بناء العلامة التجارية للدولة، وأثر ذلك على جذب الاستثمارات الخارجية

**د. أحمد بن عبدالرحمن الشميمري - أستاذ إدارة الأعمال المشارك – عميد الدراسات العليا - جامعة القصيم**

**إن بناء العلامة أصبح واحداً من أقوى أدوات التسويق الاستراتيجي فهناك إدراك عام لدى الأكاديميين والممارسين بأن الدول يمكن أن يكون لها علامة كما هو الحال بالنسبة للسلع والخدمات. وأصبح موضوع بناء علامة للدولة قضية هامة خاصة لتلك التي تسعى إلى تعزيز مكانة لها على المستوى الدولي وتحرص على جذب الاستثمارات الأجنبية. وقد ازداد الاتجاه نحو تحسين الصورة الإيجابة دولياً بعد عولمة التجارة وانفتاح العالم الاقتصادي والثقافي الذي صاحبه انتشار حوادث الإرهاب وغسيل الأموال والجريمة المنظمة والحروب. وبالرغم من هذه الأهمية فإن مفهوم العلامة للأماكن يظل مفهوماً جديداً إلى حد ما، ويفتقد إلى الدراسات الميدانية والأكاديمية المنهجية.**

**وقد برزت فكرة أن تتصرف الدول كالشركات فيما يتعلق بالعلامة وأصبحت توجهاً مألوفاً لدى رجال التسويق والاقتصاد والسياسة خاصة في تلك الدول التي تسعى إلى اكتساب مزيد من القبول لها ولقيمها وتنشد لها موقعاً في السوق العالمية لترويج صادراتها، واجتذاب الاستثمارات والسياحة. وقد أوضحت الدراسات أن انتقال رأس المال الدولي يتأثر بالانطباع حول الدولة كعلامة، كما أن موقع العلامة وإدارة العلامة لدولة ما أصبح أداة حاسمة في جذب رأس المال العالمي لتلك الدولة.**

 **تهدف هذه الورقة إلى إلقاء الضوء على الأبعاد المميزة للعلامة التجارية للدول. وكيفية بناء هذه العلامة ومعالم تحديد قيمها ومميزاتها التنافسية المستديمة التي يمكن أن تبني من خلالها العلامة، وعلاقة هذه العلامة بجذب وتنمية الاستثمارات. كما الدراسة بعض النماذج الناجحة لبعض الدول التي بنت لها علامة تجارية عالمية مرموقة. كما تستعرض الورقة بالأرقام والرسومات البيانية النتائج التي توصلت إليها تلك الدول من تقدم في دعم استثماراتها وجذبها للعالم الخارجي. وأخيراً تضع بعض المقترحات والتوصيات المتعلقة بسبل إدارة وتعزيز علامة الدولة وتستخدم المملكة العربية السعودية نموذجاً.**

سيرة ذاتية مختصرة

د. أحمد بن عبدالرحمن الناصر الشميمري

* عميد الدراسات العليا- جامعة القصيم
* رئيس قسم إدارة الأعمال- جامعة القصيم – 2001- 2005.
* رئيس اللجنة العلمية – الجمعية السعودية للإدارة.
* مستشار سوق المال للاستشارات المالية.
* مستشار إدارة الأعمال لمجموعة المجد التجارية.
* عضو مجلس إدارة لعدد من شركات القطاع الخاص.
* له أكثر من 30 عملاً منشوراً ما بين مؤلف وبحث ودراسة في مجال إدارة الأعمال.