مجلة تنمية الرافدين

اسم المقال: تغيير الصورة الذهنية لمدينة الموصل والاستثمار!
اسم الكاتب: أ.د. سرمد كوكب الجميل
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/3529
تاريخ الاسترداد: 2026/11/02 22:20 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة تنمية الرافدين كلية الإدارة والاقتصاد / جامعة الموصل ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

تـنـمية الرافديـن
العدد ١١٤ المجلد ٣٥ لسنة ٢٠١٣

تغيير الصورةِ الذهنيةِ لِمَدينَةِ المَوْصِل والاستثمار!

Changing The Mental Image of Mosul City and Investment

الاستاذ الدكتور سرمد كوكب الجميل
أستاذ – قسم العلوم المالية والمصرفية
كلية الإدارة والاقتصاد– جامعة الموصل

Sarmad K. Aljamil (PhD)
Professor
Department of Banking & Financial Sciences
University of Mosul
Sarmad_aljamil53@yahoo.coM

تأريخ استلام البحث ٢٠١٢/٦/٥ تأريخ قبول النشر ٢٠١٢/١٠/١٦

المستخلص

زاد الاهتمام في العقد الأول من القرن الحادي والعشرين بالمدينة ودورها الكبير الأساسي والمحفز للإبداع في النمو الاقتصادي على كل المستويات الوطنية والإقليمية والعالمية، ولقد كان هناك استعداد لتطوير الإستراتيجيات لتجديد الدور الحضري ودعمه، ولقد وظفت الجهود لخلق الفضاء الملائم لتحسين البيئة المدنية من خلال التركيز على جذب الاستثمار للأفراد والشركات ولا يمكن أن يتم هذا إلا من خلال السمعة التي تتمتع بها المدينة وصورتها عند الآخر. يهدف البحث إلى محاولة تغيير صورة مدينة الموصل، وذلك بوضع الأدوات والخطوات اللازمة لتغيير الصورة الذهنية التي كانت قد رسمت عند الأخر، مما يستلزم وضع الإستراتيجية اللازمة لإعادة صورة الموصل كما كانت لامعة عبر عهود التاريخ .

الكلمات المفتاحية: *استثمار، صورة، مدينة الموصل.*

Abstract

In recent years there has been a growing awareness of the cities' role as an impetus for innovation and regional economic growth in the world, and also there has been growing willingness to develop strategies for urban renewal and support. Efforts are being made to create attractive urban spaces and to improve the urban environment in order to attract investments, individuals and companies. As part of this attractive urban spaces there has been a focusing on the role of reputation and image of the city. The main aim of this research is to try to set a tools to change the bad image of MOSUL city has been built through the recent years . The research set some steps should follow in order to change that image and to show arise the brilliant side Mosul city as it is through all historical eras.

Keywords: *MOSUL city, Image, Investment.*

المقدمة

اكتسبت مدينة الموصل عبر تاريخها الطويل صورة رائعة لدى الشرق والغرب، ولم تنحصر تلك الصورة الذهنية على فئة المؤرخين أو اللغويين أو الجغرافيين، وإنما امتدت لتشمل مساحات واسعة في كافة مجالات المعرفة ويكفي، ما قاله ياقوت في وصفها أو ما ورد عن ابن خلدون في المقدمة، أو ما ورد من ذكر لها عند عشرات الرحالة الأجانب طيلة قرون العصر الحديث والمعاصر، وهذا يؤشر جوانب كثيرة عن ميزات تتميز بها المدينة عبر تاريخها الموغل في القدم، ويكفي أن تدرس المدينة بوصفها حاضرة من الحواضر العربية جنباً إلى جنب مع حلب ودمشق والقاهرة وبيروت وبغداد وغيرها كثير.

إنَّ الظاهرة التي قد سادت اليوم تتمثل في أن مدينة الموصل تعد من أخطر المدن في العالم على وفق مؤشرات المخاطر السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وقد يكون هذا قول غير مقبول لدى سكانها الذين تآلفوا مع أحداثها، ولكن مسح بسيط اعتمد عليه البحث عبر الانترنت وعدد من وسائل الإعلام؛ يظهر أنَّ الآخر يعدها من المدن الأخطر في العالم، والسؤال كيف يمكن أن ينعكس هذا على المدينة وإدارتها ومجتمعها وما هي تداعيات ذلك على الاستثمار المرتبط بالآخر.

هدف البحث

يهدف البحث للتعريف بمفهوم الصورة الذهنية لمدينة الموصل لدى الآخر، وكيف شوّهتْ تلك الصورة اللامعة للمدينة خلال خمس سنوات عجاف امتدت بين سنة ٢٠٠٥ - ٢٠٠٩؟ فما هي تداعيات ذلك على الاستثمار في المدينة؟ وكيفية معالجة تلك الصورة القاتمة التي وظفت الكثير من الطاقات لتحقيقها ولأهداف كثيرة ومتعددة، وإمكانية بناء إستراتيجية تسهم بتغيير الصورة الذهنية للآخر عن مدينة الموصل ليتحقق الاستثمار.

فرضية البحث

وقد تم تحقيق الهدف البحثي اعتماداً على فرضية مفادها " يمكن تغيير الصورة الذهنية التي يحملها الآخر عن مدينة الموصل إذا تم تبني إستراتيجية لتغيير الصورة الذهنية". وقد خضع التحليل والبحث مستندين على أنّ مدينة الموصل لا تعد أخطر مدينة في العالم بحكم الواقع الذي يعيشه الناس مقارنة مع مدن في دول أفريقية وأمريكية وآسيوية.

منهجية البحث

اعتمد البحث في منهجيته على المسح الإلكتروني لعدد من المواقع العربية والأجنبية وملاحظة ما تقدمه الفضائيات العربية والأجنبية في تحري موقع مدينة الموصل في رأي الآخر العربي والأجنبي، وتم مسح عدد من آراء الجاليات الموصلية في عدد من دول العالم فكان مسحاً عشوائياً، خلال المدة ٢٠٠٦ – ٢٠٠٩.

أولاً : الصورة الذهنية للمدينة

١. مفهوم الصورة الذهنية للمدينة

يقصد بالصورة الذهنية للمدينة لدى الآخر ما يكوّنه الآخر من إحساس وموقف وإدراك عن مدينة معينة سواءً كان سلبياً أم إيجابياً، وهذا يشكل سمعة المدينة وصورتها الذهنية التي يبني عليها متخذ القرار قراراته، ويستند عليها في صياغة إستراتيجياته وسياساته .

ولقد شهدت العقود الأخيرة تنامياً كبيراً في دور المدينة بوصفها الوحدة الرئيسة المكونة للدول والأقاليم والعالم بأسره، وكان يقف وراء هذا الدور نشاطاً معيناً أو نمواً اقتصادياً في قطاع معين أو إستراتيجية ناجحة في تطور مدينة أو إعادة مكانة مدينة معينة، ولقد ازدادت الجهود في العقد الأول من القرن الحادي والعشرين لخلق عملية التحضر

العمراني المدني، وضمن فضاءات معينة لتطوير البيئة الحضرية المدنية من أجل منافع كثيرة منها جذب الاستثمارات، والعاملين والشركات، وإعادة دور وأهمية المدينة في خلق البيئة بوصفها تمثل الأساس في عملية التحضر والمدنية، وهنا تبرز سمعة المدينة وصورتها ومكانتها الذهنيتين (Nordic Innovation Centre, 2006)

لقد أصبحت المدينة مقوماً أساسياً في تحضر الدولة، ومن ثم تحضر الإقليم (مجموعة دول المنطقة)، وإستراتيجياته لا بل إن بداية تطور الدولة والإقليم تبدأ بالمدينة التي تقود عملية التطور العمراني والحضري، ولاسيما في توفير البنية التحتية لها، لذا فإن البدء بمشروع بناء الصورة الذهنية والسمعة والمكانة يتطلب بناء الهوية والمحافظة عليها أو ما يسمى بالعلامة أو السمة (Brand) (Nordic Innovation Centre, 2006) و (Jensen, 2005)

٢. أسباب بناء صورة المدينة

إن البحث في بناء صورة ذهنية لمدينة؛ أو إعادة تشكيل صورتها يتطلب التعرف على الأسباب التي تقف وراء هذه الحاجة الملحة للصورة الذهنية اللامعة للمدينة، وما الذي ستحققه لها؟ والأهم من كل ذلك، فإن بناء إستراتيجية تشكيل صورة ذهنية إيجابية للمدينة أو إستراتيجية إعادة رسم صورة ذهنية إيجابية عند الآخر عن صورة سلبية لحقت بالمدينة لا بد من الوقوف على الأسباب والأرضية التي تقف عليها المدينة وحاجتها، ومن هذه الأسباب الكثيرة : التغيرات الكبيرة في العالم كالتغير الذي حصل بجملة التحولات نحو العولمة خلال العقدين الأخيرين أو تبوأ مركز مهم على مستوى إقليم معين أو العالم، والأهم من كل ذلك التنمية والتطور الذي تنشده المدينة، وحالات التنافس الشديد بين المدن كل هذا يقود إلى ضرورة توفير سمعة وصورة ومكانة للمدينة عند الآخر ذلك إنّ كل أدوات التطور والتنمية تكون متيسرة للمدينة من خلال صورتها وسمعتها، وأدوات العصر الحالي هي: جذب الاستثمارات ورأس المال والشركات والعاملين والمهارات والخبرات والكفاءات وتنمية السياحة والزوار وتعظيم المبيعات، وخلق المزيد من الموارد للمدينة، وكذلك يسهم بناء صورة المدينة بزيادة صادراتها وتطوير منتجاتها وزيادة وتحسين موقعها التنافسي على كل المستويات المحلية والإقليمية (Nordic Innovation Centre, 2006)

إن صورة المدينة اللامعة ومكانتها في المجتمع العالمي والإقليمي بهدف جذب وتشجيع الاستثمارات والشركات والعاملين يمكن أن يحقق باتجاهين: الأول: الداخل والاتجاه الثاني: الخارج، الذي يركز على تدفقات الاستثمار من وإلى المدينة، وهذا يساعد على خلق النمو والتنمية الاقتصادية ويشترط بيئة مناسبة، ومحافظة على الموارد الطبيعية، والبيئية والتفاعل مع المجتمعات الأخرى من حيث التكنولوجية والمعرفة والسياحة، وتعتمد في هذا إستراتيجيات العلامة العمرانية أو السمة العمرانية (Brand Building) وتتعدد خيارات تلك الإستراتيجيات، فهي تحتاج إلى اعتماد الخصائص المحلية والطبيعية وكذلك طبيعة موجوداتها (Jensen, 2005).

إنّ وضع إستراتيجية لذلك يستلزم أن يتحدد الهدف منها وبوضوح ومن السمة أو حزمة السمات لعمران المجتمع؛ أو تحسين الموجودات المادية الطبيعية والبشرية المحلية، والأهم من كل هذا التغيرات المادية التي تعد الأهم لبناء الصورة الذهنية لدى الآخر لتعكس، وتظهر التغيرات في المدينة، وهنا لا بد من أن ترتبط ضمن عملية أكبر تموّل من خلال التنمية الحضرية والعمرانية المدنية.

إن التحولات التي يمكن أن تمر بها المدينة، ولاسيما المادية والعمرانية لا بد من أن تعكس خصائصها (كبناية المحافظة أو البلدية أو معلم معين) ذلك أن الفرادة

(Uniqueness) والإبداع هي المفتاح الأول، وأن السمة النهائية التي لا بد أن تميز المدينة عن غيرها بعيدة كل البعد عن الاستنساخ والتقليد، والخطوة الرئيسة نحو ذلك تتمثل بتحديد مكامن القوة للمدينة والخصائص المميزة لها، ومن المهم أن يكون الفرد مرناً في تفكيره لفهم طبيعة مكامن الضعف التي يمكن أن تحول إلى مكامن قوة.

مكامن القوة ومكامن الضعف في المدينة!

كيف يمكن تحويل نقص الطاقة الكهربائية من نقطة ضعف إلى نقطة قوة في التحليل الإستراتيجي في دول لا تتوافر لديها مصادر الطاقة؟

لقد عالجت بعض المدن ذلك من خلال التثقيف باتجاه التحول نحو الطاقة النظيفة واستخدام مصادر الطاقة النظيفة للمساعدة في حل مشكلة انبعاثات غاز ثاني أوكسيد الكاربون والتخفيف من ظاهرة الاحتباس الحراري .

إنّ من المهم أن لا يغض الطرف عما يراه الآخرون، وأن تكون جاهزة لقبول الآخرين وإدراكهم وحاجاتهم التي تختلف كل الاختلاف عن حاجات أهل المدينة، ومن المهم رؤية المدينة بعيون الآخرين، فكيف يمكن رؤية ما يراه الآخرون؟ هنا ينبغي استخدام تقنيات البحث العلمي والمسح الاستطلاعي عن الآخر، ودرجة أهمية رؤى الآخر للمدينة. وإنّ من أساسيات بناء السمة وضع خريطة الاتصال، وتتخذ هذه أشكالاً متعددة فقد تكون أحداثاً وربما مؤتمرات أو قد تكون أفلاماً ومواقع إلكترونية وحوارات أو معارض صناعية وتجارية، فضلاً عن التلفزيون والفضائيات والصحف والثقافة والأدب واعتماد المعالم التاريخية ورسل تعريف محليون وغير ذلك. (Nordic Innovation Centre, 2006) و (Jensen, 2005)

٣. عملية بناء صورة ذهنية للمدينة تحتاج زمناً طويلاً

تقع عملية بناء صورة ذهنية للمدينة في إطار العمليات طويلة الأجل، وتستلزم الكثير من المال والجهد والدعم والنوايا الصادقة والتخطيط الفعال القائم على إستراتيجية كفوءة، ومن ثم تقييم مستمر مبني على مجموعة من المعايير الناجحة الموضوعية البعيدة عن الذاتية، وإن تحقيق صورة إيجابية للمدينة لا يمكن أن يتم دفعة واحدة، وإنما هو أمر يمكن أن يتحقق ببطء، وغالباً لم يكن هذا الطريق يسيراً بل هو طريق وعر لا بد من استخدام كل التقنيات والخبرات، وأن تكون العملية متفاعلة بين الأعلى والأدنى - الأدنى والأعلى.

إنّ من الجوانب المهمة في عملية بناء صورة المدينة الذهنية عند الآخر ما يأتي :

(Nordic Innovation Centre, 2006) و (Jensen, 2005)

- إدارة فاعلة وكفوءة تضع هذا الأمر في أسبقياتها، وأن تعبئ المجتمع بهذا الاتجاه.
- تهيئة المجتمع واعتماد صيغة تظافر الجهود لتحقيق إستراتيجية تغير الصورة.
- تفعيل قدرات المنظمات في المدينة.
- تحديد السمات والخصائص المرتبطة بالمدينة.
- وضع خريطة طريق للعمل بها.

٤. تنافسية المدن، وموقع المدينة في الخريطة التنافسية

إنّ إدراك الموضوع، وأبعاده، وأهميته للتنمية والاستثمار، والمجتمع ومستقبل المدينة المراد تغيير صورتها، وعلى مختلف المستويات المحلية والوطنية والإقليمية والعالمية يعد أمراً إستراتيجياً، وتكون بيئته التنافسية العالية والسباق واسع ومفتوح للمدن، وهذا ما يلاحظ ضمن ترتيب المنظمة الدولية اليونسكو في مجال عاصمة الثقافة وعاصمة التراث والفنون وغيرها. يعد الفرد والمنظمة في المجتمع من المحركات الرئيسة للدفع باتجاه صياغة وتنفيذ إستراتيجية تغير الصورة سواء بالعمل أو ربما بالتشجيع والتفاؤل وزرع الثقة بين الأبناء والإيمان بالمدينة وأنها مستقبلهم (Begg , 1999) (Porter, 1990).

وعلى الرغم من أن العمر الزمني لتبلور هذه الصيغة المعرفية، ولاسيما بداية عقد التسعينات من القرن الماضي وحالة التحرر، وما رافقها من صراعات في مناطق مختلفة من العالم فبدت فبدت بعض المدن معتمة وبائسة في أوربا الشرقية وأفريقيا وأمريكا اللاتينية وآسيا، مما دفع إدارات عدد من المدن بالاتجاه نحو الأكاديميين، والبحث عن المنافع الاقتصادية والاجتماعية لأهمية ذلك على المستوى المحلي والوطني، والإقليمي والعالمي، وإن خلق المنافسة في هذا الاتجاه وجذب الاستثمارات وتفعيل الموجودات التي تمتلكها المدينة، وتسويق منتجاتها، وخلق الحركة باتجاه المدينة والتي لا تقل عن أهمية الاستثمارات.

ركزت النظرية التقليدية للتطور الاقتصادي والمجتمعي والعمراني على (Begg , 1999) العمران (البنى التحتية والعمران والصناعة وغيرها من القطاعات)

دعم الشركات والجهود الفاعلة في الاستثمار

فيما تركز النظرية الحديثة باتجاه التنافسية والميزات النسبية التنافسية، فلم يعد العمران كافياً، وإنما كيف يمكن أن يكون سمة وعلامة للمدينة، ولم يعد المصنع كافياً، وإنما المنتج الذي تتميز به المدينة، ولم يعد العمل كافياً بل لا بد أن يقترن بالإبداع، كل هذا يقود لبناء ما يميز المدينة ويشد الآخر لها.

ثانياً-الاستثمار

١. مفهوم الاستثمار

يقصد بالاستثمار توظيف الموارد ومنها النقد بهدف تحقيق عوائد مستقبلية، فهو علاقة بين الموجود والزمن المستقبلي لتحقيق منفعة معينة، وتحمّل مخاطر كثيرة ومتعددة تنعكس بالخسائر، فالفرد أو الشركة أو الحكومة كلها تمارس الاستثمار سواءً بشراء موجودات مادية أو مالية، وهو أمر دأب عليه الإنسان منذ تجمعه وتفكيره بالمستقبل وما يحمله له الغد من مجهول، فالاستثمار ظاهرة كبيرة يمارسها الأفراد في المجتمع وتمارسها العائلات والمنظمات والدول بكل تنظيماتها، وهو نوع من التحسب للمستقبل وأمل بحياة أفضل (Bodie, *et al.*, 2003, P 14-18).

ولا بد من توضيح المفهوم العلمي الدقيق للاستثمار من خلال الظاهرة التي تعيشها المجتمعات في القرن الحادي والعشرين وليس بمنظور تاريخي، فقد انتشرت وتطورت أدوات كثيرة ومتعددة بفعل التكنولوجية الإلكترونية المعلوماتية والاتصالاتية وتطورت القنوات الفضائية والشبكات وغيرها وكلها كانت في خدمة الاستثمار كنشاط وممارسة؛ فقد كانت أسواق رأس المال تعمل ويرتادها من يهمه أمرها من وسطاء ومتعاملين أو إعلاميين، ولكن اليوم يجد المرء نشرات أسواق رأس المال على شاشات الفضائيات،

وهناك نشرات مستقلة للمال والأعمال وكلها تعبر عن نشاطات لشركات هنا وهناك؛ هذه الشركة اندمجت وأخرى أفلست وثالثة ربحت ورابعة خسرت وهكذا دواليك، وغالباً ما تثير هذه الظاهرة العديد من التساؤلات عن أمر هنا وخبر هناك، ويحس المرء أن هناك تنامياً كبيراً في اهتمام الناس والمجتمعات بهذه الجوانب المالية والاقتصادية ومعظمها استثمارية بطبيعتها: أجل فأسواق رأس المال تعرض في نشراتها حركة أسعار الأسهم للشركات ومؤشرات أسواقها، والشركات تعرض لقرارات اتخذتها وهي بمعظمها استثمارية، والحكومة المعينة قد وقّعت على عقد لتنفيذ مشروع ما هنا أو هناك، والحكومة الأخرى قد سددت ديوناً عليها وهلم جرّا !

وكل هذا العرض لمظاهر استثمارية هي بطبيعتها مالية تغص بها حياتنا اليومية؛ لذلك سيكون الفرد والمنظمة والمجتمع والحكومة والمنظمات الدولية على محك بالظاهرة الاستثمارية، وأمام هذه الظاهرة التي قد تأخذ معظم نشاطهم، فيكون سلوكهم استثمارياً بطبيعته، وحتى على المستوى الشخصي والعائلي، فالإنسان يثمر بمحافظته على النوع وتربية أطفاله وبحثه عن العمل الذي يعود له بمردود جيد، وهنا لا بد من طرح السؤال الآتي: هل هناك من ظاهرة أعم وأشمل من ظاهرة الاستثمار؟ وإن كل الممارسات الاستثمارية التي يمارسها الإنسان أياً كان موقعه في العائلة أو المنظمة أو المجتمع أو غير ذلك؛ فإنه من دون أن يشعر سيكون رهيناً للمستقبل، وإن تعاملاته هذه كلها أمر يخص المستقبل، وتراه بالرغم من هذا فإنه إن واجه التعامل بصيغة المستقبل مباشرة أعرض ونأى، وهنا يبرز السؤال: كيف يمكن أن نتعامل مع الزمن الماضي والحاضر والمستقبل؟ وهنا من المفيد التذكير بأن الماضي أمر ذهب وانتهى وما خلّفه بيانات ومعلومات ومعطيات كانت بمثابة نتيجة لأحداث ماضية يمكن أن تستخدم تلك المعطيات من بيانات ومعلومات في تقييم أداء تلك الحالة أو ربما قد تخدم الفرد في تعامله مع المستقبل، وأما الزمن الحاضر فأمره يتضمن قرارات لا بد أن يتخذها الفرد مضمونها مستقبلي ومعطياتها تاريخية وحالية، ولكن كل هذا رهن التعامل مع المستقبل فقرارات اليوم كانت بالأمس مستقبلاً وهكذا فالمستقبل يمثل حاضر الغد، ومن ثم فإن ثقافة الإنسان وفكره لا بد من أن تثري تعامله المستقبلي، وإن الجهل بالمستقبل تحتم دراسته بل التأكيد على دراسته وأنه المشكلة الحقيقية بكل أبعادها (Bodie, *et al.*, 2003, 14 - 22).

والبحث في عدم تحقيق الهدف أمر في غاية الأهمية، وهو ضمن المنهجية العلمية في إدارة الاستثمار يطلق عليه بثنائية العائد – الخطر؛ ذلك أن التخطيط لعائد معين في استثمار ما سيواجهه مزيد من الأخطار التي تحول دون تحقيقه لذلك العائد، ومن ثم فإن ما نبحثه ضمن منهجية هذا العمل العلمي يتمثل بالمعوقات التي حالت دون أن يحقق المستثمر فرداً كان أم شركةً هدفه، بعبارة أكاديمية هي الأخطار التي تواجه المستثمر وتحول دون تحقيقه للهدف أو ربما تواجهه في المستقبل وتحول دون ولوجه ذلك النشاط الذي يسمى بالاستثمار.

٢. تصنيفات الاستثمار

يمكن تصنيف الاستثمار تصنيفات كثيرة ومتعددة منها: استثمار مباشر وآخر غير مباشر استثمار وطني وآخر أجنبي، استثمار خاص وعام وحكومي، واستثمار صناعي وزراعي وتجاري وخدماتي، إلا أن ما يهم هو الآتي (الجميل، ٢٠٠٩):

استثمار مباشر وآخر غير مباشر

ويقصد بالاستثمار المباشر الاستثمار بالموجودات المادية : عقارات ومصانع ومزارع ومواد تجارية، ويتم كل في سوقه سوق العقارات وأسواق المنتجات ؛ أما

الاستثمار غير المباشر فهو الاستثمار في الموجودات المالية الأسهم والسندات ومختلف الأوراق المالية في سوق الأوراق المالية .

الاستثمار الوطني والآخر الأجنبي

التصنيف الآخر هو الاستثمار المحلي والوطني الذي يتم في داخل الدولة وآخر أجنبي يتم من خلال تدفقات الاستثمار الداخلة والخارجة من داخل وخارج الدولة، ويطلق عليه الاستثمار الأجنبي وقد يكون مباشراً وغير مباشر (محفظياً) .

الاستثمار الحكومي والاستثمار الخاص

الاستثمار الحكومي الذي تقوم به الحكومة وللحكومة دور كبير في الاستثمار فهي تمارس دور المستثمر في البنى التحتية الكهرباء والشبكات الماء والمجاري للصرف الصحي وخطوط السكك الحديد والمطارات والطرق والبنى التحتية الاتصالاتية ، وكذلك الاستثمار في التعليم والصحة والخدمات العامة كالاستثمار في الغابات والمتنزهات والبراري والمحميات الطبيعية والبحيرات وكذلك تقوم الحكومة بالاستثمار في مشاريع الخدمة العامة .

الاستثمار الخاص وهو الاستثمار الذي يمارسه القطاع الخاص في الصناعة والزراعة التجارة والعقار والخدمات وغير ذلك من أنواع الاستثمارات من قبل الأفراد والشركات .

ثالثاً- الموصل حالة دراسية

إنّ دراسة حالة الموصل تتطلب الوقوف على أمرين الأول : صورة المدينة لغاية ٢٠٠٣ وصورة المدينة ما بعد ٢٠٠٣ وعلاقة ذلك بالاستثمار في المدينة، وهنا لا بد من المرور عبر صورة الموصل للفترة ما قبل ٢٠٠٣ والتذكير بالصورة اللامعة :

١. الموصل صورة تاريخية

تؤشر المصادر التاريخية بأن مدينة الموصل مرت بعصور متباينة وهي من أقدم مدن العالم، ولها في الذاكرة التاريخية صورة رائعة عبر مختلف العصور، وكان التباين هذا مرده الحقب الزمنية التي كانت تسود فيها أو ترزح تحت الاحتلال. وآخر تلك النماذج التاريخية يقدم أنموذج الموصل في القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين، وما حققته من إعجاب للأوروبيين فيما بلغته في بناء منظومتها الاقتصادية بمثابة أنموذج إبان العهد العثماني على وفق معطيات من أهمها (Sarah D Shields, 1999) و (Sarah D Shields, 1991):

لقد أثارت كشوفات آثار عدد كبير من البعثات والفرق الفرنسية والبريطانية والألمانية وغيرها، وعلى الرغم من ذلك لم ينتبه الأوروبيون لسكان تلك المنطقة ولا تاريخها وتقول المؤرخة سارة شيلدز: لو عرف الأوروبيون واطلعوا على تاريخ العصور الوسطى لعرفوا من الأجداد العظام أنّ الموصل ليست قرية صغيرة تقع على نهر دجلة، بل إنها كانت عاصمة لعدة إمبراطوريات عالمية وإقليمية

إن ما كتبه ياقوت الحموي في القرن الثالث عشر يثبت ذلك حيث يقول: (كثيراً ما سمعت أن مدن العالم العظيمة ثلاث : نيسابور باب الشرق ، ودمشق باب الغرب والموصل لأنها تقع في أقصر طريق بين الشرق والغرب ويندر من لم يمر بها) .

لقد طبعت الموصل صوراً ساحرة وجميلة في فكر وذهن الرحالة الأوربيين في القرن التاسع عشر نظراً لما تصدره من غذاء، فقد كانت بحق عاصمة إقليمية وعاصمة إمبراطورية مزدهرة التجارة والصناعة، متفوقة في السياسة محصنة بأسوار مرتفعة،

ومرتبطة بشبكة من الناس والمنتجات والأسواق؛ امتدت من البحر الأسود شمالاً إلى الخليج جنوباً، ومن إيران شرقاً إلى المتوسط غرباً، استطاعت الموصل بناء شبكة من العلاقات الاقتصادية وإدارتها وإدامتها في القرن الأخير من عمر الدولة العثمانية.

أنموذج الموصل تضمن ثلاث دوائر الأولى محلية وإقليمية وعالمية، ولكن عند وضع هذا في بؤرة البحث والدراسة يمكن الحصول على مشهد اقتصادي بطابع دولي وعالمي .

إنّ اللاعبين الرئيسين في تلك الدوائر الثلاث: هم الحكومة العثمانية وحكومة الولاية والتجار والبدو والفلاحون وموظفو القنصليات الأجنبية البريطانية والفرنسية والألمانية، وقد أجمع المؤرخون الاقتصاديون أن الموصل لم تكن مجرد مدينة مسقطة على خريطة تجارية بل هي مدينة التنوع السكاني والتنوع الإنتاجي والأيديولوجي وتنوع الأراضي فقامت صراعات معقدة حددت أين يجب أن تتجه المدينة وأين يجب أن تكون.

وإن النجاح الذي حققته الموصل لم يكن نتيجة قوى ميكانيكية بل إنها من صنع الشعب وابتكاراته وإبداعه وأن ما تراكم من ثروة لم يكن إلا بفعل جهود وعمل أبناء الموصل وقدرتهم على استغلال الظروف ودعم المنافسة، وهذا ما أكده في سنة ١٨٩٦ إذ كتب أحد المندوبين الفرنسيين الذي عاش في المدينة تقريراً يصف اقتصاد الموصل ويركز على كفاح العمال وإبداعهم ووصفهم كخلية نحل تعمل في بناء بيوت خماسية الأضلاع وهذا يتطلب منهم أن يعيدوا ترتيب حاجاتهم وأن يكونوا قادرين على تغيير ظروفهم والتكيف لها؛ ذلك أن التحول نحو بيوت سداسية الأضلاع يستلزم مواجهة التحديات وإتقان الأساليب والآليات القائمة أساساً على الخبرة والبراعة للموصلين.

٢. الموصل ما بعد ٢٠٠٣ وتشويه الصورة

أشرت نتائج المسح الاستطلاعي ممثلة بسؤال بسيط مفاده : ما هي المدينة الأخطر في العالم؟ وكانت النتائج كثيرة واعتمدت العشر صفحات الأولى على (Google) فكانت الموصل تحتل الرقم الأكبر، وعند احتساب النسبة من المجموع مقارنة بمدن أخرى بلغت النسبة ٥٩% في سنة ٢٠٠٦، ثم انخفضت إلى ٥٦ % في سنة ٢٠٠٧، أما في سنة ٢٠٠٨ فقد كانت النسبة تصل إلى ٦٥ % لتبلغ ٤٤ % في سنة ٢٠٠٩ وكان المعدل ٥٦% للسنوات الأربع.

وبناءً على تلك المعطيات كانت الموصل من المدن الأخطر في العالم، وقد تباينت الجهات الممسوحة في تقديم العراق تارة على أنه من الدول الأخطر في العالم، وتارة على أن الموصل المدينة الأخطر في العالم وللمدة التي امتدت بين ٢٠٠٦ – ٢٠٠٩ ، وقد تم مسح المواقع على الويب سايد فكان عدد من المواقع يضع الموصل ضمن المدن الأخطر في العالم بشكل مباشر أو ربما بشكل غير مباشر، وكذلك تضمن المسح عدداً من الصحف والمجلات الغربية، ولدى مسح المعلومات الإخبارية على صفحات عدد من المواقع والصحف والمجلات والفضائيات، فتبين أن ذكر المدينة في المواقع والصحف والمجلات والفضائيات الغربية أكثر منها في العربية، والأهم من هذا أن كل ما وقف عليه المسح يمثل أحداثاً سلبية تقع في أحداث العنف المتعارف عليها، من قتل وهجوم وعبوات وسيارات مفخخة وخطف وسلب ومداهمات وتهجير وإلقاء قبض وغابت الأخبار والمعلومات الأخرى وبأي اتجاه باستثناء السياسية.

رؤية الآخر:

٣. كيف يمكن أن يرسم الأخر صورة عن مدينة الموصل ؟

إنّ وسائل الإعلام خلال المدة ما بعد ٢٠٠٣ استطاعت أن ترسم صورة قاتمة عن مدينة الموصل، وهذا ما ذكرته فضائيات ووكالات أنباء ومواقع إلكترونية بأن الموصل هي المدينة الأخطر في العالم .

إنّ رسم هذه الصورة القاتمة عن المدينة وأنها الأخطر في العالم لم تكن عفوية وإنما كانت هناك فئات كثيرة تعمل بهذا الاتجاه على كل المستويات الوطنية والإقليمية والعالمية، ولم يعد هناك بد فقد بدت ظاهرة عامة (المدينة الأخطر في العالم) إذن هنا يطرح السؤال كيف يمكن تغير الصورة القاتمة عن المدينة ؟

٤. إستراتيجية تغيير صورة الموصل من صورة سلبية إلى صورة إيجابية

إنّ الحديث عن الاستثمار والتنمية في المدينة تصبح مضيعة للجهد والوقت فحالة فقدان الثقة في داخل المدينة، والصورة القاتمة في خارجها تضعف كل الجهود نحو الاستثمار والتنمية؛ لذا يفترض مسبقاً صياغة إستراتيجية تنفذها الحكومة المحلية هدفها تحسين الصورة الذهنية للآخر، وربما محاولة زرع الثقة بين أفراد مجتمع المدينة ولتكون عملية توظيف الجهود المشتركة باتجاه تحسين الصورة .

رابعاً- رؤية نينوى ٢٠٣٠

١. الفكرة الأساسية

تنطوي المدينة الحاضرة في الماضي كما في الحاضر على مخزون كامن من العمران والتراث وفيها من القدرات الكامنة السكانية و البشرية، مما يجعلها مركز استقطاب ونمو وفيها يجد أبناؤها ملاذهم الأول والأخير، إنها تحكي قصة يطول سردها، فيها كبوات وفيها انطلاق وتواصل، وفيها إبداع يختزل الزمن ومنها يولد الفكر والثقافة، ولقد كانت كبوة الموصل في بداية القرن الحادي والعشرين طويلة على أهلها استمرت سنوات ولكنها قصيرة بعمرها الطويل الذي يمتد آلاف السنين، إنها لن تشيخ ولكنها تجدد شبابها لدخول بوابة القرن الجديد ودخول سباق المدن والحواضر (رؤية نينوى ٢٠٣٠ ، ٢٠١١).

إن قراءة معمقة لمدينة الموصل بوصفها من المدن الكبيرة وفي ظل المعطيات الحالية والسكانية والاقتصادية ولعقد قادم ستتضاعف المدينة وبحجم سكانها وبحافلاتها ومركباتها وطرقها وتلوثها، مما يستدعي التوقف قليلا عند عنوان مهم يركز عليه العالم بوصفه اتجاهاً حديثاً، وهو قلب المشكلة والمتمثل بالمدينة. فقد بدأ التركيز ومنذ سنوات على المدينة بوصفها ظاهرة مركبة ومعقدة إنها مخزن لكل معطيات التجربة الإنسانية والاجتماعية والاقتصادية والجغرافية والبيئية التي يتفاعل فيها كل النشاط الإنساني والمجتمعي وباتت المحرك الفاعل للاقتصاد والمجتمع، لا بل باتت المؤشر الدقيق للتفاعل الحضري والمدني للنمو التطور أو ربما العكس فتكون ركاما للتخلف والتراجع، إنها المدينة التي تعد عنواناً شاملاً لعدد كبير من القضايا المهمة والحرجة، كالبطالة والفقر وهجرة الريف وتدني الخدمات العامة، وتدني نوعية الحياة، مما يستدعي التوقف عندها فالمدينة تمثل وحدة مكانية مستقلة، لذا أطلقت فكرة الاستعداد والتهيؤ برؤية إستراتيجية لنينوى المحافظة والموصل المدينة والمدن التي في ركبها والمتعنقدة معها لتدخل السبق بمدخل غير تقليدي تضمه فكرة " رؤية مستقبلية لنينوى عام ٢٠٣٠" بوصفها وثيقة يتفق عليها الجميع فتكون خط الشروع (رؤية نينوى ٢٠٣٠، ٢٠١١).

بحثت الوثيقة في التاريخ والاقتصاد والعمارة والتراث والجوانب والاجتماعية والسكانية والحياتية، وشكلت خريطة عمل لكل القطاعات: الزراعة والسياحة والخدمات والمباني والتقويم والجودة والتنمية الصناعية، والطاقة والتنمية البشرية والنقل وأخيراً رسم السياسات، فكانت وثيقة رؤية نينوى ٢٠٣٠ (رؤية نينوى ٢٠٣٠ ، ٢٠١١).

توصيف الفكرة الأساسية : لما كان الموصل رفد حضاري منذ عصور ما قبل التاريخ فقد كانت فيها أولى المستوطنات البشرية وأولى القرى الزراعية، ومنها تعاقبت العديد من الحضارات التي لا زالت بقاياها شاخصة حتى الآن، وهكذا مدنها التي أحاطت بها منذ آلاف السنين وما زالت، نينوى، خورسباد، قلعة أشور، الحضر، النمرود، وغيرها واستطاعت الموصل بناء أنموذج لحاضرة عبر التاريخ، وارتبط اسمها بعطائها الإنساني في اللغة والأدب والشعر والطب والعلوم، وهكذا كانت في الرعي والزراعة والحياكة العمارة والتجارة والتحدي الأهم يتمثل في أن تكون الموصل مدينة المستقبل فقد أطلقت فكرة المشروع: رؤية نينوى ٢٠٣٠، وتم إعدادها وصياغتها بالتعاون بين محافظة نينوى وعدد من أساتذة جامعة الموصل للوقوف على أرضية ثابتة للانطلاق في بداية القرن الحادي والعشرين (رؤية نينوى ٢٠٣٠ ، ٢٠١١).

٢. مضمون العمل

تنطوي رؤية نينوى ٢٠٣٠ على فكرة جديدة مضمونها تعبئة الجهود والموارد لمدينة تتنوع مواردها وطبيعتها وسكانها وميزاتها في موقعها، وما تواجهه من تحديات كبيرة، وعلى كل المستويات، فتكاد تكون الموصل الزاوية الشمالية الشرقية للوطن العربي، فتشكل مدخلاً كان وما زال وسيبقى حياً نحو نصف الكرة الشمالي، وبلوغ تلك الرؤية معناه تعايش سلمي وعمل ونمو وحركة لمواجهة تلك التحديات التي قد لا تجتمع في أي مدينة عربية غيرها.

إن عملاً كبيراً وضع أسساً علمية ومنهجية واضحة للتخطيط على مستوى الإدارة المحلية للمحافظة، وشخصت المعوقات والمشاكل والتحديات الكبيرة بهدف تعبئة الجهود لمواجهتها وكشفت وما تضمه المدينة من فرص كامنة وقدرات ومساحات متاحة للعمل والمناورة ووضع الأهداف بوضوح تجعل الجميع مؤمنين بتحقيقها فهي منهم وإليهم (رؤية نينوى ٢٠٣٠ ، ٢٠١١).

٣. القابلية للتطبيق والمساهمة في النمو

إن من أهم تداعيات العمل كشف كل الجوانب السلبية والإيجابية للمدينة من أجل الوصول لميزة تنافسية، وهنا ستكون المدينة أمام سباقات قطاعية تكون البيئة التنافسية ملعبها الذي يتحرك عليه اللاعبون في لعبة محكمة ومنسقة محركها الاستثمار الذي يتعامل مع ثنائية العائد والخطر بكل أنواعه ولاسيما الخطر السياسي سواء للمستثمر المحلي أو الأجنبي وهذا يعني إقبال أو عزوف المستثمرين عن الاستثمار، ومن هنا يركز البحث على ضرورة التحرك نحو تغيير الصورة الذهنية للآخر، وهذا ينبغي أن ينعكس من داخل المدينة في نمو الاستثمار وتطوره وعبر ما يأتي:

- الاستثمار الحكومي ويتناول: الاستثمار في البنية التحتية (الطرق والسكك الحديد والمطارات، وتصفية الماء وشبكات التوزيع، وشبكات والمجاري والصرف الصحي والكهرباء والطاقة والحماية البيئة والغابات والمحميات الطبيعية)
- الاستثمار في التعليم وقطاعاته المختلفة والصحة .
- الاستثمار في تأسيس البنية التحتية للاتصالات والشبكات .

- تهيئة متطلبات الاستثمار الخاص (قوانين ونظم وتعليمات وإجراءات ورقابة وسيطرة ونوعية)

أما الاستثمار الخاص فهو أمر مناط بتوفر كل متطلبات ومقومات الاستثمار من دون أي تدخل باستثناء :

- توفير المخططات العمرانية المدنية للمدينة
- توفير هيئة تسهل للمستثمر عمله (هيئة الاستثمار)
- الرقابة على نوعية الاستثمارات ومتابعة أدائها بما لا يخالف الشروط القانونية والتشريعية والبيئية وحقوق الإنسان .
- تسهيل وضبط العمل الضريبي .

٤. كيف تحسن الحكومة صورة مدينة الموصل لدى الآخر؟

مما سبق يمكن القول بأنه يفترض أن يكون هناك خطوات واضحة في ظل إستراتيجية تغيير الصورة في ضوء رؤية نينوى ٢٠٣٠ وعبر توصيات تتمثل بما يأتي .

١. الإعلام الموجه للآخر
٢. التركيز على وجود مراسلي وكالات أخبار عالمية وعربية ومراسلي فضائيات مرموقة واستقطابهم لا بل وفتح قنوات مهنية مع معظم المراسلين العراقيين والعرب والأجانب وتوفير الحماية لهم وإغرائهم بالمال اللازم.
٣. الجاليات الموصلية في الخارج
٤. محاولة فتح علاقات مع الجاليات الموصلية في مختلف دول العالم ومن خلال أقاربهم أو أصدقائهم وتشكيل جمعيات وإقناعهم بواقع الحال وضرورة تغيير الصورة التي لديهم ومجتمعاتهم .

التركيز على المواقع الإلكترونية باللغة الإنكليزية والفرنسية

محاولة تأسيس مواقع حية ونشطة توضح الأخبار وتخاطب الآخر من موقع الحدث (مدينة الموصل)

نشر البيانات والمعلومات والأخبار بالتفاصيل للأحداث من دون تدخل حكومي أو من دون معالجة أو مونتاج للأخبار المرئية والمسموعة.

المصادر

أولاً- المصادر باللغة العربية

١. الجميل، سرمد كوكب، إدارة الموصل: مقومات إستراتيجية وإعادة تشكيل؛ حلقة نقاشية ألقيت في مركز الدراسات الإقليمية في جامعة الموصل، بتاريخ ٨ نيسان ٢٠٠٩.
٢. الجميل، سرمد كوكب، أنموذج بناء منظومة شبكة علاقات اقتصادية وتجارية للعراق مع دول الجوار وإدارتها وإدامتها، مؤتمر مركز الدراسات الإقليمية – جامعة الموصل، ٢٧-٢٨ أيار ٢٠٠٩. ملفات المؤتمر.
٣. الجميل، سرمد كوكب، معوقات الاستثمار في الدول العربية، دار العابد للنشر، الموصل، كلية الحدباء الجامعة، ٢٠٠٩.
٤. رؤية نينوى ٢٠٣٠، محافظة نينوى، ٢٠١١.

ثانياً- المصادر باللغة الأجنبية

1. Begg , Iain , Cities and Competitiveness ,Journal of Urban Studies. Vol.36,No.5-6. 1990.
2. Bodie−Kane−Marcus , Investments, McGraw-Hill/Irwin, Fifth Edition. New York , 2002.
3. Jensen, Ole B. "Branding the Contemporary City – Urban branding as regional growth agenda?". Plenary paper for Regional Studies Association Conference, Aalborg University ,USA, May 2005.
4. Johan Jansson and Dominic Power, Image of the City, Nordic Innovation Center. Department of Social and Economic Geography, Uppsala University, Norway, 2006.
5. Porter, Michael E, The Competitive Advantage of Nations , Mac-Millian press, Ltd.(1990).
6. Sarah D. Shields, Regional Trade and 19th-Century Mosul: Revising the Role of Europe in the Middle East Economy , International Journal of Middle East Studies, Vol. 23, No. 1, (Feb., 1991).
7. Sarah D Shields, Mosul Before Iraq: Like Bees Making Five-sided Cells, State Universiy of New York Press, USA, 2000 .
8. Tatjana Skubic & Elton G. McGoun, Individuals, Images, and investments, Working Paper , Bucknell University, Pennsylvania , USA, 2000.
9. World Bank ,World Development Report 2009. The World Bank , Washington DC , 2009.