة ، لا سيما وإسهام الأخيرة ، في تحقيق التنمية الاقتصادية .

ويلاحظ أن مسألة جذب الاستثمارات ليست بالأمر الهين ، بل إن الأمر يستدعي المزيد من الإصلاحات القانونية والاقتصادية ، وتهيئة وتحسين مناخ الاستثمار " المعلومات الإيجابية " (١) .

وهو ما عبّر عنه مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية ، في تقرير الاستثمار العالمي التحول نحو الخدمات ، ٢٠٠٤ : " يمكن أن يكون ترويج الاستثمار ناجحاً بصورة خاصة إذا كانت المتطلبات الأساسية مناسبة " (٢) .

بعد ذلك يأتي دور الترويج للاستثمار ، باعتباره الحلقة الأخيرة من سلسلة الإجراءات والسياسات الواجب القيام بها ، حتى تتحقق الشروط والظروف المناسبة والمحفزة لجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة (٣) ، خاصة وأن سياسات وتشجيع الاستثمار الأجنبي المباشر ، تعد بمثابة عملة واحدة ترتبط ارتباطاً وثيقاً ، والترويج للاستثمار ليس أكثر من تنفيذ جزء رئيسي من سياسات الحكومات (٤) .

(١) راجع بحثنا : دور الإعلام في جذب الاستثمارات الأجنبية . بحث منشور في مؤتمر الضوابط القانونية والأخلاقية للإعلام ، جامعة عين شمس ، كلية الحقوق ، ديسمبر ٢٠١٨ . ص ٧ وما بعدها .

(٢) مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية تقرير الاستثمار العالمي التحول نحو الخدمات ، ٢٠٠٤ ، ص ٤٠ .

(٣) د. ناجي بن حسين . دور تسويق المكان في الترويج للاستثمار و تحسين جاذبية الدول ، بحث منشور المؤتمر الدولي العلمي حول: الاستثمار الأجنبي المباشر والتنمية في الوطن العربي ، مركز البحث وتطوير الموارد البشرية رماح وجامعة لاهاي بهولندا الأردن ، ٢٠١٥ ، ص ١١ .

(٤) Declan Murphy, "Investment Promotion Techniques and the Role of the Investment Promotion Agencies," in Foreign Direct Investment Policy and Promotion in Latin America, ed. OECD, Centre for Co-

وعلى ضوء ذلك فالترويج للاستثمار، له أكبر تأثير - كآلية لجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة - مقارنة بالعوامل الأخرى لجذب الاستثمارات (٥)؛ وذلك بما يحمله الترويغ من معلومات إيجابية عن مناخ الاستثمار وحجم السوق، وقدرته على التأثير بشكل كبير على قرار المستثمر لاتخاذ قرار الاستثمار باختيار موقع في دولة بدلا من دولة أخرى، مما مفاده أن الترويغ يرتبط بشكل لا لبس فيه بتدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر (٦).

وهو ما عبّر عنه جانب من الفقه: " أن الترويغ هو واحد فقط من بين العديد من الأدوات المتاحة للبلدان المتلهفة للاستثمارات " (٧).

وتبدأ المراحل الرئيسية لعملية ترويغ الاستثمار من أهداف الاقتصاد الكلي، ثم خطط التنمية الاقتصادية، وتلي هذه السياسات الاقتصادية ثم أولويات الاستثمار ثم توفير الضمانات والامتيازات، والتي تبدأ بعدها مراحل ترويغ الاستثمار (٨).

operation with Non-members, and European Commission, OECD Proceedings (Paris: OECD, 1999),p. 89-90.

SOMO : Promotion of Foreign Direct Investment What Are the (٥) Costs? , Paper | November 2008 ,p 6 ; Paweł Capik , Foreign Investment Promotion , Governance and Implementation in Central-Eastern European Regions , 2019, p63: 67.

" it shows that promotion is unambiguously associated with greater (٦) FDI flows, on top of the influence of factors such as the country's investment climate and market size" .

S:Jacques Morisset , Kelly Andrews-Johnson The Effectiveness of Promotion Agencies at Attracting Foreign Direct Investment , Foreign Investment Advisory Service , 2004 The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank, p54 .

سيما وأن " الاستثمار كقرار اقتصادي، يعد تصرف من التصرفات الواردة على المال سواء كان المال نقدياً أو عينياً .

راجع: د. رضا عبيد . القانون التجاري المصري، بدون ناشر، ٢٠٠٨. ص ٤٣١ .

Louis T. Wells, J , Alvin G. Wint , Marketing a Country , (٧) Promotion as a Tool for Attracting Foreign Investment , F I A S , 2000 , P1: 3

ويلاحظ أن الترويج للاستثمار لا يقتصر على مجرد الأدوات الترويجية فحسب - **ولفهم أكثر شمولاً** - فإن ترويج الاستثمار يتجاوز ذلك ، ليشمل مجموعة من الأنشطة والسياسات ، وضرورة وجود خطة واضحة ومتكاملة للترويج للاستثمار ، وضمان حسن تنفيذها باستخدام وسائل ترويج معترف بها ، و فاعلية المتابعة والتقييم المستمر لأدائها لقياس التقدم في خطة الترويج للاستثمار ^(٩) .

ونظراً للأهمية الكبرى التي يحظى بها الترويج للاستثمار ، فقد قام المشرع المصري بتنظيم أحكامه ، وأسند اختصاص الترويج للاستثمار إلي الهيئة العامة للاستثمار ، بموجب قرار رئيس الجمهورية رقم ٢٨٤ لسنة ١٩٩٧ بإنشاء الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة ، ونصت المادة الأولى منه على أن: **تنشأ هيئة عامة تسمى الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة ، تكون لها الشخصية الاعتبارية ،** ... ^(١٠) .

(٨)د. حليلة الحبيب آدم عمر. الترويج للاستثمار الأجنبي بالسودان عبر وسائل الاتصال الحديثة : دراسة حالة عينة من آليات وزارة الاستثمار الاتحادية يناير ٢٠٠٦ – ديسمبر ٢٠٠٩ ، رسالة دكتوراه جامعة أم درمان الإسلامية – كلية الإعلام ، ٢٠١١ ، ص ٤ .

(٩) Pawel Capik , op. cit , p61

" In this context, as will be argued throughout the book, investment promotion needs to be understood as a process extending beyond mere image-oriented activities to include measures and procedures creating, sustaining and developing relationships with the key decision-makers of the potential (and current) investors" .

Ibid, p21 .

راجع أيضاً : د . حليلة الحبيب، مرجع سابق . ص ١٠٨ .
(١٠) راجع : قرار رئيس الجمهورية رقم ٢٨٤ لسنة ١٩٩٧ بإنشاء الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة ، الجريدة الرسمية العدد ٢٣ مكرر في ٩ أغسطس سنة ١٩٩٧ .

بعد ذلك صدر قرار رئيس الجمهورية رقم ٣١٦ لسنة ٢٠٠٤ ، بتعديل بعض أحكام قرار رئيس الجمهورية رقم ٢٨٤ لسنة ١٩٩٧ بإنشاء الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة، ونظم القرار صلاحيات رئيس الهيئة ، وتحديد اختصاصات نواب الهيئة بواسطة وزير الاستثمار .

بعد ذلك صدر قرار مجلس الوزراء رقم ٣١٠ لسنة ٢٠١٤ ، بتاريخ ٢٠١٤/٠٢/٢٠ ، بصدد أن يُستبدل بنصي المادتين الثالثة والرابعة من قرار رئيس الجمهورية رقم ٢٨٤ لسنة ١٩٩٧ بإنشاء الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة المعدل بالقرار رقم ٣١٦ لسنة ٢٠٠٤ .
الجريدة الرسمية العدد ٨ تابع في ٢٠ فبراير ٢٠١٤ .

ونصت المادة الثانية منه علي اعتبار الهيئة العامة للاستثمار هي الجهة الإدارية المختصة بتنفيذ أحكامه، والقيام بالاختصاصات الآتية: " إعداد وطرح المشروعات للاستثمار والترويج لها، و إعلام السوق الداخلي والدولي لرأس المال بكل ما من شأنه تنشيط الاستثمار، ... "

وبموجب هذا القرار ، فقد تطور دور الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة من هيئة تنظيمية إلى هيئة ترويجية تقوم بتشجيع الاستثمار la promotion de l'investissement ، إذ تعد الجهاز المسؤول عن الترويج منذ عام ١٩٩٧ .

وإذا كان اهتمام المشرع بتنظيم أحكام الترويج للاستثمار ، ليس بحديث عهد ، لا سيما وأن نشأة إسناده الاختصاص بالترويج للهيئة العامة للاستثمار كانت بموجب قرار رئيس الجمهورية رقم ٢٨٤ لسنة ١٩٩٧ بإنشاء الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة ، والذي أسند اختصاص الترويج للاستثمار إلي الهيئة العامة للاستثمار، إلا أن جدوي الترويج للاستثمار ، تبدو أهميتها في ظل الإصلاحات الجارية في مختلف النواحي القانونية والاقتصادية ، مما حدا بالمشرع إلي تنظيم أحكام الترويج للاستثمار ضمن نصوص قانون الاستثمار رقم ٧٢ لسنة ٢٠١٧ م ، حيث قد نظم المشرع أحكام الترويج للاستثمار في المواد (٦٩ ، ٧١ ، ٧٢ ، ٧٨) (١١)

كما نظمت المادة (١٢٥) من اللائحة التنفيذية لقانون الاستثمار أحكام الترويج لفرص الاستثمار ، وذلك بإبقاء إسناده الاختصاص بترويج الاستثمار للهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة (١٢) .

كما نصت المادة الثانية من قرار رئيس مجلس الوزراء رقم ٣٨ لسنة ٢٠٢٠ ، بتشكيل مجموعة وزارية للاستثمار برئاسة رئيس مجلس الوزراء ، علي اختصاص

بعد ذلك صدر قرار رئيس الجمهورية رقم ٣١٦ لسنة ٢٠٠٤ ، بتاريخ ٢٣ / ٩ / ٢٠٠٤ ، بتعديل بعض أحكام قرار رئيس الجمهورية رقم ٢٨٤ لسنة ١٩٩٧ بإنشاء الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة الجريدة الرسمية العدد ٣٩ في ٢٣ سبتمبر سنة ٢٠٠٤ .

(١١) قانون الاستثمار الجديد رقم ٧٢ لسنة ٢٠١٧ ، المنشور بالجريدة الرسمية - العدد ٢١ مكرر (ج) في ٣١ مايو ٢٠١٧ .

(١٢) قرار رئيس مجلس الوزراء رقم ٢٣١٠ لسنة ٢٠١٧ بإصدار اللائحة التنفيذية لقانون الاستثمار الصادر بالقانون رقم ٧٢ لسنة ٢٠١٧ .

المجموعة الوزارية للاستثمار بـ : " وضع سياسات الترويج للاستثمار في مصر " (١٣)

كما نصت المادة (١٩/٥) من القانون رقم ١٧٨ لسنة ٢٠١٨ بإصدار قانون الهيئة الوطنية للإعلام ، علي أن : " تختص الهيئة الوطنية للإعلام باقتراح موضوعات الحملات الإعلامية العامة التي تستهدف تحقيق مصلحة عامة وتوزيع مهامها على كل مؤسسة طبقاً لتخصصها " (١٤).

(١٣) قرار رئيس مجلس الوزراء رقم ٣٨ لسنة ٢٠٢٠ المنشور في الجريدة الرسمية - العدد

الأول مكرر (ج) في ٦ يناير ٢٠٢٠

(١٤) القانون رقم ١٧٨ لسنة ٢٠١٨ بإصدار قانون الهيئة الوطنية للإعلام ، والمنشور في الجريدة الرسمية - العدد ٣٤ مكرر (ج) في ٢٧ أغسطس سنة ٢٠١٨ .

أهمية البحث :-

تكمن أهمية البحث : " الجوانب القانونية لترويج الاستثمار في الآتي:

أولاً: حاجة المكتبة القانونية لتناول موضوع الترويج للاستثمار من الناحية القانونية ، وإبراز مفهومه وطبيعته الخاصة التي تميزه عن التسويق في مجال القطاع الخاص، من حيث أهدافه ، واختصاصه القانوني وارتباطه بالسياسات الوطنية ومداه

ثانياً: الاتجاه نحو حرفية الترويج للاستثمار ، لا سيما ، وأن زيادة حصة مصر من الاستثمار الأجنبي المباشر الواردة ، يعزو إلي التحسن في مناخ الاستثمار وما يتضمنه من معلومات إيجابية ، وفتح قطاعات جديدة للاستثمار ، إضافة إلي تطوير جهود الترويج الوطنية و الموارد البشرية .

وبمفهوم المخالفة، فإن من أهم العوامل التي ساهمت في انخفاض قدرة مصر على جذب المزيد من الاستثمار المباشر في المرحلة السابقة، هو الافتقار إلى حرفية الترويج للاستثمار، وضعف عملية الترويج من حيث الحجم . والذي كان يشكل " حلقة مفقودة " ، من حلقات العملية الاستثمارية .

والذي اتجهت إرادة المشرع إلي اعتبار الترويج للاستثمار اختصاص قانوني، وأسند ذلك إلي الهيئة العامة للاستثمار ، بجانب اختصاصها التنظيمي ، وأناط بها وضع خطة الترويج وتنفيذها بالأصالة أو بالتعاقد مع شركات متخصصة في مجال الترويج ، كما استحدث المشرع آلية التقرير لمتابعة خطة الترويج وتقييمها . كما اتجهت إرادة المشرع إلي إسناد الاختصاص للمجموعة الوزارية للاستثمار ، بوضع سياسات الترويج للاستثمار – كاستثناء – من الاختصاص المسند إلي الهيئة

ثالثاً: إبراز العلاقة الارتباطية بين الترويج للاستثمار والمعلومات الإيجابية التي تعبر عن مناخ الاستثمار الملائم ، باعتبارها المعلومات والمعرفة عاملاً محفزاً رئيسياً للاستثمارات ولنمو الأعمال التجارية ، كما تمهد لاتخاذ قرار الاستثمار من قبل المستثمرين المحتملين.

تحديد فرضيات البحث :

إن موضوع البحث ، وهو ينص على دراسة " الجوانب القانونية لترويج

الاستثمار" ، يهتم بإيجاد الأجوبة المناسبة للأسئلة الآتية :-

- (١) مدي ارتباط الترويج للاستثمار بالسياسات الاستثمارية في الدولة ؟
- (٢) من المبادئ المستقر عليها في كافة النظم القانونية لا اختصاص إلا بنص ، والسؤال هو حدود اختصاص الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة في الترويج ؟ وهل يوجد تضارب في الاختصاص ، حال إسناد وضع سياسات الترويج للمجموعة الوزارية للاستثمار؟
- (٣) أثر تبعية الهيئة العامة للاستثمار لرئاسة مجلس الوزراء وتأثير ذلك علي اختصاص الترويج للاستثمار ؟
- (٤) مدي إلزامية التدرج في سياسات الترويج بالنسبة للاقتصادات الناشئة؟
- (٥) جدوي وفعالية آلية متابعة وتقييم خطة الترويج للاستثمار ؟
- (٦) الطبيعة القانونية لالتزام الرئيس التنفيذي للهيئة العامة للاستثمار، بإعداد تقرير دوري عن نتائج خطة الترويج للاستثمار ؟
- (٧) كيفية تحديد الميزانية الإجمالية للترويج للاستثمار ؟
- (٨) مدي مساهمة التعاون مع المؤسسات والمنظمات الدولية في تعزيز قدرة الهيئة علي القيام باختصاصها الترويجي؟
- (٩) الأساس القانوني للحملات الإعلانية العامة ؟
- (١٠) مدى قانونية اشتراك الهيئة العامة للاستثمار في تأسيس شركات التسويق والترويج لتنمية المناطق وجذب المستثمرين ؟
- (١١) ما هي الجهة المختصة باقتراح الحملات الاعلامية العامة ، وفعاليتها ؟

منهج الدراسة :

استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي الذي لا يتوقف فقط عند وصف جمع البيانات والمعلومات المتعلقة ، بالجوانب القانونية للترويج للاستثمار ، من خلال تشريعات الاستثمار، بل يتعداه إلى حدود استقصاء مظاهره وعلاقته المختلفة ، ويقوم على تحليل الظاهرة وتفسيرها للوصول إلى استنتاجات تساهم في الإصلاحات القانونية.

خطة البحث :

أقسم رؤيتي لهذا الموضوع " الجوانب القانونية للترويج للاستثمار"، علي النحو التالي :

الفصل الأول : مفهوم الاختصاص القانوني للترويج للاستثمار

الفصل الثاني : خطة الترويج للاستثمار وسياساته

الفصل الثالث : تنفيذ خطة الترويج للاستثمار

الفصل الأول

مفهوم الاختصاص القانوني لترويج الاستثمار

تمهيد وتقسيم :

تسعى كافة الدول إلى جذب المزيد من الاستثمارات الأجنبية، لا سيما وأن رأس المال الأجنبي ، هو أحد العوامل الدافعة لاستقرار الاقتصاد وضمان نموه^(١٥).

و تلعب هيئات الاستثمار دور في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر ، وذلك من منطلق مسؤوليتها عن تحقيق التنمية الاقتصادية في الدولة^(١٦) ، وتفعيل الدور الايجابي للاستثمارات الأجنبية ، ومدى تكامل وانسجام عملية ترويج الاستثمار في الخطة الوطنية للتنمية الاقتصادية^(١٧).

وقد تنامت الحاجة إلى الاهتمام بمجال الترويج لجذب الاستثمارات المحلية والأجنبية ، والذي يعد جزء لا يتجزأ من استراتيجية الدولة ، للخروج من مرحلة الركود ، وأثره الفعال في نمو الاقتصاد القومي^(١٨).

وقد ترتب علي ذلك ، أن المشرع قد عزز من الترويج للاستثمار ، وجعله اختصاص قانوني ، أسوة بسائر الاختصاصات القانونية الأخرى ، كالتنظيم والإدارة والرقابة والمتابعة و التوجيه ، وأسند الاختصاص بترويج الاستثمار للهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة .

وإذا كان اهتمام المشرع بتنظيم أحكام الترويج للاستثمار ، ليس بحديث عهد ، إلا أن جدوي الترويج للاستثمار ، تبدو أهميتها في ظل الإصلاحات الجارية في مختلف

Agnė Šimelytė, Kęstutis Peleckis , Valentina Peleckienė, (١٥)
Regulation and Promotion of Foreign Direct Investment in the Baltic States: Tendencies, Advantages, And Problems , American International Journal of Contemporary Research, Vol. 5, No. 5; October 2015, p 195.

Michal Trník, The Role Of Investment Promotion Agencies At (١٦)
Attracting Foreign Direct Investment And Their Impact On Economic Development In Central Europe , 2007, p19.

(١٧) راجع : المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، جهات الترويج العربية في الدول العربية: الواقع والتحديات، سبتمبر ٢٠١٢م، ص ١٩

Louis T. Wells, J , Alvin G. Wint , op. cit , P 43.(١٨)

النواحي القانونية والاقتصادية ، مما حدا بالمشرع إلي تنظيم أحكام الترويج للاستثمار ضمن نصوص قانون الاستثمار رقم ٧٢ لسنة ٢٠١٧م.

وعلي ضوء ذلك سيقسم الفصل الاول ، إلي مبحثين ، وذلك علي النحو التالي

المبحث الأول : مفهوم ترويج للاستثمار وطبيعته

المبحث الثاني : اختصاص الهيئة العامة للاستثمار في الترويج للاستثمار

المبحث الأول

مفهوم ترويج للاستثمار وطبيعته

تمهيد وتقسيم :

علي الرغم من التشابه بين الترويج للاستثمار والترويج كأداة وآلية تسويقية ، والذي يستخدمه القطاع الخاص في تسويق منتجاته، إلا أن ترويج الاستثمار له ذاتيته الخاصة . وهو ما يستدعي تناول تعريف ترويج الاستثمار ، وإظهار طبيعته الخاصة ، والتي تميزه عن الترويج كأداة تسويقية ، وذلك في المطلبين التاليين :

المطلب الأول : تعريف ترويج الاستثمار

المطلب الثاني : الطبيعة الخاصة لترويج الاستثمار

المطلب الأول

تعريف ترويج الاستثمار

لم يعرف المشرع المصري الترويج للاستثمار ، في سرده للتعريفات في المادة الأولى من قانون الاستثمار رقم ٧٢ لسنة ٢٠١٧ - وهو ما نأمل تداركه- لا سيما وما يتسم به الترويج للاستثمار من طبيعة خاصة تميزه ، فضلاً عن كونه حلقة من حلقات العملية الاستثمارية .

كما لم يتناول المشرع تعريف الترويج في القوانين ذات العلاقة بالصحافة والإعلام^(١٩) .

وعلي ضوء ذلك ، يتعين علينا تناول تعريف الترويج للاستثمار في اللغة والاصطلاح ، وذلك علي النحو التالي :

أولاً: تعريف الترويج في اللغة

وفقاً لقاموس المعاني^(٢٠) ، فإن كلمة تَرْوِج في اللغة : " مصدر رَوَّجَ . وَرَوَّجَ فعل ، رَوَّجٌ يُرَوِّجُ ، تَرْوِجًا ، فهو مُرَوِّجٌ ، والمفعول مُرَوِّجٌ ، يقال رَوَّجَ الشَّيْءَ أَي

(١٩) القانون رقم ١٧٨ لسنة ٢٠١٨ بإصدار قانون الهيئة الوطنية للإعلام ، القانون رقم ١٧٩ لسنة ٢٠١٨ بإصدار الهيئة الوطنية للصحافة المنشور في الجريدة الرسمية - العدد ٣٤ مكرر (د) في ٢٧ أغسطس سنة ٢٠١٨ . قانون تنظيم الصحافة والإعلام ١٨٠ لسنة ٢٠١٨ ، منشور في الجريدة الرسمية - العدد ٣٤ مكرر (هـ) في ٢٧ أغسطس سنة ٢٠١٨ .

جعله منتشرًا يكثر الطلب عليه ، و رَوَّجَ أخباراً أي أشاعها . و راجَ : فعل راجَ يروج ، رُج ، رَوَّجًا و رَوَّجًا ، فهو رائج ، رواجٌ اقتصاديٌّ : انتعاش ، راجَ الأمرُ رواجًا ، و رَوَّاجًا أي جاء في سُرعةٍ ، و راجتِ الرياحُ أي اختلَطَ هُبُوبُها فلا يُعْلَمُ من أين تجيء . و هو ما تقوم بها الشركات والمؤسسات في سبيل إيصال قيمة المنتجات والخدمات للزبائن وإقناعهم وحثهم على الشراء ويشمل الترويج الاهتمام بالزبون والعلاقات العامة والمبيعات وصورة الشركة والإعلانات ، ومنه ترويج الاستثمار الصناعي promotion of industrial investment " .

ثانياً: تعريف ترويج الاستثمار في الاصطلاح

تُعرِّف المؤسسة العربية لضمان الاستثمار ترويج الاستثمار بأنه: " مجموعة الأنشطة والمعلومات والمهام المتعلقة بتحفيز واستقطاب جهات الاستثمار المحلية والإقليمية والدولية للمساهمة في بعث المشاريع الجديدة وتطوير المشاريع القائمة وتمويل الفرص الاستثمارية في بلد معين " (٢١) .

ويرتكز هذا التعريف ، علي توافر المعلومات الإيجابية والمعرفة باعتبارها عاملاً محفزاً رئيسياً للاستثمارات ولنمو الأعمال التجارية . إذ ينظر إلي أن ترويج الاستثمار ، عبارته عن أنشطة تنشر معلومات حول صورة لموقع الاستثمار واستهداف المستثمرين المحتملين (٢٢) .

وقد ذهب جانب من الفقه إلي تعريف ترويج الاستثمار بأنه : " تسويق المشروعات والفرص الاستثمارية ، والإعلام لها وفق دراسات وأولويات وسياسات اقتصادية وقانونية محددة تضع القطر المعين في مصاف الدول الجاذبة للاستثمار في سوق المنافسة العالمية " (٢٣) .

(٢٠) راجع : قاموس المعاني علي الموقع الالكتروني :

<https://www.almaany.com/>

(٢١) راجع : المؤسسة العربية لضمان الاستثمار . مرجع سابق ، ص ٥ .

(٢٢) "activities that disseminate information about, or attempt to create an image of the investment site and provide investment services for the prospective investors" .

S: Jacques Morisset , Kelly Andrews-Johnson , op. cit, p9.

(٢٣) د. حليلة الحبيب . مرجع سابق ، ص ١٠٦

ويرتكز هذا التعريف، علي اعتبار أن الترويج ليس بالإجراء الروتيني ، بل يحتاج إلي خطة عمل تتسم بالوضوح والشمول، ويسبق ذلك دراسة جدوي مكثفة .

و يذهب جانب آخر من الفقه إلي تعريف ترويج الاستثمار بأنه : " الجهود التي تبذلها الحكومة للتواصل مع المستثمرين الأجانب بطبيعة مناخ الاستثمار في البلد ، وإقناع هؤلاء المستثمرين ومساعدتهم على الاستثمار ، أو إعادة الاستثمار في البلاد"^(٢٤) .

ويشير التعريف الأخير ، إلي اعتبار الترويج للاستثمار بمثابة جهود حكومية ممثلة في هيئات الاستثمار ، مما مفاده اعتبار الترويج للاستثمار اختصاص حكومي ، كما يفترض هذا التعريف ضمناً وجود خطة عمل مسبقة.

مما سبق ، يتراي للباحث تعريف ترويج الاستثمار بأنه : " نشاط حكومي مسبق بخطط بإبراز المعلومات الإيجابية عن مناخ الاستثمار ، بهدف تحسين صورة الدولة كموطن جاذب للاستثمار ، وإقناع المستثمر المحتمل لاتخاذ قرار الاستثمار " .

المطلب الثاني

الطبيعة الخاصة لترويج الاستثمار

أصبح الترويج علماً قائماً بذاته ، يعزز من أهمية عمليات النمو المضطرد في تبادل التجارب وتداول المعرفة ورصد الخبرات حول سياسات ترويج الاستثمار في مجال الاستثمار الأجنبي المباشر^(٢٥) .

و إذا كانت المهمة الرئيسية لوظيفة ترويج الاستثمار -أكثر مماثلة - للأنشطة التي تضطلع بها عموماً منشآت القطاع الخاص في مهام التسويق ، بمعني أن طبيعته تسويقية^(٢٦)، إلا أن هذا التشابه يكمن في الوسائل الترويجية ، التي تستخدم في الترويج ، سواء أكان وسائل الترويج المباشر ، أم وسائل الترويج غير المباشر^(٢٧) .

Michal Trník, op. cit , p9.(٢٤)

د. ناجي بن حسين . مرجع سابق ، ص ١٠ (٢٥)

Louis T. Wells, J , Alvin G. Wint , op. cit , P 53.(٢٦)

Jacques Morisset , Kelly Andrews-Johnson , Op. cit , p 33 ; (٢٧)

Pawel Capik , op. cit , p68.

ف نجد مصطلح " ترويج الاستثمار الأجنبي المباشر " ، يشمل جميع وسائل الترويج المصممة لجذب الاستثمار الأجنبي^(٢٨) ، وما من شأنه تحقيق تواصل هيئات الاستثمار بالمستثمرين المستهدفين ، عبر وسائل الاتصال الجماهيري العامة والمتخصصة^(٢٩) .

مثال ذلك : بمجرد استهداف هيئات الاستثمار جمهورها المحدد ، فإنها تستخدم مجموعة متنوعة من الأدوات للاتصال تتضمن معلومات عامة عن الاستثمار : عن طريق الهاتف والبريد ، و اجتماعات المستثمرين و المشاركة في معارض الاستثمار ، وإجراء بعثات الاستثمار العامة ، والندوات و الإعلان في وسائل الإعلام المالية العامة، ومختلف وسائل الإعلام^(٣٠) ، وغير ذلك من الوسائل الترويجية المباشرة وغير المباشرة ، لاسيما وأن مفهوم مُراد المشرع كما أشارت

Rick T. Wilson , Daniel W. Baack, Attracting Foreign Direct (٢٨) Investment: Applying Dunning's Location Advantages Framework to FDI Advertising , Journal of International Marketing · American Marketing Association Vol. 20, No ,June 2012 , p 98

(٢٩) د. محمد أبو سريع . رصد وتحليل الخبرة الدولية في الترويج للاستثمار المناهج والأدوات وأفضل الممارسات ، المركز العربي للبحوث والدراسات أفاق سياسية ، ٢٩٤ ، ٢٠١٦ ، ص ١٠ .

Jacques Morisset , Kelly Andrews-Johnson , Op. cit, p33(٣٠) Pawel Capik , op. cit , p68 ; Louis T. Wells, J , Alvin G. Wint , op. cit , P8.

راجع أيضا : المادة (١) من قانون تنظيم الصحافة والإعلام ١٨٠ لسنة ٢٠١٨ . والمادة (١) من القانون رقم ١٧٨ لسنة ٢٠١٨ بإصدار قانون الهيئة الوطنية للإعلام.

" Investment promotion includes the following types of activity: advertising, direct mailing, investment seminars, investment missions, participation in trade shows and exhibitions, distribution of literature, one-to-one direct marketing efforts, preparation of itineraries for visits of prospective investors, matching prospective investors with local partners, acquiring permits and approvals from various government departments, preparing project proposals, conducting feasibility studies, and providing services to the investor after projects have become operational" .

S: Louis T. Wells, J , Alvin G. Wint , op. cit , P8.

المادة ٧١ البند (٥) من قانون الاستثمار الجديد: " بجميع الوسائل ونشرها في الداخل والخارج ."

وعلي ضوء ما سبق ، يتضح وجود تشابه بين ترويج الاستثمار والترويج كأداة لتسويق منتجات الشركات ، وذلك من حيث الوسائل والأدوات الترويجية ، إلا أن ترويج الاستثمار له ذاتيته الخاصة ، وذلك علي النحو التالي :

أولاً: ارتباط الترويج للاستثمار بالسياسات الاستثمارية في الدولة

تعد عملية الترويج للاستثمار بمثابة مرحلة أو حلقة من سلسلة الإجراءات والسياسات والإصلاحات الواجب القيام بها في نطاق العملية الاستثمارية ، إذ تعد بمثابة الحلقة الأخيرة لجني ثمار الإصلاحات الأخيرة .

ويختلف الترويج للاستثمار عن عمليات تسويق المنتجات ، اختلافاً جذرياً في أهدافه وارتباطه بالسياسات الوطنية ومداه . كما أنه عملية متواصلة وطويلة المدى (٣١)

و يلعب ترويج الاستثمار دوراً هاماً في توصيل المعلومات، عن السياسات الحالية والإصلاحات الأخيرة والإجراءات التي اتخذتها السلطات العامة ، ونقلها للمستثمرين المحتملين (٣٢) ؛ إذ يعد بمثابة آلية مهمة تحمل في طياتها جميع الميزات والإصلاحات ، التي تجعل البلد المضيف موطناً جذاباً للاستثمار (٣٣) .

ومن هنا تبدو العلاقة الارتباطية بين الترويج للاستثمار و الاستثمار الأجنبي المباشر ؛ في أنه كلما تزايدت الإصلاحات وما تتضمنه من معلومات إيجابية تميز مناخ الاستثمار في الدولة وتجعله مواتياً ، كلما ازداد اهتمام المستثمرين المحتملين لاتخاذ قرار الاستثمار .

وتشير الدراسات : " أن تعزيز أسباب التقدم الكبير في حصة الدول العربية من تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر الواردة عالمياً ، إلي التحسن في مناخ الاستثمار

(٣١) د. منى بسيسو . تأثير سياسات الترويج للاستثمار الأجنبي المباشر على قدرة الدول العربية في جذب هذه الاستثمارات لتحقيق أهدافها التنموية ، المعهد العربي للتخطيط بالكويت ، سلسلة اجتماعات الخبراء " ب " ، العدد رقم (٢٩) ، يونيو ٢٠٠٨ ، ص ٢٣ .

Pawel Capik , op. cit , p70.(٣٢)

Jacques Morisset , Kelly Andrews-Johnson , op. cit , p9(٣٣)

والقوانين الخاصة بتشجيع الاستثمار ، وفتح قطاعات جديدة للاستثمار ، إضافة إلى تنامي جهود الترويج الوطنية ، والتحسين المتواصل في مناخ الاستثمار " (٣٤) .

وبمفهوم المخالفة فإن من أهم العوامل التي ساهمت في انخفاض قدرة مصر على جذب المزيد من الاستثمار المباشر في المرحلة السابقة، هو الافتقار إلى حرفية الترويج للاستثمار ، إذ كان يمثل أضعف حلقات العملية الاستثمارية حجماً ونوعاً ، بل كان بمثابة " حلقة مفقودة " ، من حلقات العملية الاستثمارية .

مما سبق ، يتضح ارتباط الترويج للاستثمار بالسياسات الاستثمارية في الدولة ، وكونه يمثل الحلقة الأخيرة من حلقات العملية الاستثمارية .

ثانياً: الترويج للاستثمار اختصاص حكومي :

يعتبر ترويج الاستثمار اختصاص حكومي تستخدمه الحكومات ممثلة بالجهة المنوط بها الاختصاص الترويجي " الهيئة العامة للاستثمار " ، من أجل جذب الاستثمار الأجنبي المباشر ، وتعزيز التنمية الاقتصادية للبلد (٣٥) .

فالترويج للاستثمار علي حد تعبير جانب من الفقه ، هو جزء من السياق الأوسع للعلاقات بين الحكومات المضيفة والمستثمرين الأجانب ، حيث تقوم الحكومات بمجموعة من الخطوات ، لترويج البلد كموطن جاذب للاستثمار (٣٦) .

وهو ما يستتبع إدراج الترويج للاستثمار تحت نظام قانوني مختلف ، عن الترويج كأداة تسويقية لشركات القطاع الخاص ، علي نحو ما سنراه .

ثالثاً: ارتباط الترويج للاستثمار بالخطة الاقتصادية للدولة :

تساهم عملية ترويج الاستثمار الأجنبي المباشر ، في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة (٣٧) .

وقد أشار المشرع المصري في عجز المادة ٦٩ من قانون الاستثمار رقم ٧٢ لسنة ٢٠١٧ ، لدور ترويج الاستثمار في تحقيق خطة التنمية الاقتصادية للدولة . والذي يلقي بظلاله علي الهيئة العامة للاستثمار ، بأن تعمل علي جذب المزيد من الاستثمارات

(٣٤) د. مني بسيسو . مرجع سابق ، ص ١٨ .

(٣٥) Declan Murphy, op. cit ,p. 89-90; Michal Trník, op. cit , p9.

(٣٦) Louis T. Wells, J , Alvin G. Wint , op. cit , P1: 3.

(٣٧) SOMO ,Op. cit ,p 1.

الأجنبية المباشرة ، لتحقيق الإفادة المرجوة للاقتصاد الوطني ، وتعظيم مساهمة تلك الاستثمارات في مؤشرات التنمية .

ويأتي ذلك انطلاقاً ، من وضع استراتيجيات وطنية للتنمية المستدامة ، وما تتسم به من أهداف وغايات متكاملة وغير قابلة للتجزئة، وإسهاماتها في تحقق التوازن بين أبعاد التنمية المستدامة الثلاثة، الاقتصادية والاجتماعية والبيئية ، وذلك باعتماد نظم لترويج الاستثمار، وتنفيذها من أجل تحقيق التنمية المستدامة^(٣٨). وهذا دليل للأهمية الكبرى التي يحظى بها الترويج للاستثمار ، في تعزيز أسباب التقدم الكبير في حصة مصر من تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر .

المبحث الثاني

اختصاص الهيئة العامة للاستثمار في الترويج للاستثمار

تمهيد وتقسيم :

تتحدد صلاحيات هيئات الاستثمار حسب وضعها القانوني وسند إنشائها ، ومدى تبعيتها لوزارة معينة أو مجلس الوزراء أو اعتبارها هيئة مستقلة لها ميزانيتها الخاصة .

و تعتبر الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة سلطة حكومية رئيسية معنية بتنظيم وتسهيل الاستثمار في مصر^(٣٩) ، وهي الجهة المنوط بها الترويج للاستثمار بموجب قرار رئيس الجمهورية رقم ٢٨٤ لسنة ١٩٩٧ ، وقانون الاستثمار رقم ٧٢ لسنة ٢٠١٧ م.

وعلي ضوء ذلك ، سيقسم المبحث الثاني ، إلي مطلبين ، وذلك علي النحو التالي :

المطلب الأول : إسناد الاختصاص بالترويج للهيئة العامة للاستثمار

Trade Union Reference Manual on the 2030 Agenda for (٣٨) Sustainable Development, Sustainable Development Goals , International Training Centre of the International Labour Organization, 2017,p94.

(٣٩) راجع : الموقع الالكتروني للهيئة العامة للاستثمار

المطلب الثاني : آثار تبعية الهيئة العامة للاستثمار لرئاسة مجلس الوزراء علي ترويج الاستثمار

المطلب الأول

إسناد الاختصاص بالترويج للهيئة العامة للاستثمار

يكنم الأساس القانوني لإسناد اختصاص الترويج للهيئة العامة للاستثمار ، في نص المادة الثانية من قرار رئيس الجمهورية رقم ٢٨٤ لسنة ١٩٩٧ بإنشاء الهيئة العامة للاستثمار ، باعتبارها الجهة الإدارية المختصة بتنفيذ أحكامه، والقيام بالاختصاصات الآتية: " إعداد وطرح المشروعات للاستثمار والترويج لها، وإصدار السوق الداخلي والدولي لرأس المال بكل ما من شأنه تنشيط الاستثمار، وإصدار وتوزيع الكتب والمجلات والنشرات المتعلقة بالترويج للمشروعات وتنشيط الاستثمار، وذلك باللغات العربية والأجنبية ، و عقد المؤتمرات والندوات وتنظيم الزيارات واللقاءات للمستثمرين للتعريف بضمانات وحوافز الاستثمار " .

كما نصت المادة ٦٩ / ١ من قانون الاستثمار رقم ٧٢ لسنة ٢٠١٧ ، علي أن : " تقوم الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة على تنظيم الاستثمار في البلاد وتشجيعه، وتنمية وإدارة شؤونه والترويج له، على النحو الذي يحقق خطة التنمية الاقتصادية للدولة " .

مفاد ذلك أن المشرع المصري ، قد أسند للهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة اختصاص الترويج للاستثمار ، بجانب إسناده الاختصاص بتنظيم الاستثمار أيضا . وهو ما يشير إلى غياب الفصل بين اختصاص " الترويج للاستثمار " وبين اختصاص " تنظيم الاستثمار " ^(٤٠) .

" Definition of Promotion For the purposes of this research, (٤٠) investment promotion is defined to include only certain marketing activities through which governments try to attract foreign direct investors. Promotion excludes the granting of incentives to foreign investors, the screening of foreign investment, and negotiation with foreign investors, even though many of the organizations responsible for conducting investment promotion activities may also conduct these other activities" .

ويعد إسناد اختصاص الترويج للاستثمار إلى "هيئات الاستثمار" ، بجانب اختصاصها التنظيمي ، أحد سمات الإطار القانوني للعديد من هيئات الاستثمار في مختلف دول العالم (٤١) ، حيث نظمت العديد من تشريعات الدول ترويج الاستثمار " كاختصاص حكومي " ، كما هو تنظيم معظم الوظائف الحكومية الأخرى ، مثل التوجيه والرقابة والمتابعة، والتنظيم (٤٢) .

واستعرضت الجمعية العمومية ما هو مستقر عليه فقهاء، وقضلاء، وإقتاء في معرض حديثها عن الاختصاص المسند للهيئة العامة للاستثمار بالقانون رقم (٧٢) لسنة ٢٠١٧ ، من أن : " الاختصاص ركن من أركان العمل الإداري عمومًا والقرار الإداري على وجه الخصوص، والاختصاص الإداري هو السلطة التي يمنحها القانون – بمعناه العام – لجهة إدارية لمباشرة عمل إداري معين، ويخولها القدرة القانونية على أدائه عن طريق استعمال وسائل الإدارة، ومن بينها إصدار القرارات الإدارية اللازمة لمباشرة العمل الإداري. وقد يتحدد الاختصاص الإداري بنص في الدستور، أو في التشريع العادي، أو في اللوائح، كوائح التنفيذ التي تصدر تنفيذًا للقوانين، أو لوائح التنظيم التي تصدر بإنشاء، وتنظيم المرافق العامة، والأصل أنه لا اختصاص إلا بنص ولكل اختصاص حدود، فالاختصاص يتحدد بالموضوع وبالمكان والزمان، وبصفة من يتولى الاختصاص، وعلى كل جهة إدارية أن تتقيد بحدود اختصاصها، وليس لها أن تنتحل اختصاصًا لم يمنحها القانون إياه، ولا أن تسلب جهة أخرى اختصاصها" (٤٣) .

وقد ذهب الفقه بين مؤيد ومعارض لإسناد الاختصاص الترويج للاستثمار للهيئة العامة للاستثمار بجانب اختصاصها التنظيمي ، وذلك علي النحو الآتي :

S:Louis T. Wells, J , Alvin G. Wint , op. cit , P8.

Michal Trnák , op. cit , p9: 10 .(٤١)

جدير بالملاحظة أنه لا يوجد في الدول العربية وكالات متخصصة في الترويج للاستثمار فقط بل يوجد قطاع أو إدارة معنية بهذا المجال في هذه الهيئات .
راجع : د. محمد محمد أبو سريع. مرجع سابق ، ص ٢٣

Louis T. Wells, J , Alvin G. Wint , op. cit , P 54: 56 .(٤٢)

(٤٣) الفتوى رقم ١٩٣٥ لسنة ٢٠١٧ بتاريخ فتوى : ٢٠١٧/١٢/٢٠ و تاريخ جلسة : ٢٠١٧/١٢/١٣

يذهب جانب من الفقه إلى أن إسناد اختصاص الترويج للاستثمار للهيئة العامة للاستثمار بجانب اختصاصها في تنظيم الاستثمار، يتماشى مع الواقع، لاسيما وأن مهمتها الأساسية تتمثل في تسهيل تدفق المعلومات إلى المستثمرين قدر الإمكان، والمساهمة في تحسين المناخ العام للاستثمار، وخلق صورة إيجابية عن البلد واقتصادها^(٤٤)، مما مفاده إمام هيئات الاستثمار بكافة شئون الاستثمار من المعلومات والبيانات، وتلمسها لمواطن الجذب والإعاقه^(٤٥).

وفي ذلك تشير المؤسسة العربية لضمان الاستثمار: " إن جهاز الترويج للاستثمار يعتبر في وضع يؤهله لتحديد متطلبات تحسين مناخ الاستثمار بسبب كونه القناة الرئيسية للتقاط وجهات نظر القطاع الخاص، لقدرته على تلمس عوامل الجذب والإعاقه وإبراز الثغرات بحكم الاحتكاك المنتظم مع المستثمرين، لاكتسابه معرفة تفصيلية وحساً دقيقاً بالقضايا المتعلقة بالمعوقات القانونية والتنظيمية والإدارية المرتبطة بقطاع الأعمال والاتصاله بالأطراف المعنية في الحكومة القادرة على اتخاذ التدابير اللازمة"^(٤٦).

بينما انتقد جانب آخر من الفقه إسناد اختصاص الترويج للهيئة العامة للاستثمار، إذ يستحسن أصحاب هذا الرأي، وجود جهاز قائم بذاته يعني فقط بالترويج عبر كل الوسائل، ويركز على الوسائل الأقدر علي جذب المستثمرين المحتملين^(٤٧)، بمعنى فصل الوظيفتين " التنظيم و الترويج " في مؤسستين مختلفتين^(٤٨).

ويري الباحث أنه لا يوجد ثمة ما يمنع من إسناد اختصاص تنظيم الاستثمار، واختصاص الترويج للاستثمار، في هيئة واحدة " الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة "، شريطة أن يفصل ويميز الهيكل التنظيمي للهيئة بوضوح بين الاختصاصين، وهو ما يستتبع التقيد بالاختصاص، فلا يجوز لقطاع الترويج القيام باختصاص التنظيم.

Pawel Capik , op. cit , p95(٤٤)

Michal Trnák, op. cit , p2(٤٥)

(٤٦) راجع : تقرير المؤسسة العربية لضمان الاستثمار . مرجع سابق ، ص ٦

(٤٧) د. حليلة الحبيب. مرجع سابق ، ص ١١٢ .

Jacques Morisset , Kelly Andrews-Johnson , Op. cit , p51.(٤٨)

وقد نفذت الهيئة العامة للاستثمار عدة برامج مختلفة لإعادة هيكلتها ، وبناء قدرات العاملين من خلال الوكالة الدولية لضمان الاستثمار MIGA ، وأسفرت عملية إعادة الهيكلة عن إنشاء قطاع ترويج الاستثمار (٤٩).

وهو ما ترجمه الهيكل التنظيمي الجيد للهيئة العامة للاستثمار (٥٠) ، إذ يعد قطاع الترويج للاستثمار من أهم القطاعات ، حيث يقع على عاتقه عبء تصميم نظام إعلامي جيد يعرف بالترويج للاستثمار الأجنبي، ويروج لغرض الاستثمار في الدولة، ويكون لها الفضل في أن تأخذ الهيئة بزمام المبادرة والعمل الإيجابي بالانتقال إلى المستثمر ومحاولة استقطابه ؛ وذلك من خلال توفير المعلومات ودراسات الجدوى الأولية عنها ؛ ثم الترويج لها ، بدلاً من العمل السلبي وانتظار المستثمر حتى يأتي (٥١).

مما سبق يتضح – كأصل عام – أن المسؤولية الأولى الخاصة بالترويج للفرص الاستثمارية ، ووضع خطة الترويج وتنفيذها بالأصالة والتعاقد ، تقع على عاتق الهيئة العامة للاستثمار ، باعتبار ذلك اختصاص أصيل ، مما مفاده التزام الجهات الإدارية الأخرى باحترام الاختصاص المسند إلي الهيئة العامة للاستثمار.

وفي ذلك تشير الجمعية العمومية للفتوي والتشريع: " أن الالتزام بحدود الاختصاص يُلقى على باقى الجهات الإدارية – التى لم تمنح الاختصاص – واجب احترام الاختصاص المسند إلى غيرها من الجهات الإدارية، وألا تعتدى عليه، وكل موظف لم يمنحه المشرع الاختصاص مُحمل بالواجب ذاته تجاه الاختصاص الذى أسند لغيره . والتقييد بالاختصاص مبدأ لا يجوز إهداره، فلا يجوز لجهة إدارية أن تعتدى على اختصاص جهة إدارية موازية لها، ولا على اختصاص جهة أعلى، أو أدنى منها، فليس لوزارة أن تعتدى على اختصاص وزارة أخرى ولا لهيئة عامة أن تعتدى على اختصاص هيئة عامة أخرى، كما لا يجوز لجهة إدارية محلية أن تعتدى

(٤٩) انظر لاحقاً: الفصل الثالث : المبحث الأول : المطلب الثاني .

(٥٠) منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية. استعراض مناخ الأعمال في مصر سياسات الاستثمار و شراكات بين القطاعين العام و الخاص ، تنمية القطاع الخاص ، ٢٠١٤ ، ص ٦١ .

(٥١) قريب من : د. محمود حسين مطر. نموذج مقترح لسياسة جذب الاستثمارات الأجنبية بالتطبيق على المملكة العربية السعودية . كلية العلوم الإدارية – جامعة الملك سعود البوابة العربية للمعلومات الإدارية ، بحث منشور على موقع ، ص ٤٣ .

www.aradoportal.org

على اختصاص جهة مركزية، ولا يجوز لسلطة مركزية أن تعتدى على اختصاص مسند إلى جهة محلية متجاوزة الحدود المقررة لها في القانون كجهة وصاية، أو جهة إشراف، أو رقابة" (٥٢).

ولا يغير من الأصل العام في اعتبار الهيئة العامة للاستثمار هي المسؤول الأول بالترويج للاستثمار؛ مشاركة أجهزة الدولة، في المعاونة على تحقيق الخطة الاستثمارية، والتي أشارت إليها المادة ١٦ من قانون الاستثمار الجديد: "تقترح الوزارة المختصة الخطة الاستثمارية، وتتضمن هذه الخطة وضع السياسات الاستثمارية موضع التطبيق، وأولويات مشروعات الاستثمار المستهدفة" إذ أن المقصود من ذلك الالتزام، مشاركة وزارات الدولة في وضع خطة الاستثمار، والتي مفادها أن يقوم كل وزير مختص بقطاعات معينة، عليه وضع الخطة الاستثمارية في مجال ونطاق عمله وبصفة خاصة أولويات المشروعات المستهدفة (٥٣)، والذي يعزز من دور هيئات ترويج الاستثمار الوطنية في القيام بمهمتها في الترويج (٥٤).

كما لا يغير من ذلك ما نصت عليه المادة (٢/٢) من قانون الاستثمار رقم ٧٢ لسنة ٢٠١٧ بإلزام جميع أجهزة الدولة المختصة أن تعمل علي جذب وتحفيز الاستثمارات المحلية والأجنبية.

وعلي الرغم من إسناد الاختصاص بالترويج للهيئة العامة للاستثمار، إلا أن ذلك رهن عدم وجود - استثناء قانوني - بإسناد جزءاً من الاختصاصات المتعلقة بهذا العمل إلى جهة أخرى، أو إلى شخص آخر، إذ لا يمثل تضارب في الاختصاص. كما هو الحال بإسناد وضع سياسات الترويج للمجموعة الوزارية للاستثمار، طبقاً لنص المادة الثانية من قرار رئيس مجلس الوزراء رقم ٣٨ لسنة ٢٠٢٠ إلى اختصاص المجموعة الوزارية للاستثمار بـ: "وضع سياسات الترويج للاستثمار في مصر".

(٥٢) الفتوى رقم ١٩٣٥ لسنة ٢٠١٧، سبقت الإشارة إليها.

(٥٣) د. سميحة القليوبي. الأسس القانونية للمشروعات الاستثمارية وفقاً لقانون الاستثمار رقم

٧٢ لسنة ٢٠١٧، دار النهضة العربية، ٢٠١٨، ص ٤٥ : ٤٦

Paweł Capik, op. cit, p28.(٥٤)

وفي ذلك تشير الجمعية العامة للفتوي والتشريع : " أن الأصل في تحديد الاختصاصات الإدارية أن التحديد الموضوعي للاختصاص بإسناد عمل إداري معين إلى جهة إدارية، أو إلى شخص معين يستتبع اختصاص الجهة، أو الشخص المسند إليه الاختصاص بكل ما يتصل بهذا العمل – ما لم يستثن القانون منه اختصاصاً معيناً، أو يسند جزءاً من الاختصاصات المتعلقة بهذا العمل إلى جهة أخرى، أو إلى شخص آخر" (٥٥).

المطلب الثاني

آثار تبعية الهيئة العامة للاستثمار

لرئاسة مجلس الوزراء علي ترويج الاستثمار

بوجه عام يلاحظ أن الوضع القانوني وطريقة إنشاء هيئات الاستثمار قد يؤثر علي القيام باختصاصاتها المسندة إليها سواء بالنسبة لاختصاصاتها في مجال التنظيم أم في مجال الترويج للاستثمار ، كأن تكون أنشأت إما بموجب مرسوم أو قانون (٥٦)، ومدى تبعيتها لوزارة معينة أو مجلس الوزراء أو اعتبارها هيئة مستقلة لها ميزانيتها الخاصة (٥٧).

وقد نصت المادة الثانية من قرار رئيس مجلس الوزراء رقم ٣١٥٢ لسنة ٢٠١٩ الموافق ٢٥ ديسمبر سنة ٢٠١٩ علي أن : " يفوض الرئيس التنفيذي للهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة في اختصاصات الوزير المختص بشئون الاستثمار أينما وردت في قانون الاستثمار المشار إليه ولائحته التنفيذية، عدا الاختصاصات الواردة في المادة (التاسعة) من قانون إصدار هذا القانون والمواد (١٣، ٢٨، ٢٩، ٣٠، ٤٦،

(٥٥) الفتوى رقم ١٩٣٥ لسنة ٢٠١٧ . سبقت الإشارة إليها .

(٥٦) يعود تاريخ إنشاء هيئة عامة تشرف على الاستثمار في مصر إلى القانون رقم ٦٥ لسنة ١٩٧١ بتاريخ ٣٠/٠٩/١٩٧١ ونص في المادة ١١ منه : " تنشأ هيئة عامة تتبع وزير الاقتصاد والتجارة الخارجية تسمى الهيئة العامة لاستثمار المال العربي والمناطق الحرة " .

(٥٧) وتشير الدراسات أن : " ٨٠ ٪ من الهيئات تأسست وفق قانون أو مرسوم يربطها بوزارة أو يعلن تأسيسها بصفة هيئة عامة مستقلة لها ميزانيتها الخاصة"

راجع : مني بسيسو . مرجع سابق ، ص ٢٨ .

٦٩، ٧٣، ٨٥، ٩٣، ٩٤) من القانون المشار إليه والمواد المتعلقة بها في لائحته التنفيذية" (٥٨).

مؤدي ذلك أن القرار الأخير قد منح تفويض للرئيس التنفيذي للهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة في اختصاصات الوزير المختص بشئون الاستثمار ، وقد استثني القرار من تفويض الاختصاصات ، ما نصت عليه المادة ٦٩ من قانون الاستثمار الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة، هيئة عامة اقتصادية، لها شخصية اعتبارية عامة تتبع الوزير المختص ؛ مما مفاده تبعية الهيئة العامة للاستثمار إلي مجلس الوزراء .

وليس من شك أن هذه التبعية لمجلس الوزراء (٥٩)، لها مردودها الإيجابي ، في التأثير على قدرة الهيئة في القيام باختصاصاتها ، وعلى وجه الخصوص الاختصاص الترويجي ، وقدرتها على جذب المزيد من الاستثمار الأجنبي المباشر ، لا سيما وأنها تحظى بدعم حكومي قوي يؤثر بشكل إيجابي على استقرارها ودوامها (٦٠).

وفي ذلك يذهب " Jacques Morisset " ، إلي أن نجاح هيئات الاستثمار في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر ، يبدو أكثر فعالية عندما تتبع الهيئة مباشرة لأعلى مستوى من صانعي السياسات على سبيل المثال ، تبعيتها لرئيس الوزراء أو الرئيس (٦١).

وقد تكون هذه التبعية مثار شك للمستثمرين المحتملين ، فغالباً ما يكونون متشككين بشأن صحة ونزاهة المعلومات المقدمة من خلال وكالات حكومية بحتة (٦٢) . الأمر الذي يتطلب تعزيز مصداقية هيئات الاستثمار ، في عيون مجتمع

(٥٨) قرار رئيس مجلس الوزراء رقم ٣١٥٢ لسنة ٢٠١٩ الموافق ٢٥ ديسمبر سنة ٢٠١٩ (المادة الثانية).

Louis T. Wells, J , Alvin G. Wint , op. cit , P69. (٥٩)

Michal Trnák, op. cit , p21 Jacques Morisset , Kelly Andrews-(٦٠)

Johnson , Op. cit , p55

Jacques Morisset , Kelly Andrews-Johnson , Op. cit , p6.(٦١)

Michal Trnák, op. cit, p32.(٦٢)

الأعمال ، من خلال دعمها بإشراك القطاع الخاص في مجلس الإدارة ، مما يمكّنها من القيام بدورها بشكل أكثر فعالية وجذب المزيد من الاستثمارات الجديدة (٦٣) .

وفي ذلك تشير المؤسسة العربية لضمان الاستثمار : " يتطلب قيام جهاز الترويج للاستثمار بالدور الترويجي توافر مجموعة من الشروط أبرزها ضمان الدعم على أعلى مستوى و استمزاغ رأي القطاع الخاص " (٦٤) .

كما تشير المنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية إلي أن : " ويمكن قياس فعالية الهيئة المسؤولة عن تشجيع الاستثمار وفقا للعوامل – أهمها - أن يضم مجلس إدارة الهيئة العامة للاستثمار ممثلين من القطاع الخاص " (٦٥) .

وحرصاً من المشرع المصري علي إضفاء المصادقية في المعلومات الصادرة عن قطاع الترويج، عمل علي إشراك القطاع الخاص ضمن تشكيل مجلس إدارة الهيئة ، حيث نصت المادة ٧٣ من قانون الاستثمار رقم ٧٣ لسنة ٢٠١٧ : " يكون للهيئة مجلس إدارة، يتولى وضع السياسة العامة لها والإشراف على تنفيذه و يتكون اثنان من ذوي الخبرة أحدهما في مجال الاستثمار بالقطاع الخاص والثاني في مجال القانون " .

وفي ذلك يشير " Michal Trník " ، يتم تعزيز فعالية وكالات ترويج الاستثمار بشكل كبير في حالة إشراك القطاع الخاص إلى حد ما في عملها ، الأمر الذي يكون من الأهمية بمكان، في إنه يساهم في زيادة الوضوح والمصادقية في عيون المستثمرين الأجانب ، بالإضافة إلى ذلك ، فإنه يزيد من تصور الموضوعية من قبل المستثمرين المحتملين (٦٦) .

الفصل الثاني

مفهوم خطة ترويج الاستثمار وسياساته

Pawel Capik , op. cit , p96 ; Jacques Morisset , Kelly Andrews-(٦٣)
Johnson , Op. cit , p6.

(٦٤) راجع : تقرير المؤسسة العربية لضمان الاستثمار . مرجع سابق ، ص ٦

(٦٥) راجع تقرير : منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية . مرجع سابق، ص ٦٠ .

Michal Trník, op. cit, p32.(٦٦)

تمهيد وتقسيم :

لا شك إن نجاح الدول في جذب المزيد من الاستثمار الأجنبي المباشر، يتطلب تهيئة مناخ الاستثمار ابتداءً ، والذي يترجم إلي معلومات إيجابية .

يلي ذلك وضع خطة الترويج للاستثمار ، وما تتضمنه من أهداف محددة و عناصر أساسية^(٦٧) ، مثل رؤية واضحة للدولة وأهدافها الاقتصادية، و فكرة واضحة المعالم عن مجالات المنافسة، و خارطة طريق تبين كيفية التنافس وتحقيق الأهداف المعلنة^(٦٨) .

كما يجب أن تضمن الخطة، تقييم لاحتياجات الموارد البشرية ، بالإضافة إلى الوسائل الترويجية لضمان حسن تنفيذها ، ومدى الاستعانة بشركات متخصصة في الترويج للقيام بالحملات الإعلانية، و ما تتطلبه الخطة من ميزانية للترويج .

كما يجب أن تتضمن الخطة آليات للمتابعة وتقييم النتائج ، وفق جدول زمني محدد ، وتحديد مجالات التحسين ، وكونها متسقة مع الخطط الإنمائية الأخرى .

كما يجب أن تتضمن وضع سياسات للترويج للاستثمار والتدرج في استخدامها ، كتحسين الانطباع العام عن الدولة المضيف كموطن جاذب للاستثمار ، و تحديد الجمهور المستهدف، و خدمة المستثمر.

وعلي ضوء ذلك ، فقد أسند المشرع الاختصاص للهيئة العامة للاستثمار ، بوضع خطة الترويج للاستثمار ، وأورد استثناء علي ذلك مؤداه اختصاص المجموعة الوزارية للاستثمار ، بوضع سياسات الترويج للاستثمار .

وبقصد الإحاطة بما تقدم ، سيقسم الفصل الثاني ، إلي مبحثين ، وذلك علي النحو التالي :

(٦٧) وفي ذلك يشير البعض : " ينبغي أن تقوم خطة ترويج الاستثمار بتحديد أهداف معينة تحدد من خلالها العرض المميز للدولة ، الذي يبرز خصائصها ومزاياها من حيث موقعها الجغرافي وحيوية أسواقها وأداء مؤشرات اقتصادها الكلي وتطور بنيتها التحتية ونوعية مواردها البشرية وتقدمها في اقتصاد المعرفة والمعلوماتية وتطور بينتها المؤسسية والتشريعية وقوانين الاستثمار التي تقدم حوافز للاستثمارات الأجنبية الواردة وتفتح قطاعات مغلقة وتوجه لمناطق معينة في الدولة " .

راجع : مني بسيسو . مرجع سابق ، ص ٢٤ .

(٦٨) منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية . مرجع سابق ، ص ٥٨

المبحث الأول : وضع خطة الترويج للاستثمار وميزانيته

المبحث الثاني : سياسات الترويج للاستثمار

المبحث الأول

وضع خطة الترويج للاستثمار وميزانيته

تمهيد وتقسيم :

يتمثل ترويج الاستثمار في القيام بالعديد الخطوات والوظائف الغرض منها خلق صورة جذابة للبلد في بيئة دولية ، كموطن جاذب للاستثمار المحلي والأجنبي^(٦٩) ، على النحو الذي يحقق خطة التنمية الاقتصادية للدولة.

وعلي ضوء ذلك سعي المشرع المصري جاهداً إلي المزيد من الإصلاحات القانونية والاقتصادية ، وإيجاد مناخ مواتي للاستثمار ، كما أسند اختصاص الترويج للاستثمار للهيئة العامة للاستثمار ، ومنحها سلطات واسعة ، كما منحها وضع خطة للترويج للاستثمار ، ثم تحديد ميزانية الترويج ، باعتبارها أداة تخطيطية تهدف إلي تحقيق الخطة .

وعلي ضوء ما سبق سيتناول المبحث الأول ، من خلال مطلبين ، وذلك علي النحو التالي:

المطلب الأول : وضع خطة للترويج للاستثمار ومتابعتها

المطلب الثاني : ميزانية الترويج كأداة تخطيطية

المطلب الأول

وضع خطة الترويج للاستثمار ومتابعتها

أولاً: الاختصاص بوضع خطة الترويج للاستثمار وتعديلها ونقضها :

تنص المادة الخامسة من قرار رئيس الجمهورية رقم ٢٨٤ لسنة ١٩٩٧ بإنشاء الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة على أن : مجلس إدارة الهيئة هو السلطة المختصة بشئونها وتصريف أمورها وبيباشر اختصاصاته على الوجه المبين بهذا القرار، كما له أن يتخذ ما يراه لازماً من قرارات لتحقيق أغراض الهيئة وعلي الاخص المتعلقة بما يلي : وضع خطط وبرامج نشاط الهيئة في إطار الخطة العامة للدولة "

Agnė Šimelytė, Kęstutis Peleckis , Valentina Peleckienė, op. cit , p (٦٩)

كما نصت المادة ٧١ بند ٢ من قانون الاستثمار رقم ٧٢ لسنة ٢٠١٧ : " للهيئة في سبيل تحقيق أغراضها، فضلاً عما هو منصوص عليه في هذا القانون، مباشرة الاختصاصات الآتية: وضع الخطط والدراسات والنظم الكفيلة بجذب وتشجيع رؤوس الأموال الوطنية والأجنبية للاستثمار في مختلف المجالات وفق خطة الاستثمارية للدولة، واتخاذ الإجراءات اللازمة لذلك " .

وقد أسند المشرع المصري للهيئة العامة للاستثمار وضع خطة الترويج في ضوء تحقيق أغراضها ، حيث نصت المادة ٧١ البند (٥) من قانون الاستثمار الجديد: " واللهية في سبيل تحقيق أغراضها ؛ وضع خطة للترويج للاستثمار واتخاذ جميع الإجراءات اللازمة لذلك بجميع الوسائل ونشرها في الداخل والخارج " .

مفاد ما سبق ، أن المشرع أسند للهيئة العامة للاستثمار، وضع خطة لترويج الدولة كموطن جاذب للاستثمار، وذلك استناداً إلي اختصاصها بالأصالة في الترويج ، وذلك بوضع خطة تترجم لواقع عملي ملموس .

وينتج عن ذلك أن وضع خطة للترويج للاستثمار ، يدخل ضمن اختصاصات الهيئة العامة للاستثمار بإسنادها الترويج للاستثمار ، وذلك ببذل عناية الشخص العادي، وعدم التنصل من هذا الاختصاص.

وفي ذلك تشير الجمعية العمومية العامة للفتوى والتشريع أن : " الالتزام بحدود الاختصاص يُلقى على الجهة المسند إليها الاختصاص عبء الاضطلاع بمسئولته ووجوب مباشرته، وألا تتنصل منه، ويُوجب على الموظف المختص أن يمارس اختصاصه بنفسه وألا يتخلى عنه لغيره إلا وفقاً لقواعد التفويض في الاختصاص، أو الحلول فيه، أو قواعد الإنابة التي يحددها القانون "(٧٠).

ويقع علي عاتق الهيئة العامة للاستثمار إبراز الواقع المتقدم والجاذب للاقتصاد وهيكلة الانتاج المصري^(٧١) ، لا سيما وأن إعداد خطة الترويج للاستثمار ليس بالإجراء الروتيني . إذ لا بد من عمل خطة ترويج الاستثمار واضحة و شاملة ومتكاملة وقابلة للقياس ، يسبقها دراسة جدوي مكثفة ، وهو ما يشير إلي اتجاه إرادة المشرع نحو حرفية الترويج ، ومواكبته للنظم القانونية في مختلف الدول المتقدمة .

(٧٠) الفتوى رقم ١٩٣٥ لسنة ٢٠١٧ سبقت الإشارة إليها .

(٧١) د. شيماء محمد عبدالجليل . دور الاستثمار الأجنبي المباشر في تعزيز القدرات التصديرية للدول المضيفة ، دراسة مقارنة ، مركز الدراسات العربية ، الطبعة الأولى ، ٢٠٢٠ ، ص ٣٤٣

وحسناً فعل المشرع في تفعيل الترويج للاستثمار ، والتحرك الفعال داخلياً وخارجياً ، وفق خطة وبرامج محددة سلفاً ، لترويج الدولة كموطن جاذب للاستثمار ، ذلك أن الترويج للاستثمار لن يؤدي ثماره بالاعتماد على كلمات عرضية من الثناء في وسائل الإعلام الدولية^(٧٢) .

ووفقاً لتقرير **WAIPA** : " فإن هيئات الاستثمار الممكنة بخطة واضحة ، ستقود الطريق وستصبح أكثر أهمية للمستثمرين والحكومات على حد سواء"^(٧٣) .

و تعبر أهداف خطة الترويج عما تريد الهيئة العامة للاستثمار تحقيقه خلال فترة زمنية معينة ، وذلك بالتلازم مع الخطة العامة للدولة وما ينبثق عنها من خطط وبرامج تنموية ، تضعها مؤسسات ومعاهد التخطيط في الدولة المعنية^(٧٤) ، وفقاً للتطورات الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية^(٧٥) .

ويجب علي صانعي السياسات تحديد "ما يجب الترويج له" ، بمعني تحديد السياسات العامة والأهداف ذات الأولوية والآليات والوسائل والأساليب وما تم فعله سابقاً، من إجراء الدراسات والبحوث ذات العلاقة بترويج الاستثمار.

ثانياً: تعديل خطة الترويج للاستثمار ونقضها :

لم يحدد المشرع الجهة المنوط بها تعديل خطة الترويج للاستثمار أو نقضها. وبناءً علي ذلك ينعد الاختصاص للهيئة العامة للاستثمار في تعديل خطة الترويج ونقضها ، باعتبارها الجهة المسند إليها الاختصاص بعمل خطة الترويج للاستثمار. وذلك تطبيقاً لمبدأ تكامل الاختصاص الذي يمنح للجهة مصدرة القرار سلطة سحب القرار ، أو تعديله ما لم يمنح القانون سلطة أخرى سحب القرار ، أو تعديله، أو

Michal Trnák, op. cit , p45. (٧٢)

WAIPA at Dubai Investment Week 2019(٧٣)

<https://waipa.org/announcements/waipa-at-dubai-investment-week-2019/>

Louis T. Wells, J , Alvin G. Wint , op. cit , P 152 .(٧٤)

راجع : تقرير المؤسسة العربية لضمان الاستثمار . مرجع سابق ، ص ٦

د. سميحة القليوبي . مرجع سابق ، ص ٤٧

يمنع سحبه، أو تعديله . وفقاً للقواعد في الاختصاص، أن من يملك إبرام عمل يملك نقضه، ما لم ينص القانون على منح سلطة النقض إلى جهة أخرى^(٧٦).

ثالثاً: تقييم احتياجات الموارد البشرية

تتطلب عملية الترويج للاستثمار ، الاستعانة بأفضل الكوادر البشرية الفاعلة والمتخصصة في قطاع الترويج الهيئة العامة للاستثمار .

وقد منح المشرع للهيئة العامة للاستثمار صلاحية الاستعانة بأفضل الكفاءات والخبرات المحلية والعالمية ، وفي ذلك تنص المادة ٧٠ / ٢ من قانون الاستثمار رقم ٧٢ لسنة ٢٠١٧ : " ولا تتقيد الهيئة في المسائل المالية والإدارية بالنظم والقواعد الحكومية، وللهيئة في سبيل إنجاز مهامها الاستعانة بأفضل الكفاءات والخبرات المحلية والعالمية، وذلك دون الإخلال بأحكام القانون رقم ٦٣ لسنة ٢٠١٤ بشأن الحد الأقصى لدخول العاملين بأجر لدى أجهزة الدولة، ويصدر بتنظيم هذه المسائل قرار من مجلس إدارة الهيئة " .

الأمر الذي يؤكد – من جهة أولى - حرص الدولة والتأكيد علي تركيز التعامل مع الهيئة ومنحها الشخصية الاعتبارية العامة ، وعدم تقيدها بأية إجراءات حكومية ، لسرعة التعامل مع المستثمرين بل وحريتها في جلب الخبرات الأجنبية أو الوطنية لتحقيق أعلى درجات التقدم التكنولوجي في سبيل جذب الاستثمار وتفعيل نجاحها^(٧٧) ، - ومن جهة ثانية - فإن ضمان الاستقلالية المالية والإدارية للهيئة العامة للاستثمار، يسهل من قيامها بالمهام الترويجية المطلوبة وفقاً لأفضل الممارسات^(٧٨) .

وعلى الرغم من ذلك يشير التقرير الصادر عن المنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية إلي أن : "يذكر ممثلو القطاع الخاص أن الموظفين المؤهلين غير متوفرين على المستوى المحلي" ^(٧٩) .

وبناءً على ذلك هناك حاجة ملحة إلى التركيز بقوة على بناء القدرات، وتوفير المزيد من الكوادر البشرية المؤهلة^(٨٠) ، بمعني ضمان التوظيف الفاعل ، وتنمية

(٧٦) الفتوى رقم ١٩٣٥ لسنة ٢٠١٧ . سبقت الإشارة إليها .

(٧٧) د. سميحة القلوبوي ، مرجع سابق، ص ١٧١ .

(٧٨) د. مني بيسيسو . مرجع سابق ، ص ٢٥ : ٢٦ .

(٧٩) منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية. مرجع سابق ، ص ٦٤

(٨٠) Jacques Morisset , Kelly Andrews-Johnson , Op. cit , p21

مهارات وتأهيل الموظفين الحاليين في قطاع الترويج بالهيئة العامة للاستثمار، في شؤون التجارة والاقتصاد عامة والاستثمار والترويج له.

وهو ما يستتبع من – **جهة أولى** - قيام الهيئة العامة للاستثمار بدورها بشكل أكثر فعالية في توفير الكوادر البشرية المؤهلة ، وذلك بتفعيل نص المادة ٧٠ / ٢ قانون الاستثمار رقم ٧٢ لسنة ٢٠١٧: " **واللهيئة في سبيل إنجاز مهامها الاستعانة بأفضل الكفاءات والخبرات المحلية والعالمية** " ، وقيام الهيئة العامة للاستثمار بوضع خطط التدريب المركزية والتعاون الدولي ، لرفع كفاءة العاملين في قطاع الترويج في إطار من الحرفية .

ومن - **جهة ثانية** - النص علي التزام العاملين في قطاع الترويج في ممارسة عملهم بقواعد المسؤولية المهنية ، وعلى الأخص الالتزام بأحكام القوانين والقرارات ذات الصلة ، وبذل العناية الواجبة في الإفصاح عن المعلومات الإيجابية عن الواقع المتقدم ، والقدرة علي التنسيق والمتابعة .

ولعل الدافع في ذلك : أن وجود **المساءلة** للموظفين في قطاع الترويج بهيئات الاستثمار ، يسهم في اضطلاعهم بمسئوليتهم ومباشرتهم لأعمالهم ، وعدم التنصل منه ، كما يُسهل من مراقبة وتقييم الأداء^(٨١).

رابعاً: متابعة وتقييم خطة الترويج للاستثمار

لا شك أن نجاح خطة الترويج للاستثمار يتوقف على مدى فاعلية آليات المتابعة والتقييم ، بتتبع أداء هيئة الاستثمار ، وتقييم ما إذا كانت حققت أهدافها و تكلفه ذلك ، ويفضل التنوع في أساليب التقييم والمتابعة وشموله لمختلف الأنشطة الترويجية، وأن تدرج ضمن خطة الترويج للاستثمار.

وتتسم آليات المتابعة والتقييم بالعديد من المزايا ، إذ ترشد هيئات تشجيع الاستثمار عن أفضل السبل لتخصيص الموارد ، ومعرفة مدى التقدم في تحقيق أهداف الهيئة

" lack of motivation and accountability on the part of employees. (٨١) Most government promotion organizations do not make such efforts, and in their absence it becomes very difficult for these organizations to monitor, evaluate, and motivate the performance of diplomatic promotion staff ".

Louis T. Wells, J , Alvin G. Wint , P 68.

الداخلية والأهداف الوطنية، و التعلم من التجارب السابقة وإعادة النظر في الأنشطة والخدمات التي اثبتت عدم فعاليتها ، و البحث عن طرق بديلة وأساليب عمل مختلفة لممارسة الأنشطة الترويجية لتقليص التكلفة وتعزيز كفاءة العمل والمقارنة مع أداء أجهزة الترويج للاستثمار الأخرى ، وفي النهاية تحديد المسؤولية أمام الجهات الرقابية^(٨٢) .

وبناءً على ذلك فقد أشار المشرع إلي آلية لمتابعة وتقييم خطة الترويج للاستثمار من خلال التقارير الدورية .

و تبدو أهمية التقارير الدورية كآلية للمتابعة والتقييم ، في معرفة ما إذا كانت هيئة الاستثمار قد طورت من أداءها ، وذلك بما تتضمنه هذه التقارير من بيانات بنتائج الأعمال والإنجازات في مجال الترويج .

وقد نصت المادة ١/٧٨ من قانون الاستثمار الجديد : " على الرئيس التنفيذي إعداد خطة سنوية، وإستراتيجية مستدامة للهيئة كل خمس سنوات، وتقرير نصف سنوي يتضمن بياناً بنتائج أعمالها وما أنجزته في سبيل تيسير إجراءات الاستثمار والترويج له، للعرض على مجلس إدارة الهيئة " .

الواضح من نص المادة ١/٧٨ من قانون الاستثمار ، في إشارتها : " وعلى الرئيس التنفيذي " ، أن المشرع ألزم الرئيس التنفيذي للهيئة العامة للاستثمار ، بإعداد تقرير نصف سنوي ، ومن المعلوم أن القانون عندما يلزم شخص ما أو جهة ما بأعمال محددة ، عليه الإشارة إلي جزاء عدم الالتزام ، وهو ما لم يذكره المشرع . لا سيما وأن الالتزام الذي حددته المادة ١/٧٨ سالف الإشارة ، لا يمثل مناشدة من المشرع للهيئة العامة للاستثمار ، بالقيام بالالتزام المحدد ، إذ أنه يدخل في مفهوم الالتزام القانوني بمعناه المحدد في التشريعات .

وعلى ضوء ذلك ، يتعين على المشرع المصري – من وجهة نظر الباحث- النص على مسؤولية الرئيس التنفيذي ، حال تقاعسه أو إهماله في إعداد التقرير نصف السنوي ، أو حال تضمنه بياناً بنتائج مغايرة ، لا سيما وأن من أهم أهداف آليات المتابعة والتقييم، تحديد المسؤولية أمام الجهات الرقابية .

(٨٢) راجع : منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية . مرجع سابق ، ص ٦٠ .

تقرير المؤسسة العربية لضمان الاستثمار . مرجع سابق ، ص ١٠ : ١١ .

وبصدد آلية المتابعة ، فإن المشرع قد ألزم الرئيس التنفيذي للهيئة العامة للاستثمار بإعداد تقرير نصف سنوي ، بما أسفرت به جهود الهيئة في شأن تيسير إجراءات الاستثمار ، و الترويج ، وأن يتضمن التقرير بيان بنتائج الأعمال ، وعرضه علي مجلس إدارة الهيئة العامة للاستثمار ، والذي يقوم بدوره في مراجعة الأداء وتقييمه ، وإجراء دراسات مسحية بانتظام .

و في هذا الشأن يتعين علي الهيئة العامة للاستثمار أن تطور من آلية التقرير كمعيار لقياس الأداء والمتابعة ، بما يتناسب والمعايير العالمية في هذا الشأن ، وبما يتكيف حسب الخصوصية الوطنية ^(٨٣) ، وذلك بالإفصاح علناً عن المعلومات والبيانات التي يتضمنها التقرير نصف السنوي ، لمعرفة إلى أي مدى تجرى مراجعات للأداء، وما هو أثرها على تحسين أداء الهيئة العامة للاستثمار ^(٨٤) .

و بعد عرض التقرير علي مجلس إدارة الهيئة العامة للاستثمار يتم عرضه علي المجلس الأعلى للاستثمار ومجلس الوزراء ، إذ وفقاً لنص المادة ٢/٧٨ من قانون الاستثمار الجديد ، يقدم وزير الاستثمار إلى كل من المجلس الأعلى للاستثمار ومجلس الوزراء التقرير نصف السنوي ، وما يتضمنه من نتائج وإنجازات ، في ضوء خطة الهيئة السنوية أو إستراتيجيتها الخمسية وما أنجزته في مجال تيسير إجراءات الاستثمار والترويج له.

ويثور التساؤل هنا عن دور كلا من المجلس الأعلى للاستثمار ومجلس الوزراء في متابعة خطة الترويج ومدى فعاليته ؟

تناولت المادة ٦٨ من قانون الاستثمار في الفصل الأول والمعنون " المجلس الأعلى للاستثمار " ، والقرار رقم ٤٧٨ لسنة ٢٠١٦ بتأسيس " المجلس الأعلى للاستثمار " ، وقرار وزير الاستثمار والتعاون الدولي رقم ٣٦ لسنة ٢٠١٨ م بتنظيم عمل الأمانة الفنية للمجلس الأعلى للاستثمار . ويعد المجلس الأعلى للاستثمار أحد الجهات القائمة علي شئون الاستثمار بكافة طلباته فنياً وإدارياً ومالياً ، و يتمتع بدور واسع في تنظيم مجال الاستثمارات وتفعيل العملية الاستثمارية ، وقد دُعم المجلس الأعلى للاستثمار بتشكيلة متناسقة ، حيث يشمل مختلف الوزراء الذين ترتبط قطاعاتهم بمجال الاستثمار ، مما يؤكد الاتجاه الاقتصادي الجديد الذي تريد أن تسلكه

(٨٣) د. مني بسيسو . مرجع سابق ، ص ٢٦ .

(٨٤) منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية . مرجع سابق ، ص ٦٠ .

مصر ، والذي يُعد علامة على بدء مرحلة جديدة من اهتمام الدولة بالاستثمار والمستثمرين الحاليين والمحتملين^(٨٥).

وقد تناولت المادة ٦٨ بند ٤ من قانون الاستثمار في الفصل الأول والمعنون " المجلس الأعلى للاستثمار " أحكام واختصاصاته علي أنه : " ينشأ مجلس أعلى للاستثمار برئاسة رئيس الجمهورية، يختص فضلاً عما هو مقرر له في هذا القانون بالآتي : " متابعة تنفيذ أجهزة الدولة للخطط والبرامج المتعلقة بالاستثمار " ، مما مفاده متابعة أوجه النشاط الاستثماري والاطمئنان علي سلامته ، وضمانات تنفيذ وتفعيل أحكام قانون الاستثمار^(٨٦).

ووفقاً لنص المادة ٢/٧٨ من قانون الاستثمار الجديد ، يقدم وزير الاستثمار إلى المجلس الأعلى للاستثمار التقرير نصف السنوي ، وما يتضمنه من نتائج وإنجازات ، في ضوء خطة الهيئة السنوية أو إستراتيجيتها الخمسية وما أنجزته في مجال الترويج للاستثمار .

والواقع أن ما أشارت إليه المادة ٧٨ من قانون الاستثمار وما تضمنته الالتزامات والمهام للرئيس التنفيذي للهيئة و إعداد خطة خمسية ، وخطة سنوية من الوزير المختص ، موضعاً بها عدة أمور منها ما تم إنجازه في مجال تيسير الإجراءات وما صادف ذلك من معوقات وافتراضات في معظم المجالات خاصة التشريعية منها ، لهو دليل واقعي علي متابعة أعمال الوزراء ومن بيدهم الإدارة الفعلية والتنفيذية ، وما يمكن أن يتم لتحسين مناخ الاستثمار ، إنما يدل دلالة قاطعة علي نهج جديد في مجال تشجيع الاستثمار بطرق علمية وفعالة تؤدي حقيقة إلي جذب الاستثمار ، ذلك أن متابعة ما تم وما لم يتم ومعوقات وأسباب كل ذلك هو الطريق السليم^(٨٧) ، كما يدل علي اتجاه إرادة المشرع ، إلي إحكام آلية التقرير كمعيار لقياس الأداء والمتابعة وتكاملها ، وذلك بالعرض علي المجلس الأعلى للاستثمار ومجلس الوزراء، بعد العرض علي مجلس إدارة الهيئة العامة للاستثمار .

(٨٥) راجع في تشكيل المجلس الأعلى للاستثمار : المادة الاولي من القرار رقم ٤٧٨ لسنة ٢٠١٦ بتأسيس " المجلس الأعلى للاستثمار ، الجريدة الرسمية العدد ٤١ مكرر (ب) في ٢٠١٦/١٠/١٦ .

(٨٦) د. سميحة القليوبي . مرجع سابق ، ص ١٧٠ .

(٨٧) د. سميحة القليوبي ، مرجع سابق ، ص ١٨١ .

وعلي الرغم من ذلك المسلك المحمود للمشرع المصري ، إلا أنه - من وجهة نظر الباحث - فإن ذلك التكامل في " آلية التقارير " ، يفقد جدواه -في العرض علي المجلس الأعلى للاستثمار .

وعلي الرغم من الطبيعة القانونية لما يصدر عن المجلس من قرارات تكتسي القوة الإلزامية بقوة القانون، وما لها من مردود إيجابي تسمح بإعادة النظر في الأنشطة والخدمات التي اثبتت عدم جدواها . أو ما يصدر عنه من توصيات غرضها النهوض وتفعيل سياسات الاستثمار ، والذي يعد الترويج حلقة منها^(٨٨) ؛ إلا أن هذه الآلية غير فعالة في الواقع العملي ، لا سيما مع الافتقار لممارسة المجلس الأعلى للاستثمار لمهامه (والتي تكون في شكل اجتماعات يتم في إطارها دراسة جدول أعماله ، وتعميم ما يصدر عنه)^(٨٩) .

وينتج عن ذلك عدم تطبيق نص المادة الثالثة من القرار رقم ٤٧٨ لسنة ٢٠١٦ - في الواقع العملي - والتي مفادها ، أن يجتمع المجلس بدعوة من رئيسه مرة كل شهرين على الأقل، وكما دعت الحاجة إلى ذلك^(٩٠) .

وعلي ضوء ذلك يري الباحث تفعيل نص المادة الثالثة من القرار ٤٧٨ لسنة ٢٠١٦ .

أما بالنسبة لعرض التقرير الدوري علي مجلس الوزراء، فإنه يتسم بالتكامل و له جدواه وفعاليتها، لا سيما بعد صدور قرار رئيس مجلس الوزراء رقم ٣١٥٢ لسنة ٢٠١٩ الموافق ٢٥ ديسمبر سنة ٢٠١٩ و تبعية الهيئة العامة للاستثمار إلي مجلس الوزراء .

المطلب الثاني

(٨٨) المادة الرابعة من القرار رقم ٤٧٨ لسنة ٢٠١٦ ، والمادة ٦٨ في فقرتها الأخيرة من قانون الاستثمار الجديد ، و المادة الثانية من قرار وزير الاستثمار والتعاون الدولي رقم ٣٦ لسنة ٢٠١٨ م .

(٨٩) راجع المادة الخامسة من القرار الجمهوري رقم ٤٧٨ لسنة ٢٠١٦ ، والمادة الأولى والثانية من قرار وزير الاستثمار والتعاون الدولي رقم ٣٦ لسنة ٢٠١٨ م بتنظيم عمل الأمانة الفنية للمجلس الأعلى للاستثمار ، الوقائع المصرية في عددها الصادر ٢٠١٨ / ٣ / ١٠ .

(٩٠) جدير بالإشارة أن ممارسة أعمال المجلس الأعلى للاستثمار تتم بواسطة اجتماعاته ، وقد عقد المجلس الأعلى للاستثمار أولى اجتماعاته الأربعاء ٢ / ١١ / ٢٠١٦ ، و الاجتماع الثاني للمجلس الأعلى للاستثمار الأحد ٤ / ١٢ / ٢٠١٦ و الاجتماع الثالث في ١٦ / ١ / ٢٠١٧ .

ميزانية الترويج كأداة تخطيطية

بداءة نود أن نشير، حتي تقوم الهيئة العامة للاستثمار بدورها في ترويج الاستثمار ، فلا بد من توافر الدعم المناسب والذي يتمثل هنا في توفير الموارد المالية .

ويتحقق ذلك بأن تكون ميزانية الهيئة العامة للاستثمار كبيرة ، بما يكفل الاستمرار في أنشطة الترويج الأساسية^(٩١)، لاسيما وأن عملية الترويج للاستثمار وفق أفضل الممارسات والمعايير قد تتكبد تكاليف مرتفعة ، وإن كانت ربحيتها تفوق أي عملية إنفاق أخرى^(٩٢) .

و لكي تقوم الهيئة العامة للاستثمار باختصاصها الترويجي بشكل فعال ، يتعين أن تركز على خطة واضحة ومحددة، وتخصص لها ميزانية سنوية ، لا سيما مع توافر العلاقة الارتباطية بين الميزانيات وبين الخطط التي تهدف هذه الميزانيات إلي تحقيقها ، مما مفاده اعتبار الميزانية أداة تخطيطية.

ومن هذا المنطلق ، فقد عمل المشرع المصري علي استدامة ميزانية الهيئة العامة للاستثمار ، إذ تعد الأخيرة مؤسسة ذات هيكل تنظيمي جيد، وتهدف ميزانيتها لأن تكون مستدامة^(٩٣) كما عمل المشرع علي ضمان الاستقلالية المالية لها^(٩٤) ، تعزيزاً للدور الترويجي لها ، وفقاً لأفضل الممارسات .

كما نود المشرع في مصادر تمويل الهيئة ومواردها^(٩٥) ، وفي ذلك تنص المادة ٧٥ من قانون الاستثمار رقم ٧٢ لسنة ٢٠١٧ ، علي أن تتكون موارد الهيئة مما يأتي:

Jacques Morisset , Kelly Andrews-Johnson , Op. cit , p54(٩١)

(٩٢) راجع : تقرير المؤسسة العربية لضمان الاستثمار . مرجع سابق ، ص ٣

(٩٣) منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية. مرجع سابق، ص ٦١ .

وقد نصت المادة ٧٥ من قانون الاستثمار : " يكون للهيئة موازنة مستقلة تعد على نمط موازنات الهيئات الاقتصادية... "

(٩٤) وذلك وفقاً لنص المادة ٧٠ / ٢/ قانون الاستثمار رقم ٧٢ لسنة ٢٠١٧ ، إذ لا تقتيد الهيئة العامة للاستثمار في المسائل المالية بالنظم والقواعد الحكومية.

"... investment promotion budget predominantly comes from the (٩٥) public sources. To pay for investment promotion CEE regional authorities exploit their own resources, make use of grants provided by the central government or utilise the Structural Funds Matching all

(١) الاعتمادات المالية التي تخصصها لها الدولة ، والتي تعد المصدر الرئيسي للتمويل (٩٦)

(٢) الرسوم ومقابل الخدمات التي تحصلها الهيئة لحسابها باستثناء تلك التي تحصلها لحساب الجهات الأخرى.

(٣) الهبات والمنح والقروض المحلية والخارجية التي يوافق عليها مجلس الإدارة طبقاً للقواعد المقررة في هذا الصدد.

(٤) مقابل شغل العقارات المملوكة أو المخصصة للهيئة.

(٥) أي موارد أخرى يصدر بها قرار من مجلس إدارة الهيئة بعد موافقة مجلس الوزراء.

و يترتب علي عدم تقييد الهيئة العامة للاستثمار في المسائل المالية بالنظم والقواعد الحكومية، أن المشرع أقر ترحيل فائض الموازنة من سنة إلى أخرى إلى الحساب الخاص (٩٧) ، الأمر الذي له مردوده الإيجابي والذي يتمثل في زيادة حجم الميزانية ، خاصة إذا كانت ميزانية الترويج تحتاج للوصول إلى مستوى مالي معين ، لتعزيز جهود الترويج (٩٨) .

وبالتالي فإن تعدد الموارد وترحيل فائض الموازنة ، يسهم في تمكين الهيئة العامة للاستثمار في القيام بدورها الترويجي ، لا سيما وأن متغير الميزانية كمؤشر هام يؤثر على إمكانات الهيئة العامة للاستثمار في القيام بدورها .

three sources is relatively common and more popular in Poland than in the other two countries".

Pawel Capik , op. cit , p135.

Jacques Morisset , Kelly Andrews-Johnson , Op. cit , p55(٩٦)

(٩٧) المادة ٧٦ من قانون الاستثمار .

واستظهرت الجمعية العمومية للفتوى والتشريع : " ،، الأمر الذي يتضح منه عدم خضوع الحساب الخاص للهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة الذي تودع فيه موارد الهيئة لحكم المادة العاشرة من القانون رقم (١٠٠) لسنة ٢٠١٨ المشار إليه، ومن ثم التزام وزارة المالية بأن ترد للهيئة المذكورة ما سبق أن قامت بخصمه من هذا الحساب نفاذاً لحكم هذه المادة " .

راجع : الفتوى رقم ١٩٤١ لسنة ٢٠١٩ بتاريخ فتوى : ٢٠١٩/١٢/٣٠ و تاريخ جلسة : ٢٠١٩/١٢/١١ ملف رقم: ٤٨٥٢/٢/٣٢

Jacques Morisset , Kelly Andrews-Johnson , Op. cit , p55(٩٨)

وفي ذلك يشير " Jacques Morisset " : " أن الزيادة في ميزانية الترويج يرتبط ارتباطاً وثيقاً بتدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر ، إذ يتم إنفاق الموارد على إقناع المستثمرين المحتملين لاتخاذ قرار الاستثمار ، حال كون مناخ الاستثمار موائياً " (٩٩) .

و علي ضوء ذلك ، يجب أن يتجاوز حجم ميزانية الترويج الحد الأدنى من المستوى المالي، ولكي نكون أكثر دقة ، فإن هيئات تشجيع الاستثمار التي لديها ميزانية ترويج أقل من ٦٤٠٠٠ دولار أمريكي ليس لها أي تأثير على الاستثمار الأجنبي المباشر ، في حين أن تلك التي لديها ميزانية تتراوح بين مليون دولار أمريكي ومليون دولار أمريكي هما أكثر فعالية ، وأخيراً فإن الهيئات التي لديها ميزانية تتراوح من ٢ مليون دولار إلى ١١ مليون دولار ، تحقق أفضل النتائج في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر (١٠٠) .

ففي دراسة أجريت على ٧٥ وكالة ترويجية دولية في عام ٢٠٠٤ ، وجد أن : " الدول تميل إلى الإنفاق علي الترويج تقريبا ربع إجمالي الميزانيات على " بناء الصور " مع % 10 من إجمالي الميزانية المخصصة للإعلانات ، وأن العديد من الدول تنفق ما يصل إلى ٣٨ ٪ من مخصصات الميزانية علي أنشطة بناء الصور مثل الإعلان " (١٠١) ، ويأتي ذلك انطلاقاً من أن الدولار الذي ينفق علي جهود الترويج للاستثمار ، أفضل من الدولار الذي ينفق كإعفاء ضريبي أو دعم من حيث حجم الاستثمار المستقطب والنتائج الأخرى المتمخضة عنه (١٠٢) .

وتشير الدراسات أيضاً: " أن كل زيادة بنسبة ١٠% في أنشطة الترويج علي أساس اعتماد الميزانية ، تؤدي إلي زيادة حقيقية في حجم تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر للدولة المضيف بنسبة لا تقل عن 2.5% " (١٠٣) .

Ibid, p26.(٩٩)

Michal Trník, op. cit , p21 Jacques Morisset , Kelly Andrews-(١٠٠)

Johnson , Op. cit , p14.

Rick T. Wilson , Daniel W. Baack, op. cit , p96: 98.(١٠١)

(١٠٢)د. مني بسيسو . مرجع سابق ، ص ٢٧

" As detailed in the technical appendix, the estimated elasticity (١٠٣) of a change in the IPA budget on cross-country FDI flows is equal on

وفي دراسة أخرى : " أن الارتفاع بنقطة واحدة في تقييم أداء جهاز الترويج يؤدي في المتوسط إلى زيادة بـ 1.5% في تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر. أي أن كل دولار واحد يتم إنفاقه على ترويج الاستثمار يؤدي إلى زيادة تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر بقيمة تزيد عن ١٥٠ دولاراً كمتوسط لأكبر التأثيرات الحديثة المقدرة انطلاقاً من ظروف تمويلية متواضعة لجهة الترويج للاستثمار " (١٠٤).

لكن السؤال الذي يطرح نفسه ، هو كيفية تحديد الميزانية الإجمالية للترويج للاستثمار ؟

لكي تقوم الهيئة العامة للاستثمار بدورها بشكل فعال ، يتعين أن تركز على استراتيجية واضحة ومحددة، وتخصص لها ميزانية سنوية يتم تحديدها وفقاً لبرنامج عمل محدد بالضبط، وتغطي جميع التكاليف الإدارية، وتكلفة الموارد البشرية. وهو ما درج عليه العمل ، حيث يعتمد مجلس إدارة الهيئة العامة للاستثمار ميزانية قطاع ترويج الاستثمار ، بناء على خطة عمل محددة وجدول أعمال (١٠٥). وتبدو أهمية ذلك في أن جهود الترويج تقاس بميزانية تكلفة بعض الأنشطة الترويجية - كالإعلان في الأخبار الدولية ، والذي يتكبد الدولة نفقات مرتفعة (١٠٦).

وبشكل أكثر تفصيلاً يعتمد هذا الأسلوب على تحديد المهام الموكلة لكل أداة ترويجية على حدا ، ومن ثم ترجمة هذه المهام إلى أهداف محددة مما ينتج عنه تحديد الميزانية الخاصة بكل نشاط على حدا، وفي نهاية هذا الإجراء يتم تجميع الميزانيات الفرعية لينتج عنها الميزانية الإجمالية ، وتتصف هذه الطريقة بمحتواها التنسيقي نظراً لما تنطوي عليه من عمليات الربط والتكامل بين المهام الترويجية المختلفة (١٠٧).

average to 0.25 for our sample. Thus, for each 10 percent increase in the promotion effort, the level of FDI increased by 2.5 percent " .

V: Jacques Morisset , Kelly Andrews-Johnson , Op. cit , p13

(١٠٤) راجع : تقرير المؤسسة العربية لضمان الاستثمار . مرجع سابق ، ص ١٤

(١٠٥) منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية . مرجع سابق ، ص ٦٠ وما بعدها .

Jacques Morisset , Kelly Andrews-Johnson , Op. cit , p21 (١٠٦)

(١٠٧) د. سهير الرشيد مهدي . وظيفة العلاقات العامة في الترويج للاستثمار بالخارج : دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على جهاز تنظيم شؤون السودانيين العاملين بالخارج ، يناير ٢٠٠٧ -

كما أن الأسلوب يربط بين الميزانيات وبين الخطط التي تهدف هذه الميزانيات إلى تحقيقها ؛ مما يسهل من تحقيق رقابة الجهاز المركزي للمحاسبات لحساباتها وأرصدها وأموالها^(١٠٨) . من خلال التأكد من سلامة تنفيذ التوجيه الذي يمكن أن يتمثل في خطط العمل الإداري والمالي والبرامج والموازنات^(١٠٩) .

ووفقاً لإحدي التجارب داخل مجتمع الاستثمار الدولي " ميزانية كندا " : بموجب خطة الترويج التي أعدتها هيئة الاستثمار الكندية من أجل تحسين الصورة و إبراز ملامح المناخ الاستثماري الجيد ؛ حددت الأدوات الترويجية ابتداء ، ثم خصصت الجانب الأكبر من الميزانية للقيام بحملة توعية في العديد من الدول ، والتي تتضمن إخراج ثلاثة وسبعين صفحة مزدوجة إعلانات في عشرين من مطبوعات الأعمال الرائدة ، في المقام الأول الوسائط المالية العامة ، في الولايات المتحدة ، المملكة المتحدة ، فرنسا وجمهورية ألمانيا الاتحادية واليابان وهونغ كونغ ، كما تضمن بناء الصورة حوالي تسعين خطب من قبل الوزراء وكبار المسؤولين ، وأحد عشر مقالة في كندا و المنشورات الأجنبية ، وثلاثة عروض سمعية بصرية ، وكذلك المنشورات الصحفية والمؤتمرات الصحفي ، وانتهت حملة التوعية بنجاح^(١١٠) .

المبحث الثاني

ديسمبر ٢٠٠٨ ، رسالة ماجستير جامعة أم درمان الإسلامية كلية الإعلام ، ٢٠١٠ ، ص ٥٩ :

٦٠

ويبدو هذا الأسلوب أكثر فعالية مقارنة مع أسلوب آخر يتمثل تحديد الميزانية الإجمالية للترويج ابتداء ثم تخصيص وتوزيع الميزانية الإجمالية على الوسائل الترويجية ، بحيث تخصص لكل منها الاعتمادات المالية المناسبة لها والكافية لتحقيق الأهداف المناسبة بها .

المرجع السابق: ص ٥٩ : ٦٠ .

(١٠٨) المادة ٧٥ من قانون الاستثمار .

(١٠٩) واستظهرت الجمعية العمومية للفتوى والتشريع : " مما تقدم أن الدستور اختص الجهاز المركزي للمحاسبات بالرقابة على أموال الدولة والأشخاص الاعتبارية العامة، والجهات الأخرى التي يحددها القانون، ومراقبة تنفيذ الموازنة العامة للدولة والموازنات المستقلة، ومراجعة حساباتها الختامية، .. ، ومن ثم فإنه يشترط لخضوع جهة معينة لرقابة الجهاز المركزي للمحاسبات المنصوص عليها في قانونه أن تدرج في عداد أي من تلك الجهات، فإذا لم يتحقق هذا الشرط كانت هذه الجهة بمنأى عن الخضوع لهذه الرقابة " .

راجع : الفتوى رقم ١٤٩٣ لسنة ٢٠١٨ بتاريخ فتوى : ٢٠١٨/١١/١٥ و تاريخ جلسة :

٢٠١٨/١٠/٢٤

Louis T. Wells, J , Alvin G. Wint , op. cit , P 34(١١٠)

سياسات الترويج للاستثمار

تمهيد وتقسيم :

يجب أن تتضمن خطة الترويج مجموعة من السياسات أو التقنيات ، تنطلق تدريجياً من بناء الانطباع العام عن الدولة واقتصادها ، كموطن جاذب للاستثمار ، مروراً باستهداف المستثمر المحتمل ، وانتهاءً بخدمة المستثمر^(١١١)

ووفقاً لمؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية : " تحتاج الحكومات إلى تحديد الفرص الاستثمار ، و إلي صياغة استراتيجيات لتشجيعه، واستهداف المستثمرين، وتكوين صورة جيدة، والرعاية اللاحقة، وترويج السياسات هي جميعاً مهام رئيسية ينبغي أن تقوم بها " ^(١١٢)

وتعد المعلومات الإيجابية بمثابة محور الارتكاز في سياسات الترويج للاستثمار . باعتبارها مسؤولة عن تطور الأمم ورفيها شريطة ، أن تجد من يستغلها أفضل استغلال ولا يقف منها موقف المتفرج ، بل يسعى إلي أن يتفاعل معها بعد إدراكه لمحتواها ومضمونها وغايتها ^(١١٣).

وعلي ضوء ما سبق ، فقد عقد المشرع المصري الاختصاص بوضع سياسات الترويج للاستثمار للمجموعة الوزارية للاستثمار . وقد صدر قرار رئيس مجلس الوزراء رقم ٣٨ لسنة ٢٠٢٠ ، بتشكيل مجموعة وزارية للاستثمار برئاسة رئيس مجلس الوزراء ، تختص بالعمل علي تشجيع الاستثمار ، وأشار القرار في عجز المادة الثانية إلي اختصاصها المجموعة الوزارية للاستثمار بـ : " وضع سياسات الترويج للاستثمار في مصر " .

مما مفاده إسناد الاختصاص بوضع سياسات الترويج للاستثمار للمجموعة الوزارية للاستثمار - كاستثناء قانوني - من الأصل العام (بإسناد الاختصاص للترويج للاستثمار ووضع خطة الترويج وتنفيذها بالأصالة وبالتعاقد للهيئة العامة

(١١١) راجع : تقرير المؤسسة العربية لضمان الاستثمار . مرجع سابق ، ص ٦
(١١٢) مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية تقرير الاستثمار العالمي " الاستثمار في اقتصاد منخفض الكربون نيويورك وجنيف، ٢٠١٠ ، ص ٣٦ .

(١١٣) د. حسام لطفى . بنوك المعلومات وحقوق المؤلف ، دار النهضة العربية ، ٢٠٠٧ ، ص ٢ .

للاستثمار " ، إذ أسند بالمشروع جزءاً من الاختصاصات المتعلقة بالترويج إلي المجموعة الوزارية للاستثمار . و لا يمثل ذلك تضارب في الاختصاص .

وإن كان من الأفضل – من وجهة نظر الباحث - توحيد الاختصاص بإسناد العمل الترويجي ووضع السياسات باعتبارها جزء من خطة الترويج إلي الجهة المنوط بها الاختصاص الترويجي ، وهي الهيئة العامة للاستثمار .

وبقصد الإحاطة بما تقدم ، سيقسم المبحث الثاني إلي مطلبين ، وذلك علي النحو التالي :

المطلب الأول : التدرج في سياسات الترويج للاستثمار

المطلب الثاني : دور المعلومات الإيجابية في تحسين الانطباع العام

المطلب الأول

التدرج في سياسات الترويج للاستثمار

تبدو أهمية التدرج في سياسة الترويج للاستثمار ، بالنسبة للدول التي غيرت سياساتها مؤخراً نحو الاستثمار الأجنبي المباشر، وواكبت التطورات بالمزيد من الإصلاحات ، حيث يمكن لهذه الدول أن تقتصر في البداية على سياسة " تحسين الانطباع العام عن الدولة واقتصادها " ، وذلك لحاجة هذه الدول إلى نقل المعلومات الجديدة للمستثمرين المحتملين الذين سيكونون غير مدركين ، بهذه الإصلاحات ، بعد ذلك تتدرج إلي التقنية الثانية ، وهي استهداف المستثمر ، و عند تعزيز بيئة العمل، تتطور إلى مستوي أكثر تقدماً ، كتقديم الخدمات اللازمة في كافة مراحل العملية الاستثمارية^(١١٤) .

ويلاحظ أن عدم التدرج في سياسات الترويج ، والانتقال إلي استهداف المستثمر دون القيام بتحسين الصورة ابتداءً ، قد يؤدي إلي نتائج عكسية ، بالنسبة للاقتصادات الناشئة .

Fergus Cass , Attracting FDI to transition countries: the use of (١١٤) incentives and promotion agencies, Transnational Corporations, Vol. 16, No. 2 (August 2007) ,p 85; Louis T. Wells, J , Alvin G. Wint , op. cit , P 158.

وبناءً على ذلك ، نوضح سياسات الترويج للاستثمار "تقنياته" ، في النقاط الآتية :

أولاً: بناء الانطباع العام عن الدولة وتقييمه

يتمثل دور الهيئة العامة للاستثمار ، في وظيفة بناء الصورة " بناء الانطباع العام عن الدولة " ، في تحويل الدولة إلى علامة تجارية جديرة بالثقة بين المستثمرين ، و تحسين صورة البلد داخل مجتمع الاستثمار كموقع جاذب لاستثمارتهم في المستقبل ، كونه يمر بإصلاحات قانونية أو اقتصادية كبرى أو يتمتع بموقع جغرافي^(١١٥) ، إذ لا يُمكن تصور سياسة الاستثمار الأجنبي المباشر الفعالة ، بدون صورة جذابة للبلد على المستوى الدولي^(١١٦)، مما مفاده اعتبار هذه التقنية خطوة إلزامية ، تمهد لمرحلة استهداف المستثمر المحتمل و إدخاله للبلاد^(١١٧).

ويتوقف نجاح سياسة تحسين الصورة ، على المعلومات الإيجابية عن مناخ الاستثمار^(١١٨).

ثانياً: استهداف المستثمر المحتمل :

Michal Trník, op. cit , p42. (١١٥)

(١١٦) ويتم تقييم نوعية ومستوى بناء الانطباع العام عن البلد من خلال الآتي : " متابعة ما تنشره وسائل الإعلام العالمية عن البلد، بالتنسيق مع السفارات، أو المكاتب الخارجية أو المندوبين المكلفين في الخارج من قبل جهاز الترويج للاستثمار، و ان كانت هذه الأخبار تظهر أن الوضع السياسي أو البيئة الاقتصادية للاستثمار تتحسن أم تزداد سوءاً، و متابعة وتقييم الآراء حول المواد الإعلامية الخاصة بالترويج وخاصة العرض التعريفي للبلد، من خلال تنظيم يوم مفتوح، وتشكيل مجموعات نقاش مختصة، وإجراء مسوحات، وتنظيم لقاءات ثنائية مباشرة، إرسال استبيانات عبر البريد أو الفاكس أو البريد الإلكتروني ، ومتابعة وضع البلد في المؤشرات الدولية ووكالات التصنيف السيادي وتصنيف المخاطر القطرية مقارنة مع الأقطار الأخرى ، ومتابعة ما ينشر عن البلد عبر محركات البحث في شبكة الانترنت للوصول إلى أرشيفات الصحف الرئيسية والتقارير المنشورة عن البلد " .

راجع : تقرير المؤسسة العربية لضمان الاستثمار . مرجع سابق ، ص ١٠ .

Michal Trník, op. cit , p 83 ; Agnė Šimelytė, Kęstutis Peleckis , (١١٧)

Valentina Peleckienė, op. cit , p 195. Fergus Cass , op. cit ,p 83 ; Louis

T. Wells, J , Alvin G. Wint , op. cit , P21.

د . منى بسيسو . مرجع سابق ، ص ٣٠ ، د. ناجي بن حسين . مرجع سابق ، ص ١٨

(١١٨) انظر لاحقاً: المطلب التالي .

يعد الترويج للاستثمار بمثابة علامة للمستثمرين المحتملين ، على أن البلاد مفتوحة أمام الاستثمار الأجنبي المباشر^(١١٩) ، و لكي يكون الترويج للاستثمار فعالاً ، لا بد أن يقوم قطاع الترويج للاستثمار ، بزمام المبادرة بالوصول للمستثمر ، وذلك بعد تحديد المستهدف من المستثمرين (دول – شركات – أفراد) ، مع توضيح الموارد المتاحة^(١٢٠) ، وهو ما يسمى بالترويج الاستباقي ، أو الترويج الإيجابي ، بدلاً من انتظار المستثمر حتى يأتي.

ويقصد باستهداف المستثمر هو تقنية أو سياسة تستخدمها هيئات الاستثمار لجذب الاستثمار الأجنبي المباشر كمية ونوعية ، والتركيز على القطاعات الأكثر أهمية وقيمة محتملة للاقتصاد^(١٢١) .

وقد نصت المادة ١٦ من قانون الاستثمار : " تقترح الوزارة المختصة الخطة الاستثمارية، وتتضمن هذه الخطة وضع السياسات الاستثمارية موضع التطبيق، وأولويات مشروعات الاستثمار المستهدفة ، بما يتفق مع السياسة العامة للدولة وخطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية، ونظم الاستثمار المطبقة ويتم إقرارها من المجلس الأعلى " .

ويستخدم قطاع الترويج العديد من الوسائل الترويجية، لاستهداف القطاعات ذات الأولوية^(١٢٢) ، بهدف استقصاء الفرص لتوليد دلائل لاستثمارات جديدة^(١٢٣) . فتوزيع الاستثمارات علي القطاعات الاقتصادية المختلفة وتحقيق التوازن القطاعي ، يعد

**Agnė Šimelytė, Kęstutis Peleckis , Valentina Peleckienė, op. cit , (١١٩)
p 195.**

(١٢٠)د. حليلة الحبيب آدم عمر . مرجع سابق . ص ١١١

**Louis T. Wells, J , Alvin G. Wint , op. cit , P 41 ; Michal Trník, (١٢١)
op. cit , p46.**

وفي هذا الصدد يتعين على الهيئة العامة للاستثمار أن تعمل على زيادة فعالية أنشطتها في مجال الاتصال والترويج من خلال مبادرات استباقية، وعلى سبيل المثال يوصى بإنشاء وحدة خاصة للتعامل مع الاستثمارات الضخمة .

راجع : منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية ، مرجع سابق ، ص ٦١ .

**Sebastián Auguste, Mario Cuevas y, Osmel Manzano , (١٢٢)
Attracting foreign investment and productive development to Central
America and Dominican Republic , Partners or Creditors? Inter-
American Development Bank 2015 ,p236.**

(١٢٣)راجع : تقرير المؤسسة العربية لضمان الاستثمار . مرجع سابق ، ص ١٠

من الأهداف الأساسية ل خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية^(١٢٤) ، لا سيما وأن من العقبات التي كانت تعوق تدفق هذه الاستثمارات بالقدر المأمول اقتصر الاستثمار الأجنبي المباشر المتجه إلي مصر علي نوعيات محددة من القطاعات ، مثل قطاع البترول والغاز والصناعة والسياحة دون القطاعات الأخرى^(١٢٥).

وجدير بالإشارة أنه علي الرغم من الشفافية المطلوبة في نظم الحوافز والمزايا التي تقدمها الدولة للمستثمر الأجنبي ، إلا أن ذلك لا يمنع من المرونة في تقديم بعض الحوافز والمزايا ، بدون الإخلال باعتبارات المصلحة العامة والقوانين الضابطة وفقاً لأهمية المستثمر الأجنبي المطلوب جذبه للاستثمار^(١٢٦).

وفي ذلك تنص المادة ١٣ من قانون الاستثمار : " مع عدم الإخلال بالحوافز والمزايا والإعفاءات المنصوص عليها في هذا الفصل، يجوز بقرار من مجلس الوزراء منح حوافز إضافية للمشروعات المنصوص عليها في المادة (١١) من هذا القانون "

ثالثاً: تحسين الخدمات المقدمة للمستثمرين المحتملين

تتعدد الخدمات المقدمة للمستثمرين ، إلى ثلاث فئات: ما قبل الاستثمار وخدمات التنفيذ وخدمات ما بعد الاستثمار ، وتلعب الأنواع الثلاثة للخدمات دوراً كبيراً في تشجيع الاستثمار ، و يجب أن تتضمن الاستراتيجية الكلية هذه الخيارات^(١٢٧).

وتتأني خدمة المستثمر بتطوير العلاقة علي أساس " شخص لشخص " بين هيئة تشجيع الاستثمار والمستثمر الأجنبي^(١٢٨) ، خاصة وأن اتخاذ قرار الاستثمار من

(١٢٤) د. شيماء محمد عبدالجليل . مرجع سابق، ص ٣٠٥.

(١٢٥) د. صلاح زين الدين. دور القانون في تحسين مناخ الاستثمار في مصر لجذب الاستثمارات الألمانية المباشرة ، المؤتمر العلمي الثاني القانون و الاستثمار ، ٢٩ : ٣٠ أبريل ٢٠١٥ ، كلية الحقوق – جامعة طنطا، ص ٢٠. د. شيماء محمد عبدالجليل . مرجع سابق ، ص ٢٥٧ .

(١٢٦) د. مني بسيسو . مرجع سابق ، ص ١٢.

(١٢٧) Louis T. Wells, J , Alvin G. Wint , op. cit , P 160

Ibid, p21; Michal Trník, op. cit , p 83 ; Agnė Šimelytė, Kęstutis (١٢٨) Peleckis , Valentina Peleckienė, op. cit , p 195. Fergus Cass , Attracting FDI to transition countries: the use of incentives and promotion agencies, Transnational Corporations, Vol. 16, No. 2 (August 2007) ,p 83.

قبل المستثمر المحتمل لا يأتي بين ليلة وضحاها ، ومن ثم لا بد من تحسين الخدمات المقدمة للمستثمرين المحتملين باستطلاع رأيهم وتتبعهم .

و تشير المؤسسة العربية لضمان الاستثمار أن : " الطريقة المثلى لقياس فعالية خدمة المستثمر هي باستطلاع آراء المستثمرين (العملاء) بشكل دوري من خلال المسوحات المباشرة أو من خلال تكليف مؤسسة مختصة للقيام بذلك ، و تستخدم نتائج هذه المسوحات لتقييم نوعية وجدوى خدمات جهاز الترويج للاستثمار ، وسرعتها ومدى تأثيرها على القرار الاستثماري للشركات " (١٢٩)

المطلب الثاني

دور المعلومات الإيجابية في تحسين الانطباع العام

علي الرغم من الجهود التي بذلتها مصر منذ منتصف السبعينات من القرن الماضي لتهيئة المناخ المناسب لجذب الاستثمار الأجنبي ، إلا أن هناك عددا من العقبات التي تعوق تدفق هذه الاستثمارات بالقدر المأمول ، لعل أهمها ، عدم توافر البيانات والمعلومات الكافية عن الأعمال في مصر وحدث تضارب في الكثير من البيانات الصادرة عن الأنشطة الاقتصادية من الجهات المختلفة^(١٣٠).

لذلك تنبه المشرع المصري لأهمية توافر المعلومات والمعرفة باعتبارها عاملاً محفزاً رئيسياً لجذب الاستثمارات المباشرة ولتنمو الأعمال التجارية .

فنصت المادة ٧١ / ٣ من قانون الاستثمار رقم ٧٢ لسنة ٢٠١٧ علي أن للهيئة في سبيل تحقيق أغراضها: " إعداد قاعدة بيانات وخريطة للفرص الاستثمارية المتاحة والمشروعات والأنشطة الاستثمارية المستهدفة، ومتابعة تحديثها، وتوفير هذه المعلومات والبيانات للمستثمرين " .

د . منى بسيسو . مرجع سابق ، ص ٣٠ ، د. ناجي بن حسين . مرجع سابق ، ص ١٨

(١٢٩) راجع : تقرير المؤسسة العربية لضمان الاستثمار . مرجع سابق ، ص ١١

(١٣٠) د. شيماء محمد عبدالجليل . مرجع سابق ، ص ٢٥٦

وباعتبار أن العامل الرئيسي في ترويج الاستثمار، هو توفير المعلومات الإيجابية وتدفعها^(١٣١)، نسلط الضوء علي النقاط التالية :

أولاً: تجسير الفجوة بين الانطباع السلبي لدى المستثمر المحتمل عن الدولة المضيف والواقع المتقدم:

بداءة ، ينبغي علي صانعي السياسة في الدول ذات المناخ الاستثماري غير المناسب، أن تركز على تحسين مناخ الاستثمار بدلاً من الإنفاق على الترويج ، إذ تكون فعالية الترويج في هذا الفرض ضعيفة ؛ بل قد يؤدي الترويج وحده إلى نتائج عكسية ، بسبب مناخ الاستثمار غير المواتي ، والذي يشير إلي عدم توافر معلومات إيجابية .

ولا شك أن القيام بأنشطة الترويج بناء علي معلومات غير إيجابية ، أو ما يسمى " تأثير مناخ الاستثمار غير المواتي على فعالية الترويج " ، ليس من المألوف ولن يحقق جدواه بتحسين الصورة أو بجذب المستثمرين المحتملين ، لا سيما وقد تحقق علم المستثمرين بالمناخ السيئ ، مما تتناقله أخبار سلبية من وسائل الإعلام الدولية^(١٣٢) ، الأمر الذي له مردود عكسي ، يتمثل في صعوبة إقناع المستثمرين بالعودة و اتخاذ قرار الاستثمار في الدولة المضيف ، خاصة بعد ما إذا أصيبوا بخيبة أمل خلال زيارتهم الأولى و إدراكهم نتائج لا تطابق الرسالة الترويجية .

ومن التجارب الدولية في هذا الصدد : " أطلقت إستونيا بالفعل خطة ترويج للاستثمار و إعداد برنامج وطني طويل الأجل في ٢٠٠١ ، لتحقيق هدف الترويج ، كما تعاقبت هيئة تشجيع الاستثمار مع شركة متخصصة في مجال الترويج ، في ضوء إستراتيجيتها الترويجية ، وذلك لتحسين وتوضيح الصورة و الموقع الجغرافي ، أمام المستثمرين الأجانب ، وأعلنت شعار استثمار في ليتوانيا "Invest in Lithuania" ، إلا أن خطتها باءت بالفشل ، وتعطلت مساعي تحسين الصورة ، ولم تحقق الخطة هدفها في تحسين الصورة وجذب المستثمرين المحتملين . علي الرغم من الموقع الجغرافي المقبول ، ويرجع ذلك لكون المناخ الاستثمار غير ملائم ، حيث يتسم النظام القانوني بالجمود وعدم المرونة ، كما أن البيئة الإدارية تسودها

Agnė Šimelytė, Kęstutis Peleckis , Valentina Peleckienė, op. cit , (١٣١)

p 199

Jacques Morisset , Kelly Andrews-Johnson , Op. cit , p24: 25 (١٣٢)

البيروقراطية ، والوضع السياسي غير مستقر ، فكان من الصعب على المستثمر اتخاذ قرار الاستثمار في بيئة غير مواتية " (١٣٣) .

وعلي ضوء ماسبق يتعين علي صانعي السياسة ، في الدول ذات المناخ غير المواتي ، أن يركزوا جهودهم علي تحسين مناخ الاستثمار ابتداء (١٣٤) ، من خلال التحسن في مناخ الأعمال ، وخفض التعريفات ، وزيادة القدرة التنافسية ، وتوقيع معاهدات الاستثمار الثنائية و متعددة الأطراف ، إلخ (١٣٥) ، بدلاً من الانخراط في حملات الترويج باهظة الثمن (١٣٦) ، كما يُمكن لهذه الدول تحريك عجلة الاستثمار بشكل أفضل ، وذلك من خلال العمل علي جذب المستثمر الوطني (١٣٧) .

ويتعين علي الدول التي مرت بإصلاحات ، بتطوير مناخها الاستثماري أن تعمل علي تجسير الفجوة بين الانطباع السلبي لدى المستثمر المحتمل عن الدولة المضيفة للاستثمار والواقع القائم والمتقدم ، إذ يتطلب الترويج تصحيح نظرة المستثمرين ، من خلال القيام بالترويج الصحيح للفرص المتاحة وتوفير كافة المعلومات الإيجابية التي تعبر عن الواقع المتقدم .

ويتضح ذلك في الفرضين التاليين :

الفرض الأول : في ظل القوانين السابقة لقانون الاستثمار رقم ٧٢ لسنة ٢٠١٧ كان يجب أخذ موافقة أكثر من ٧٥ جهة حكومية قبل بداية مشروع ما، وهو ما كان يستغرق ما لا يقل عن ستة أشهر قبل بدء المشروع ، ثم تطور الأمر ، إلي أن عملية إصدار الترخيص النهائي لا تستغرق مدة ١٥ يوماً من تاريخ استصدار كافة الموافقات المطلوبة من الجهات الإدارية الأخرى .

الفرض الثاني : في ظل قانون الاستثمار رقم ٧٢ لسنة ٢٠١٧ شهدت الأطر التنظيمية والتأسيسية التي تحكم الاستثمار في مصر إصلاحاً شاملاً ومهماً خلال الفترة السابقة ، كإنشاء مركز خدمة المستثمرين لتبسيط إجراءات الاستثمار

Agnė Šimelytė, Kęstutis Peleckis , Valentina Peleckienė, op. cit , (١٣٣)
p 199.

Jacques Morisset , Kelly Andrews-Johnson , Op. cit , p26(١٣٤)

Sebastián Auguste, Mario Cuevas y, Osmel Manzano , op. cit , (١٣٥)
p123.

Jacques Morisset , Kelly Andrews-Johnson , Op. cit , p24: 25 .(١٣٦)

SOMO, Op. cit ,p 8.(١٣٧)

وتيسيرها وتقليص العوائق البيروقراطية التي تقابل المستثمرين من خلال الشباك الواحد ، الذي يحتوي علي عدد ٥٣ جهة حكومية مختلفة يحتاجها المستثمر خلال تأسيسه، مما مفاده اختصار زمن التأسيس إلى ٧٢ ساعة فقط ، ونجاح تجربة التأسيس الالكتروني .

فالمستثمر الأجنبي الذي أخذ انطباع سيء عن مناخ الاستثمار ، بوجود العوائق البيروقراطية في الفرض الأول، في حاجة إلي تغيير هذا الانطباع بالإصلاحات و السمات المميزة لقانون الاستثمار الجديد ، كما في الفرض الثاني .

ثانياً: تحسين الانطباع العام عن البلد المضيف و تمييزه كموقع فريد و جاذب للاستثمار :

من الضروري تقييم دور الاقتصاد المصري في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر باعتباره وسيلة هامة لدفع عجلة التنمية، وذلك من خلال إبراز المؤشرات المختلفة والخاصة بجذب الاستثمار الأجنبي المباشر ، ونشر الإحصاءات والتقارير الصادرة عن جهات الاستثمار ، التي تبين قدرة الدولة على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر من عدمه ، لما لذلك من مردود إيجابي في جذب الاستثمارات الأجنبية^(١٣٨).

(١٣٨)د. صلاح زين الدين. مرجع سابق ، ص ١٠

وفقاً لتقرير ممارسة أنشطة الأعمال عام ٢٠٢٠ الذي يصدره البنك الدولي : " تقدمت مصر ٦ مراكز في تقرير ممارسة أنشطة الأعمال عام ٢٠٢٠ الذي يصدره البنك الدولي و رصد التقرير قيام الحكومة المصرية بالعديد من الإصلاحات لتحسين مناخ الاستثمار وتبسيط الإجراءات في أربعة مجالات هي: مؤشر تأسيس الشركات مؤشر الحصول على الكهرباء، مؤشر حماية صغار المستثمرين، مؤشر سداد الضرائب وذكر التقرير، أن مصر جاءت ضمن أكثر ٢٥ دولة عالمياً من حيث عدد الإصلاحات في تقرير العام الحالي ٢٠٢٠، وهو ما يعكس استدامة التزام الحكومة بتحسين مناخ الاستثمار وتبسيط الإجراءات على المستثمرين " .

كما تطور ترتيب مصر في مؤشر التنافسية العالمي : " أصدر بنك ستاندرد تشارترد تقرير بتاريخ ٩ يونيو ٢٠١٩ بشأن أهم التطورات التي شهدتها الاقتصاد المصري في ضوء عملية الإصلاح الاقتصادي التي تهدف إلى تحقيق إصلاحات مالية واقتصادية شاملة، وأشار فيه إلى أن مصر تسير على الطريق الصحيح في عملية الإصلاح الاقتصادي، وأضاف التقرير أن من المتوقع أن يحقق الناتج المحلي الإجمالي معدل نمو يصل إلى ٥% كما أشار التقرير الصادر عن بنك ستاندرد تشارترد إلى أن مصر تحتل المرتبة السابعة عالمياً ضمن أكبر ١٠ اقتصاديات في العالم بحلول عام ٢٠٣٠، حيث أنه من المتوقع أن الناتج المحلي الإجمالي يسجل ٨.٢ تريليون دولار حسب القوة الشرائية له خلال عام ٢٠٣٠ " .

و تزداد الحاجة في الوقت الراهن لجهود تمييز البلد أو الاقتصاد في أوساط المستثمرين المحتملين، ليصبح موقعا مستهدفا للاستثمار بعد أن تساوت الدول في عروضها وازدادت حدة التنافس بينها^(١٣٩) ، وهو ما يترجم بأن الدول الغنية بمواردها الطبيعية تكون أقدر من غيرها ، على تنفيذ برامج التنمية . والترويج هو الذي يبرز الجهد في هذا الشأن ، وينير الطريق أمام الحكومات والشعوب في استغلال هذه الثروات والموارد الطبيعية للنهوض بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية^(١٤٠).

وعلي ضوء ما سبق يتطلب الترويج الفعال ، التركيز على المزايا والإيجابيات التي تختزنها مصر وتنافسياتها ، مقارنة مع الدول الأخرى المنافسة كدولة جاذبة للاستثمار الوطني والأجنبي في كل قطاعاتها ، وكيفية الإفادة من ذلك لتحقيق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية^(١٤١).

ثالثاً: إبراز التطورات بيئة الاستثمار التشريعية و الإجرائية:

(١) إبراز التطورات التشريعية في مجال الاستثمار :

وقد كشف تقرير التنافسية العالمية لعام ٢٠١٩ الذي أطلقه المنتدى الاقتصادي العالمي : " أن مصر احتلت المركز ٩٣ مقارنة بالمركز ٩٤ في تقرير العام الماضي. واستخدم تقرير العام الجاري منهجية جديدة تزداد فيها أهمية رأس المال البشري، والانفتاح والابتكار، والقدرة على تحقيق نتائج اجتماعية أفضل بما في ذلك مستوى الرضا عن الحياة. وجاء أكبر صعود لمصر في مؤشر الابتكار لتحل المركز ٦١ مقارنة بالمركز ٦٤ العام الماضي. كما ارتفع ترتيب مصر في مؤشر البنية الأساسية لتحل المركز ٥٢ العام الحالي بعدما كانت تحتل المركز ٥٦، ويرجع ذلك إلى التركيز على المشروعات الضخمة لتطوير البنية الأساسية بما في ذلك محور قناة السويس والعاصمة الإدارية الجديدة مما أدى إلى اعتراف عالمي بهذه الجهود، إضافة إلى الاستثمارات التي تقوم بها مصر في مجال البنية الأساسية، كما تحسن ترتيب مصر في مؤشر سوق العمل لتحل المركز ١٢٦ مقارنة بالمركز ١٣٠ العام الماضي، وذلك بفضل الاستثمارات الجديدة وخلق القطاع الخاص استثمارات ساهمت في توفير فرص عمل للشباب والمرأة، كما ارتفع ترتيب مصر في مؤشر حجم السوق لتحل المركز ٢٣ عالمياً بسبب القوة البشرية التي تتميز بها " .

راجع : الموقع الالكتروني للهيئة العامة للاستثمار .

(١٣٩) راجع : تقرير المؤسسة العربية لضمان الاستثمار . مرجع سابق ، ص ٦

(١٤٠) شاكر إبراهيم . الإعلام ووسائله ودوره في التنمية الاقتصادية والاجتماعية ، بدون ناشر ، ١٩٧٥ ، ص ١٧٧ .

(١٤١) أ. منى بسيسو . مرجع سابق ، ص ١٠ .

تشير الدراسات إلى أنه بدون وجود نظام قانوني فعال، فلن يمكن جذب المزيد من الاستثمارات الوطنية والأجنبية^(١٤٢). بمعنى أن الترويج الفعال، يستلزم إيجاد بيئة قانونية ملائمة وجاذبة للاستثمار .

وهذا ما أرساه المشرع المصري في قانون الاستثمار الجديد رقم ٧٢ لعام ٢٠١٧ ، حيث يعد خطوة رئيسية في تعزيز مناخ الأعمال في مصر ، ويقدم مجموعة جديدة من الحوافز والضمانات التي تدعم الإصلاحات الاقتصادية الجارية ، والتي تهدف إلى زيادة تدفقات الاستثمار المحلي والأجنبي .

وبناء على هذا فإن أمام الهيئة العامة للاستثمار مسؤولية كبيرة ، وعليها أن تثبت دورها ، لتحقيق الهدف من قانون الاستثمار ؛ في إستعادة مصر لمكانتها من بين أهم الوجهات الاستثمارية في المنطقة ، وذلك بالتعريف وإبراز التطورات والإصلاحات القانونية ، وأن تكشف ما تحتزنه القوانين من توفير الضمانات والحوافز ، وما يعمل المسؤولون عليه ، من توفير بيئة قانونية جاذبة للاستثمار ، ونشر مقالات وتحليلات وتحقيقات عن المناخ القانوني للاستثمار وتطوراته و إبراز المزايا التي شمل عليها قانون الاستثمار والقوانين ذات العلاقة^(١٤٣) .

لما لذلك من مردود إيجابي يتمثل في تحسين صورة البلد وتكوين انطباع إيجابي ، وخلق فرص للعمالة المحلية ، وتطوير الموارد البشرية والمعرفة وتعزيز القدرة التنافسية ، والتي يجعل من الممكن زيادة النمو الاقتصادي ، والدفع بالدولة إلى موقع متقدم علي خارطة الاستثمارات العالمية^(١٤٤) .

ومن التطبيقات في هذا الصدد ، ما نصت المادة ٧١ البند (٦) من قانون الاستثمار للهيئة في سبيل تحقيق أغراضها : " توحيد جميع النماذج الرسمية الخاصة بشئون الاستثمار التنسيق مع الجهات المختصة وتوفيرها للاستخدام من خلال الشبكة الدولية للمعلومات وغيرها من الوسائل " .

Laeven, L. and Christopher, W.:The quality of the legal system, (١٤٢) Firm Ownership, and firm size”, Review of Economics and statistics, Vol. 89, N.4, (2010), P.612

(١٤٣) راجع بحثنا : دور الإعلام في جذب الاستثمارات الأجنبية ، مرجع سابق ، ص ٩

Agnė Šimelytė, Kęstutis Peleckis , Valentina Peleckienė, op. cit , (١٤٤) p 195: 196

وبناءً على ذلك ، فقد صدر قرار وزير الاستثمار رقم ١٧٦ لسنة ٢٠١٨ ، بإصدار نماذج العقود والانظمة الأساسية لشركة المساهمة وشركات التوصية بالأسهم والشركات ذات المسؤولية المحدودة^(١٤٥) ، وقرار وزير الاستثمار رقم ١٦٦ لسنة ٢٠١٨ ، بإصدار نماذج عقود شركات الاشخاص^(١٤٦) .

أيضاً قيام الهيئة العامة للاستثمار بالترويج للمناخ القانوني للاستثمار ، في فعاليات **WAIPA** : " توجد سلسلة من الإصلاحات القانونية والإدارية والمالية لحماية الاستثمارات وآليات قوية لتسوية المنازعات " ^(١٤٧) .

٢) إبراز التطورات الإجرائية في مجال الاستثمار

يجب العلم بأن نشاط الترويج وحده ليس كافياً لجذب الاستثمارات والمستثمرين إلى الدولة المضيف ، إذا اكتشف المستثمرون أن الإجراءات الإدارية تشكل عائقاً رئيسياً أمام تنفيذ مشروعاتهم الاستثمارية ، مما قد يدفعهم إلى صرف النظر عن المضي في تنفيذ استثماراتهم، وفي هذا هدر لفرص استثمارية مؤهلة وهكذا فإن هيئات الاستثمار لا يمكن أن تكون بمعزل عن البيئة الاستثمارية بمكوناتها المختلفة^(١٤٨) .

وعلى ضوء ذلك فإن أفضل وسيلة للترويج للاستثمار ، هي إزالة العقبات التنظيمية والإجرائية والإدارية . ومكافحة الفساد ، لا سيما وأن الاستثمار الخاص يتأثر في الغالب بالفساد^(١٤٩) .

(١٤٥) الوقائع الرسمية – العدد ٢٤٤ – (تابع) في ٣٠ أكتوبر سنة ٢٠١٨

(١٤٦) الوقائع الرسمية – العدد ٢٤٤ – (تابع) في ٣٠ أكتوبر سنة ٢٠١٨

(١٤٧) WAIPA Report Of Activities, 2017-18 , p 66

(١٤٨) د. ناجي بن حسين . مرجع سابق ، ص ١١

(١٤٩) راجع : في تأثير الفساد

Stephen S. Everhart , Mariusz A. Sumlinski, Trends in Private Investment in Developing Countries Statistics for 1970-2000 and the Impact on Private Investment of Corruption and the Quality of Public Investment , The World Bank , 2001 .

ومما لا شك فيه أن تنشيط اقتصاديات الدول وجذب المستثمرين يتحتم مكافحة الفساد ؛ لما لذلك من أثر فوري يتمثل في زيادة معدل النمو الاقتصادي .

V:Memphil Ndi Evelyne Patience, attractivité économique des investissements directs étrangers en harmonisation des instruments et des règles

ويتمثل دور الترويج في إبراز التطورات الإجرائية والإدارية في مجال الاستثمار ، من خلال نشر الوعي الجماهيري بأهمية التطور في مناخ الاستثمار من ناحية البيئة الإدارية ، والتعريف بالمنجزات كتييسير وتبسيط إجراءات الاستثمار والخدمات الإلكترونية ؛ باعتبار أن ذلك من أهم العوامل التي تساعد على جذب الاستثمار .

وليس أدل على ذلك من تجربة دولة ماليزيا ؛ حيث تبنت ميثاق العملاء (المستثمرين) ، وعملت علي تطويره وتبنته دول أخرى ؛ ويقدم الميثاق خدمة متميزة للعملاء وبكفاءة وسرعة ضمن فترة زمنية محددة ، وعم الميثاق على كافة الأطراف المعنيين بالاستثمار في الدولة ، واعتبرت ماليزيا ذلك " سر " نجاحها في التعامل مع المستثمرين المحتملين والقائمين^(١٥٠) .

الفصل الثالث

تنفيذ خطة ترويج الاستثمار

تمهيد وتقسيم :

الأصل أن الهيئة العامة للاستثمار هي الجهة الإدارية المنوط بها تنفيذ خطة الترويج ، باعتبارها الجهة المسؤولة عن تنفيذ استراتيجية الحكومة للترويج للاستثمار^(١٥١) ، وذلك من منطلق اختصاصها في ترويج الاستثمار كما هو تنظيم

**internationale, phd thesis in law , Universite Nice Sophia Antipolis
Faculté de Droit et Science Politique , octobre 2015, p 33.**

ويؤكد تقرير التنمية في العالم الصادر عن البنك الدولي على أن : " تهيئة مناخ الاستثمار وتحقيق مناخ أفضل للاستثمار، يتطلب أن تعمل الحكومة جاهدة علي مكافحة الفساد".

Banque Mondiale, «Rapport sur le développement mondial 2005 : un meilleur climat d'investissement pour tout le monde » ,p : 8 .

ويري الباحث : علي الرغم من الحقبه من التشريعات المتعلقة بمكافحة الفساد ، وتعدد الجهات الرقابية ، ما زال استشراف الفساد عائقاً أمام الاستثمار الأجنبي المباشر في مصر والتي يكون نتيجتها التأثير السلبي على المناخ الاستثماري و عزوف المستثمرين من المجيء إلى مصر. ويبدو أن مكافحة الفساد تظل محط تركيز طويل الأجل، ليبقي تحدياً أمام المجلس الأعلى للاستثمار " والذي يعد من أهم اختصاصاته ؛ دراسة ووضع حلول لمعوقات الاستثمار وإزالة عقبات تنفيذ أحكام هذا القانون ، طبقاً لنص المادة ٦٨ من قانون الاستثمار رقم ٧٢ لسنة ٢٠١٧ م .

(١٥٠) راجع بحثنا : دور الإعلام في جذب الاستثمارات الاجنبية ، مرجع سابق ، ص ١٧

(١٥١) منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية . مرجع سابق ، ص ٦٠

معظم الاختصاصات الحكومية الأخرى . وذلك طبقاً لنص المادة ٧١ البند (٥ - ٦ - ٩) من قانون الاستثمار الجديد: للهيئة العامة للاستثمار في سبيل تحقيق أغراضها ، أن تتخذ جميع الإجراءات اللازمة لذلك بجميع الوسائل ونشرها في الداخل والخارج إلا أنه قد تتطلب العملية الترويجية الاستعانة بالقطاع الخاص " الشركات المتخصصة في مجال الترويج " ، لتنفيذ خطة ترويج الاستثمار ، وذلك لما يتسم به خبرات عملية ، في هذا الصدد .

وقد ابتغي المشرع في إشارته لجميع الوسائل ونشرها في الداخل والخارج ؛ إحداث نوع من التلاقي والتنسيق بين جميع وسائل الترويج سواء وسائل الترويج المباشر أو وسائل الترويج غير المباشر . مما مفاده إحداث " حملة ترويجية شاملة " ، من أجل ترويج مصر محلياً وعالمياً كهيئة محفزة وأمنة للاستثمار ، كأحد أهم الأهداف الإستراتيجية للهيئة العامة للاستثمار .

بمعنى آخر أن الترويج يحكم نجاحه ثلاثة عوامل، وهي الاستمرارية التلاقي والتنسيق ، فلا يمكن للترويج أن يأتي بثماره إلا من خلال تكرار مستمر للفكرة أو الأفكار المحددة جيداً ، وإشراك أو جمع في أن واحد للعديد من الوسائل الترويجية على انفراد أو تلقائياً ، أو بتعاقب وتتابع (١٥٢) .

وعلي ضوء ما سبق ، فقد أرسى المشرع المصري الآليات القانونية لتنفيذ خطة الترويج للاستثمار ، إذ عقد الاختصاص للهيئة العامة للاستثمار بتنفيذ مهمتها بالأصالة، وذلك باتخاذ الإجراءات اللازمة لذلك ، بالوسائل المباشرة للترويج ، والتعاون الوثيق مع المؤسسات والمنظمات الدولية ، في مجال الاستثمار والترويج له، كما أتاح لها التعاقد مع شركات الترويج لتنفيذ الحملات الإعلانية . كما منح الاختصاص للهيئة الوطنية للإعلام في اقتراح الحملات الإعلامية العامة .

وذلك كله انطلاقاً من مهمة الهيئة العامة للاستثمار في : " تطبيق إستراتيجيات الاستثمار المحفزة وفقاً لأفضل الممارسات العالمية إتساقاً مع المعايير الدولية المعتمدة من أجل ترويج مصر كوجه استثمارية واعدة " (١٥٣) .

(١٥٢) د. حليلة الحبيب آدم عمر ، ص ١٠٩ .
(١٥٣) راجع : الموقع الإلكتروني للهيئة العامة للاستثمار

وبقصد الإحاطة بما تقدم ، سيقسم الفصل الثالث ، إلي مبحثين ، وذلك علي النحو التالي :

المبحث الأول : تنفيذ خطة الترويج للاستثمار بالأصالة

المبحث الثاني : تنفيذ خطة الترويج للاستثمار بالتعاقد والتنسيق

المبحث الأول

تنفيذ خطة الترويج بالأصالة

أشار المشرع في المادة ٧١ البند (٩) من قانون الاستثمار ، إلي العديد من الوسائل الترويجية، كإقامة المؤتمرات والندوات وورش التدريب والعمل والمعارض المتصلة بشئون الاستثمار وتنظيمها داخلياً وخارجياً.

وعلي الرغم من أن المشرع قد اقتصر في إشارته علي بعض من الوسائل ، لا سيما وأن هناك من وسائل ترويج الاستثمار الأجنبي المباشر كالإعلان عن الاستثمار و البعثات ، وإستقبال وتنظيم وفود المستثمرين والتواصل بالبريد المباشر ، و الترويج عبر الشبكة الدولية للمعلومات (١٥٤) ، إلا أن مفهوم مراد المشرع كما أشارت المادة المذكورة " جميع الوسائل ونشرها في الداخل والخارج " .

يتناول المطلب الأول تنفيذ خطة الترويج بالأصالة ، حيث تقوم الهيئة العامة للاستثمار بتنفيذ مهمتها في الترويج للاستثمار ، وذلك باتخاذ الإجراءات اللازمة لذلك ، بالوسائل المباشرة للترويج ، والتعاون الوثيق مع المؤسسات والمنظمات الدولية ، في مجال الاستثمار والترويج له ، وذلك من خلال المطلبين التاليين :

المطلب الأول : الوسائل المباشرة لترويج الاستثمار

المطلب الثاني : التعاون مع المؤسسات والمنظمات الدولية

المطلب الأول

الوسائل المباشرة لترويج الاستثمار

Rick T. Wilson , Daniel W. Baack, op. cit , p 98 ; Michal Trník, (١٥٤)
op. cit , p9.

تقوم الهيئة العامة للاستثمار باختصاصها الترويجي ، باتباع العديد من وسائل الترويج المباشر مع المستثمرين المحتملين في الداخل والخارج ، وذلك علي النحو التالي :

أولاً: إقامة المؤتمرات والندوات وورش التدريب والعمل والمعارض

نصت المادة ٧١ البند (٩) من قانون الاستثمار : " للهيئة في سبيل تحقيق أغراضها إقامة المؤتمرات والندوات وورش التدريب المتخصصة والمعارض المتصلة بشئون الاستثمار التي تحظى بحضور مكثف من رجال الأعمال والمستثمرين ، وتنظيمها داخليا وخارجيا " .

مفاد ذلك أن المشرع ألزم الهيئة العامة للاستثمار أثناء مهمتها في تنفيذ خطتها للترويج ، أن تعتمد علي وسائل الترويج الشخصية " الاتصال المباشر " لا سيما وجدوي الترويج المباشر في جذب المجموعات من المستثمرين في وقت واحد (١٥٥) ، وقدرته علي خلق علاقة مع المستثمرين المحتملين في مختلف بلدان العالم ، والتي يمكن أن تكون بداية واعدة للفوز بالاستثمار ، بما يوفره من تخصيص المعلومات للمستثمرين المحتملين، والرد علي استفساراتهم (١٥٦) .

وحسنا فعل المشرع في الإشارة للترويج المباشر ، إذ يمكن بواسطته - إذا أحسن توظيفه - عرض مجموعة من الفرص الاستثمارية المؤهلة ، وجذب المزيد من الاستثمارات (١٥٧) .

ويتمثل الترويج المباشر بقيام الهيئة العامة للاستثمار ، ممثلة في موظفي قطاع الترويج بلقاء المستثمرين وجها لوجه في اجتماعات خاصة في الداخل أو الخارج مع الغرف التجارية واتحادات المستثمرين وكل تنظيمات رجال الأعمال، بغرض الترويج لسياسة مصر وشرحها في هذا المجال ، والتواصل الالكتروني أو البريدي أو الهاتفي المباشر مع قوائم محددة ومنقاة من المستثمرين عبر إرسال مواد تعريفية وفق آلية واضحة تحدد نوعية المواد ودورية التواصل ، أو مقابلة مسؤولي شركات استثمارية عالمية وإقليمية كبرى ،

Louis T. Wells, J , Alvin G. Wint , op. cit , P 24.(١٥٥)

Pawel Capik , op. cit , p74.(١٥٦)

(١٥٧) د. حليلة الحبيب . مرجع سابق ، ص ١١٧

وعرض فرص الاستثمار ذات الأولوية^(١٥٨)، والتجارب الناجحة، و تزويد مجتمع المستثمرين بأحدث التحديثات والرؤى حول فرص الاستثمار الحالية والجديدة والناشئة عبر قطاعات النمو والناشئة الرئيسية .

ومن التجارب الدولية حول استعراض ومناقشة القضايا والمستجدات والتوجهات المحلية والدولية المرتبطة بقطاع الاستثمار ، **تجربة دولة مالطا** .

و إزاء تحقيق ما يسمى بـ " الحلم المالطي " عقد صانعي السياسات حوارات مفتوحة علي الانترنت تحت إطار : " **التشاور والحوار مع المجتمع المدني** " ، حول قانون للأعمال الصغيرة ، يهدف إلى وضع الشركات الصغيرة والمتوسطة على أعلى مستوى للاقتصاد للنهوض بالبلاد^(١٥٩) . وكذلك التشاور المباشر و عقد اجتماعات مع أكثر من أربعين من أصحاب المصالح المرتبطة ، من المستثمرين، وأصحاب الشركات العائلية المحلية والأجنبية^(١٦٠) . والهدف النهائي من هذه العملية، مناقشة المسائل ذات الاهتمام المشترك ؛ لخلق فرص للشركات العائلية . والاستماع إلى جميع أصحاب المصلحة ، ورفع الوعي العام والسياسي بقضايا الأعمال العائلية، وذلك لاتخاذ قرار مستنير يعكس رغبات ومصالح المستثمرين ، والأشخاص الذين يقعون تحت اختصاص التشريع المقترح^(١٦١) .

ثانياً: الاتصال والتنسيق المستمر مع السفارات والمكاتب التجارية

تعد الهيئة العامة للاستثمار بوجه عام مسؤولة عن قيامها باختصاصها الترويجي ، في الداخل والخارج .

(١٥٨) راجع : تقرير المؤسسة العربية لضمان الاستثمار . مرجع سابق ، ص ٨
Closing Speech BY The Hon. Jason Azzopardi, Parliamentary (١٥٩)
Secretary For Small Business And Land, On Occasion Of The Solvit
Workshop In Malta, Valletta - Friday 13th May 2011.
Nadine Lia , Transfers of family businesses and their economic (١٦٠)
challenges , Malta and the work it has undertaken ,2017 , p4
European Commission Enterprise And Industry Directorate-(١٦١)
General , Promotion Of Smes' Competitiveness, Final Report Of The
Expert Group Overview Of Family-Business-Relevant ISSUES:
Research, Networks, Policy Measures And Existing Studies , 2009 p
12.

ويبدو أن البعض من هيئات الاستثمار، تميل إلى اعتبار وظيفة الترويج بأكملها، بمثابة وظيفة تقليدية، ومن ثم تري أنه من المناسب للعمل الترويجي في الخارج أن يتم من خلال السفارات^(١٦٢).

وعلى الرغم من الدور الكبير الذي تقوم به السفارات والقنصليات في الترويج للاستثمار، وقيامها بدعوة رجال الأعمال لشرح الإعفاءات والامتيازات التي تتضمنها القوانين، وعرض الفرص الاستثمارية^(١٦٣).

إلا أن الأمر - لا يسلم من علة - فمن جهة أولى، نجد أن الموظفين الدبلوماسيين يتم تدريبهم عادة كدبلوماسيين، لديهم خبرة قليلة في التنمية الصناعية، والأعمال التجارية، كما أنهم لا يجيدون الترويج، ومن - جهة أخرى - عدم وجود الدافع والمساءلة، بمعنى أنه ليس لهيئات الترويج عموماً، القدرة على التحكم في أداءهم، إذ لا يوجد نظام لتقييم الأداء أو تقديم أي حوافز ومكافأة لقاء الجهد المبذول من المسؤولين القنصليين^(١٦٤).

لذلك يبدو من الملائم إنشاء مكاتب متخصصة في الخارج تابعة للهيئة العامة للاستثمار وخاضعة للإشراف المباشر لها، وأن تكون مستقلة عن القنصليات و السفارات. وذلك بقيام الهيئة العامة للاستثمار باستخدام صلاحياتها في توظيف موظفين يمتلكون المهارات اللازمة، طبقاً لنص المادة ٧٠ / ٢ من قانون الاستثمار رقم ٧٢ لسنة ٢٠١٧، وذلك لتنفيذ خطة الترويج في الخارج.

وقد أجازت المادة ٦٩ / ٢ من قانون الاستثمار للهيئة العامة للاستثمار، إنشاء فروع أو مكاتب للهيئة العامة للاستثمار خارج جمهورية مصر العربية بقرار من مجلس الإدارة، وذلك ضمن بعثات التمثيل التجاري^(١٦٥).

ويرتبط وجود مكاتب لترويج الاستثمار في الخارج، بمجموعة متنوعة من العوامل - أهمها - حجم البلد ومستوى تطوره، فقد تحتاج البلدان النامية إلى إنشاء

Louis T. Wells, J , Alvin G. Wint , op. cit , P63: 64 (١٦٢)

د. حليمة الحبيب أم عمر، ص ١١٨^(١٦٣)

Louis T. Wells, J , Alvin G. Wint , op. cit , P 68 .(١٦٤)

(١٦٥) المادة ٦٩ / ٢ من قانون الاستثمار

عدد قليل أو ربما مكتب واحد، لاسيما وما تتطلبه عملية إنشاء مكتب ترويج بالخارج ، من نفقات عالية (١٦٦) .

وتشير الدراسات : " اعتماد ٨٠% من هيئات تشجيع الاستثمار في الدول المتقدمة وتلك ذات الدخل المرتفع علي وجود مكاتب خارجية ، بينما تقوم ٢٥% فقط من الدول النامية علي تأسيس مكاتب خارجية أو تستعين بسفارتها دولها أو مندوبين " (١٦٧)

ومن التطبيقات في هذا الصدد : " افتتاح مصر لمكاتب خارجية منها مكتب في لندن " (١٦٨) "

كما أنشأت هيئة التنمية الصناعية الماليزية : " ثمانى مكاتب إقليمية في ماليزيا ، بالإضافة إلي إنشاء تسعة عشر مكتباً خارجياً للترويج للاستثمار فى مختلف المناطق المستهدفة فى الولايات المتحدة الأمريكية ودول أوروبا وأسيا وأستراليا و دى . فى كل من " شيكاغو ، وكولوني ، هونج كونج ، لندن ، لوس أنجلوس ، ميلانو ، نيويورك ، أوساكا ، باريس ، سيول ، سنغافورة ، ستوكهولم ، سيدني ، تايبية ، طوكيو ، وزيورخ ، وتخضع هذه المكاتب إلي الإشراف المباشر لهيئة التنمية الصناعية الماليزية ، بينما يعتمد البعض الآخر علي ممثلين من القناصل والاستشاريين الاقتصاديين بالسفارات " (١٦٩)

Louis T. Wells, J , Alvin G. Wint , op. cit , P 24(١٦٦)

(١٦٧) د. منى بسيسو . مرجع سابق ، ص ٢٨ .

وينبغي علي سفارات الدول النامية بالخارج ، أن تعمل علي توسيع نطاق الإدارة والخدمات ، و أن توفر للمستثمرين المحتملين ، كافة المعلومات الاقتصادية والقانونية ، والمستجدات أول بأول .

S: Changhong Pei , Wen Zheng , China's Outbound Foreign Direct Investment Promotion System , Research Series on the Chinese Dream and China's Development Path , 2015 , p193.

(١٦٨) د. منى بسيسو . مرجع سابق ، ص ٣٠ .

(١٦٩) د. شيماء محمد عبدالجليل . مرجع سابق ، ص ٦٩

وفي عام ١٩٨٧ ، أنشئت هيئة الاستثمار بدولة البحر الكاريبي الصغيرة سانت لوسيا ، مكتب في نيويورك ، والذي أجرى العديد من الأنشطة الترويجية الشخصية ، من خلال الاعتماد بشكل كبير على البريد المباشر وعبر الهاتف ، والمتابعة المكثفة (١٧٠) .

وقد تصدرت دولة تونس هذه النجاحات في تسعينات القرن الماضي ، وكانت متميزة في جهودها الترويجية وحجم الاستثمارات التي استقطبتها ، وتطويرها لأسلوب عمل منهجي يحقق إنجازات تراكمية ، أدت إلي إحداث قفزة نوعية ، كما واصلت تونس تطوير جهودها الترويجية وتوسيع النطاق الجغرافي للمستثمرين المستهدفين من خلال إنشاء ٧ مكاتب في الخارج (ستة مكاتب في أوروبا ومكتب في مونتريال بكندا) للترويج للاستثمارات فيها (١٧١) .

ومن التطبيقات العملية في الترويج المباشر في الداخل ، ما قامت به الهيئة العامة للاستثمار بإنشاء قطاع الاستثمار في المحافظات للمساعدة في تشجيع الاستثمار في المناطق الأقل نموا في مصر، وفي هذا الصدد تذكر الهيئة العامة للاستثمار أن : " الأنشطة تجري بالتنسيق مع مكاتبها المحلية ومسؤولي المحافظة، ويراعى التوزيع الواضح للاختصاصات، والمحافظة هي المسؤولة عن التعرف على فرص الاستثمار وخيارات الأراضي، إلى جانب تسهيل الحصول على التراخيص والتصاريح، والهيئة العامة للاستثمار هي الجهة المسؤولة عن جذب المستثمرين المناسبين، ومن أمثلة هذه الجهود إنشاء قواعد بيانات المحافظة التي تحتوي على معلومات عن الموارد، والبنية التحتية، والمزايا التنافسية، وفرص الاستثمار، وما إلى ذلك ، بالإضافة الى توفير كتيبات الترويج ، وتنظيم وتنفيذ زيارات للمواقع، ومؤتمرات للترويج " (١٧٢) .

ويستحسن الباحث دور الهيئة العامة للاستثمار ، في الترويج بالداخل ومدى ملائمتها للواقع المحلي ، لا سيما وجدوي تطبيقها ، وفعاليتها في جذب المستثمرين المحليين .

Louis T. Wells, J , Alvin G. Wint , op. cit , P 154 (١٧٠)

(١٧١) مني بسيسو . مرجع سابق ، ص ٢٩ وما بعدها .

(١٧٢) منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية . مرجع سابق ، ص ٦٤

و يأتي ذلك انطلاقاً من الأهداف الإستراتيجية للهيئة العامة للاستثمار ، والتي تتمثل في التنسيق والتكامل مع أصحاب المصلحة على المستوى المحلي ، من أجل خلق بيئة محفزة وإيجابية للاستثمار^(١٧٣) .

كما نفذت دول أمريكا اللاتينية ، سياسات للترويج للاستثمار ، من خلال إنشاء مكاتب مخصصة داخل مؤسسات الدولة ؛ مثل إنشاء مكاتب مخصصة لإجراءات الاستثمار ، وكذلك التعريف بالإصلاحات القانونية والمؤسسية^(١٧٤) .

وقيام هيئة التنمية الصناعية الماليزية بفتح مكاتب تابعة لها في ولايات الدولة .

المطلب الثاني

التعاون مع المؤسسات والمنظمات الدولية

انطلاقاً من رؤية الهيئة العامة للاستثمارات والمناطق الحرة في أن تصبح مصر " الشريك الأفضل لمؤسسات المال والأعمال على مستوى العالم"^(١٧٥) ، وتأكيداً على تعزيز دورها في تحقيق أهدافها ؛ أحدثت المشرع نوعاً من التعاون والتواصل بين الهيئة العامة للاستثمار و المؤسسات والمنظمات الدولية والأجنبية في مجال الاستثمار والترويج له ، إذ ليس من المقبول أن تكون الهيئة العامة للاستثمار في معزل عن البيئة الدولية والعالمية.

و يأتي ذلك انطلاقاً من الأهداف الإستراتيجية للهيئة العامة للاستثمار ، والتي تتمثل في ترويج مصر عالمياً كبيئة محفزة وأمنة للاستثمار ، و تعزيز التعاون مع هيئات الاستثمار في العالم وخاصة على المستوى الأفريقي ، و زيادة قدرة مصر التنافسية في جذب الاستثمار خاصة في المجالات التي تمتلك مصر بها ميزة تنافسية ، وتحسين ترتيب مصر في التقارير الدولية ذات الإختصاص^(١٧٦) .

(١٧٣) راجع : الموقع الالكتروني للهيئة العامة للاستثمار

(١٧٤) Sebastián Auguste, Mario Cuevas y, Osmel Manzano , op. cit , p124.

(١٧٥) راجع : الموقع الالكتروني للهيئة العامة للاستثمار

(١٧٦) المرجع السابق .

وقد أشار المشرع في المادة ٧١ البند (١٠) من قانون الاستثمار الجديد ، إلى التعاون بين الهيئة العامة للاستثمار و المؤسسات والمنظمات الدولية والأجنبية العاملة في مجال الاستثمار والترويج له .

ومثال ذلك : المنظمة العالمية لهيئات ترويج الاستثمار الويا WAIEP ، منظمة التعاون الاقتصادي OECD ، الوكالة الدولية لضمان الاستثمار MIGA ، ومنظمة الأمم المتحدة للتجارة والتنمية UNCTAD ، والمؤسسة العربية لضمان الاستثمار ، و منظمة الخليج للاستشارات الصناعية "جويك" ، ومنظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية UNIDO .

وقد ابتغي المشرع من التعاون مع المؤسسات والمنظمات الدولية والأجنبية العاملة في مجال الاستثمار والترويج له ، تحقيق الآتي :
أولاً: الإفادة من الدورات التدريبية المهنية التي تقدمها المنظمات والمؤسسات الدولية :

يهدف التعاون الوثيق إلى رفع مهارات وقدرات المشاركين وتمكينهم من استخدام الأدوات والتقنيات الحديثة . و الإفادة من ثروة المعلومات المتوفرة لدى المؤسسات والمنظمات عن الأعمال التجارية والاقتصادية ، وظروف السوق والاتجاهات المستقبلية والقوانين ، والعمل على إعداد كوادر فعالة^(١٧٧).

ثانياً: القيام بإصلاحات مؤسسية شاملة :

يمكن أن يؤدي التعاون الوثيق بين هيئات الاستثمار والمؤسسات والمنظمات الدولية في مجال الاستثمار والترويج له ، إلى قيام هيئات الاستثمار بإصلاحات مؤسسية شاملة ، وفقاً للمعايير التي تحددها المؤسسات والمنظمات العالمية، شريطة أن تتلائم هذه السياسات والإصلاحات مع طبيعة البيئة المحلية ، فالسياسات الناجحة في دولة ما لن تكون بالضرورة ناجحة في دول أخرى ، إذ من غير المقبول ، نسخ التجارب الأجنبية ومحاولة تطبيقها في واقع آخر .

ومثال للتعاون الوثيق ، الذي يؤدي إلى تبادل الممارسات الجيدة التي تتلائم مع البيئة المحلية : فيما إذا كانت هيئات تشجيع الاستثمار القومية والإقليمية تراجع

(١٧٧) وقد أطلقت منظمة الخليج للاستشارات الصناعية "جويك" في ٢٠١٩/١٢/٨ أعمال الورشة التدريبية (مهارات التسويق والترويج للخدمات الاستشارية) .

إجراءات التراخيص والتصاريح دوريًا ، لضمان عدم تعرض المستثمرين لتأخيرات بيروقراطية غير مبررة (١٧٨) .

ومثال للإصلاحات المؤسسية التي أثمر عنها التعاون الوثيق : " نفذت الهيئة العامة للاستثمار عدة برامج مختلفة لإعادة هيكلتها وبناء قدرات العاملين من خلال منظمات دولية متخصصة مثل الوكالة الدولية لضمان الاستثمار MIGA ، وأسفرت عملية إعادة الهيكلة عن إنشاء قطاع ترويج الاستثمار في الهيئة، وقد تم اختيار معظم موظفي الهيئة العامة للاستثمار وتوزيعهم بمعرفة خبراء أجانب ، وتم تقديم برامج تدريبية متخصصة للموظفين فيما يتعلق بجميع الجوانب المعنية بعملية تشجيع الاستثمار وتيسيره " (١٧٩) .

كما ساهمت المنظمة العالمية لهيئات ترويج الاستثمار الوييا WAIEP^(١٨٠) ، في رفع القدرات والمشاركة في عملية تأسيس قطاع الترويج للاستثمار في ظل العولمة ، وزيادة الكفاءات وتبادل الخبرات والمعلومات وتقديم المساعدات الفنية والتدريبية في مجال الترويج (١٨١) .

ثالثاً: مساهمة التقارير الدولية الصادرة عن المؤسسات والمنظمات الدولية في تعزيز ثقة المستثمرين المحتملين :

تساهم التقارير الدولية الصادرة عن المؤسسات والمنظمات الدولية ، في تعزيز ثقة المستثمرين الأجانب في الاقتصاد المصري، وتؤدي إلى ضخ المزيد من الاستثمارات خلال الفترة القادمة.

وقد جاءت إشادة المؤسسات الدولية في مجال الاستثمار والترويج له لتؤكد سلامة السياسات الاقتصادية، الأمر الذي يعكس ثقة المجتمع الدولي في استعادة الاقتصاد المصري للاستقرار، بالإضافة إلي التحسن في تصنيف الاقتصاد المصري

(١٧٨) منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية . مرجع سابق ، ص ٦٢ .

(١٧٩) المرجع السابق ، ص ٦٢ .

(١٨٠) هي منظمة غير حكومية مقرها جنيف تم إنشاؤها عام ١٩٩٥، وتضم حالياً ١٣٠ عضواً، وتقوم هذه الرابطة بتوفير منصة لوكالات ترويج الاستثمار، من أجل التواصل وتبادل أفضل الممارسات في مجال جذب الاستثمارات ودعم تنفيذ الخطط.

(١٨١) د. حليلة الحبيب مرجع سابق، ص ١٢٣ .

من قبل مؤسسات التصنيف الائتماني الدولية، وتوقعات المؤسسات المالية بشأن معدلات النمو المستقبلية في مصر^(١٨٢).

رابعاً: تعزيز الدور الإقليمي والدولي للدولة المضيف

لا شك أن التعاون الوثيق بين هيئات الاستثمار والمؤسسات الدولية، يهدف إلى تعزيز الدور الإقليمي والدولي للهيئة العامة للاستثمار، إذ يخدم هذا التعاون أهداف الهيئة العامة للاستثمار، نحو جذب المزيد من الاستثمار الأجنبي المباشر.

وفي هذا الصدد لم تدخر الحكومة المصرية أي جهد منذ تحمل المسؤولية لخلق بيئة جاذبة للاستثمار، لضمان إستعادة مصر لمكانتها من بين أهم الوجهات الاستثمارية في المنطقة، واستعادة موقفها على خريطة الاستثمار العالمية، وقد اتخذت بالفعل تدابير في هذا الصدد، والتي انعكس بشكل إيجابي على مناخ الاستثمار في مصر^(١٨٣).

وقد ترجم هذا الجهد بفوز مصر ممثلة في الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة، بمنصب نائب رئيس لجنة التسيير للرابطة العالمية لوكالات تشجيع الاستثمار (WAIPA) للفترة ٢٠١٩-٢٠٢١، والذي يأتي استكمالاً للجهود المبذولة

(١٨٢) فوفقاً لتقارير الاستثمار العالمي الصادرة عن وكالة الأمم المتحدة للتجارة والتنمية UNCTAD لعام ٢٠١٩، والذي يعد من أهم مصادر المعلومات، وأحدث التقديرات حول الاستثمار الأجنبي المباشر في العالم وتدفعاته، وأثاره التنموية، حيث يشير التقرير إلى: " تطور ترتيب مصر في مؤشر التنافسية العالمي، إذ تُعد مصر أكبر الدول الأفريقية في جذب تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر خلال عام ٢٠١٨، حيث بلغت تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر الواردة إلى مصر نحو ٦.٨ مليار دولار في عام ٢٠١٨، وأوضح التقرير أن مصر هي أكبر وجهة للاستثمار الأجنبي المباشر في أفريقيا خلال عام ٢٠١٨ وذلك من خلال الاستثمار في قطاعات الأنشطة العقارية، والصناعات الغذائية، والبتروكيمياويات، والبحث عن الغاز، والطاقة المتجددة".

راجع: الموقع الإلكتروني للهيئة العامة للاستثمار

(١٨٣) راجع: نص كلمة الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة في الوايبا:

" WAIPA Members, On behalf of the Egyptian General Authority for Investment and Free Zones (GAFI), I would like to convey our gratitude to WAIPA's management, Consultative Committee members, Regional Directors and valuable member IPAs, for their continued collaboration during the past years..... "

S: WAIPA Report Of Activities , 2018/2019 , p68.

، في تعزيز دورها الإقليمي والدولي بهذه الرابطة الدولية ، بما يخدم مستهدفات الهيئة نحو مضاعفة جذب المزيد من الاستثمار الأجنبي المباشر إلى مصر ، ووفقاً لخطة وأولويات الحكومة المصرية^(١٨٤) .

كما أطلقت مصر من قبل مبادرة إنشاء إتحاد للهيئات العربية للاستثمار داخل المنظمة العالمية " الويبا " لزيادة المردود الإيجابي للاستثمارات العربية^(١٨٥) .

خامساً: مواكبة المستجدات في مجال الترويج للاستثمار

ليس من شك في أن لهذا التعاون الوثيق من مردود إيجابي ، في تعزيز قدرتها علي مواكبة المستجدات في مجال الترويج للاستثمار ، و الحفاظ على المنافسة المرغوبة و تعزيز التعاون في المجال الاقتصادي والتجاري^(١٨٦) ، وذلك بما تقدمه المؤسسات و المنظمات الأخرى ، من الدعم الاستشاري لهيئات الاستثمار^(١٨٧) .

و يمكن أن يؤدي التعاون الوثيق والموجه بصورة جيدة على المستوى القومي والإقليمي بالدولة ، إلى تنظيم حملات ترويجية تستهدف المستثمرين الأجانب بشكل مباشر وفعال أكثر^(١٨٨) .

و علي ضوء ذلك ، تهدف الوايبا إلي ربط شبكات الأعمال الاستثمارية، وتبني أفضل الممارسات الترويجية ، كما تقدم المساعدة للعديد من وكالات الترويج للاستثمار العالمية التي تعد الوليد المباشر لها ، وتكون مهمتها نشر المعلومات التي تتعلق بمناخ الاستثمار في كل الدول الأعضاء ، والقوانين الاستثمارية ، والفرص الترويجية الموجودة ، ومن ثم تروج لها ، وتقوم الوكالة التجارية بشرح الأدوات التحليلية لوكالات ترويج الاستثمار فيما يتعلق بدراسة القطاعات الاقتصادية ، وتحديد الاستثمارات المستهدفة لكل بلد^(١٨٩) .

(١٨٤) وتعد هذه هي المرة الأولى التي تحصد فيها مصر هذا المنصب، كما تعد المرة الأولى لتتولي الهيئة منصبتين بلجنة التسيير لفترتين متتاليتين .

راجع الموقع الإلكتروني للهيئة العامة للاستثمار

(١٨٥) د. حليلة الحبيب آدم عمر . مرجع سابق، ص ١٢٣ .

(١٨٦) Changhong Pei , Wen Zheng , op. cit , p193.

(١٨٧) Pawel Capik , op. cit , p26.

(١٨٨) منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية ، مرجع سابق، ص ٦٢ .

(١٨٩) د. حليلة الحبيب، مرجع سابق، ص ١٢٢ .

ولا يخفي علي أحد الدور الكبير الذي تقوم به المؤسسة العربية لضمان الاستثمار في مجال الترويج للاستثمار ، حيث واصلت المؤسسة تعزيز تواجدها على الساحة الإعلامية الإقليمية ، وساهمت بأكثر من ١٢ بياناً وتقريراً ولقاء مع وسائل الإعلام إقليمية مهمة ، أثمرت عن رصد أكثر من (٨٥٠) خبراً وموضوعاً في مختلف وسائل الإعلام ووكالات الأنباء المقروءة والمسموعة والمرئية الإقليمية والدولية (١٩٠) .

كما ساهمت منظمة الخليج للاستشارات الصناعية" (جويك) (١٩١) ، في إرساء مفهوم التنمية الصناعية ، ولعبت دوراً مهماً في دفع عجلة النمو الاقتصادي في المنطقة. وقدرتها على الإسهام بشكل بنّاء في دعم التكامل الاقتصادي بالقطاعات الصناعية في الدول الأعضاء ، والترويج للقطاع الصناعي .

كما تعمل المنظمة العالمية لوكالات الترويج للاستثمار ، علي تعزيز وتطوير التفاهم والتعاون بين هيئات تشجيع الاستثمار وتعزيز نظم جمع المعلومات وتبادلها ، وتوفير

(١٩٠) التقرير السنوي ٢٠١٧ المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، ص ٢٣

كما راسلت : " مجموعة من المصدرين في كل من البحرين ومصر والأردن والكويت ولبنان وقطر والسعودية والإمارات واليمن بغرض تعريفها بالخدمات التي تقدمها في مجال تأمين ائتمان الصادرات راسلت المؤسسة عملاءها القدامى بهدف تعريفهم بالخدمات والتطورات الجديدة التي شهدتها المؤسسة خلال الفترة الماضية أصدرت المؤسسة بروشوراً تعريفياً جديداً باللغة الانجليزية يتضمن معلومات محدثة عن جميع الخدمات . كما عقد العديد من الندوات والمؤتمرات ورشة عمل في المملكة المتحدة بعنوان "تيسير وتأمين الأعمال والمشاريع البريطانية في الدول العربية" بالتعاون مع UK City The وبرعاية عمدة مدينة لندن، وتم خلال الورشة التعريف بخدمات المؤسسة وكيفية إستفادة المؤسسات والشركات البريطانية من أنظمة التأمين التي تديرها المؤسسة ."

راجع : تقرير المؤسسة العربية لضمان الاستثمار . مرجع سابق ، ص ٤

(١٩١) وللمنظمة العديد من الإنجازات المهمة في القطاع الصناعي والترويج له، بالإضافة إلي دورها الترويجي والذي يتمثل في عقدها خمسة عشر مؤتمراً للصناعيين الخليجيين، عقدت دورياً في مختلف الدول الأعضاء. وناقشت قضايا تهم القطاع الصناعي وتعالج شؤون وشجون الصناعيين الخليجيين والمستثمرين ورواد الأعمال. كما عملت "جويك" علي تطوير قواعد بياناتها لتكون مصدراً غنياً للمعلومات الصناعية في المنطقة. وهو أحد أهم برامج منظمة الخليج للاستشارات الصناعية "جويك"، وفي رصيده دعم لأكثر من ٤٠٠ فرصة استثمار منذ العام ١٩٨٦ .

https://www.goic.org.qa/GOICCMS/index_AR.html

فرص التواصل وتسهيل تبادل أفضل الممارسات في مجال بناء القدرات وتشجيع الاستثمار ، ومساعدة وكالات ترويج الاستثمار للحصول المساعدة التقنية والتدريب من خلال المنظمة ، وغير ذلك من الأهداف .

المبحث الثاني

تنفيذ خطة الترويج بالتعاقد والتنسيق

تمهيد وتقسيم :

لتحقيق أهداف الهيئة العامة للاستثمار في النجاح لتعزيز قدرتها علي جذب الاستثمارات أجاز المشرع للهيئة العامة للاستثمار التعاقد مع شركات الترويج للاستثمار ، وذلك لتنفيذ مهمتها في الترويج للاستثمار .

و انطلاقاً من الواقع الإعلامي للعولمة والذي تزامن مع ثورة المعلومات . كان لا بد من الاستفادة من تكنولوجيا عصر الإعلام والمعلومات في الانفتاح الواعي والمنظم علي العالم ؛ وذلك بالاهتمام بالقضايا المتعلقة بالتجارة والاقتصاد عامة والاستثمار على وجه الخصوص . خاصة و إن توافر المعلومات والمعرفة يعد عاملاً محفزاً رئيسياً للاستثمارات ولنمو الأعمال التجارية^(١٩٢) ، الأمر الذي حدا بالمشرع المصري إلي إسناد الاختصاص باقتراح الحملات الإعلامية العامة للهيئة الوطنية للإعلام .

وعلي ضوء ذلك ، يتناول المطلب الثاني ، تنفيذ خطة الترويج للاستثمار بتعاقد الهيئة العامة للاستثمار مع القطاع الخاص ، لتنفيذ خطة الترويج للاستثمار والتي تتمثل في الحملات الإعلانية مدفوعة الأجر ، وكذلك حملات العلاقات العامة والتي عادة ما تقوم بها وسائل الإعلام ، وذلك من خلال الفرعين التاليين :

المطلب الأول : الحملات الإعلانية مدفوعة الأجر

المطلب الثاني : الحملات الإعلامية العامة

المطلب الأول

الحملات الإعلانية مدفوعة الأجر

(١٩٢) راجع بحثنا : دور الإعلام في جذب الاستثمارات الأجنبية ، مرجع سابق ، ص ١ .

يعد الإعلان مدفوع الأجر هو النموذج الأمثل للترويج غير المباشر، و يحظى بمكانة خاصة و متميزة ، إذ يعد بمثابة محور الارتكاز في الترويج للاستثمار ، لما يقدمه الإعلان من مزايا في تعزيز موقع البلد وأثره في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر ^(١٩٣) ، كما تساهم إلي حد كبير في إنعاش سوق المنافسة وتشجيعها ^(١٩٤) .

و تقوم الهيئة العامة للاستثمار بالتعاقد مع الشركات المتخصصة في مجال التسويق والترويج لتنمية المناطق وجذب المستثمرين ، وذلك لتنفيذ مهمتها في الترويج ^(١٩٥) ، وتحقيق التواصل مع مجتمع الاستثمار بشكل عام عبر وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والرئية والالكترونية ، لا سيما وتعد الأخيرة بمثابة الوسيلة الأكثر شعبية وفعالية ، في توصيل الرسالة الإعلانية إلى أعداد غير محدودة ^(١٩٦) . وتحقيق مزايا كبيرة ^(١٩٧) .

وقد نصت المادة ٧٢ من قانون الاستثمار : " يجوز للهيئة العامة للاستثمار لأغراض تنفيذ خططها في مجال الترويج لفرص الاستثمار المتاحة داخليا وخارجيا ، أن تعهد بهذه المهمة إلى شركات متخصصة يتم التعاقد معها لهذا الغرض، دون

Rick T. Wilson , Daniel W. Baack, op. cit , p 99.(١٩٣)

د. حماد عزب . المنافسة غير المشروعة في مجال الإعلانات التجارية ، دار النهضة العربية ، ٢٠١٤ ، ص ١٨٤

(١٩٥) و يتم تنفيذ الحملات الإعلانية عادة عبر وكالات عالمية متخصصة خصوصا وأنها غالبا ما تستهدف وسائل الإعلام الدولية في أكثر من بلد و لاسيما البلدان المصدرة لرؤوس الأموال .

راجع : تقرير المؤسسة العربية لضمان الاستثمار . مرجع سابق ، ص ٨ وتأتي رسالة مصر الآن مفتوحة أمام الاستثمارات ، كجزء من التغطية الإعلامية ، وذلك للترويج لجذب الاستثمارات العالمية والتي تهدف لتسليط الضوء على ما تقدمه مصر من قيمة للسوق العالمية والمستثمرين الاستراتيجيين التي أكدت عليها وزيرة الاستثمار والتعاون الدولي .

<https://www.youtube.com/watch?v=xHCEbJM7iA8>

Pawel Capik , op. cit , p74(١٩٦)

وفي هذا السياق، تشير المؤسسة العربية لضمان الاستثمار ، إلي أنه : " يستوجب على جهة الترويج معرفة ومتابعة أفضل الممارسات لدى اجهزة ترويج الاستثمار المنافسة لتطوير وتحسين الموقع الشبكي " .

راجع : تقرير المؤسسة العربية لضمان الاستثمار . مرجع سابق ، ص ٩ (١٩٧) انظر بالتفصيل : د. حماد عزب . الجوانب القانونية للإعلان عن المنتجات (عبر الإنترنت) ، دار النهضة العربية ، ٢٠١٤ ، ص ٣: ما بعدها .

التقيد بأحكام قانون تنظيم المناقصات والمزايدات الصادر بالقانون رقم ٨٩ لسنة ١٩٩٨ ، وذلك وفقاً للقواعد التي تبينها اللائحة التنفيذية لهذا القانون " .

والمتمأل في هذا النص يجد أن المشرع إمعاناً منه في تهيئة أكبر فرص للاستثمار^(١٩٨) ، أجاز للهيئة العامة للاستثمار أن تعهد بتنفيذ خطة الترويج إلي شركات متخصصة في مجال الترويج ، وهو نهج متبع تستخدمه الحكومات في أغلب الدول ، فغالبا ما تتعاقد هيئات الاستثمار مع شركات متخصصة في مجال ترويج الاستثمار ، وتقوم الهيئة بتمويل العملية الترويجية والتي عادة ما تكون مفرطة التكاليف^(١٩٩) .

وتلجأ هيئات الاستثمار إلى هذا التعاقد، عندما يتطلب تنفيذ الخطة ، الخبرة التسويقية المتوفرة لدي القطاع الخاص ، وما يتوفر لديه من الإمكانيات و المهارات المتخصصة ، والتي يتعذر علي موظفي قطاع الترويج القيام بها.

وقد أثبتت تجارب الدول كأمريكا واليابان وماليزيا وتايلاند، نجاح شركات الترويج في القيام بتحسين الانطباع العام عن الدولة واقتصادها .

ويتوقف نجاح شركات الترويج ، علي الدور الذي تقوم به الهيئة العامة للاستثمار في تزويدها بالمعلومات الإيجابية ، عن مناخ الاستثمار في الدولة.

وتتعقد مسئولية هذه الشركات عن تنفيذ العرض الترويجي بأكمله ابتداءً من القيام بالحملة الإعلانية ، إلي تزويد المستثمرين المحتملين بالمعلومات ، والاستجابة لاستفساراتهم ، والتقيد بالمكان والزمان اللازمين لتنفيذ خطة الترويج^(٢٠٠) .

و تتضمن الحملات الإعلانية عادة استخدام الشعارات^(٢٠١) ، حيث تعد عنصر إلزامي فيها ، وهو ما يلقي علي شركات الترويج الالتزام باستخدام الشعار الذي حددته الهيئة العامة للاستثمار .

و تلعب الشعارات دوراً مهماً في تمييز المكان ، والغرض الرئيسي منها هو خلق وعي وصورة عن المكان وتوضيح الصورة و الموقع الجغرافي ، أمام المستثمرين

(١٩٨) د. سميحة القليوبي ، مرجع سابق، ص ١٧٤ .

(١٩٩) Louis T. Wells, J , Alvin G. Wint , op. cit , P70 : 71

(٢٠٠) Louis T. Wells, J , Alvin G. Wint , op. cit , P73

(٢٠١) وهي عبارة قصيرة أكثر إقناعاً وصياغة ، تنقل معلومات وصفية أو مقنعة حول المكان . ويعد اختيار شعار محدد في كثير من الأحيان مهمة صعبة .

Pawel Capik , op. cit , p90

الأجانب، وخلق نوع من الحماس لدي المستثمر المحتمل ، مما تمهد لاتخاذ قرار الاستثمار (٢٠٢) .

وقد بدأ العمل في مصر بخطة استثمارية ترويجية متكاملة بعنوان Team Egypt ، وقيامها بصورة دورية بحملات ترويجية بقيادة رئيس الوزراء إلي الدول العربية والاجنبية للترويج لفرص استثمارات بالمليارات (٢٠٣) .

أيضاً من الشعارات التي استخدمت في الحملات الإعلانية ، شعار استثمر في ليتوانيا "Invest in Lithuania" (٢٠٤) ، وشعار "Cool Britannia" ، وشعار "Scotland the Brand" (٢٠٥) .

ونشير إلي تجربة دولة تايلاند : " في عام ١٩٨٦ أرادت الحكومة التايلاندية التي وصلت إلى السلطة في عام ١٩٨٦ زيادة معدل النمو الاقتصادي في تايلاند ، خصصت إجمالي الميزانية التي بلغت حوالي ٦١ مليون دولار لاستردادها الاقتصاد ، وتحقيق عملية الانتعاش الاقتصادي ، بالإضافة إلي الميزانية الإضافية نحو ٢ مليون دولار لجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة ، حيث استخدمت الجزء الأكبر من هذه الميزانية الإضافية ، حوالي ١.٥ مليون دولار لتنفيذ حملة إعلانية في وسائل الإعلام اليابانية ووسائل الإعلام المالية العامة ، والقيام بحملة بريدية مباشرة في دولة اليابان ، وإزاء ذلك تم التعاقد مع العديد من الشركات التي تعمل في مجال الترويج للاستثمار والشركات الاستشارية ، وعهد إلي هذه الشركات بالقيام بالمراسلات المباشرة ، لقائمة ٦٠٠٠ شركة ، ومعالجة الردود المتوقعة من الإعلانات والمراسلات وتوفير المعلومات اللازمة للاستجابة لاستفسارات المستثمرين المحتملين ، والإشارة إلي القطاعات ذات الأولوية " (٢٠٦) .

وقد نظمت اللائحة التنفيذية أحكام الترويج لفرص الاستثمار ، بالمادة (١٢٥) منها حيث قررت أنه يجوز للهيئة أن تعهد بتنفيذ خطتها في مجال الترويج لفرص

Ibid(٢٠٢)

(٢٠٣) مني بيسو . مرجع سابق ، ص ٣٠ .

Agnė Šimelytė, Kęstutis Peleckis , Valentina Peleckienė, op. cit , (٢٠٤)

p 199.

Pawel Capik , op. cit , p90(٢٠٥)

Louis T. Wells, J , Alvin G. Wint , op. cit ,P104: 105.(٢٠٦)

الاستثمار المتاحة داخلياً وخارجياً لأحد الشركات المتخصصة في مجال الترويج للقيام بهذه المهمة .

واشترطت اللائحة أن تتخذ الشركات التي ترغب في مزاولة هذا النشاط شكل شركة مساهمة ، وأن يقتصر نشاط الشركة علي التسويق والترويج لتنمية المناطق وجذب المستثمرين .

وحسنا فعل المشرع بهذه الشروط ذلك أن شكل شركة المساهمة يخضع بالضرورة لرقابة فعالة من عدة جهات وتصرفاتها مراقبة بعدة هيئات مثل مجلس الإدارة والجمعيات العامة بنوعيتها بالإضافة إلي الرقابة الخارجية والداخلية من مراقبي الحسابات وغيرهم . وبذلك لا يجوز أن تتخذ شركات الترويج شكلاً قانونياً آخر ، أي محظور عليها اتخاذ شكل شركة التوصية بالأسهم أو ذات المسؤولية المحدودة أو إحدي شركات الأشخاص كشركة التضامن أو التوصية البسيطة (٢٠٧) .

واشترطت اللائحة التنفيذية بالمادة (١٢٥) وأن يقتصر نشاط الشركة علي التسويق والترويج لتنمية المناطق وجذب المستثمرين .

و يجوز اضافة أغراض مكملة أو مرتبطة أو قريبة من غرض الشركة الأصلي ، وذلك بتعديل الجمعية العامة غير العادية لنظام الشركة (٢٠٨) .

وطبقاً لنص المادة (١٢٥) من اللائحة التنفيذية يعد بالهيئة سجل لقيد الشركات المتخصصة في هذا المجال ، ممن تتوافر فيهم الضوابط والشروط المالية والفنية اللازمة للتعاقد معها والتي يصدر بتحديدھا قرار من مجلس إدارة الهيئة .

لكن السؤال الذي يطرح نفسه الآن مدى قانونية اشتراك الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة في تأسيس شركات الترويج ؟

يبدا من نص المادة ٧٢ من قانون الاستثمار ، سالفه الإشارة ، والمادة (١٢٥) من اللائحة التنفيذية ، رغبة المشرع في عدم اشتراك الهيئة في تأسيس شركات الترويج ، ويبرر ذلك صمت المشرع عن الإشارة إلي إمكان قيام الهيئة العامة للاستثمار بتأسيس شركات لترويج الاستثمار .

(٢٠٧)د. سميحة القليوبي . مرجع سابق ، ص ٥٧

(٢٠٨)المادة ٦٨ / ٢ من القانون رقم ١٥٩ لسنة ١٩٨١ والمعدلة بالقانون رقم ٣ لسنة ١٩٩٨

واستظهرت الجمعية العمومية للفتوى والتشريع : " ...، ومن ثمَّ يغدو الأصل المحتكم إليه بشأن الأشخاص الاعتبارية هو الحظر، ما لم ينص قانوناً على الإباحة، فنص القانون هو الذى يمنح قدر القوامة وحد الأهلية الذى يتمتع به الشخص الاعتبارى، وفى إطار ما يقرره القانون فى هذا الخصوص تدور مكينات الشخص الاعتبارى وسلطاته. وعليه فإذا ما سكت المشرع فى القانون عن إيراد ذكر لإمكان القيام بتأسيس شركات، فإن لهذا السكوت - وهو فى معرض الحاجة بيان - دلالة فى عزوف المشرع عن منح تلك المكنة، مما يغدو معه هذا السكوت توكيداً على عدم إمكان القيام بتأسيس شركات، أو المساهمة فيها " (٢٠٩).

ونعتقد أن هذه الرغبة لها ما يبررها ، فمن - **جهة أولى** - إذا كان من حق الهيئة العامة للاستثمار فى استثمار أموالها لا سيما وقد أتاح لها المشرع ذلك، وأن عائد استثمار أموال الهيئة هو أحد مواردها، الأمر الذى يعزز دورها الترويجي ، وما يتطلبه من إنفاق ؛ إلا أن اختصاص الهيئة بالترويج يعد وظيفة عامة ، لا تهدف من ورائه تحقيق الربح الخاص والمنفعة الاجتماعية ، الأمر الذى يتعارض معه قيام الهيئة بالاشتراك فى تأسيس شركات المساهمة، أو المشاركة فى رأسمالها؛ لأن ذلك هو محض عمل تجارى وليس عملاً خدمياً، يهدف فى الأساس إلى تحقيق ربح مالى (٢١٠).

ومن - **جهة ثانية** - فإن استحداث المشرع لشركات الترويج ، ينم عن رغبة المشرع فى توسيع دائرة هذا النشاط و كثافة هذا النوع من الشركات ، وذلك لتعزيز المنافسة ، لا سيما وأن نشاط الترويج للاستثمار فى حد ذاته ليس قاصراً على نطاق محدد ، بمعنى أنه قد تتعدد نطاق عمل هذه الشركات التى تعمل فى مجال التسويق والترويج لمجالات الاستثمار، فمنها من يعمل فى قطاعات معينة أو فى دول معينة الترويج .

ومن - **جهة ثالثة** - فإن المشرع قد أشار فى عجز المادة ٧٢ من قانون الاستثمار ، إلى تنفيذ الحملات الإعلانية عن طريق التعاقد مع شركات الترويج دون التقيد بأحكام قانون تنظيم المناقصات والمزايدات . كما منحت المادة ٧٠ من قانون

(٢٠٩) الفتوى رقم ١٠٣٧ لسنة ٢٠١٦ بتاريخ فتوى : ٢٠١٦/١١/٠٧ و تاريخ جلسة : ٢٠١٦/١٠/٢٦ ملف رقم: ٣١٩/١/٤٧

(٢١٠). Louis T. Wells, J , Alvin G. Wint , op. cit , P 69 .

راجع أيضاً : الفتوى رقم ١٠٣٧ لسنة ٢٠١٦ ، سبق ذكرها .

الاستثمار الجديد الهيئة في سبيل تحقيق أغراضها التعاقد وإجراء التصرفات والأعمال . وهو ما يؤكد اتجاه إرادة المشرع صراحة ، علي عدم الرغبة في اشتراك الهيئة العامة للاستثمار في تأسيس شركات تكون مهمتها التعاقد مع شركات الترويج ، لا سيما وأن مكنة التعاقد متوافرة بموجب الأصل العام .

وعلي الرغم من الطرح السابق ، إلا أنه قد صدر عن المجلس الأعلى للاستثمار قراراً ، في الاجتماع الأول بتاريخ ٢٠١٦/١١/١ ، حيث نص البند ١٧ منه علي : " الموافقة على قيام الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة بتأسيس شركة للترويج للاستثمار داخلياً وخارجياً " .

ويبدو أن الغرض من ذلك، رفع كفاءة الترويج للمشروعات الاستثمارية في إطار من الحرفية ، لا سيما وأن شركة الترويج ستكون كياناً مستقلاً ، وليس مجرد عمل إجرائي تنفيذي تقوم به هيئة الاستثمار ضمن مهامها الحالية^(٢١١) .

المطلب الثاني

الحملات الإعلامية العامة

تعد وسائل الإعلام من أهم المؤثرات على سلوك المستثمر ، لما لها من دور في تكوين الصورة الذهنية عند الأفراد عن الدول والأحداث العامة. حيث يظهر الدور الفاعل الذي يؤديه الإعلام في تشجيع وتهيئة مناخ الاستثمار في البلاد، باعتباره ذراعاً من أذرع الدولة الفعالة للترويج للاستثمار ، وتحقيق معاشية ومتابعة للتوجهات والمستجدات الاقتصادية والتجارية ، لتعزيز قدرة الدولة على جذب الاستثمارات الأجنبية .

ويأتي ذلك انطلاقاً من إلزام المشرع لجميع أجهزة الدولة المختصة بأن تعمل علي جذب وتحفيز الاستثمارات المحلية والأجنبية^(٢١٢) ، ومن المسؤولية المجتمعية^(٢١٣) ، علي نحو ما سنراه .

(٢١١) راجع كلمة وزير الاستثمار بتاريخ ٢٠١٦/١١/٢ م ، علي الرابط الاتي :

<https://www.albawabhnews.com/2194314>

(٢١٢) المادة (٢/٢) من قانون الاستثمار رقم ٧٢ لسنة ٢٠١٧

Joaquim M. Perramon Ayza, The influence of media on investment decisions. The case of bubbles, (La influencia de los medios de

كما تعد مصدرًا مهمًا من مصادر التوجيه والتوعية والتنقيف في أي مجتمع، وهذا ما يكسبها أهمية في عملية بناء المجتمعات، والزعم بأنها أحد العناصر الأساسية في المساهمة في تشكيل ملامح المجتمعات التي تسعى نحو تنمية الاستثمار^(٢١٤). كما أنها ذات تأثير كبير أيضاً في سلوك المستثمر لاتخاذ قرار الاستثمار (٢١٥)، فهي مرآة عاكسة للرأى العام في مواقفه تجاه الكثير من القضايا والمسائل المنتشرة في المجتمعات بما فيها تلك المتعلقة بالتجارة والاقتصاد.

ولقد أصبحت الوظيفة الأساسية لوسائل الإعلام هي النهوض بخطط التنمية باعتبارها محور الارتكاز لمباشرة وسائل الإعلام والاتصال في المجتمع النامي وأصبحت كذلك العلاقة الارتباطية بين الإعلام والاستثمار قوية وتفرضها معطيات العصر الحديث ومنجزاته^(٢١٦).

ولما كان الترويج للاستثمار، يعد بمثابة وظيفة أساسية للهيئة العامة للاستثمار ممثلة في قطاع الترويج، والتي تتمثل في النهوض بخطط التنمية، فإن نجاح الأخيرة مرهوناً بالمشاركة الإيجابية للقوى المنتجة من خلال الإعلام المخطط له، ودوره في التوعية والتنقيف ما يتطلب إعداد سياسات إعلامية وطنية تحدد الأولويات وترسم الوسائل لبلوغ الأهداف المرجوة انطلاقاً من أن الإعلام لا ينتج التنمية بل يمهّد الطريق إليها، وأن الإعلام الرديء قد يعطل مسيرة التنمية في مراحلها كافة^(٢١٧).

comunicación sobre las decisiones de inversión. El caso de las burbujas), 2014 , p304.

(٢١٣) مادة (٢) بند ٢ - هـ اللانحة التنفيذية لقانون الاستثمار .
(٢١٤) د. مجدي محمد عبد الجواد . دور وسائل الإعلام والاتصال في دعم خطط التنمية المستدامة والنهوض بها في البلدان العربية . دراسة حول دور الصحافة في معالجة مشكلات التنمية المستدامة بالتطبيق على عينة من الصحف العربية اليومية في الفترة من ٢٠٠٥ - ٢٠٠٧ . ص ٥.

Joaquim M. Perramon Ayza, The influence of media on investment decisions. The case of bubbles, (La influencia de los medios de comunicación sobre las decisiones de inversión. El caso de las burbujas), 2014 , p304.

A.Mattle art : Multinational corporations and the control of (٢١٥) culture.Sussex,1988,p 237.

(٢١٦) راجع بحثنا : دور الإعلام في جذب الاستثمارات الأجنبية . مرجع سابق، ص ٢ .
(٢١٧) د. مجدي محمد عبد الجواد . مرجع سابق ، ص ٤ .

وعلي ضوء ما سبق ، فقد عقد المشرع المصري الاختصاص للهيئة الوطنية للإعلام ، باقتراح موضوع الحملات الإعلامية العامة والتي تستهدف التواصل مع مختلف وسائل الاعلام ، لنشر فعاليات الهيئة من عرض وقائع المؤتمرات الترويجية والندوات ومعارض الترويج التي تشارك فيها مصر والتعريف بخدماتها وبما يسهم في تحقيق أهداف الهيئة بنشر المعرفة والوعي قضايا تحسين مناخ الاستثمار في مصر والترويج له دون مقابل رسمي لتلك الوسائل .

وفي ذلك تنص المادة (١٩/٥) من القانون رقم ١٧٨ لسنة ٢٠١٨ بإصدار قانون الهيئة الوطنية للإعلام ، علي أن : " تختص الهيئة الوطنية للإعلام باقتراح موضوعات الحملات الإعلامية العامة التي تستهدف تحقيق مصلحة عامة وتوزيع مهامها على كل مؤسسة طبقاً لتخصصها " .

وتقوم الحملات الإعلامية بدور رئيسي في المشاركة في التنمية المجتمعية وغرس مشاعر الاعتزاز بين الجمهور ، وإحساسه بالحاجة إلى التنمية و إسهامه فيها بفاعلية وإيجابية . وذلك انطلاقاً من المسؤولية المجتمعية ، وما تتطلبه الأخيرة من وسائل الاعلام من القيام حملات التوعية التي تستهدف الترويج لبرامج التأهيل والتدريب مثل برامج ريادة الأعمال^(٢١٨) . وبناء الوعي والقيام بأنشطة الدعاية ، و عقد الأحداث في أشكال مثل البرامج التلفزيونية والمنتديات والصالونات الثقافية والرياضية والمعارض^(٢١٩) .

ولعل أبرز مثال على ذلك : ما قامت به أجهزة الإعلام المصرية من إرشاد المواطن إلى ضرورة غزو الصحراء واستصلاح الأراضي ، وهذا الدور الرئيسي للإعلام ، أثمر ثماره في السنوات الأخيرة وخاصة عند البدء في حجز أراضي مشروع توشكي^(٢٢٠) .

وعلي ضوء ذلك ينبغي تعبئة وسائل الإعلام للترويج للاستثمار في الداخل ، والقيام حملات إعلامية عامة تستهدف المستثمرين المحتملين " المحليين " ، من أجل خلق الوعي وغرس مشاعر الاعتزاز بهذه المشاريع بين السكان المحليين ،

(٢١٨) مادة (٢) بند ٢ - هـ اللائحة التنفيذية لقانون الاستثمار .

(٢١٩) Changhong Pei , Wen Zheng , op. cit , p127. Paweł Capik , op. cit , p70

(٢٢٠) د. شاكر إبراهيم . مرجع سابق ، ص ١٧٧

وإشراك المواطنين وكافة وأجهزة والقطاعين العام والخاص والمؤسسات القانونية والمطورين والجامعات والمنظمات الثقافية ، مما يساهم في خلق حالة من الوعي نحو تحقيق التنمية^(٢٢١).

ويتأتى ذلك – **من وجهة نظر الباحث**- بأن تكون خطة الترويج للاستثمار متكاملة، وأن يكون هناك تنسيق بين الهيئة العامة للاستثمار والهيئة الوطنية للإعلام ، لعمل حملات تستهدف المستثمرين المحتملين " المحليين " ، كي تؤتي هذه الحملات ثمارها .

كما يقترح الباحث في هذا الصدد ، لكي يؤدي المجلس الأعلى للاستثمار دوره ويكون أكثر فعالية في تشجيع أكثر للاستثمارات الأجنبية ، أن يرد في تشكيله رئيس الهيئة الوطنية للإعلام ، وذلك لوجود علاقة قوية بين الإعلام والاستثمار، وقدرة الإعلام على خلق البيئة الاستثمارية الجاذبة .

و استكمالاً لدور الإعلام في إبراز الدور الذي تقوم به الهيئة العامة في الترويج للاستثمار أجازت المادة (١٢) من القانون رقم ١٨٠ لسنة ٢٠١٨ : **" للصحفي أو الإعلامي في سبيل تأدية عمله الحق في حضور المؤتمرات والجلسات والاجتماعات العامة ، وذلك بعد الحصول على التصاريح اللازمة في الأحوال التي تتطلب ذلك "** .

كما ألزم المشرع الجهات الحكومية ، بما فيها الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة ، بإنشاء مكتب أو إدارة للإعلام أو موقع إلكتروني للتواصل مع وسائل الإعلام ، لتمكين الصحفي أو الإعلامي من الحصول على البيانات والمعلومات والأخبار عن مناخ الاستثمار والفرص الاستثمارية .

حيث نصت المادة (٢/٩) من القانون رقم ١٨٠ لسنة ٢٠١٨ ، بإصدار قانون تنظيم الصحافة والإعلام على أن : **" وتلتزم الجهات الحكومية والجهات الأخرى العامة بإنشاء إدارة أو مكتب أو موقع إلكتروني للاتصال بالصحافة والإعلام لتمكين الصحفي أو الإعلامي من الحصول على البيانات والمعلومات والأخبار "** .

وإذا كان الموقع الشبكي للهيئة العامة للاستثمار يعد بمنزلة " الواجهة " والمحطة الأولى التي يقدم جهاز الاستثمار نفسه من خلالها للعالم . إلا إن إنشاء إدارة للإعلام

بجانب الموقع الشبكي، من شأنه تعزيز تواجد أكثر على الساحة الإعلامية ، حيث تتولى إدارة الإعلام التنسيق والمتابعة مع مختلف وسائل الإعلام ووكالات الأنباء المقروءة والمسموعة والمرئية والإقليمية والدولية والمجلات المتخصصة في شئون الشركات المتعددة الجنسية (٢٢٢).

وعلى ضوء ما سبق ، يقترح الباحث : " إنشاء غرفة للإعلام بالهيئة العامة للاستثمار بجانب الموقع الشبكي ، لتعزيز تواجدها على الساحة الإعلامية " (٢٢٣).

الخاتمة

تناولنا موضوع " الجوانب القانونية لترويج للاستثمار " ، من خلال دراسة أحكام قانون الاستثمار الجديد رقم ٧٢ لعام ٢٠١٧ ، والقوانين ذات العلاقة بالاستثمار ، وقد قُسم البحث إلى ثلاثة فصول :

تناول الفصل الأول : مفهوم الاختصاص القانوني لترويج الاستثمار، وذلك من خلال مبحثين، تناول المبحث الأول مفهوم ترويج للاستثمار وطبيعته ، حيث تناول المطلب الأول تعريف ترويج الاستثمار في اللغة والاصطلاح ، لا سيما وقد أغفل المشرع المصري تعريف الترويج للاستثمار ، في سرده للتعريفات في المادة الأولى من قانون الاستثمار رقم ٧٢ لسنة ٢٠١٧ . وفي المطلب الثاني والذي تناول الطبيعة الخاصة لترويج الاستثمار ، والتي تميزه عن أنشطة التسويق كأداة لتسويق منتجات شركات القطاع الخاص ، كارتباطه بالسياسات الاستثمارية في الدولة ومداه ، وكونه عملية متواصلة وطويلة المدى ، لارتباطه بالخطة الاقتصادية للدولة ، فضلاً عن أن الترويج للاستثمار يعد اختصاص حكومي وهو ما استتبع إدراجه تحت نظام قانوني مختلف .

(٢٢٢) وفي هذا الصدد تقوم هيئة التنمية الصناعية الماليزية بدور يحتذى به بالأخذ بتقنيات الترويج للاستثمار ، وترجمة سياسات الدولة إلى نتائج فعلية ذات قيمة مضافة للاقتصاد الوطني الماليزي ، ووضع أهداف قابلة للتحقيق والإعلان عنها بشكل منتظم في مؤتمر سنوي يلخص أهم الإنجازات . كما أنشأت " غرفة الإعلام " بجانب الموقع الشبكي، وأفردت لغرفة الإعلام حيزاً على الموقع الشبكي للهيئة .

<http://www.mida.gov.my/home/media-room/posts>

(٢٢٣) بحثنا " دور الإعلام في جذب الاستثمارات الأجنبية . وقد أخذ المؤتمر بتوصيتنا :

<http://www.asu.edu.eg/ar/201/news>

وبالنسبة للمبحث الثاني ، فقد تناول اختصاص الهيئة العامة للاستثمار في الترويج للاستثمار ، من خلال مطلبين ، حيث تناول المطلب الأول إسناد الاختصاص بالترويج للهيئة العامة للاستثمار ، وفيه أشار الباحث إلي أن المشرع أسند للهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة اختصاص الترويج للاستثمار ، بجانب إسناده الاختصاص بتنظيم الاستثمار. إذ اتجهت إرادة المشرع إلي اعتبار ترويج الاستثمار " اختصاص حكومي " ، كما هو تنظيم معظم الوظائف الحكومية الأخرى ، مثل التوجيه والرقابة والمتابعة، والتنظيم.

وفي المطلب الثاني ، والذي تناول آثار تبعية الهيئة العامة للاستثمار لرئاسة مجلس الوزراء علي ترويج الاستثمار ، وفيه أشار الباحث إلي مردود هذه التبعية في تعزيز دور الهيئة في القيام باختصاصها الترويج ، والذي دَعَمه المشرع بإشراك القطاع الخاص ضمن تشكيل مجلس إدارة الهيئة ، لإضفاء المصداقية في المعلومات الصادرة عن قطاع الترويج .

وفي الفصل الثاني : والذي تناول مفهوم خطة ترويج الاستثمار وسياساته ، وذلك من خلال مبحثين ، حيث تناول المبحث الأول ، وضع خطة الترويج للاستثمار وميزانيته ، وتناول المطلب الأول وضع خطة الترويج للاستثمار ومتابعتها ، إذ أسند المشرع للهيئة العامة للاستثمار وضع خطة لترويج الدولة كموطن جاذب للاستثمار ، وذلك استناداً إلي اختصاصها بالأصالة في الترويج إذ لا بد من عمل خطة ترويج الاستثمار واضحة و شاملة وقابلاً للقياس ، يسبقها دراسة جدي مكثفة ، وهو ما يشير إلي اتجاه إرادة المشرع نحو حرفية الترويج ، ومواكبته للنظم القانونية في مختلف الدول المتقدمة . كما تناول متابعة خطة الترويج للاستثمار من خلال التقارير الدورية ، التي يلتزم الرئيس التنفيذي بإعدادها وعرضها علي مجلس إدارة الهيئة ، ثم المجلس الاعلي للاستثمار ومجلس الوزراء .

وفي المطلب الثاني ، والذي تناول ميزانية الترويج كأداة تخطيطية ، بالإشارة إلي أن هدف الميزانية تحقيق خطة الترويج ، ويترجم ذلك باعتماد مجلس إدارة الهيئة العامة للاستثمار ميزانية قطاع ترويج الاستثمار ، بناء على خطة عمل محددة وجدول أعمال برنامج عمل محدد بالضبط، وتغطي جميع التكاليف الإدارية، وتكلفة الموارد البشرية .

وبالنسبة للمبحث الثاني فقد تناول سياسات الترويج للاستثمار ، من خلال مطلبين ، تناول المطلب الأول التدرج في سياسات الترويج للاستثمار والتي تنطلق تدريجياً

من بناء الانطباع العام عن البلد أو الاقتصاد وتسويقه كموقع مضيف للاستثمار مروراً باستهداف المستثمر تحديد نوع الاستثمار الذي يأمل القطر استقطابه وتوليد الاستثمار ، وانتهاء بخدمة المستثمر .

وتناول المطلب الثاني دور المعلومات الإيجابية في تحسين الانطباع العام ، وذلك بالإشارة لأهمية توافر المعلومات والمعرفة باعتبارها عاملاً محفزاً رئيسياً للاستثمارات ولنمو الأعمال التجارية. واعتبار توفير المعلومات الإيجابية وتدفعها ، بمثابة محور الارتكاز في ترويج الاستثمار .

وفي الفصل الثالث ، والذي تناول تنفيذ خطة ترويج الاستثمار ، وذلك من خلال بحثين ، تناول المبحث الأول تنفيذ خطة الترويج بالأصالة ، وذلك من خلال مطلبين ، حيث تناول المطلب الأول الوسائل المباشرة لترويج الاستثمار ، حيث تقوم الهيئة العامة للاستثمار بتنفيذ خطة الترويج للاستثمار ، بجميع وسائل الترويج المباشر الاتصال والتنسيق المستمر مع السفارات وإنشاء مكاتب الترويج بالخارج ، وفي المطلب الثاني والذي تناول التعاون مع المؤسسات والمنظمات الدولية ، حيث أحدث المشرع نوعاً من التعاون والتواصل بين الهيئة العامة للاستثمار و المؤسسات والمنظمات الدولية والأجنبية ، لما لذلك من مردود إيجابي ، لعل أبرزها إعادة هيكلة قطاع الترويج بالهيئة العامة للاستثمار .

كما تناول المبحث الثاني تنفيذ خطة الترويج بالتعاقد والتنسيق ، وذلك من خلال مطلبين ، حيث تناول المطلب الأول الحملات الإعلانية مدفوعة الأجر ، إذ أجاز المشرع للهيئة أن تعهد بتنفيذ خطة الترويج إلي شركات متخصصة في مجال الترويج ، عندما يتطلب تنفيذ الخطة خبرة تسويقية، والتي يتعذر علي موظفي قطاع الترويج القيام بها .

وتناول المطلب الثاني الحملات الإعلامية العامة ، وذلك انطلاقاً من إلزام المشرع لجميع أجهزة الدولة أن تعمل علي جذب الاستثمار ، وكذلك المسؤولية المجتمعية للإعلام وإسهاماته في التنمية بفاعلية وإيجابية ، وقد أشار البحث إلي اختصاص الهيئة الوطنية للإعلام باقتراح موضوعات الحملات الإعلامية العامة التي تستهدف تحقيق مصلحة عامة.

وقد انتهى البحث إلي النتائج والتوصيات الآتية :

النتائج

أولاً: ارتباط الترويج للاستثمار بالسياسات الاستثمارية في الدولة ، إذ يعد بمثابة الحلقة الأخيرة من سلسلة الإجراءات والسياسات والإصلاحات الواجب القيام بها في نطاق العملية الاستثمارية.

ثانياً: يعتبر ترويج الاستثمار اختصاص حكومي ، كما هو تنظيم معظم الوظائف الحكومية الأخرى ، مثل التوجيه والرقابة والمتابعة، والتنظيم .

ثالثاً: أرسى المشرع التحديد الموضوعي للاختصاص بالترويج للاستثمار الهيئة العامة للاستثمار بجانب اختصاصها التنظيمي ، وأناط بها وضع خطة الترويج وتنفيذها بالأصالة . كما أسند المشرع جزءاً من الاختصاصات المتعلقة بالترويج للاستثمار ، للمجموعة الوزارية للاستثمار ، وذلك بوضع سياسات الترويج للاستثمار في مصر كاستثناء ، كما أسند اختصاص باقتراح موضوعات الحملات الإعلامية العامة للهيئة الوطنية للإعلام .

رابعاً: تبعية الهيئة العامة للاستثمار لمجلس الوزراء، يبدو أكثر فعالية، في التأثير على قدرة الهيئة في القيام باختصاصها الترويجي ، والذي يتزامن مع دعمها بإشراك القطاع الخاص في مجلس الإدارة إضفاء المصادقية في المعلومات الصادرة عن قطاع الترويج .

رابعاً: عمل المشرع المصري علي استدامة ميزانية الهيئة العامة للاستثمار ،

إذ تعد بمثابة أداة تخطيطية ، تهدف إلي تحقيق خطة الترويج ، مما مفاده اعتماد مجلس إدارة الهيئة العامة للاستثمار لميزانية قطاع ترويج الاستثمار ، بناء على خطة عمل محددة مما يسهل تقييمها ومتابعتها ، وبالتالي رقيتها.

خامساً: اتجه إرادة المشرع إلي إحكام آلية التقرير كمييار لقياس أداء ومتابعة خطة الترويج للاستثمار وتكاملها ، وذلك بالعرض علي مجلس الوزراء، بعد العرض علي مجلس إدارة الهيئة العامة للاستثمار ، الأمر الذي يتسم بالتكامل و له جدواه وفعاليتيه ، لا سيما بعد تبعية الهيئة العامة للاستثمار إلي مجلس الوزراء ، بينما تفقد الآلية جدواها في متابعة المجلس الأعلى للاستثمار لا سيما مع الافتقار لممارسة المجلس الأعلى للاستثمار لمهامه .

سادساً: يعد التدرج في سياسات الترويج للاستثمار ، بمثابة محور الارتكاز ، إذ تنطلق من بناء الانطباع العام عن الدولة واقتصادها ، كموطن جاذب للاستثمار ، مروراً باستهداف المستثمر المحتمل ، وانتهاء بخدمة المستثمر ،

وبمفهوم المخالفة فإن عدم التدرج في سياسات الترويج، قد يؤدي إلي نتائج عكسية ، بالنسبة للاقتصادات الناشئة .

سابعاً: مساهمة التعاون بين الهيئة والمؤسسات والمنظمات الدولية في الإفادة من الدورات التدريبية المهنية التي تقدمها هذه المنظمات ، القيام بإصلاحات مؤسساتية شاملة ، أبرزها إعادة هيكلة قطاع الترويج من خلال منظمات دولية متخصصة ، ومساهمة التقارير الدولية الصادرة عن المؤسسات والمنظمات الدولية في تعزيز ثقة المستثمرين المحتملين ، وتعزيز الدور الإقليمي والدولي للدولة المضيف ، و مواكبة المستجدات في مجال الترويج للاستثمار .

ثامناً: استحداث المشرع لشركات الترويج ، ينم عن رغبة المشرع في توسيع دائرة هذا النشاط و كثافة هذا النوع من الشركات ، وذلك لتعزيز المنافسة ، لا سيما وأن نشاط الترويج للاستثمار في حد ذاته ليس قاصرا علي نطاق محدد ، بمعني أنه قد تتعدد نطاق عمل هذه الشركات التي تعمل في مجال التسويق والترويج لمجالات الاستثمار ، فمنها من يعمل في قطاعات معينة أو في دول معينة الترويج .

التوصيات

أولاً: تعديل نص المادة الأولى من قانون الاستثمار رقم ٧٢ لسنة ٢٠١٧ ، و ذلك بإضافة تعريف للترويج للاستثمار ، ضمن التعريفات ذات العلاقة بالاستثمار .

ثانياً: تفعيل نص المادة ٧٠ / ٢/ قانون الاستثمار رقم ٧٢ لسنة ٢٠١٧ : " ، ويتأتي ذلك بقيام الهيئة العامة للاستثمار بدورها بشكل أكثر فعالية ، في إتاحة الكوادر البشرية العاملة في قطاع الترويج الهيئة العامة للاستثمار .

ثالثاً: النص علي التزام الهيئة العامة للاستثمار بوضع خطط التدريب المركزية والتعاون الدولي ، لرفع كفاءة العاملين في قطاع الترويج في إطار من الحرفية .

رابعاً : النص علي التزام العاملين في قطاع الترويج في ممارسة عملهم بقواعد المسؤولية المهنية ، وعلى الأخص الالتزام بأحكام القوانين والقرارات ذات الصلة ، وبذل العناية الواجبة في الإفصاح عن المعلومات الإيجابية عن الواقع المتقدم ، والقدرة علي التنسيق والمتابعة .

خامساً : النص علي مسؤولية الرئيس التنفيذي ، حال إخلاله بالالتزام القانوني الذي حددته المادة ٧٨ / ١ من قانون الاستثمار ، بإعداد تقرير عن الترويج للاستثمار .

سادساً : يتعين علي الهيئة العامة للاستثمار الإفصاح علناً عن المعلومات والبيانات التي يتضمنها التقرير نصف السنوي ، لمعرفة إلى أي مدى تجرى مراجعات للأداء، وما هو أثرها على تحسين أداء الهيئة العامة للاستثمار.

سابعاً: تفعيل نص المادة الثالثة من القرار رقم ٤٧٨ لسنة ٢٠١٦ ، وذلك باستئناف إنعقاد المجلس الأعلى للاستثمار والقيام بأعماله ، وتفعيل دوره في متابعة خطة الترويج للاستثمار ، وإزالة عقبات تنفيذ أحكام هذا القانون .

ثامناً: توحيد الاختصاص بإسناد العمل الترويجي ووضع السياسات باعتبارها جزء من خطة الترويج إلي الجهة المنوط بها الاختصاص الترويجي ، وهي الهيئة العامة للاستثمار ، بدلاً من المجموعة الوزارية للاستثمار، مع إسناد الأخيرة دور المتابعة لخطة الترويج .

تاسعاً: النص علي آلية قانونية ملزمة للتنسيق والتعاون بين الهيئة العامة للاستثمار والهيئة الوطنية للإعلام لعمل حملات تستهدف المستثمرين المحتملين " المحليين " . وذلك بإضافة بند ١٢ للمادة ٧١ من قانون الاستثمار للهيئة في سبيل تحقيق أغراضها، فضلاً عما هو منصوص عليه في هذا القانون، مباشرة الاختصاصات الآتية: التعاون والتنسيق مع الهيئة الوطنية للإعلام .

عاشراً: إشراك رئيس الهيئة الوطنية للإعلام ضمن التشكيل الأساسي للمجلس الأعلى للاستثمار ، وذلك بتعديل نص المادة الأولى من القرار ٤٧٨ لسنة ٢٠١٦ ، بتأسيس المجلس الأعلى للاستثمار .

حادي عشر : إنشاء غرفة للإعلام بالهيئة العامة للاستثمار بجانب الموقع الشبكي ، لتعزيز تواجدها على الساحة الإعلامية .

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

- (١) د.أبو بكر عبدالعزيز : دور الإعلام في جذب الاستثمارات الأجنبية . بحث منشور في مؤتمر الضوابط القانونية والأخلاقية للإعلام ، ديسمبر ٢٠١٨ .
- (٢) د.حسام لطفي : بنوك المعلومات وحقوق المؤلف ، دار النهضة العربية ، ٢٠٠٧ .

٣) د. **حليمة الحبيب آدم** : الترويج للاستثمار الأجنبي بالسودان عبر وسائل الاتصال الحديثة ، دراسة حالة عينة من آليات وزارة الاستثمار الاتحادية يناير ٢٠٠٦ – ديسمبر ٢٠٠٩ ، رسالة دكتوراه جامعة أم درمان الإسلامية – كلية الإعلام ، ٢٠١١ .

٤) د. **حماد عزب** .

- الجوانب القانونية للإعلان عن المنتجات (عبر الإنترنت) ، دار النهضة العربية ، ٢٠١٤ .

- المنافسة غير المشروعة في مجال الإعلانات التجارية ، دار النهضة العربية ، ٢٠١٤ .

٥) د. **رضا عبيد** : القانون التجارى المصرى ، بدون ناشر ، ٢٠٠٨ .

٦) د. **سميحة القليوبي** : الأسس القانونية للمشروعات الاستثمارية وفقاً لقانون الاستثمار رقم ٧٢ لسنة ٢٠١٧ ، دار النهضة العربية ، ٢٠١٨ .

٧) د. **سهير الرشيد مهدي** : وظيفة العلاقات العامة في الترويج للاستثمار بالخارج : دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق علي جهاز تنظيم شؤون السودانيين العاملين بالخارج ، يناير ٢٠٠٧ – ديسمبر ٢٠٠٨ ، رسالة ماجستير جامعة أم درمان الإسلامية كلية الإعلام ، ٢٠١٠ .

٨) د. **شاكر إبراهيم** : الإعلام ووسائله ودوره فى التنمية الاقتصادية والاجتماعية ، بدون ناشر ، ١٩٧٥ .

٩) د. **شيماء محمد عبدالجليل** دور الاستثمار الأجنبي المباشر في تعزيز القدرات التصديرية للدلو المضيفة ، دراسة مقارنة ، مركز الدراسات العربية ، الطبعة الأولى ، ٢٠٢٠ .

١٠) د. **صلاح زين الدين** . دور القانون فى تحسين مناخ الاستثمار فى مصر لجذب الاستثمارات الألمانية المباشرة ، المؤتمر العلمى الثانى القانون والاستثمار ، ٢٩ : ٣٠ أبريل ٢٠١٥ ، كلية الحقوق – جامعة طنطا .

١١) د. **مجدي محمد عبد الجواد** : دور وسائل الإعلام والاتصال في دعم خطط التنمية المستدامة والنهوض بها في البلدان العربية . دراسة حول

دور الصحافة في معالجة مشكلات التنمية المستدامة بالتطبيق على عينة من الصحف العربية اليومية في الفترة من ٢٠٠٥ - ٢٠٠٧ .

(١٢) د. محمد محمد أبو سريع : رصد وتحليل الخبرة الدولية في الترويج للاستثمار المناهج والأدوات وأفضل الممارسات ، المركز العربي للبحوث والدراسات آفاق سياسية , ٢٩٤ ، ٢٠١٦ .

(١٣) د. محمود حسين مطر: نموذج مقترح لسياسة جذب الاستثمارات الأجنبية بالتطبيق على المملكة العربية السعودية . كلية العلوم الإدارية - جامعة الملك سعود البوابة العربية للمعلومات الإدارية .

(١٤) د. منى بسيسو : تأثير سياسات الترويج للاستثمار الأجنبي المباشر على قدرة الدول العربية في جذب هذه الاستثمارات لتحقيق أهدافها التنموية ، المعهد العربي للتخطيط بالكويت ، سلسلة اجتماعات الخبراء " ب " ، العدد رقم (٢٩) ، يونيو ٢٠٠٨ .

(١٥) د. ناجي بن حسين : دور تسويق المكان في الترويج للاستثمار و تحسين جاذبية الدول ، بحث منشور المؤتمر الدولي العلمي حول: الاستثمار الأجنبي المباشر والتنمية في الوطن العربي ، مركز البحث وتطوير الموارد البشرية رماح وجامعة لاهاي بهولندا الأردن ، ٢٠١٥ .

ثانياً: المراجع الإنجليزية

- 1) A.Mattle art : Multinational corporations and the control of culture.Sussex,1988,
- 2) Agnė Šimelytė, Kęstutis Peleckis , Valentina Peleckienė, Regulation and Promotion of Foreign Direct Investment in the Baltic States: Tendencies, Advantages, And Problems , American International Journal of Contemporary Research, Vol. 5, No. 5; October 2015 .
- 3) Changhong Pei , Wen Zheng , China's Outbound Foreign Direct Investment Promotion System , Research Series on

the Chinese Dream and China's Development Path , 2015

- 4) Closing Speech BY The Hon. Jason Azzopardi, Parliamentary Secretary For Small Business And Land, On Occasion Of The Solvit Workshop In Malta, Valletta - Friday 13th May 2011.
- 5) Declan Murphy, "Investment Promotion Techniques and the Role of the Investment Promotion Agencies," in Foreign Direct Investment Policy and Promotion in Latin America, ed. OECD, Centre for Co-operation with Non-members, and European Commission, OECD Proceedings (Paris: OECD, 1999).
- 6) European Commission Enterprise And Industry Directorate-General , Promotion Of Smes' Competitiveness, Final Report Of The Expert Group Overview Of Family-Business-Relevant ISSUES: Research, Networks, Policy Measures And Existing Studies , 2009.
- 7) Fergus Cass , Attracting FDI to transition countries: the use of incentives and promotion agencies, Transnational Corporations, Vol. 16, No. 2 (August 2007).
- 8) Jacques Morisset , Kelly Andrews-Johnson , The Effectiveness of Promotion Agencies at Attracting Foreign Direct Investment , FOREIGN INVESTMENT ADVISORY SERVICE , © 2004 The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank.

- 9) Laeven, L. and Christopher, W: "The quality of the legal system, Firm Ownership, and firm size", *Review of Economics and statistics*, Vol. 89, N.4, (2010) .
- 10) Louis T. Wells, J , Alvin G. Wint , *Marketing a Country , Promotion as a Tool for Attracting Foreign Investment , F I A S , 2000 .*
- 11) Michal Trník, *The Role Of Investment Promotion Agencies At Attracting Foreign Direct Investment And Their Impact On Economic Development In Central Europe , 2007.*
- 12) Nadine Lia , *Transfers of family businesses and their economic challenges , Malta and the work it has undertaken ,2017.*
- 13) Paweł Capik , *Foreign Investment Promotion , Governance and Implementation in Central-Eastern European Regions , 2019.*
- 14) SOMO: *Promotion of Foreign Direct Investment What Are the Costs? , Paper November 2008.*
- 15) Rick T. Wilson , Daniel W. Baack, *Attracting Foreign Direct Investment: Applying Dunning's Location Advantages Framework to FDI Advertising , Journal of International Marketing . American Marketing Association Vol. 20, No ,June 2012.*
- 16) Sebastián Auguste, Mario Cuevas y, Osmel Manzano , *Attracting foreign investment and productive development to Central America and Dominican Republic , Partners or Creditors? Inter-American Development Bank 2015.*

- 17) Stephen S. Everhart , Mariusz A. Sumlinski, Trends in Private Investment in Developing Countries Statistics for 1970-2000 and the Impact on Private Investment of Corruption and the Quality of Public Investment , The World Bank , 2001 .
- 18) Trade Union Reference Manual on the 2030 Agenda for Sustainable Development, Sustainable Development Goals , International Training Centre of the International Labour Organization, 2017.
- 19) WAIPA Report Of Activities , 2018/2019.
- 20) WAIPA Report Of Activities, 2017-18.
- 21) WAIPA at Dubai Investment Week 2019.

ثالثاً: المراجع الفرنسية

- 1) Banque Mondiale, «Rapport sur le développement mondial 2005 : un meilleur climat d'investissement pour tout le monde ».
- 2) Joaquim M. Perramon Ayza, The influence of media on investment decisions. The case of bubbles, (La influencia de los medios de comunicación sobre las decisiones de inversión. El caso de las burbujas), 2014 .
- 3) Memphil Ndi Evelyne Patience, attractivité économique des inve directs étrangers en harmonisation des instruments ju règles internationale, phd thesis in law , Universite Nice Sophia Antipolis Faculté de Droit et Science Politique , octobre 2015 .

رابعاً: النصوص القانونية

- (١) قانون الاستثمار رقم ٧٢ لسنة ٢٠١٧ ، المنشور بالجريدة الرسمية – العدد ٢١ مكرر (ج) في ٣١ مايو ٢٠١٧ .
- (٢) قانون تنظيم الصحافة والإعلام ١٨٠ لسنة ٢٠١٨ ، منشور في الجريدة الرسمية – العدد ٣٤ مكرر (هـ) في ٢٧ أغسطس سنة ٢٠١٨ .
- (٣) قانون رقم ١٧٨ لسنة ٢٠١٨ بإصدار قانون الهيئة الوطنية للإعلام ، والمنشور في الجريدة الرسمية – العدد ٣٤ مكرر (ج) في ٢٧ أغسطس سنة ٢٠١٨ .
- (٤) قانون رقم ١٧٩ لسنة ٢٠١٨ بإصدار الهيئة الوطنية للصحافة المنشور في الجريدة الرسمية – العدد ٣٤ مكرر (د) في ٢٧ أغسطس سنة ٢٠١٨ .
- (٥) قرار رئيس الجمهورية رقم ٢٨٤ لسنة ١٩٩٧ بإنشاء الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة ، الجريدة الرسمية العدد ٢٣ مكرر في ٩ أغسطس سنة ١٩٩٧ .
- (٦) قرار رئيس الجمهورية رقم ٣١٦ لسنة ٢٠٠٤ ، بتاريخ ٢٣ / ٩ / ٢٠٠٤ ، الجريدة الرسمية العدد ٣٩ في ٢٣ سبتمبر سنة ٢٠٠٤ .
- (٧) قرار رئيس الجمهورية رقم ٤٧٨ لسنة ٢٠١٦ ، الجريدة الرسمية العدد ٤١ مكرر (ب) في ١٦ / ١٠ / ٢٠١٦ .
- (٨) قرار رئيس مجلس الوزراء رقم ٢٣١٠ لسنة ٢٠١٧ . المنشور بالجريدة الرسمية – العدد ٤٣ مكرر (أ) في ٢٨ أكتوبر ٢٠١٧ .
- (٩) قرار رئيس مجلس الوزراء رقم ٣١٥٢ لسنة ٢٠١٩ الموافق ٢٥ ديسمبر سنة ٢٠١٩ .
- (١٠) قرار رئيس مجلس الوزراء رقم ٣٨ لسنة ٢٠٢٠ المنشور في الجريدة الرسمية – العدد الأول مكرر (ج) في ٦ يناير ٢٠٢٠ .
- (١١) قرار مجلس الوزراء رقم ٣١٠ لسنة ٢٠١٤ ، بتاريخ ٢٠ / ٢ / ٢٠١٤ الجريدة الرسمية العدد ٨ تابع في ٢٠ فبراير ٢٠١٤ .
- (١٢) قرار وزير الاستثمار رقم ١٧٦ لسنة ٢٠١٨ ، بإصدار نماذج العقود والانظمة الأساسية لشركة المساهمة وشركات التوصية بالأسهم

والشركات ذات المسؤولية المحدودة الوقائع الرسمية – العدد ٢٤٤ – (تابع)
في ٣٠ أكتوبر سنة ٢٠١٨

(١٣) قرار وزير الاستثمار رقم ١٦٦ لسنة ٢٠١٨ ، بإصدار نماذج عقود
شركات الأشخاص الوقائع الرسمية – العدد ٢٤٤ – (تابع) في ٣٠ أكتوبر
سنة ٢٠١٨

(١٤) قرار وزير الاستثمار والتعاون الدولي رقم ٣٦ لسنة ٢٠١٨ م
الوقائع المصرية في عددها الصادر ١٠ / ٣ / ٢٠١٨ .

خامساً: التقارير :

(١) تقرير السنوى ٢٠١٧ المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان
الصادرات.

(٢) تقرير السنوى ٢٠١٧ الاستثمار فى التنمية، موقع وزارة الاستثمار المصرية

(٣) مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية تقرير الاستثمار العالمي " الاستثمار
في اقتصاد منخفض الكربون نيويورك وجنيف، ٢٠١٠ .

(٤) مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية تقرير الاستثمار العالمي التحول نحو
الخدمات ، ٢٠٠٤ .

(٥) المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، جهات الترويج
العربية في الدول العربية : الواقع والتحديات، سبتمبر ٢٠١٢ م .

(٦) منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية : استعراض مناخ الأعمال في مصر
سياسات الاستثمار و شراكات بين القطاعين العام و الخاص ، تنمية القطاع
الخاص ، ٢٠١٤ .

الفهرس :

الموضوع	الصفحة
المقدمة	

	الفصل الأول : مفهوم الاختصاص القانوني لترويج الاستثمار
	المبحث الأول : مفهوم ترويج للاستثمار وطبيعته
	المطلب الأول : تعريف ترويج الاستثمار
	المطلب الثاني : الطبيعة الخاصة لترويج الاستثمار
	المبحث الثاني : اختصاص الهيئة العامة للاستثمار في الترويج للاستثمار
	المطلب الأول : إسناد الاختصاص بالترويج للهيئة العامة للاستثمار
	المطلب الثاني : آثار تبعية الهيئة العامة للاستثمار لرئاسة مجلس الوزراء علي ترويج الاستثمار
	الفصل الثاني : مفهوم خطة ترويج الاستثمار وسياساته
	المبحث الأول : وضع خطة الترويج للاستثمار وميزانيته
	المطلب الأول : وضع خطة للترويج للاستثمار ومتابعتها
	المطلب الثاني : ميزانية الترويج كأداة تخطيطية
	المبحث الثاني : سياسات الترويج للاستثمار
	المطلب الأول : التدرج في سياسات الترويج للاستثمار
	المطلب الثاني : دور المعلومات الإيجابية في تحسين الانطباع العام
	الفصل الثالث : تنفيذ خطة ترويج الاستثمار
	المبحث الأول : تنفيذ خطة الترويج بالأصالة
	المطلب الأول : الوسائل المباشرة لترويج الاستثمار

	المطلب الثاني : التعاون مع المؤسسات والمنظمات الدولية
	المبحث الثاني : تنفيذ خطة الترويج بالتعاقد والتنسيق
	المطلب الأول : الحملات الإعلانية مدفوعة الأجر
	المطلب الثاني : الحملات الإعلامية العامة
	الخاتمة
	المراجع
	الفهرس