

إدارة الأعمال الدولية

المحاضرة الأولى

طبيعة وماهية إدارة الأعمال الدولية الجزء الأول

مقدمة

أولاً: تعريف إدارة الأعمال الدولية.

ثانياً: العولمة ومسبباتها.

مقدمة

من السمات التي ميزت العلاقات الدولية خلال الثلاثة عقود الأخيرة هو النمو السريع والمتزايد للأعمال الدولية في مجالات التبادل التجاري والاستثمارات والأدوات المالية (التدفقات التجارية والمالية). ويعزى هذا النمو في حجم التدفقات التجارية والمالية بين الأسواق العالمية إلى انفتاح الأسواق العالمية على بعضها البعض والنمو الهائل والسريع في:

- التكنولوجيا الصناعية والإنتاج (أساليب، أدوات وأنظمة الإنتاج الحديثة والمتطورة)،
- تكنولوجيا المعلوماتية، والاتصالات الالكترونية والإعلامية (قدرة البنوك على التحويل الفوري للأموال)،
- انتشار المراكز المالية وظهور الأساليب الحديثة لإدارتها.

أولاً: تعريف إدارة الأعمال الدولية

١ - مفهوم إدارة الأعمال الدولية *International Business concept*:

إن المقصود بمصطلح الأعمال الدولية أي نشاط تجاري لمنتج أو تاجر لسلعة أو خدمة يتعدى مداه وانتشاره الحدود الجغرافية لبلد ما.

وقد وردت عدت تعريفات في أدبيات الأعمال الدولية من ضمنها تعريف (Shiva Ramu) حيث يعرفها على أنها: "أي نشاط تجاري أو خدمي تقوم به أي منظمة أعمال عبر حدود وطنية لدولتين أو أكثر". ويعرفها د. عبد الرحمن على أنها: "معاملات بين أفراد أو منشآت من دول مختلفة". كما عرفت أيضاً على أنها: "الأنشطة التي تقوم بها الشركات الكبيرة التي تمتلك وحدات تشغيلية خارج بلدانها الأصلية (البلد الأم)".

فهي معاملات بين أفراد ومنشآت من دول مختلفة في شكل أنشطة تشغيلية وتجارية أو استثمارات متنوعة تمارسها المنشآت في دول تختلف عن البلد الأم وتمتاز بالديمومة. وبناءً على ما تقدم تتميز الأعمال الدولية عن الأعمال المحلية بأنها:

١. استثمارات (تشغيلية أو تجارية أو مالية) تتم في بلد غير البلد الأم (عبر حدود دولتين أو أكثر).
٢. إتمام تنفيذ عملياتها التجارية والمالية عبر حدود دولتين أو أكثر.
٣. ليست عابرة (ظرفية)، فهي تتسم بالديمومة.
٤. تتم من خلال أشكال وأنواع مختلفة - انتقال لرؤوس أموال أو تفاعل بين شركات مختلفة - (شركة والبلد المضيف، شركة وشركة، عدد من الشركات والبلد المضيف).

وترجع أسباب اندفاع المنشآت الدولية للعمل في ما وراء الحدود الوطنية في وقتنا الحاضر إلى:

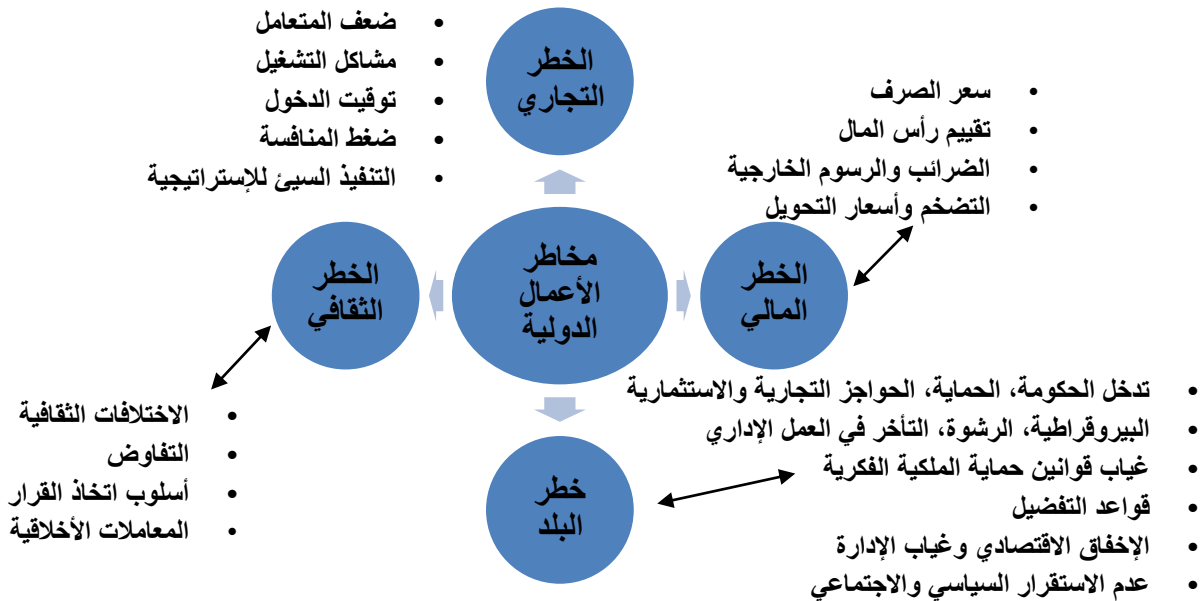
➤ **التغير التكنولوجي السريع في مجالات النقل، والاتصالات، مما يجعل الاستثمارات العالمية أكثر جدوى من الناحية الفنية والاقتصادية (انخفاض التكاليف التشغيلية وتكاليف النقل، والعمالة، والسرعة، وتدني المخاطر)،**

➤ **ظهور في العديد من الأسواق تشابه كبير من حيث احتياجات المستهلكين، ورغباتهم، وأذواقهم.. الخ**
زيادة الضغوط التنافسية حيث نتج عنها تكثيف التنسيق والتكامل في مختلف المجالات (التكنولوجيا، الإنتاج، التسويق.. الخ).

٢ - طبيعة إدارة الأعمال الدولية The Nature of International Business

- تركز دراسات الأعمال الدولية على المشاكل الخاصة والناجمة عن كون المنشأة الدولية تعمل في أكثر من دولة (بيئة دولية).
- تتم ممارسة الأعمال الدولية من طرف المنشآت الكبيرة والشركات الصغيرة (لم تعد تقتصر الأعمال الدولية إلا على المنشآت الدولية الكبيرة).
- تمارس المنشآت في الأعمال الدولية أنشطة مختلفة (السلع\الخدمات، الإنتاج\التسويق، المعدات\الأفراد.. الخ).
- تعتبر المعايير والمتغيرات البيئية الموجودة في البيئة الدولية في غاية الأهمية بالنسبة للمنشأة الدولية.
- تتميز الأعمال الدولية بضرورة انسجام المنشأة الدولية مع الظروف البيئية الجديدة التي تعمل فيها. (المعايير والمتغيرات الاقتصادية، والاجتماعية، والحضارية والثقافية، والتكنولوجية، والقانونية، والسياسية.. الخ).
- تمارس المنشأة الدولية أنشطتها في السوق الدولية في ظروف غامضة، ومتناقضة، تخضع للتغير السريع، مما يستلزم منها جهد أكبر لتحقيق الانسجام والتواء مع بيئة التعامل في البلد المضيف (بيئة الأعمال الدولية).

إن المنشأة التي تعمل في بيئة تعامل خارجية تكون عرضة لـ : أربع أنواع من المخاطر
The Four Risks of International Business وهي:



➤ كما تعد إدارة الأعمال الدولية جزءا من إدارة الأعمال، لذا فهي تستخدم إلى حد كبير نفس المنهجية وتطبق نفس القواعد والنظم.

غير أن منهاجها يتطلب بعدا إضافيا يستدعي معالجة خاصة تأخذ في الاعتبار **المضمار الدولي الخارجي**، حيث يراعى فيه الوضع الداخلي للدولة المضيفة ومتطلبات بيئة الأعمال فيها من حيث:

- ✓ تباين واختلاف الوحدات السياسية والتشريعية للدول؛
- ✓ اختلاف العادات والتقاليد والأعراف؛
- ✓ تنوع السياسات الوطنية والنزاعات القومية؛
- ✓ اختلاف النظام الاقتصادي والنظم النقدية والمصرفية؛
- ✓ اختلاف الأسواق الدولية من حيث الحجم والتوجهات،

ثانياً: العولمة ومسبباتها

١ - مفهوم العولمة: تعني كلمة العولمة جعل الموضوع المعنى على مستوى عالمي؛ فهي ترجمة للكلمة الإنجليزية (Globalization) والتي تعني اتساع دائرة الموضوع لجميع مناطق الكون. ومن أبرز سماتها: " تحرير المتاجرة في السلع والخدمات و التدفق غير المقيد لرؤوس الأموال عبر حدود أكثر من دولة

إن أساس العولمة هو الاندماج الاقتصادي ونمو التكامل بين مختلف دول العالم، مما يسمح لانتشار المنتجات، والتكنولوجيا، والمعرفة بغض النظر عن البلد الأصلي.

إن العولمة الاقتصادية مرحلة متقدمة تدير فيها الشركات أعمالها دون مراعاة:

١. للحدود الجغرافية

٢. السيادة الوطنية،

فهي أوسع من مرحلة التدويل (Internationalization) إذ تصبح فيها السوق العالمية وحدة واحدة مفتوحة تتنافس فيها الاقتصاديات والمنشآت دونما حواجز أو قيود خاصة في ظل ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال، فضلاً عن قوانين وشروط الهيئات الدولية كالمنظمة العالمية للتجارة وصندوق النقد الدولي.

٢ - ما هي الأسباب الرئيسية للعولمة:

أ) التقدم التكنولوجي Technological Progress:

نظراً للتطور التكنولوجي لم تعد تقتصر مشكلة الدول في الإنتاج (اقتصاديات الحجم)، وإنما البيع والتوزيع حيث لم تعد الأسواق المحلية كافية لاستيعاب واستهلاك حجم الإنتاج الكبير، مما استلزم البحث عن أسواق تتخطى الحدود الوطنية لتصرف فيها المنتجات. أصبح للتكنولوجيا دور كبير في وضع الأساس الفكري لمفهوم العولمة الاقتصادية واعتبار العالم وكأنه سوق واحدة ومتكاملة.

ويتجلى تأثير التكنولوجيا في مسار العولمة من خلال ما يلي:

- ✓ ابتداء طرق الإنتاج الشامل لتلبية حاجة أعداد متزايدة من المستهلكين في الداخل و الخارج (عولمة الإنتاج)؛
- ✓ تحسين طرق المواصلات لنقل أعداد وكميات أكبر من الموارد والبشر لمسافات أطول وبطرق أرخص وأسرع؛
- ✓ تحسين وسائل نقل، ومعالجة المعلومات، وثورة الاتصالات، للتحكم في الموارد والعمليات في أماكن مختلفة من العالم.

ب) تحرير التجارة الخارجية Liberalization of Trade:

وهنا يجب الإشارة تحديداً إلى:

- ✓ قيام اتفاقيات الجات GATT (الاتفاقية العامة للتعريفات والتجارة)
- ✓ قيام المنظمة العالمية للتجارة (World Trade Organization WTO) سنة ١٩٩٥م.
- ✓ الدور المحوري لبعض المنظمات الدولية كصندوق النقد الدولي (IMF-International Monetary Fund) والبنك العالمي (World Bank) في هذا المجال.

(ج) ازدياد التكامل الاقتصادي الإقليمي:

- يعتبر التكامل الاقتصادي أوسع من تحرير التجارة لأنه يشمل تسهيل انتقال عناصر الإنتاج بالإضافة إلى انتقال السلع والعمالة عبر الحدود الوطنية.
- يتضمن تنسيق السياسات الإنتاجية بين الدول.
- كما يتضمن أيضا توحيد العملة (الاتحاد الأوروبي/منطقة اليورو).
- يهدف التكامل الاقتصادي إلى رفع حجم المعاملات التجارية بين الدول ويرشد الاستثمار حيث يعطي مجالا لنمو الشركات من خلال اقتصاديات الحجم.

(د) تحرير الاقتصاد و تعاضد دور القطاع الخاص:

- والمقصود هنا تحكيم قوى السوق، حيث بدأ مع منتصف السبعينيات اتجاه جديد يرمي لتقليص دور الدولة في النشاط الاقتصادي و تحرير الاقتصاديات خاصة بالتزامن مع انهيار المعسكر الشيوعي كتوجه اقتصادي. مما أسفر على:
- رفع القيود الحكومية والسياسات التي كانت تستبعد دور القطاع الخاص،
 - الخصخصة (تحول ملكية الدولة إلى الخواص).

المحاضرة الثانية

طبيعة وماهية إدارة الأعمال الدولية الجزء الثاني

- ثالثا : أنواع الأعمال الدولية وأهميتها
 رابعا : الشركات المتعددة الجنسيات.
 خامسا : أشكال الاحتكارات والتكتلات في الأعمال الدولية.
 سادسا : إستراتيجية التنظيم في الأعمال الدولية.

ثالثا : أنواع الأعمال الدولية وأهميتها

يمكننا إرجاع أهمية الأعمال الدولية إلى الأرقام المذهلة و الخاصة بتطورها؛ بشكل تطورت معه الحاجة إلى إدارة الأعمال الدولية التي على حداتها أصبحت لها مكانتها البارزة في حقل المعرفة الإدارية.

قدر كل من الاستثمار أجنبي المباشر بـ(٠٢ تريليون \$ في ٢٠٠٥م) و استثمار أجنبي غير المباشر بـ(٠٤ تريليون \$ في ١٩٩٦م)

أنواع الأعمال الدولية

يمكن للمنشأة الدولية أن تمارس أنواعا مختلفة من الأعمال في أي دولة كما يمكنها أن تمارس أعمالها بصفة منفردة، أو بالمشاركة، أو بصورة جزئية مع جهة أخرى (منشأة من البلد الأصلي أو البلد المضيف، من بلد ثالث مع دولة مضيضة). و من أنواع هذه الأعمال:

١. التجارة الخارجية **International Trade**.
٢. الاستثمار الأجنبي **Foreign Investment**.

(١) التجارة الخارجية International Trade:

و هي مبادلات تجارية تتم في شكل تصدير و استيراد.

أ- التصدير (Exporting): هو نشاط بيع لسلع أو خدمات لمستهلك أجنبي من البلد الأم (المحلي) أو من بلد ثالث.

- ✓ مباشر(المنشأة الأم).
- ✓ غير مباشر (عبر وكالة للتصدير – عقد الوكالة-).

❖ عقود التصدير (الوكالة) Export Agent:

- هي عبارة عن اتفاقية بين طرفين يقوم بموجبها الطرف الأصيل بتوظيف الطرف وكيل لـ:
- ✓ بيع أو تسهيل أو إبرام اتفاقيات بيع سلع و منتجات الشركة لمستهلك نهائي أو الصناعي؛
- ✓ يتلقى الوكيل عمولة عن كل صفقة تتم.
- ✓ هو مجرد وسيط أو ممثل حيث تحتفظ الشركة بعلامته التجارية على السلع.
- ✓ كما يحتفظ الشركة أيضا بملكية السلع إلى أن تكتمل المبادلة.

ب- الاستيراد (Importing & Global sourcing):

شراء مستلزمات من موردين متواجدين في بلد أجنبي للاستعمال أو الاستهلاك في البلد الأم أو بلد ثالث.

(٢) الاستثمار الأجنبي Foreign Investment

هناك نوعان: المباشر **Direct Foreign Investment**

وغير المباشر **Indirect Foreign Investment**

(١) **مفهوم الاستثمار الأجنبي المباشر (Direct Foreign Investment):** هو إستراتيجية دولية طويلة المدى تتمثل في إقامة تواجد حقيق للمنشأة في الخارج عن طريق تملك أصول رأسمالية (آلات، ومعدات، و أراضي..الخ) حيث يمكن للمستثمر من إدارة المنشأة المساهم فيها و التأثير في إستراتيجياتها.

(٢) **الاستثمار الأجنبي غير المباشر (Indirect Foreign Investment):** هو إستراتيجية دولية قصيرة المدى تتمثل في شراء أوراق مالية (أسهم أو سندات تصدرها منشأة أجنبية أخرى)، يستهدف من ورائها تحقيق عوائد مالية و لا يمكن للمستثمر التأثير في مسار المنشأة.

❖ أشكال الاستثمار الأجنبي المباشر (Direct Foreign Investment):

(١) **الاستثمارات المشتركة Joint Ventures**

و بموجبها تقوم الشركة الدولية في حصة مشاركة مع شركة دولية أخرى لتنفيذ مشروع في بلد ثالث؛ كما قد تدخل الشركة المتعددة الجنسيات (ش.م.ج) في استثمار مشترك مع شريك محلي في بلد أجنبي؛ و أمام إدارة هذه المشروعات المشتركة ثلاثة بدائل هي:

- ✓ الإدارة المشتركة؛
- ✓ الإدارة التي يهيمن عليها الشريك صاحب الحصة الأكبر؛
- ✓ الإدارة المستقلة التي يكون فيها للمشروع مديره العام المستقل عن أي من الشريكين.

(٢) **الترخيص Licensing:** هنا تقوم الشركة بالسماح لشركة أخرى في بلد أجنبي باستعمال تقنية معينة أو اسمها التجاري مقابل إتاحة تدفعها الشركة المحلية. وتستعمل عقود الترخيص كأداة للدخول للأسواق الأجنبية (الشركات الصغيرة) التي تكون خبرتها في الأعمال الدولية ومواردها محدودة ولأنها منخفضة التكلفة وقليلة المخاطر.

و هناك ثلاث أشكال للترخيص:

أ- **الترخيص الرئيسي** وبموجبه تسمح الشركة لشركة أخرى توجد في بلد أجنبي باستخدام تقنياتها، والتكنولوجيا التي تملكها، أو براءات اختراعها، أو اسمها وعلاماتها التجارية، مقابل أجور عينية تدفعها الشركة الأجنبية (Coca Cola, Persil, Sheraton, Hilton..etc).

ب- **العقود الإدارية Management Contracts:** تلتزم بموجب شركة أجنبية المنفذة للمشروع بإدارته وتشغيله بعد إنجازه ويتم ذلك بموجب عقد متفق عليه مع الشركة المحلية مقابل أجر معين. ويقع ضمن مسؤولية الشركة الأجنبية تدريب الموظفين المحليين لتمكينهم من اكتساب الخبرة لإدارة المشروع في المستقبل.

ج- **حقوق الامتياز Franchising Rights:** تتم في شكل عقد تمنح من خلاله الشركة الأجنبية لشركة في بلد آخر حق الامتياز في صنع أو بيع سلعها وخدماتها أو استعمال علامتها واسمها التجاري مقابل أجر (McDonalds, Pizza Hut..etc).

٣. **عقود تسليم المفتاح Turn-Key contract:** تتمثل في تولي مسؤولية إنشاء وتشغيل المشروع حتى تسليمه جاهزا قابل للتشغيل إلى مالك المشروع (في البلد المضيف) مقابل أجر يتم الاتفاق على أسلوب وطريقة دفعه.

٤. **عقود التصنيع Manufacturing Contracts:** هنا تعقد (ش.م.ج) عقد مع شركة وطنية عامة أو خاصة (البلد المضيف)، يتم بمقتضاه قيام أحد الطرفين نيابة عن الطرف الثاني بتصنيع وإنتاج سلعة معينة، وربما وضع علامة الشركة الأخرى عليها وشحنها إليها فهي إذن اتفاقيات إنتاج بالوكالة وتكون عادة طويلة الأجل.

تلجأ (ش.م.ج) إلى هذا الشكل من أشكال الاستثمار الأجنبي المباشر بغرض الاستفادة من الامتيازات:

- الجبائية التي تقدمها الدول المضيفة (النامية)،
- انخفاض تكلفة اليد العاملة والمواد الأولية،

ما يسمح لها من تخفيض تكاليفها التشغيلية و تحقيق الميزة التنافسية.

رابعاً: الشركات المتعددة الجنسيات

تختلف أنواع و أشكال المنشآت و الشركات التي تعمل دولياً حيث اختلفت مسمياتها (الشركات الدولية، الشركات عبر الوطنية، الشركات العالمية أو الهيئات التجارية الدولية)، إلا أن أكثر الأسماء استخداماً هو مسمى الشركة المتعددة الجنسيات (ش.م.ج).

معايير الشركة الدولية:

- تتعامل مع أكثر من دولتين،
- أن تبلغ مبيعاتها الخارجية (رقم أعمالها) ٣٠% من إجمالي مبيعاتها السنوية،
- أن تحقق أرباحاً سنوية تتراوح ما بين ١٠-٢٠% من رأسمالها على مدى ثلاث سنوات على الأقل،
- أن تتصف أعمالها الدولية بالديمومة.

و يمكننا حصر أشكال الشركات الدولية في الآتي:

- (١) الشركة الدولية: هي التي تمتلك أو تتحكم في أنشطة اقتصادية في أكثر من بلد، سواء من خلال الاستثمارات المباشرة أو غير المباشرة؛ فهي بذلك:
 - ✓ تمتلك طاقة إنتاجية في أكثر من بلد؛
 - ✓ تدير طاقاتها وفروعها وفقاً لإستراتيجية واحدة؛
 - ✓ تشكل إطاراً لنقل الأموال والأفراد والسلع والأفكار، سواء بين رئاستها وفروعها أو بينها وبين زبائنها والشركات الأخرى.

يميز المختصون عموماً في إدارة الأعمال ما بين الأنواع الثلاثة التالية للشركات الدولية:

- أ- الشركة الدولية (International Company): تكون قاعدة ومحور أعمالها في موطنها الأم؛
- ب- الشركة متعددة الجنسيات (Multinational Company): وهي التي تتخذ أكثر من موطن لأعمالها؛
- ج- الشركة العالمية (Global Company): وهي مرحلة متقدمة لا يكون للشركة موطن محدد من حيث التوجه والنظرة لأعمالها.

خامساً: أشكال الاحتكارات والتكتلات في الأعمال الدولية

المقصود بالاحتكار هو تفاهم أو تكتل مجموعة من (ش.م.ج)، يتمركز تحت سيطرتها إنتاج أو تصريف الجزء الساحق من بضاعة أو تلك سعياً وراء الربح المطلق؛ ومن أهم أشكال الاحتكارات لدينا:

١. الكارتلات **Cartel**؛
٢. السنديكات **Syndicates**؛
٣. التروست **Trusts**
٤. الكونسورتيوم **Consortium**.

أ-الكارتل (**Cartel**): هو تكتل لمجموعة من الشركات يتفق أصحابها على أسعار البيع وتقاسم أسواق التصريف حيث يحددون كمية البضائع الواجب إنتاجها غير أن هذه المؤسسات تصنع وتبيع المنتجات بشكل مستقل.

ب-السنديكات (*Syndicates*): هو تكتل من شركات أكبر وأكثر تطورا من الكارتل. ضمن هذا التكتل يحق لأعضائه الإنتاج بصورة مستقلة. بينما لا يحق لهم (وفق أحكام العضوية)، بيع منتجاتهم أو شراء موادهم الأولية بأنفسهم، بل يتم ذلك من خلال جهازا تجاريا مشتركا.

ج-التروست (*Trusts*): هو احتكار تصبح فيه ملكية جميع المنشآت الأعضاء ملكية مشتركة، ويتقاضى فيه المالكون السابقون (مساهمين) الأرباح وفقا لنسبة أسهمهم.

د-الكونسورسيوم (*Consortium*): هو اتحاد يتكون من أكبر التروستات أو المنشآت من مختلف الفروع الصناعية والبنوك والشركات التجارية وشركات النقل والتأمين على أساس تبعية مالية مشتركة إزاء كبرى الشركات متعددة الجنسيات.

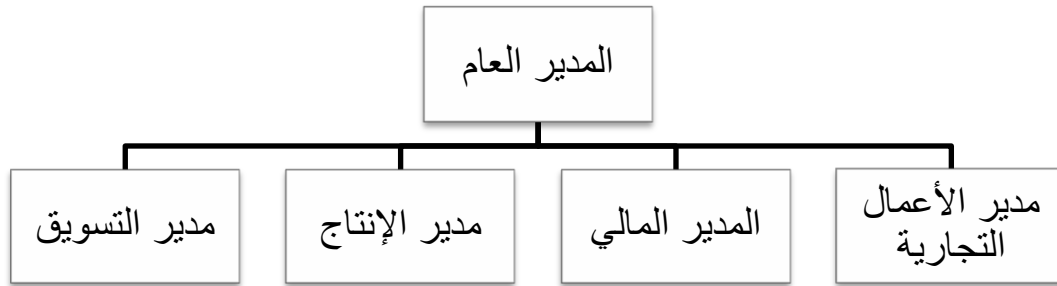
سادسا: إستراتيجية التنظيم في الأعمال الدولية

١. الهياكل التنظيمية الدولية:

لدينا العديد من الأشكال التنظيمية التي يجب اختيارها بما يتلاءم وإمكانات واحتياجات المنشأة منها:

(١) نموذج قسم الأعمال الخارجية: هنا يكون لفرع الأعمال الخارجية قسم مستقل بذاته يديره مدير يخضع للمديرية العامة للشركة جنبا إلى جنب مع باقي أقسام الشركة المختصة كلها بالسوق المحلي في بلد المقر (كما هو مبين في الشكل ٠١).

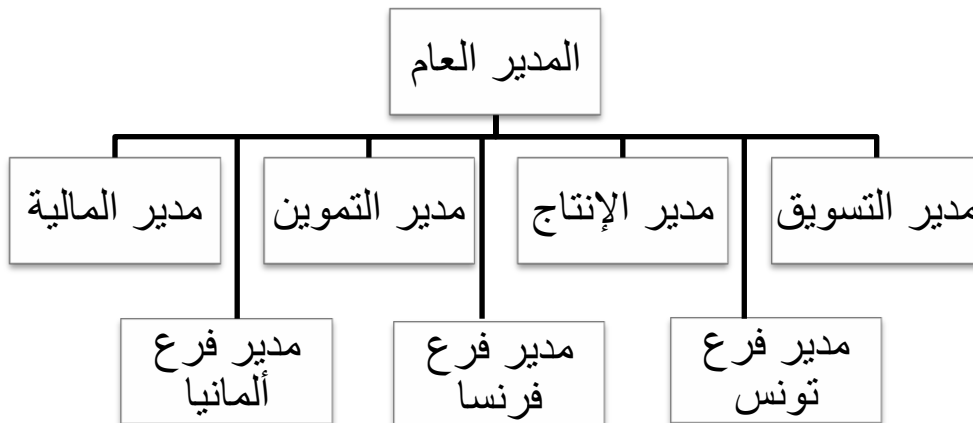
الشكل ٠١ يبين نموذج قسم الأعمال الخارجية



(٢) نموذج الشركة الخارجية المنفصلة:

تدار الأعمال الخارجية من خلال هذا النموذج كشركات أو أقسام منفصلة لكل منها مدير مستقل يخضع للمدير العام وهو بمثابة مساعد له (كما هو مبين في الشكل ٠٢)..

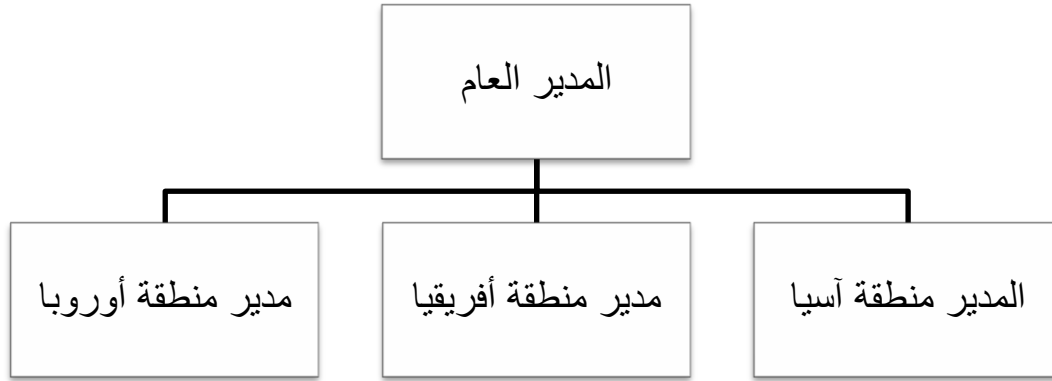
الشكل ٠٢ يبين نموذج الشركة الخارجية المنفصلة



(٣) نموذج التقسيم الجغرافي:

و يتكون من المدير العام إلى جانب مدراء المناطق الجغرافية التي تتولى المسؤولية الكاملة عن العمليات في مناطقها الجغرافية المختلفة بما في ذلك الإنتاج و التمويل (كما هو مبين في الشكل ٠٣).

الشكل ٠٣ يبين نموذج التقسيم الجغرافي



٤) نماذج أخرى:

و قد تكون الهيكلية اعتمادا على نماذج أخرى ك:

- الهيكلية الوظيفية
- الهيكلية على أساس السلعة.
- نماذج المختلطة التي تمازج حسب الحاجة بين هذا الشكل وذاك.
- نماذج في شكل شبكات.

٢. الاعتبارات المتعلقة باختيار الهياكل التنظيمية:

- ✓ حجم الأعمال الدولية للشركة ؛
- ✓ تاريخ المنشأة وتطور عملياتها؛
- ✓ فلسفة الشركة وثقافتها؛
- ✓ نوعية عمل الشركة واستراتيجياتها؛
- ✓ وجود الكوادر المؤهلة وما تضيفه من مرونة على الشكل التنظيمي.

المحاضرة الثالثة

نظريات التجارة الدولية الجزء الأول

مقدمة:

إن دراسة التطور التاريخي للتجارة الدولية يمكننا من إدراك و فهم ما أنجزته الدول والشعوب تماشياً مع تطور الفكر والوقائع الاقتصادية.

كما يعود اهتمامنا للخلفيات التاريخية لهذا التطور إلى سببين رئيسيين هامين هما:

- أن الظروف والأفكار و المفاهيم الاقتصادية التي سادت خلال فترات زمنية ماضية (القرن ١٦م و١٧م) مازال الكثير منها قائماً إلى حد ما.
- لقد أثار موضوع التجارة الدولية اهتمامات الكثير من رجال الفكر الاقتصادي الكلاسيكي وعلى رأسهم كل من **A. Smith** و **D. Ricardo**.

أولاً: نظريات التجارة الخارجية

١. النظرية التجارية (Mercantilist Theory)

- ظهرت النظرية التجارية (الميركانتيلية) في القرن ١٦م.
 - كانت المبادلات التجارية في تلك الحقبة الزمنية تتم بين الدول مستخدمة في ذلك الذهب والفضة كوسيلة للمبادلة.
 - تتشكل ثروة و قوة و نفوذ الأمم على أساس ما تمتلكه من معادن نفيسة.
 - تتبنى النظرية التجارية فكرة أن التصدير جيدة والاستيراد سيئ.
 - إن رفاهية الأمم هي نتيجة لميزان المدفوعات إيجابي حيث يتم تحقيقه بتعظيم الصادرات وتدني الواردات.
 - تنمو قوة و نفوذ الدولة كنتيجة لتراكم ثروتها المتأتية من تعظيم صادراتها.
- يتمثل جوهر النظرية التجارية في المتاجرة بالفائض المحقق أي تعظيم الصادرات وتدني الواردات.

٢. نظرية الميزة المطلقة (Absolute Advantage):

حاول الاقتصادي آدم سميث (**Adam Smith**) - باعتباره رائد هذه النظرية - تفسير أسباب قيام التبادل الدولي حيث نادى بـ:

- الحرية الاقتصادية و التبادل التجاري الحر،
- الحد من تدخل الدولة في الشؤون الاقتصادية للأفراد والمؤسسات،
- الحد من دور الدولة في تنظيم الاقتصاد والرقابة عليه من حيث فرض الرسوم الجمركية على الواردات و وضع السياسات المقيدة للتبادل التجاري وقوانين الحماية،
- التخصص في العمل وأكد على أهميته بالنسبة للأفراد والمؤسسات وكذا الدول.
- بضرورة وجود منافسة حرة، وأكد على أهميتها داخل السوق المحلي.
- بإمكان أي دولة أن تكون لديها كفاءة مرتفعة في إنتاج بعض المنتجات وأن تكون أقل كفاءة في إنتاج منتجات أخرى مقارنة بدول أخرى.
- يقوم مبدأ الميزة المطلقة لـ: **A. Smith** أنه يجب على الدولة أن تنتج إلا المنتجات التي تكون لها ميزة مطلقة أي بإمكانها إنتاجها بأقل تكلفة مقارنة بالدول الأخرى.

وبناء على ما تقدم كان **A. Smith** يعتقد بأن البلد يمتلك ميزة مطلقة في إنتاج سلعة معينة مقارنة ببلد أو بلدان أخرى ومن الصعب منافستها.

كنتيجة لذلك، بإمكانه التخصص في إنتاج تلك السلعة (التي يمتلك فيها ميزة مطلقة).

ويوضح **Adam Smith** من خلال المثال التالي:

- افترض **A. Smith** أن العالم مكوّن من دولتين هما دولة في الشمال ودولة في الجنوب؛
- تنتج كل منهما سلعتين هما القماش والقمح،
- تعيش كل منهما منعزلة عن الأخرى؛
- لا توجد بينهما تجارة وانتقال لعناصر الإنتاج أو السلع؛
- كما افترض ثبات مستوى التقنية المستخدمة،
- وثبات الطلب على السلعتين.

فقيام التجارة بين الدولتين سوف يفيدهما، وذلك بناءً على ظروف إنتاجية العمل التي تعطي كلاً منهما ميزة مطلقة في إنتاج إحدى السلعتين.

الجدول ٠١ يبين تكلفة العمل بالأيام لإنتاج وحدة من السلع التالية:

بلد	القماش (بالة)	القمح (طن)
الشمال	٠٢	٠٤
الجنوب	٠٦	٠٣

ما يمكننا استخلاصه من الجدول هو أن:

- ❖ لدولة الشمال ميزة مطلقة في إنتاج القماش (تكلفة إنتاج بالة من القماش في الشمال هي يومين (٠٢)، مقابل ستة أيام (٠٦) في الجنوب).
- ❖ لدولة الجنوب ميزة مطلقة في إنتاج القمح (تكلفة إنتاج طن من القمح في الجنوب هي ثلاثة أيام (٠٣) من العمل، مقابل أربع أيام (٠٤) من العمل الشمال).

- هذا ما يحفز دولة الشمال في التخصص في إنتاج وتصدير القماش إلى الجنوب بحكم أن لها ميزة مطلقة في إنتاجها. كما يمكنها استيراد المنتجات التي لا تمتلك فيها ميزة مطلقة. وبنفس المنطق سوف تتخصص دولة الجنوب في إنتاج القمح وتصديره في الشمال.
- وفقاً لهذا المنطق، بإمكان كل دولة من تحقيق الرفاهية بتخصصها في إنتاج المنتجات التي تمتلك فيها ميزة مطلقة، واستيراد المنتجات الأخرى التي لا تمتلك فيها ميزة مطلقة.

٢-نظرية النفقات\الميزة النسبية (Comparative Advantage):

تنسب هذه النظرية للاقتصادي البريطاني **D.Ricardo**؛ حيث بنى اعتقاده على أن العمل هو أساس القيمة، وأن قيمة السلعة تحدد بالفعالية النسبية لم ينفق لإنتاجها وصناعتها (أي العمل المبذول). وافترض **D.Ricardo** ما يلي:

فرضيات نظرية الميزة النسبية لـ: **D.Ricardo**:

- ✓ صعوبة انتقال عناصر الإنتاج إلى القطاعات الصناعية داخل حدود الدول؛
- ✓ المنافسة التامة (الكاملة).
- ✓ ثبات تكاليف الوحدة الواحدة مهما كان حجم الإنتاج؛
- ✓ افتراض اعتماد التبادل الدولي على المقايضة بدل النقود؛
- ✓ وجود بلدين يتبادلان السلع.
- ✓ أن تكاليف الشحن و النقل لا تدخل في حسابات تكلفة الوحدة من الإنتاج.
- ✓ العمالة التامة للاقتصاد (توظيف كامل و عدم وجود بطالة).

وتصور **D.Ricardo** بلدين وهما الولايات المتحدة الأمريكية (الو.م.أ) وبريطانيا حيث ينتج كل منهما النسيج والقمح وأن قيمة كل سلعة تتحدد بالفعالية النسبية للوقت المنفق في إنتاجها. وقدم المثال التالي:

الجدول ٠١ يبين إنتاج ١٠ أيام عمل

النسيج (باله)	القمح (الطن)	بلد
٠٣	٠٤	الولايات المتحدة
٠٢	٠١	بريطانيا

وفقا للجدول؛ تتفوق (الولايات المتحدة) في إنتاج السلعتين لكونها:

- ✓ تنتج أربع وحدات (٠٤ طن) من القمح، وثلاثة وحدات (٠٣ بالات) من النسيج خلال ١٠ أيام.
- ✓ بينما تنتج بريطانيا طن واحد (٠١ طن) من القمح، ووحدتين (٠٢ بالتين) من النسيج في ١٠ أيام.

يتضح لنا من الجدول أن (الولايات المتحدة) تتفوق على بريطانيا في إنتاج السلعتين (أي لها ميزة مطلقة) حيث تنتج كل من السلعتين بطاقة إنتاجية أعلى و تكلفة أقل مقارنة ببريطانيا.

السؤال الذي يمكننا طرحه على ضوء هذه النتيجة هو كالتالي: ما فائدة وجود تجارة بين الدولتين؟

✓ حاول **D.Ricardo** أنه يشرح أهمية التجارة الدولية بناء على الميزة النسبية **Comparative Advantage** على عكس ما قام به **A.Smith** لما برر أهمية التجارة الدولية على أساس الميزة المطلقة **Absolute advantage**.

✓ فالملاحظ من الجدول رقم ٠٢، أن (الولايات المتحدة) تمتلك ميزة مطلقة في إنتاج السلعتين، إلا أنه من الأفضل لها أن تخصص في إنتاج القمح وتصدره إلى بريطاني وتقوم باستيراد النسيج منها. والعكس بالنسبة لبريطانيا.

✓ ويعلل **D.Ricardo** ذلك بأهمية الميزة النسبية (**Comparative Advantage**) وكفاءة الإنفاق أي السهولة التي تنتج بها السلعة وليس وفق الميزة المطلقة (**Absolute advantage**) التي تمتلكها الدولة.

النتيجة:

- (الولايات المتحدة) ميزة مطلقة في السلعتين وتميزا مطلقا في القمح وتخلفا نسبيا في النسيج، وبهذا الشكل يتعين عليها أن تتخلى عما لديها فيه تخلف نسبي وتتخصص فيما لديها فيه تفوق مطلق؛
- أما بريطانيا فلها تخلف مطلق فيهما، لكن التخلف هذا؛ أقل في حالة النسيج (نسبي) وأكثر (مطلق) في حالة القمح، و هو ما يعني أن لديها ميزة نسبية في إنتاج النسيج.

❖ وبناء على هذا، فإنه من الأفضل على الدولتين القيام بالتجارة الدولية مهما توفرت الميزة المطلقة لدولة في إنتاج سلعة على عكس الأخرى لأن الأهم هو الميزة النسبية والسهولة التي تنتج بها السلعة.

❖ فبتخصص الدول في إنتاج ما هو أفضل لها (الميزة النسبية) وبيع السلع الأخرى (التي لا تمتلك فيها ميزة نسبية) يمكنهما من استخدام الموارد النادرة بكفاءة عالية.

لذا فإن اختلاف معدلات التبادل الداخلية سيدعو إلى التخصص و تبادل الفائض لتحقيق العائد للبلدين.

٤. نظرية نسب عوامل الإنتاج:

تطرح هذه النظرية في سياق النظرية ميزة النسبية، و إذا كانت هذه الأخيرة لم تحاول أن تفسر لنا بدقة اختلاف النفقات من بلد لآخر، فإن هذه النظرية حاولت ذلك مرجعة السبب إلى اختلاف الكميات المتوفرة من كل عنصر من عناصر الإنتاج في تلك الدول.

وتنسب هذه النظرية إلى الاقتصاديين هكشر وأولين، الذين وضعوا نظريتهما على أساس نقدي وحاولا تفسير أسباب وجود المزايا النسبية التي تؤدي لقيام التجارة الدولية:

فرضيات النظرية

❖ تختلف أسعار عناصر الإنتاج لاختلاف في الوفرة النسبية لكل عنصر داخل البلد المعني (فالأجور تكون رخيصة نسبيا في البلدان كثيرة السكان، و تنخفض أسعار المواد الخام في البلدان التي لها وفرة في الموارد الطبيعية، وهكذا...).

❖ تحتاج السلع المختلفة إلى نسب أو كميات مختلفة من عناصر الإنتاج (فبعضها يحتاج لعمالة أكثر أي أنها كثيفة العمالة وأخرى كثيفة رأس المال، وهكذا...).

النتيجة:

□ سيقوم كل بلد بإنتاج العنصر الذي يتوفر عليه بكثرة؛

□ حينما يتم التبادل الدولي سيقوم كل بلد بتصدير السلع التي يتميز في إنتاجها نسبيا، لذا ستكون أسعارها (بناء على نفقات إنتاجها) منخفضة نسبيا، وبالمقابل يستورد ما يعاني فيه عجزا نسبيا (ندرة) من عناصر الإنتاج.

وبالتالي تنتج و تصدر الدول السلع التي تكون عناصر إنتاجها متوفرة لديها بكثرة.

٥. النظريات الحديثة:

تظل نظرية الميزة النسبية هي السائدة بين الاقتصاديين و لكن هناك قلة متزايدة تنتقد وترفض وتشكك في افتراضات النظرية:

✓ هناك من يرفض فرضية ثبات التكلفة ووفرة العناصر محليا؛ (متوسط تكلفة الوحدة يميل إلى الانخفاض مع زيادة الإنتاج).

✓ يحتاجون بإمكانية جلب المواد من الخارج لبناء الميزة النسبية؛

✓ كما يرون أن هناك أسبابا أخرى قد تفسر التخصص (أسباب تاريخية أو الصدفة أو الحماية).

✓ لوحظ كذلك أن اعتماد الدول على التجارة الخارجية يرتبط بمدى حجمها وبالتالي تنوع ظروفها وثرواتها مما يستدعي من الدول الصغيرة أن تكون أكفأ فيما تخصص فيه.

من هنا جاءت النظريات الحديثة للتجارة الخارجية لتجيب عن السؤال التالي:

لماذا تتاجر الشركات مع الخارج؟

لأن تجارة الشركات هي من تجارة الدول، وبناء على هذا فمن ضمن الأسباب التي تقود الشركات للقيام بالأعمال الدولية عموما:

➤ وجود حاجات ورغبات متشابهة للأفراد في مختلف الدول،

➤ اشتداد المنافسة في الأسواق الداخلية،

➤ الاستفادة من الطاقة غير المستغلة ؛

➤ تخفيض التكاليف ؛

➤ تحقيق أرباح إضافية ؛

➤ تنويع وتقليل المخاطر ؛

➤ الاستيراد وضمان الإمدادات.

المحاضرة الرابعة

نظريات التجارة الدولية الجزء الثاني

ثانياً: التجارة الحرة و السياسة التجارية

١- السياسة التجارية للدولة :

السياسة التجارية هي انعكاس لموقف الدولة ونظرتها إلى التجارة الخارجية كأداة لتحقيق مصالحها الاقتصادية القومية؛ فهي بذلك عمل من أعمال السيادة.

فلكل دولة أهداف قومية تسعى إلى تحقيقها من خلال سياساتها الاقتصادية المختلفة.

٢- أنواع السياسات التجارية:

عادة ما تقسم إلى النوعين التاليين:

أ- السياسة الحمائية: وتعني الوضع الذي تستخدم فيه الدولة سلطتها العامة للتأثير بطريقة أو أخرى على المبادلات الدولية من حيث الحجم و طريقة تسوية المبادلات.

• الأشكال المختلفة للحماية:

✓ الرسوم الجمركية

✓ الترخيص؛

✓ نظام الحصص؛

✓ الرقابة على أسعار الصرف؛

✓ الضرائب الإضافية؛

✓ أساليب مختلفة أخرى للحماية (عراقيل إدارية شعارات قومية مناهضة...).

ب- حرية التجارة: وتعني الوضع الذي لا تتدخل فيه الدولة في العلاقات التجارية الدولية.

لقد تعزز هذا الاتجاه عالمياً مع التوقيع على الاتفاقية العامة للتعريفات والتجارة (GATT) في ١٩٤٧م و التي خلفتها منظمة التجارة العالمية (World Trade Organization) . العام ١٩٩٥م

الدور المحوري (GATT) في تحرير التجارة:

➤ تهدف إلى إزالة التفرقة في التبادل التجاري و تحرير التجارة بين أعضائها.

➤ يتمثل نشاطها في القيام بدورات من الاجتماعات و المفاوضات الدورية التي تتم كل عدة سنوات تناقش فيها مواضيع مثل:

✓ تخفيض التعريفات الجمركية

✓ تقليل استخدام الحصص

✓ تبني و تحفيز إجراءات تشجع التجارة بين الدول.

٣- المنظمة العالمية للتجارة:

هي امتداد لاتفاقيات ألغات (GATT) بحيث وافق المتعاقدون بمراكش في أبريل ١٩٩٤ (دورة الإرجواي) على تأسيس منظمة التجارة العالمية بحيث أصبحت كل الأطراف المتعاقدة في ألغات (GATT) أعضاء في المنظمة.

ظهرت رسمياً في ١/١/١٩٩٥ ومقرها بجنيف سويسرا.

٤- مهام المنظمة العالمية للتجارة: تتمثل مهامها في كونها:

✓ منبر للتفاوض متعدد الأطراف لتحرير التجارة الخارجية؛

✓ إدارة إجراءات تسوية النزاعات بين دول الأعضاء؛

✓ إدارة استعراض آلية الإجراءات السياسية؛

✓ التعاون مع صندوق النقد الدولي والبنك الدولي ووكلائهما لتنسيق السياسات الاقتصادية العالمية.

٥. مبادئ منظمة التجارة العالمية :

(١) مبدأ الدولة الأولى بالرعاية: أي أن تلتزم الدولة وتمنح لكل الدول الأعضاء في الاتفاقية (الدول المتعاقدة) أي تخفيض جمركي تمنحه لأي دولة شريكة لها في التجارة، على أن الاتفاقية تقر الاستثناء في ثلاث حالات هي:

➤ السلع المصنعة المستوردة من الدول النامية يمكن إعطاؤها أفضلية مقارنة بالسلع المصنعة من الدول المتقدمة؛

➤ الميزات الممنوحة بين دول أعضاء في تجمع اقتصادي كالمجموعة الأوروبية مثلاً ليس من الضروري أن تنطبق معاملة الأعضاء فيها على الدول غير الأعضاء في تلك المجموعة؛

➤ الدول التي تفرق ارتباطاً ضد واردات من دول أو دولة معينة يمكن للدولة المتضررة حرمانها من معاملة (الدولة الأكثر رعاية).

ب-مبدأ الشفافية: هي أي التزام الأعضاء بنشر جميع المعاملات المتعلقة بالممارسات والإجراءات والقواعد التي تمس التجارة بشكل أساسي، و يدخل ضمن هذا الإطار عدم اللجوء إلى **الحواجز غير الجمركية** لأنها غير شفافة.

ج-مبدأ المعاملة الوطنية (إسقاط قواعد التفضيل): أي أن يمنح المنتج الأجنبي نفس المعاملة الممنوحة للسلع المحلية على صعيد التداول والتسعير والضرائب والمواصفات .

ثالثاً: التكامل الاقتصادي

١. تعريف التكامل الاقتصادي:

هو أن تقوم مجموعة من الدول المتقاربة جغرافياً في العادة بزيادة ارتباطها اقتصادياً و ذلك بفتح أسواقها أمام بعضها و زيادة التعاون بينها، و توسيع نطاق السوق و زيادة فرصة الرفاهية.

٢. مزايا التكامل الاقتصادي :

- ✓ توفير الفرص التجارية المختلفة؛
- ✓ زيادة الكفاءة الإنتاجية؛
- ✓ زيادة الرفاهية و تحقيق النمو الاقتصادي؛
- ✓ الاستفادة من اقتصاديات الحجم.

٣. أشكال و مراحل التكامل الاقتصادي:

(١) منطقة التجارة الحرة: هنا يقتصر التكامل على إزالة الحواجز الجمركية وغير الجمركية بين الدول الأعضاء ولكل دولة الحرية في فرض رسوم أو تخفيضها فيما بين تلك الدول وأية دولة أخرى غير عضوه في منطقة التجارة الحرة (مثاله منطقة التجارة الحرة لأمريكا الشمالية نافتا (NAFTA) المكونة من الولايات.م.أ، و كندا، و المكسيك).

(٢) الاتحاد الجمركي: يتعدى الأمر هنا إزالة الرسوم الجمركية فيما بين الدول المعنية إلى وجود اتحاد جمركي واحد في مواجهة دول العالم المتبقية، فيكون لكل الدول الأعضاء رسوم جمركية موحدة.

(٣) السوق المشتركة: بالإضافة إلى إزالة الحواجز التجارية فيما بينها ووجود اتحاد جمركي، توافق الدول الأعضاء على السماح لعناصر الإنتاج من عمالة و رأس مال بالانتقال بحرية بين الدول الأعضاء.

(٤) الاتحاد الاقتصادي: نفس صفات السوق المشتركة مع درجة عالية من التنسيق في السياسات الاقتصادية النقدية والمالية مع عدة قوانين مشتركة ومع خلق سلطة اتحادية كالبرلمان الأوروبي وكذا توحيد العملة.

(٥) تكامل اقتصادي وسياسي تام: هنا تنشأ مؤسسات مشتركة جديدة كالبنك المركزي وتزيد سلطات المؤسسات المشتركة القائمة كالبرلمان والمحكمة الاتحادية وتتوحد الضرائب إلى أن تصبح المجموعة وكأنها دولة واحدة.

المحاضرة الخامسة

ميزان المدفوعات وأسعار صرف العملات

مقدمة

تولي الدول اهتماما خاصا بتدفق تجارتها و ديونها الخارجية، كما تهتم به وسائل الإعلام المختلفة و تنشر أخباره ليطلع الناس على الوضع الاقتصادي للدولة و معرفة ما إذا كانت تعاني من عجز تجاري أو إذا كانت بحاجة إلى تعديل لميزان مدفوعاتها مع عدد من الدولة الأخرى التي لها علاقات تجارية معها.

وتستعين الدول و المنظمات في مزاولتها لأعمالها الدولية بمجموعة من المفاهيم والأدوات والتقنيات المالية والاقتصادية من ضمنها:

➤ ميزان المدفوعات

➤ أسعار الصرف والعملات.

- يعتبر ميزان المدفوعات واحد من أكثر المؤشرات الاقتصادية التي يهتم بها رجال الاقتصاد والسياسة في البلد حيث يوفر الإحاطة الكاملة بعناصر التجارة والمعاملات الدولية.
- فميزان المدفوعات انعكاس لـ:

- ✓ قيم البضائع المصدرة و المستوردة،
- ✓ إيرادات الشركات الوطنية و شركات النقل و الشحن الأجنبية،
- ✓ إيرادات مواطنيها المقيمين بالخارج (حركة السياحة)،
- ✓ الأرباح الرأسمالية المحققة من الاستثمارات الخارجية،
- ✓ كافة الإيرادات القادمة من الخارج سواء كانت من أفراد أو هيئات أو شركات خلال فترة زمنية عادة ما تكون سنة واحدة.

أولاً: تعريف ميزان المدفوعات

- ما هو ميزان المدفوعات؟

- و ما هي مكوناته؟

هو "بيان حسابي تسجل فيه قيم جميع التعاملات الاقتصادية من السلع والخدمات والهبات والمساعدات الأجنبية وكل المعاملات الرأسمالية وجميع كميات الذهب النقدي الداخلة والخارجة إلى ومن بلد ما، خلال فترة معينة عادة سنة".

➤ فميزان المدفوعات لأي دولة عبارة عن بيان حسابي لجميع المعاملات التجارية و الاقتصادية بينها و بين سائر دول العالم، و كل دولة تحتفظ بعلاقات تجارية مع دولة أخرى لها معها ميزان مدفوعات يتم عليه القياس.

➤ إذا حقق ميزان المدفوعات فائضا لدولة معينة فنقول عنه أنه يميل لصالح تلك الدولة على حساب الدولة الأخرى. و في هذه الحالة يكون للدولة الأخرى عجزا في ميزان مدفوعاتها.

يجب الإشارة هنا أنه ككل الحسابات، إذا أدى التعامل إلى:

- ✓ كسب عملة أجنبية فإن ذلك يدعى رصيда دائما ويسجل كبنء موجب (+) في الطرف الدائن للحساب.
- ✓ أما إذا اشتمل التعامل على إنفاق عملة أجنبية فإن ذلك يدعى رصيда مءينا ويسجل في الطرف المءين كبنء سالب (-).

قاعدة: تكون الصادرات دائنة والواردات مءينة.

وعليه، ينقسم الحساب إلى جانبين أحدهما دائن والآخر مدين:

□ الجانب الدائن فيحتوي على المعاملات التي ينتج عنها مدفوعات للبلد المعنى من الدول الآخر (الصادرات).

□ أما الجانب المدين يحتوي على المعاملات التي تنتج عنها مدفوعات من البلد المعنى إلى البلدان الأخرى (الواردات).

قاعدة: يتم تسجيل أية معاملات تترتب عنها :

✓ مقبوضات أو تحصيلات من الغير للبلد المعنى في الجانب الدائن (صادرات).

✓ مدفوعات للغير في الجانب المدين (واردات).

ثانياً: مكونات ميزان المدفوعات

يتكون ميزان المدفوعات من الحسابات التالية:

١. الحساب الجاري.
٢. حساب رأس المال.
٣. الفروقات الإحصائية (مجموع التعديلات في الميزان التجاري، وميزات حساب رأس المال).
٤. حساب التسويات (صافي الاحتياطات من الذهب والأصول المتداولة الأخرى).

١. الحساب الجاري (المعاملات الجارية): يتكون من جزأين هما:

أ - الميزان التجاري: ويشمل التجارة المنظورة أي صادرات وواردات البلد من السلع.

ب ميزان التجارة غير المنظورة: ويتكون من صادرات وواردات البلد المعنى الخاصة بالخدمات كأجور النقل والشحن وخدمات التأمين والسياحة الخارجية.

قاعدة: إذا زادت قيمة الصادرات عن الواردات نقول أن لدينا فائضا في الميزان، وفي حالة العكس يكون لدينا عجز فيه.

٢. حساب رأس المال (المعاملات الرأسمالية):

هي تحركات لرؤوس الأموال تزيد مدتها عن السنة؛ كالاستثمارات المباشرة، و القروض طويلة الأجل، وأقساط سدادها، حيث يتم تسجيل في:

➤ الجانب الدائن القروض الرأسمالية، والاستثمارات الأجنبية الآتية من الخارج، وكذلك أقساط الديون الوطنية المستحقة على الخارج (صادرات).

➤ الجانب المدين القروض والاستثمارات المقدمة للخارج، وكذلك سداد أقساط الدين لفائدة الخارج (واردات).

٣. صافي الاحتياطات الدولية من الذهب النقدي والأصول الثابتة

إن التوازن الحسابي هو عملية حتمية في ميزان المدفوعات يتم بواسطة التحركات في عناصر احتياطات الدولية التي تتشكل من:

✓ رصيد الدولة من الذهب لدى السلطات النقدية وما تحتفظ به البنوك كأرصدة؛

✓ رصد العملات الأجنبية و الودائع الجارية التي تحتفظ بها السلطات النقدية الحكومية والبنوك التجارية الواقعة تحت رقابتها؛

✓ الأصول الأجنبية قصيرة الأجل مثال ذلك أدونات الخزانة الأجنبية والأوراق التجارية التي بحوزة الدولة وهي التزامات على الحكومات والشركات الأجنبية والمواطنين الأجانب.

✓ الودائع التي تحتفظ بها السلطات والبنوك الأجنبية لدى البنوك الوطنية.

ثالثاً: الاختلال في ميزان المدفوعات

- يحدث التوازن في ميزان المدفوعات عندما تكون جميع العناصر المدينة في الحسابين الجاري والرأسمالي مساوية لمجموع العناصر الدائنة فيهما.
- في هذه الحالة لن نحتاج إلى تسوية من خلال حساب الاحتياطات، وعندها نكون أمام توازن اقتصادي حقيق، علماً أن ذلك قد يحدث بصفة تلقائية.
- يمكن أن يكون العجز في ميزان المدفوعات مؤقتاً وأسبابه ظرفية (جفاف ينتج عنه انخفاض كبير في الصادرات)، وإما أن يكون العجز دائماً (هيكلية) ويستمر لسنوات.
- كما يؤثر العجز في ميزان المدفوعات على الأعمال الدولية حيث أن:
 - ✓ عدم توازن ميزان المدفوعات يؤثر على وفرة العملة الصعبة التي تحتاجها الشركات الدولية (نقل أرباحها أو أعمال أخرى).
 - ✓ عدم التوازن يؤدي إلى فرض قيود على الاستيراد الأمر الذي سيؤثر حتماً على الشركات الدولية.

رابعاً: أسعار صرف العملات

١. يقصد بسوق الصرف؛ السوق الذي تباع فيه العملات و تشتري.
٢. يتكون سوق الصرف من مجموعة من البنوك و الوسطاء والهيئات الأخرى التي تعمل في سوق الصرف عن طريق الوساطة أو المضاربة أو المتاجرة في العملات الأجنبية (بنوك، مكاتب صرافة، أفراد مصرح لهم أو أسواق عالمية للصرف الأجنبي كسوق نيويورك، ولندن، وطوكيو وفرانكفورت.. الخ).
٣. وظائف سوق الصرف:
 - تتمثل وظائف سوق الصرف في:
 - ✓ نقل القوة الشرائية من طرف لآخر؛
 - ✓ توفير فرصة حماية للمتعاملين من تقلبات العملات؛
- السماح لهذه السوق بالموازنة و التحكم في الأوراق الأجنبية من خلال آليات السوق (العرض و الطلب).
٤. تحديد أسعار صرف العملات الأجنبية:

يتمثل سعر الصرف في القيمة التي تبادل بها عملة بعملة أخرى ويحدد وفقاً لقوانين العرض و الطلب، غير أنه من وجهة النظر التاريخية مر بعدة تطورات هي:

(١) سعر الصرف على أساس قاعدة الذهب:

قبل الحرب العالمية الأولى كانت قيمة العملة تحدد بوزن معين من الذهب يمكن مبادلتها به، أي أن مبادلة الذهب بأي عملة كانت تتم بسعر ثابت هو السعر الأساسي مع تأثير السعر السوقي قليلاً بالعرض والطلب.

وقد تتأثر قيمة العملة سلباً إذا زادت واردات البلد المعني عن صادراته إذا لم تغط الصادرات كمية الذهب المدفوعة مقابل الواردات.

(٢) نظام قاعدة تبادل الذهب:

بعد انتهاء الحرب العالمية الأولى و انهيار البورصات سنة ١٩٢٥ وتدني الثقة، انهيار نظام قاعدة الذهب، واستمر الوضع لما بعد قيام صندوق النقد الدولي بعد الحرب العالمية الثانية حيث نشأ نظام قاعدة مبادلة الذهب بالدولار الأمريكي كعملة وحيدة قابلة لذلك وبسعر ثابت (٣٥ دولار لأونصة الذهب الواحدة)، وبموجب ذلك ألزمت كل دولة بتثبيت قيمة عملتها مقابل الدولار، مع إمكانية تغييرها بمرونة ٢,٥% ارتفاعاً أو انخفاضاً.

٣) تعويم أسعار العملات:

في العام ١٩٧١ أعلنت الولايات المتحدة، نتيجة عدم قدرتها على الوفاء، أنها ستبيع الذهب فقط للبنوك المركزية للدول وليس للبنوك التجارية والمؤسسات المالية. وأعقب ذلك فك ارتباط الذهب بالدولار، وأصبحت بالتالي أسعار جميع العملات، بما فيها الدولار، معومة أمام الذهب، وأصبح سعر كل عملة يتحدد صعودا وهبوطا على أساس العرض والطلب في السوق.

٥. التحديد الحر لأسعار العملات الأجنبية

يتم ذلك وفقا لآليات العرض والطلب على عملة في سوق معينة (الطلب على الجنيه الإسترليني في الولايات المتحدة الأمريكية).

٦. طرق تحديد أسعار العملات

١) نظرية تعادل القوى شرائية

- تقوم هذه النظرية على فكرة أن قيمة العملة تتحدد أولاً داخل بلدها، وفقا لما تستطيع شراؤه من البضائع في السوق المحلي.
 - فكلما زادت كمية البضاعة التي تشتريها مقابل وحدة النقد من السوق المحلي كلما زادت قيمة العملة في بلدها.
 - وكلما زادت القوى الشرائية للعملة الوطنية في الداخل فإن ذلك سيؤدي إلى ارتفاع قيمة ذات العملة في الخارج.
- تزداد قيمة العملة بزيادة قوتها الشرائية.

- قد تفيد هذه النظرية على المدى القصير والسلع التي يمكننا نقلها من بلد إلى آخر في إطار التبادل التجاري الحر،
- بينما لا يمكننا تطبيقها على الكثير من السلع والخدمات التي يتعذر نقلها (الأراضي، والشقق، والخدمات الصحية والتعليمية، والتأمين..الخ)، بحكم أن هذا النوع من السلع غير قابل للتصدير ولا الاستيراد.

٢) مؤشر فيشر (Fisher) العالمي

- قدم (Fisher) نظريته لتفسير استمرار تغير أسعار العملات (المدى البعيد)، وبموجب هذه النظرية فإن أسعار العملات تتحرك كاستجابة للتغير في أسعار الفوائد، بمعنى أن العملة التي تكون عوائدها أعلى تكون قيمتها تبعا لذلك أعلى.
- وعليه فإن أسعار العملات تتحدد على أساس سعر الفائدة على ودائع العملة في داخل البلد فتزيد مع زيادة سعر الفائدة و تقل مع تراجع سعر الفائدة.

تطبق معظم البنوك المركزية سياساتها النقدية على هذا الأساس حيث:

- ✓ يطبق سياسات متشددة للمحافظة على استقرار أسعار الصرف بغرض التحكم و السيطرة على اتجاهات أسعار الفائدة،
- ✓ يهدف البنك المركزي إلى منع معدلات التضخم باستخدام سعر الفائدة كأداة تساعد على تحديد كمية النقد المعروضة في السوق مقابل الطلب عليها.

٣) نظرية الأرصدة

يتحدد سعر الصرف بناءا على هذه النظرية وفقا لوضع ميزان المدفوعات.

- فالدولة التي تحقق فائض في ميزان المدفوعات فإن قيمة عملتها ترتفع.
 - أما الدولة التي لديها عجز في ميزان المدفوعات فإن قيمة عملتها تنخفض تبعا لذلك.
- إن وضع ميزان المدفوعات للدولة هو الذي يحدد قيمة عملتها.

٤) العقود الآجلة لأسعار الصرف

إن التذبذب المستمر في أسعار العملات ارتفاعا وهبوطا يحمل معه مخاطر على عوائد هذه العملات أو قيمتها خاصة عند تحويل العملة إلى عملات أخرى. ولتجنب هذه المخاطر، يلجأ المتعاملين إلى إبرام العقود الآجلة لأسعار الصرف في الأسواق العالمية بناء على توقعات في تدبب ذات العملة في المستقبل.

٧. مخاطر تقلب أسعار الصرف

- إن لارتفاع و انخفاض أسعار الفائدة على الودائع المصرفية تأثيرا على أسعار العملة المحلية وأسعار الأسهم و السندات وغيرها من الاستثمارات.
- فارتفاع سعر الفائدة يؤدي إلى انخفاض أسعار الأسهم والسندات في السوق، (المستثمر العادي يبحث على العائد الأعلى والأقل مخاطرة).
- ففي هذه الحالة سيفضل بيع ما لديه من الأسهم والسندات ووضع قيمتها كوديعة في أحد البنوك التي تعطي سعر فائدة أعلى مما يمكن أن يحصل عليه من استثماره في الأسهم والسندات.

المحاضرة السادسة

الاستثمار الأجنبي (أنواعه، نظرياته وسياساته)

مقدمة

لقد سبق لنا و أن أشرنا في الفصل الأول أن الأعمال الدولية تمارس من خلال أشكال مختلفة، كما أشرنا أيضا أننا نجد ضمن هذه الأشكال؛ الاستثمار الأجنبي **Foreign Investment** إن كان ذلك بشكل مباشر **Direct Foreign Investment** أو غير مباشر **Indirect Foreign Investment**.

فتشكل الاستثمارات الأجنبية محور اهتمام كبير من طرف رجال الأعمال والشركات، والدول. ويتركز هذا الاهتمام حول التساؤلات الخاصة بـ:

- ✓ جدوى الاستثمار في الخارج وبالأخص في الدول النامية؟
- ✓ الأسباب التي تدفع المنشآت والدول للاستثمار في الخارج ؟
- ✓ محددات هذا الاستثمار؟
- ✓ أساليبه وسياساته ؟
- ✓ الآثار (الاقتصادية، والاجتماعية، والسياسية..الخ) التي تترتب عنه ؟

أولاً: مفهوم وطبيعة الاستثمار الأجنبي

- نقصد بالاستثمار الأجنبي مجمل التدفقات المالية التي يقوم بها مستثمر في بلد غير البلد الأم ويكون إما طويل أو قصير المدى.
- يتمثل الاستثمار الأجنبي دخول المنشأة في التعامل مع دولة أو شركة تتواجد في دولة أخرى (البلد المضيف) غير البلد الأم.
- قد ينتج عن الاستثمار الأجنبي المساهمة في إنشاء شركة بشكل انفرادي أو في شكل شراكة مع شركة خاصة أو عامة في البلد المضيف (استثمار مباشر)، ويبدو من خلال تملك لأصول رأس مالية (أراضي معدات) والقيام بأنشطة مختلفة (الإنتاج، التسويق، التوزيع، النقل..الخ) في البلد المضيف.

تعريف الاستثمار الأجنبي..١..

- كما يمكن أن يقتصر على تدفقات مالية من البلد الأم إلى البلد المضيف (استثمار غير مباشر). وفي هذه الحالة يكون الاستثمار الأجنبي في شكل تملك لأصول مالية (أسهم، سندات لشركات أجنبية..الخ).

ثانياً: نظريات الاستثمار الأجنبي

١. الاستثمار الأجنبي والنظرية الاقتصادية التقليدية:

(١) مدلول النظرية:

- لم تهتم هذه النظرية كثيراً بالاستثمار الأجنبي وكانت ترى أنه مجرد تابع ومكمل للتجارة الخارجية. فهي تفترض بالأساس استحالة انتقال عناصر الإنتاج ما بين الدول؛ وعموما فإنه يمكننا تقديم محتواها وفق الخطوات التالية:
- تفترض النظرية أن رأس المال والعمل عنصرين يمكن أن يعوض أحدهما الآخر، أي أنه إذا كان لدينا عجز في رأس المال فيمكن أن نعوضه بالعمل والعكس صحيح.
- أننا نستخدم رأس المال أكثر ما يمكن إذا كانت تكلفته منخفضة ونعوضه بالعمل إذا كانت تكلفته مرتفعة؛
- إذا كان لدينا فائض في رأس المال فإننا نقوم بتصديره واستيراد عمالة عوضاً عنه؛

➤ بما أن تنقل رأس المال هو الأسهل بين جميع عناصر الإنتاج فإن وجود فائض منه يؤدي إلى قيام الاستثمار الخارجي، حيث يبدأ رأس المال في التدفق من بلد الوفرة إلى بلد الندرة إلى أن يتساوى العائد على الاستثمار في البلدين.

تستخلص النظرية إلى أن عملية الاستثمار الأجنبي تبدأ وتنتهي من تلقاء نفسها ومحركها الأساسي هو العائد على رأس المال.

(٢) نقد النظرية:

وجهت لهذه النظرية عدة انتقادات من ضمنها:

✓ كان يمكن أن تكون هذه النظرية مقبولة عندما يتعلق الأمر بالاستثمار غير المباشر (مجرد شراء أوراق مالية أو سندات وقروض مالية وبيعها)، لكن اليوم أصبح حجم الاستثمار الأجنبي المباشر كبيراً.

✓ الاستثمار غير المباشر قصير ومحدود وذو حجم قليل مقارنة بالمباشر، وهدفه الأساسي هو العائد، أما الاستثمار المباشر فيشكل قراراً أو التزاماً طويل المدى لرأس المال وهو امتلاك لأصول ملموسة لا مجرد أوراق .

✓ لا تفرق النظرية بين الاستثمار الأجنبي المباشر وبين مجرد تحركات لرأس المال، في حين أن الاستثمار الأجنبي المباشر ليس مجرد انتقال الأموال بل هو كذلك انتقال لقدرات إدارية ومعرفة وتقنية.

✓ لا تفسر النظرية تبادل الاستثمار ما بين البلدان، فإذا كان هدف الاستثمار هو مجرد العائد فكيف نفسر حركة رؤوس الأموال في الاتجاهين وفي نفس الوقت، (مثال يخص انتقال رؤوس أموال من بريطانيا إلى ألمانيا والعكس).

٢. نظريات الاستثمار الأجنبي الحديثة

(١) النظريات الاحتكارية:

اهتمت هذه النظرية بتفسير الأسباب التي تدفع بعض الشركات نحو الاستثمار في تركيبة السوق الذي تستأثر فيه شركة ما أو قلة من المنتجين الذين يحتفظون بالميزة التنافسية التي تمكنهم من السيطرة على إنتاج أو بيع وتوزيع السلعة (احتكار القلة).

وتتميز هذه النظرية بين ثلاثة أنواع من الاحتكار في السوق الدولي وهي:

(أ) احتكار الشركة الأولى للسوق:

وتقوم النظرية على أن أحقية تواجد المنشأة في السوق العالمي ترجع لكونها الأقدم في السوق بحيث تؤهلها الأقدمية في السوق المحلي لـ:

✓ تحسين أسلوب إنتاجها،

✓ تحقيق اسم وسمعة فيه،

✓ لها ميزة تنافسية (بحكم الأقدمية وتوفر الموارد، الاختراع).

فيشكل الاستثمار الخارجي مرحلة تطور في نموها حيث تستمر الشركة في النمو إلى أن تجد بعد مرحلة معينة أن استمرار النمو يتطلب القيام بالأعمال الدولية (غزو الأسواق الخارجية).

(ب) نظرية القوة الاحتكارية:

تفترض النظرية أن ممارسة الأعمال الدولية في أسواق بعيدة عن البلد الأم هو نشاط تكاليفه (المادية والاجتماعية والعاطفية) عالية، ولا تجرؤ عليه إلا الشركة التي تمتلك ميزة تنافسية قوية مثل:

✓ التقنية المبتكرة،

✓ اختراع أساليب عمل غير مسبقة وغير معروفة من قبل،

✓ تمتلك الانضباط والكفاءة في إدارتها.

وبغرض التغلب على العوائق السابقة (التكاليف)، يتعين عليها مزج قدرتها في نسق تام حيث تصبح قادرة على :

- تحقيق أرباحا طائلة في السوق الأجنبية،
- المحافظة على ميزتها المطلقة،
- كما يمكنها أن تستهدف المنافسين الآخرين (ولو تعلق الأمر بوجود شركة قديمة في مركز قوى).

ج) نظرية سلوك رد الفعل:

تقوم الأعمال على مراقبة المنافسين (ردود الأفعال من المنافسين). ويقوم مضمون هذه النظرية على أن الاستثمار الأجنبي يكون كردة فعل من شركة محلية على شركة أجنبية، حيث تحاول الأول بالذهاب إلى الخارج والقيام بالأعمال الدولية لمزاحمة الشركة الأجنبية في سوقها المحلي.

٣. نظرية دورة حياة المنتج:

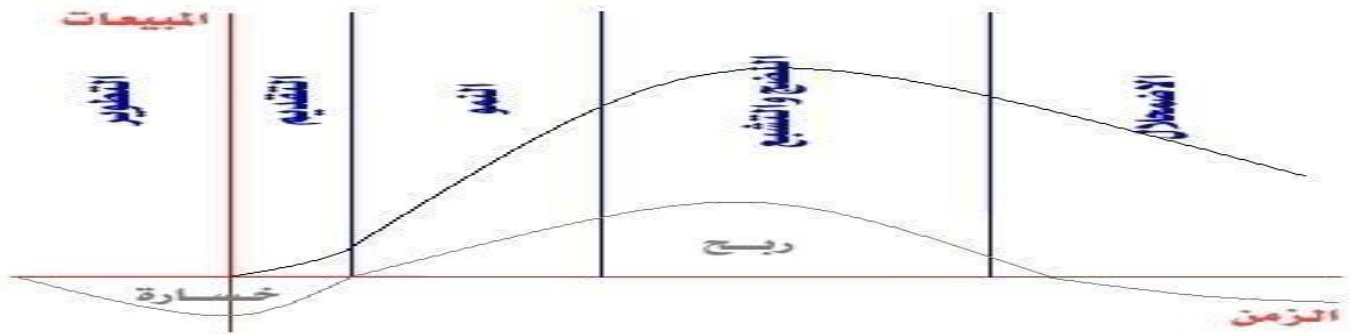
تقوم هذه النظرية على أساس أن لكل سلعة دورة حياة مند وصولها إلى السوق، وتبدأ بالتقديم م مرورا بالتطور ثم النضوج وتنتهي التدهور والزوال.

- كما تفترض النظرية أن تحتفظ الدولة المنتجة للسلعة بميزة تنافسية فريدة، وعندما تبدأ بتصدير السلعة إلى الخارج تفتقد لميزتها المطلقة من خلال التبادل التجاري وقد تصبح في الكثير من الأحيان هي مستوردة لهذه السلعة.

و يوضح الرسم البياني:

١. المراحل المختلفة من عمر المنتج،

٢. الزيادة والانخفاض في المبيعات والأرباح في كل مرحلة .



يعبر المحور الأفقي عن الزمن، والمحور العمودي عن المبيعات والأرباح.

- وفقا لـ: **Vernon** فإن سلوك بعض السلع سريعة الاستهلاك في السوق يختلف عن تلك السلع المعمرة بطيئة الاستهلاك.
- فسرعة الاستهلاك تتزامن مع سرعة الاختراعات والابتكارات للسلع الجديدة وعليه فإنها لا تصل إلى مرحلة انخفاض التكاليف والتوسع في الإنتاج الكبير وفتح فروع في الأسواق الدولية (السلع الإلكترونية والغذائية - وتغير الأذواق).
- أما السلع الاستهلاكية المعمرة والسلع الصناعية فإن سلوكها ينسجم مع مضمون النظرية.

ولكي نفهم مضمون النظرية علينا أن نستعرض المراحل التي تمر بها السلعة وهي على النحو التالي:

١) مرحلة الظهور (الإنتاج و البيع في السوق المحلي):

هنا الإنتاج يأتي كاستجابة للطلب المحلي، ويكون التوسع في الإنتاج في البداية صعبا لأن ظروف الإنتاج وأساليبه لا تسمح بالإنتاج الوفير أو باقتصاديات الحجم؛ كما ترى النظرية أن الابتكارات الجديدة غالبا ما تبدأ بأسواق الدول الغنية (فيكون الإنتاج مخصص استهلاك المحلي أي داخل البلد الأم).

٢) مرحلة النمو (التصدير):

إذا نجحت السلعة في تلبية ومقابلة متطلبات المستهلكين في السوق المحلية سوف تعمل الشركة إلى تطور أساليبها الإنتاجية بغية استغلال ميزة امتلاك السلعة، فتقوم برفع كفاءتها الإنتاجية (منتوج نمطي) وتحقيق اقتصاديات الحجم لـ:

- ✓ تخفيض التكاليف و الاستفادة من الأسعار المرتفعة،
- ✓ الاستجابة للطلب المتنامي على السلعة في الداخل،
- ✓ شروع في التصدير كنتيجة لتلبية احتياجات السوق المحلي واستغلال الفرص في السوق الأجنبي لتحقيق النمو والتوسع وكذا تحقيق عوائد على استثماراتها.

٣) مرحلة النضج والاستثمار:

- يفترض في هذه المرحلة و كاستجابة لدخول المنافسين (عددهم قليل) أن تعمل الشركة على:
- ✓ تعزيز مكانتها في السوق (الداخلي والخارجي) و المحافظة على مبيعاتها وأرباحها.
- ✓ الشروع في التصنيع بالبلدان المستوردة خاصة الغنية منها (**إعادة التوطين**)، لمواجهة المنافسين الجدد بهذه البلدان على اعتبار أن بلدانهم ستضع حواجز للدخول أمام الشركة أو لمراجعة ظروف السوق المحلي بشكل عام.
- ✓ تقوم بتطوير استراتيجيه المزيج التسويقي التي تمكنها من الاحتفاظ بميزتها ومركزها في السوق وذلك من خلال:

- تحسين و تطوير السلعة للمحافظة على الميزة التنافسية
- تكثيف التوزيع و التقرب أكثر بالمستهلك الأجنبي (الإمدادات)،
- التموقع **Positioning** (القيام بالترويج المكثف لإبراز ميزتها وبالتالي خلق الصورة الذهنية بخصوص جودة السلعة (تقدياً للتقليد).
- التركيز على السعر (تخفيض الأسعار)،
- تنشيط المبيعات للتخلص من المخزون

٤) مرحلة الانحدار والتدهور:

- تتميز هذه المرحلة بانخفاض مبيعات الشركة صاحبة السلعة،
- بفعل ظهور منافسون جدد (المنافسة الحادة) ليس فقط من الدول الغنية وإنما كذلك من الدول الفقيرة.
- وبناء على هذا يكون تصرف الشركة وفق للحالتين التاليتين:
- ❖ إما التحضير للانسحاب من السوق،
- ❖ تمديد إستراتيجيتها (التحسين المستمر) (تطوير منتجات جديدة)، إعادة النظر في استراتيجيه المزيج التسويقي).
- إن هذه النظرية وإن أثبتت صحتها فيما يتعلق ببعض السلع (كالصناعية والالكترونيات) إلا أنها تبقى عاجزة عن تفسير الاستثمار في كثير من السلع الأخرى.

ثالثاً: لماذا تستثمر الشركات في الخارج؟

- يوفر تعدد الأسواق الدولية فرصاً كبيرة للشركات لتمارس من خلالها أعمالها الدولية.
- كما خلقت الظروف و المتغيرات السياسية، وفتح أسواق جديدة للمستهلكين والاتفاقات التجارية، حوافز كبيرة لم تكن متاحة من قبل للشركات المحلية.
- وفر التقدم التكنولوجي ظروفًا أخرى للاستفادة من:
- ✓ اقتصاديات حجم الإنتاج الكبير من تخفيض في تكاليف الإنتاج
- ✓ ارتفاع في مستوى الجودة والقدرة على المنافسة،

وقد أدت كل هذه المتغيرات إلى ظهور منافسين قادرين على الإنتاج بتكاليف أقل وأسرع وأفضل من الدول النامية (كوريا، ماليزيا، الهند...) واستطاعت أن تنافس الشركات من الدول الغربية. فبناءً على هذا توجد العديد من الأسباب التي دفعت الشركات نحو الاستثمار الأجنبي منها ما هو مباشر ومنها ما هو غير مباشر كما هو مبين في التالي:

□ الأسباب غير المباشرة

(١) بروز النزعة الجماعية :

في البداية كان التعاملات بين البلدان ثنائية مما أدى إلى عرقلة التعامل بوجود طرف ثالث. لكن في أعقاب الحرب العالمية الثانية وخاصة مع بروز اتفاقيات القات (**GATT**) وتعزيز الاتفاقيات الجماعية الدولية أخذت النزعة الجماعية تتعزز شيئاً فشيئاً وبشكل أدى إلى انفتاح الحدود أمام الاستثمارات الخارجية .

(٢) زيادة المبيعات و الأرباح

(٣) الحصول على حصة في السوق الدولية

(٤) الاستفادة من الإنتاج الزائد

(٥) تخفيف الاعتماد على السوق المحلي

(٦) تقوية القدرة التنافسية

(٧) الحوافز الحكومية (كثير من الحكومات تقدم حوافز لجلب الاستثمارات حتى تستطيع تنفيذ خططها الإنمائية وتخفيض العجز في ميزان مدفوعاتها).

□ الأسباب المباشرة

(١) تجنب الحواجز الجمركية والرسوم والضرائب

لنفاذي الحواجز الجمركية ذات الطبيعة المختلفة تفكر الكثير من الشركات في التواجد فعلياً من خلال الاستثمار الخارجي المباشر.

(٢) تقليل من تكاليف الإنتاج

تلجأ بعض الشركات إلى إقامة استثمارات لها في بلدان أجنبية سعياً وراء تقليص تكاليف الإنتاج (وجود عمالة رخيصة وسهلة التدريب أو هروبا من تكاليف الشحن والتخزين..الخ).

(٣) ضمان التزود بالمواد الخام أو السلع الوسيطة

هنا تجد شركة ما أن تزودها باحتياجاتها من المواد الخام أو السلع الوسيطة لم يعد متصلاً أو منتظماً من الدول التي هي مصادرهم التقليدية، يحدث ذلك لأن الشركات المزودة في البلد المصدر تكون قد عجزت عن إمداد زبائنهم الخارجيين لأسباب إدارية أو مالية تقود إلى توقف عملياتها.

(٤) تعزيز القوة التنافسية والتسويقية

بحيث يظهر للشركة أن تعزيز قوتها التنافسية والتسويقية مرهون بتواجدها الفعلي كمستثمر في الخارج، فتلجأ إلى ذلك.

رابعاً: محددات الاستثمار

١. حجم ونمو السوق

وهذا سواء بالنسبة للدول المتقدمة أو النامية فيما يركز المستثمرون على المؤشر الكلي (الناتج المحلي الإجمالي والدخل) في الدول المتقدمة المستثمرين يركزون على متوسط نصيب الفرد ومعدل نمو الدخل في نظرهم للدول النامية، وهذا على اعتبار أن كثافة السكان قد تضلل الأرقام المتعلقة بالدخل بحيث تضخم الدخل الكلي وتعطي صورة مضللة لحجم السوق .

٢. الاستقرار السياسي

المستثمر الخارجي يركز عادة على أهمية هذه النقطة وتحديدًا بالنسبة للبلدان النامية .

٣. البنى الهيكلية

وهذا الأمر يطرح إشكالية لدى المستثمر بالنسبة للدول النامية دون المتقدمة.

٤. متغيرات السياسات

وهو تحديد المتغيرات المتعلقة بالسياسة الاقتصادية ومدى تدخل الدولة في النشاط الاقتصادي من ذلك مثلاً مدى سماحها بتملك الأجانب للأعمال ، تحويل الأموال ، الضرائب ، سياسات الدعم المتبعة .

خامساً: طرق دخول الأسواق الدولية

❖ بشكل عام، يوجد أمام الشركة خياران أساسيان هما: التصدير أو التواجد بالخارج من خلال الأشكال المعروفة.

١. خيارات التصدير للخارج:

هذا الخيار بدوره يطرح خيارين أساسيين هما:

- (أ) **التصدير المباشر:** هو أن تقوم الشركة المنتجة بعملية التصدير بنفسها وهنا تقع المسؤولية على عاتقها، حيث تدار وتنفذ نشاطات التصدير من قبل جهة غير مستقلة تنظيمياً عن الشركة.
- (ب) **التصدير غير المباشر:** بموجب هذا الشكل تلجأ الشركة إلى غيرها من الشركات و الوكلاء الذين يقومون بالعملية بدلا عنها ويتحملون الجزء الموكل إليهم من المسؤولية في هذا الشأن، علماً أن الاختيار بين الخيارين يبني على أساس معايير تلعب فيها الخبرة و التحليل دوراً بارزاً.

٢. الإنتاج في الأسواق الدولية

❖ ومن أهم أشكال الإنتاج بالخارج لدينا:

- ✓ الاستثمار المشترك؛
- ✓ الترخيص؛
- ✓ الإنتاج في السوق الأجنبي.

المحاضرة السابعة بيئة الأعمال الدولية: تحليل المخاطر (السياسية، القانونية والاجتماعية)

مقدمة

تعتبر منظمات الأعمال:

✓ أنظمة اجتماعية.

✓ تنشط وسط بيئة معينة.

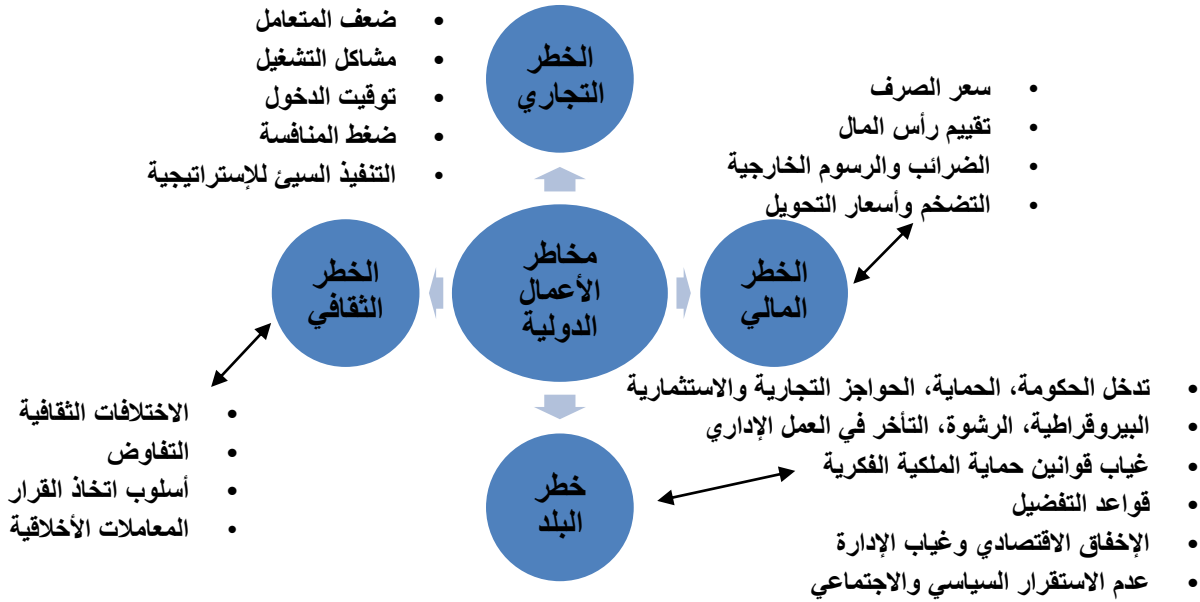
✓ أنظمة مفتوحة على بيئة خارجية تضم متغيرات توجه سلوكها.

✓ المنظمات تتأثر وتتأثر في البيئة التي تنشط فيها.

✓ معرفة البيئة عنصر أساسي لاستمرارية المنظمة ونجاحها.

التعرف على البيئة والتكيف معها يعد أمراً ضرورياً لنجاح المنظمة.

لقد تطرقنا في الفصل الأول لما تناولنا طبيعة و خصوصيات الأعمال الدولية إلى أنواع المخاطر التي قد تواجه منشآت الأعمال التي تعمل في بيئة دولية (ينظر على الشكل).



وأكدنا أنذاك بأنه يتعين على منشأة الأعمال أن تراعي متطلبات بيئة الأعمال الدولية، كونها تعمل في ظروف مملوءة بالمخاطر، و تختلف عن تلك التي اعتادت العمل فيها.

➤ ظروف تنسم بعدم التأكد، التعارض.

➤ لا تتمكن في كل الأحوال التعامل معها كونها تخرج عن سيطرتها.

➤ يجب عليها العمل على تحقيق الانسجام والتأقلم المطلوب للاستمرار في أعمالها.

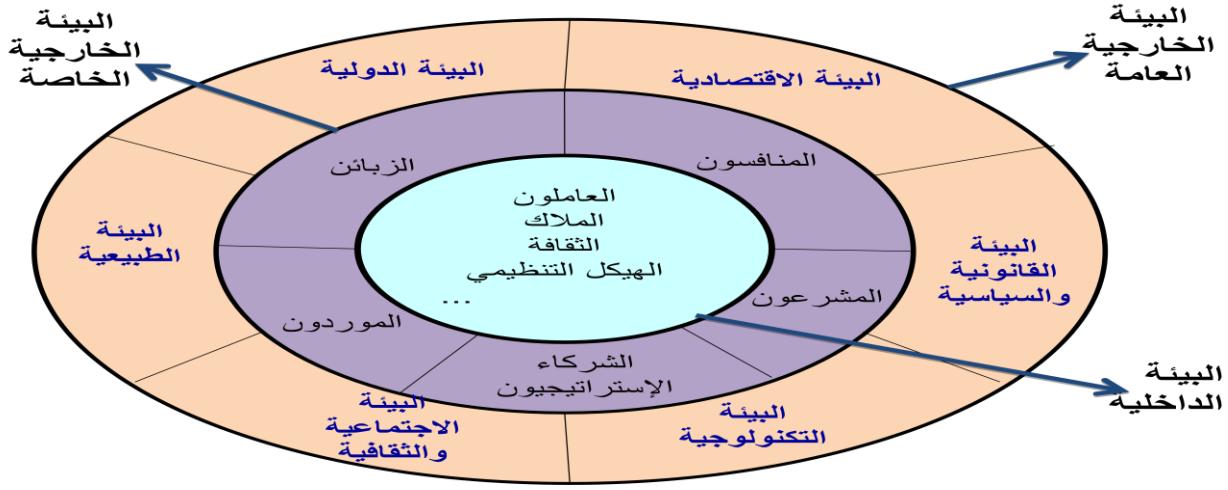
أولاً: مفهوم بيئة الأعمال

□ كل ما يحيط بالمنظمة (أي يقع خارجها) ويؤثر فيها بطريقة مباشرة أو غير مباشر، أي مجموعة من المتغيرات (العناصر) التي تحيط بالمنشأة وتؤثر في مسارها الاستراتيجي ويندرج ضمن هذا الإطار:

➤ البيئة الخاصة أو التنافسية.

➤ البيئة الخارجية الكلية.

وتستمد دراسة بيئة الأعمال الدولية أهميتها من المخاطر والفرص التي تحتوي عليها.



المنظمة:

- العاملون
- الملاك
- مجلس الإدارة
- الهيكل التنظيمي
- الثقافة



البيئة الخارجية:

عامة:

- القوى القانونية والسياسية
- القوى الاقتصادية
- القوى الاجتماعية والثقافية
- القوى التكنولوجية
- ظروف البيئة الطبيعية
- البعد الدولي

خاصة:

- المنافسون
- الزبائن
- الموردون
- الشركاء الاستراتيجيين

البيئة الخارجية (External Environment)

تنقسم البيئة الخارجية حسب درجة التأثير إلى :

- ١ - البيئة الخارجية الخاصة.
- ٢ - البيئة الخارجية العامة.

١. البيئة الخارجية الخاصة

تدعى أيضا بالبيئة التنافسية، وتضم مختلف العناصر التي تقع خارج حدود وسيطرة المنظمة والتي تؤثر على المنظمة بشكل مباشر (البلد المضيف).

- ✓ الزبائن: هم الأفراد الذين يستهلكون سلع وخدمات المنظمة.
- ✓ المنافسون: و هم جميع المنظمات التي تنافس المنظمة بغية الحصول على الموارد أو الزبائن.
- ✓ الموردون: المنظمات التي توفر الموارد المادية أو البشرية.
- ✓ الممولون: كل جهة توفر الأموال للمنظمة، البنوك، المؤسسات المالية،

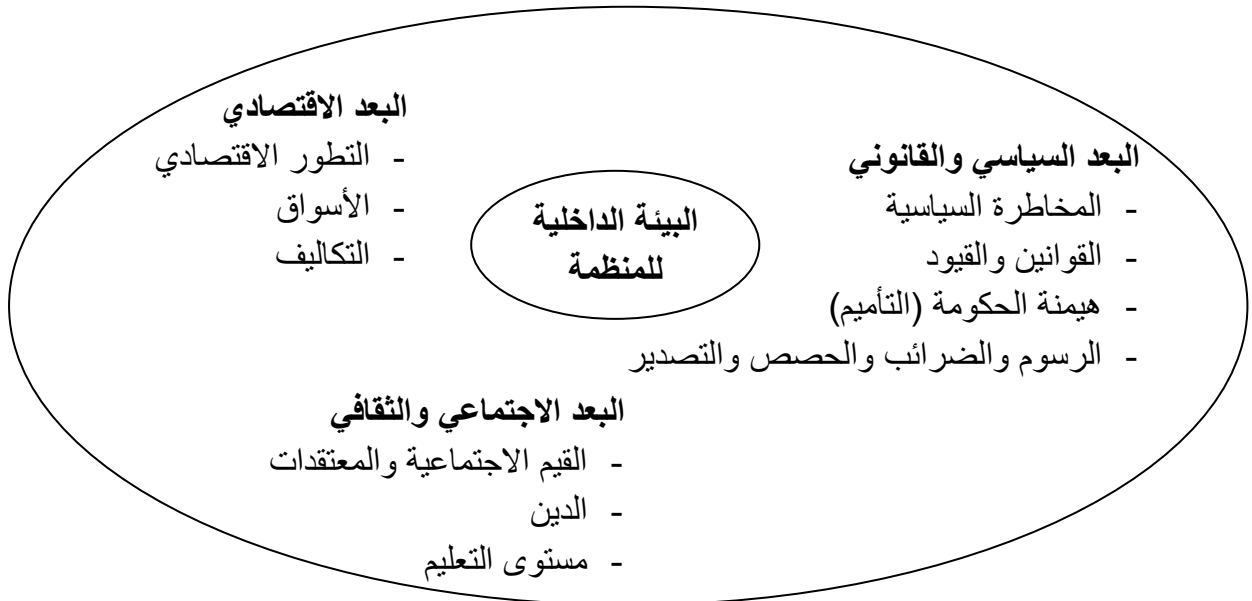
٢. البيئة الخارجية العامة (General Environment)

وتتضمن مختلف المتغيرات الخارجية التي تقع خارج حدود وسيطرة المنظمة والتي تؤثر على المنظمة بشكل غير مباشر (البلد المضيف)، وتشمل الآتي:
نموذج يحدد متغيرات بيئة المنظمة الخارجية

Political	السياسية
Economical	الاقتصادية
Social	الاجتماعية
Technological	التكنولوجية
+	+
Ecological	الإيكولوجية

- العوامل السياسية والقانونية: القوانين، التشريعات، نظام الحكم.
- العوامل الاقتصادية: الوضع الاقتصادي، التضخم، السياسات المالية والنقدية (سعر الفائدة، سعر الصرف، العملات الأجنبية.. الخ)
- العوامل الاجتماعية والثقافية: الأعراف والعادات والقيم الاجتماعية، التعليم، تطور السكان،
- العوامل التكنولوجية: بائع التكنولوجيا، شروط التطوير والحصول عليها.
- العوامل الإيكولوجية: المحافظة على البيئة، جماعات الضغط، المسؤولية الاجتماعية، أخلاقيات الأعمال.. الخ.

أبعاد بيئة الأعمال الدولية



ويجب الإشارة هنا أن أبعاد بيئة الأعمال الدولية تمثل مجموعة من الفرص والتحديات التي يجب مراعاتها والتعامل معها، وهي بمثابة مجموعة من المخاطر قد تواجه منشأة الأعمال التي تعمل في بيئة دولية. ووفقاً للشكل الذي أدرجناه في بداية المحاضرة، يمكننا اعتبار:

- ❖ البعد السياسي والقانوني بمثابة خطر البلد،
- ❖ البعد الاقتصادي بمثابة خطر تجاري وخطر مالي،
- ❖ البعد الاجتماعي بمثابة خطر اجتماعي.

ثانياً: البيئة السياسية والقانونية

١. مكونات البيئة السياسية:

- (١) النظام الاقتصادي والقانوني: أي فلسفة الدولة الاقتصادية (هل تتبع نظاماً حراً أم نظاماً التخطيط المركزي مثلاً)؛
- (٢) وحدة الشعور الوطني: مدى تنامي النزعة القومية بالبلد المعني؛
- (٣) مدى الاستقرار السياسي: كلما كان هناك استقرار سياسي كلما أثر ذلك على الازدهار؛
- (٤) مدى تدخل الدولة و تحكمها: (المصادرة، والتأميم، تحديد الأسعار، الحد من الواردات) .

٢. المخاطر السياسية:

نميز ما بين نوعين للمخاطر السياسية دولياً، هما:

- (١) مخاطر عامة: وهي المخاطر التي قد تتعرض إليها جميع الشركات بدون استثناء.
- (٢) مخاطر خاصة: وهي التي تواجه صناعة معينة أو شركة ما، أو مشروعاً بعينه

وتنقسم المخاطر الخاصة إلى:

- ✓ مخاطر تؤثر على الملكية: وقد تؤثر على جزء منها أو تؤثر عليها كلها ؛
- ✓ مخاطر تؤثر على العمليات: وهي التي تمس بالعائد على الاستثمار وبالتدفق النقدي، وهذا النوع هو النوع الغالب فيما يتعلق بمخاطر العمليات، مثال ذلك (فرض تشغيل عدد معين من العمالة المحلية، تحديد الأسعار).

٣. تعارض الأهداف بين المنشأة الدولية و الدولة المضيفة:

أ - تعارض المصالح في المجال الاقتصادي:

حيث أن هدف الحكومات في هذا المجال هو التنمية وزيادة النمو الاقتصادي و تحقيق الاستقرار في الأسعار، في ميزان المدفوعات، العمالة، وهناك قد تتعارض مع توجهات المؤسسة الدولية وذلك في :

(١) مجال السياسات النقدية:

والتعارض قد ينجم عن عدة أمور (تهريب الأموال من بعض الشركات، تحويل الأرباح، التمويل عبر الشركة الأم بالخارج في حالة فرض الدولة قيود على التمويل...)؛

(٢) السياسات المالية:

وهي السياسة الخاصة بالإففاق والإيراد الحكوميين فالضرائب والإعفاءات الضريبية تؤثر على الإيرادات، فضلاً عن أن تواجد الشركات في بعض المناطق قد يشكل عبئاً على الدولة من حيث توفير التجهيزات والمرافق .

(٣) أسعار العملات وموازن المدفوعات:

عند العجز تلجأ الدولة إلى تخفيض الواردات وتشجيع الصادرات و قد تلجأ إلى تخفيض عملتها المحلية مما قد لا يتلاءم ومصالح هذه الشركات؛

(٤) السياسة الحمائية الظاهرة والمقيدة؛

(٥) سياسات التنمية الاقتصادية.

ب تعارض المصالح في مجالات غير اقتصادية:

هناك الكثير من المآخذ التي ينظر من خلالها البعض إلى الشركات المتعددة الجنسيات من حيث تعارض المصالح في مجالات غير اقتصادية منها على سبيل المثال (استعمار اقتصادي، استخدام تقنية غير ملائمة للدول، شؤون الإرث الثقافي والديني، أثرها على الأمن القومي والسياسة الخارجية، اتهامات أخرى كالتهرب الضريبي...).

٤. القوانين التي تخضع لها الشركات.م.ج:

في الوقت الذي لا توجد فيه هيئة عالمية للتحكيم في النزاعات التجارية والاستثمارية، فإنه عادة ما يتفق المتنازعون على فض نزاعاتهم عن طريق أحد النظم القانونية التالية:

- (١) القانون الدولي؛
- (٢) قوانين البلد الأم؛
- (٣) قوانين البلد المضيف.

٥. استراتيجيات درء المخاطر:

- استراتيجيات درء المخاطر يمكن أن تتخذ على مستوى ثلاثة مراحل هي :
 - (أ) الإجراءات المتخذة قبل الدخول للبلد:
 - التفاوض المسبق ؛
 - التأمين ضد المخاطر .

(ب) إجراءات عند بدء و أثناء العمليات:

وهنا يكون الأساس هو التمسك بالاتفاقات وعدم التنازل عن الحقوق مع اللجوء لإجراءات التحكيم الدولية المعروفة في حالة النزاع.

(ج) الإجراءات البعيدة:

وهنا يتعين التخطيط المسبق لما قد يحدث من طوارئ .

ثالثاً: البيئة الثقافية الاجتماعية

١. العناصر الفيزيائية:

- ويدرس ضمن إطارها جملة الخصائص الفيزيائية (الطبيعية) لسكان البلد المعني وما لها من تأثير على الأعمال الدولية وكذا على سلوك ومزاج البشر، ويمكن تقسيمها إلى:
- ✓ خصائص الطقس والمناخ ؛
 - ✓ الخصائص الجسدية والمظهر الخارجي للسكان؛
 - ✓ الثقافة المادية، التي تمثل كل شيء صنعه الإنسان بما في ذلك البنى الهيكلية لتأثيرها على سلوك الناس وأذواقهم و كونها مرآة عاكسة لقيمهم (العمارة، التقنية، الفنون...).

٢. العناصر الديمغرافية:

- ويتعلق الأمر بجملة الجوانب السكانية ذات الأثر الواضح على مجال الأعمال الدولية وخصوصيات كل بلد ضمن ذلك، ويتمثل أهمها فيما يلي:
- ✓ معدل نمو السكان ؛
 - ✓ حجم الأسرة؛
 - ✓ التعليم ؛
 - ✓ العلاقات الأسرية ؛
 - ✓ القضايا المتعلقة بتمركز السكان (المدن، خارج المدن).

٣. العناصر السلوكية:

وتتعلق بجوانب تخص قضايا القيم والعقيدة والنظرة العامة للأشياء ويمكن الإشارة ضمن هذا الإطار إلى ما يلي:

- ✓ الانتماء إلى الجماعات (عرقية، قبيلة، عشيرة، دينية..) حسب طبيعة كل مجتمع؛
- ✓ النظرة إلى العمل؛
- ✓ أهمية نوع المهنة؛
- ✓ النظم الاجتماعية كقواعد موجهة لسلوك الأفراد؛
- ✓ اللغة والتواصل.

المحاضرة الثامنة الإدارة الإستراتيجية والتخطيط الإستراتيجي في المنشآت الدولية

مقدمة

إن إعداد المنشأة الدولية لإستراتيجية تمكنها من الدخول إلى الأسواق الدولية، من المتطلبات الأساسية لتأمين البقاء والاستمرار في الأعمال الدولية.
فالبداية المنطقية لتكوين إستراتيجية العمل المناسب في المنشآت المتعددة الجنسيات هو وجود فهم واضح:
➤ لماهية الاستثمارات التي ستقوم بها؟
➤ وما هو المستوى الذي ستبلغه هذه الاستثمارات؟

بالإضافة إلى مفهوم و فلسفة التنظيم العام الذي تطبقه لتحقيق هذه الأعمال.
فقد تعتمد المنشآت الدولية عدة أساليب للدخول إلى الأسواق الدولية حيث تتفاوت هذه الأساليب بناء على درجة:

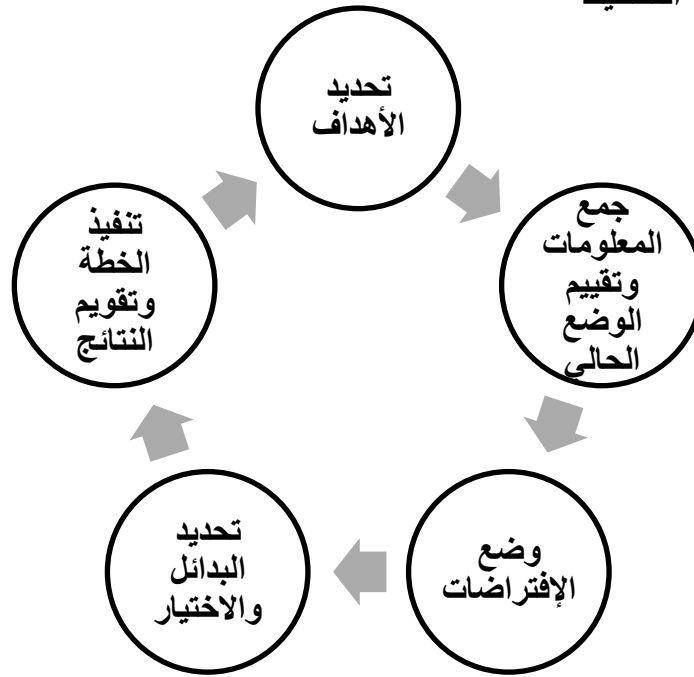
- ✓ قابليتها ورغبتها في مزاولة الأعمال الدولية،
- ✓ إمكاناتها المادية، المالية، والبشرية،
- ✓ تصورها وإستراتيجيتها (قصيرة أو بعيدة المدى)،
- ✓ الفرص والتهديدات التي تفرزها بيئة الأعمال الدولية،
- ✓ مدى اندماج المنظمة (Implication) في الأعمال الدولية (الاستثمار المباشر أو غير المباشر).
- ✓ أسلوب الدخول إلى السوق الدولية (التملك، الشراكة، استثمارات مالية.. الخ).

وقد تفضل المنشآت الدولية أسلوب عن الآخر بناء على تصورها، وإمكاناتها، وتجربتها، وكذا الإستراتيجية التي تعتمدها للدخول إلى الأسواق الدولية.
ففي كل الأحوال، يتعين عليها إعداد خطة إستراتيجية وإدارتها بحكمة وفقاً لـ:
١. لأهداف التي تريد بلوغها،
٢. الفرص والتهديدات التي تواجهها،
٣. والإمكانات التي تتوفر عليها.

أولاً: التخطيط الإستراتيجي الدولي

١. مفهوم التخطيط الاستراتيجي:
يعرّف التخطيط الاستراتيجي بشكل عام على أنه: "نظام متكامل يتم من خلاله تحديد رسالة الشركة في المستقبل وأهدافها والتصرفات اللازمة لتحقيق ذلك، والجهود الموجهة نحو تخصيص الموارد".
- إن التخطيط الاستراتيجي هو عملية تنبؤ وتوقع لما سيحدث لفترة طويلة الأجل وتخصيص الموارد والإمكانات الموجودة في إطار الزمن الذي تحدده الخطة.

٢. مراحل عملية التخطيط



٣. أهمية التخطيط الاستراتيجي:

تتجلى أهمية التخطيط الاستراتيجي في كونه النظام الذي على أساسه:

- ✓ يتم تحديد مجالات تميز المنشأة في المستقبل
- ✓ يتم تحديد مجالات أعمالها وأنشطتها بما يتلاءم مع إمكاناتها وطبيعتها ؛
- ✓ يمكن تطوير وتنمية مجالات التميز والتنافس المستقبلية للمنشأة؛
- ✓ يسهل توقع تغيرات البيئة ويشكل نظام إنذار مسبق للمنشأة.

ثانيا: مفهوم الإدارة الاستراتيجية

- وفقا لتعريف (Jauch & Glaueck)، تعبر الإدارة الاستراتيجية عن جملة القرارات والتصرفات التي تبني من خلالها المنشأة إستراتيجية أو استراتيجيات فعالة لتحقيق أهدافها.
- في حين يرى **P.Kotler** أنها "عملية تتبنى من خلالها المنشأة علاقتها ببيئتها الخارجية وتحدد أهدافها واستراتيجياتها المتعلقة بنمو محفظة الأعمال لكل النشاطات الممارسة".

ملاحظة:

مما سبق، يتضح لنا بأنه فضلا عن كون الإدارة الاستراتيجية عملية قبلية، فهي عملية مستمرة حالية ومستقبلية كذلك، بحيث تتضمن مراحلها:

١. صياغة الإستراتيجية،

٢. تنفيذها،

٣. والرقابة عليها؛

فهي إذن وإن اعتبرت ثمرة لتطور التخطيط الاستراتيجي، فإنها تتميز عنه بكونها عملية ديناميكية متواصلة.

١. مراحل الإدارة الاستراتيجية:

- (أ) مرحلة التخطيط الاستراتيجي؛
- (ب) مرحلة تنفيذ الإستراتيجية؛
- (ج) مرحلة المراجعة و التقويم.

ثالثاً: استراتيجيات الدخول للأسواق

هناك جدل حول إستراتيجية الدخول إلى الأسواق الدولية إن كانت في شكل:

- تملك للمشروع بنسبة ١٠٠ % .
- استثمارات مشتركة (شراكة) تكون فيها نسبة التملك أقل من ١٠٠ % (أغلبية الدول العربية).
- تحالفات إستراتيجية.

كما قد يمتد هذا الجدل ليشمل المزايا النسبية التي تحصل عليها المنشأة من جراء الأسلوب الذي تعتمد عليه للقيام بأعمالها الدولية.

إلا أنه من أهم و أنجح هذه الاستراتيجيات؛ إستراتيجية التملك.

١. إستراتيجية التملك التام: أي تملك للمشروعات والاستثمارات بنسبة ١٠٠ %.

➤ تعد هذه الإستراتيجية الطريقة الأسرع لتحقيق تواجد مميز في السوق وكذا تحقيق الربحية، وهو أمر تفضله المنشآت الدولية.

فالمنشأة الدولية بقدراتها المالية والفنية تستطيع من التأثير بصفة عميقة في أي نظام لسوق معينة إذا ما عملت بصورة مستقلة لأنها تستطيع الاستفادة من الفروقات المحلية في كلفة رأس المال، والعمالة ورضا المستهلكين.

➤ كما تفضل المنشأة الدولية العمل في ظل نظام رقابي مركزي مع الشركة الأم، وتملك بنسبة ١٠٠ %.

إلا أن هذا الأمر لا يكون متاحاً في كل الأوقات (الفرص بهذا الشكل غير متوفرة باستمرار بسبب القيود التي تفرضها الدول المضيفة بخصوص تملك الأجانب داخل حدودها الجغرافية).

(١) أسباب تفضيل التملك الكامل:

- ✓ ما لديها من تجارب سيئة عن الاستثمارات المشتركة؛
- ✓ تدني مستوى الثقة مع الشركاء الأجانب؛
- ✓ عدم التأكد من حملة الأسهم المحليين؛
- ✓ تعارض المصالح حول سياسات التوظيف في المشروع المشترك؛
- ✓ صعوبة الاحتفاظ طويل الأجل بحصة الشراكة فيه؛

(٢) شروط إستراتيجية التملك المثلى:

ترى المنشآت الدولية أن نجاح الإستراتيجية المثلى للتملك يتطلب توفر خمسة عوامل هي:

- (أ) توفر المركز التنافسي للمنشأة في السوق الأجنبي؛
- (ب) توفر شركاء مقبولين؛
- (ج) توفر قيود قانونية لضمان التزام الطرفين المتعاقدين؛
- (د) توفر الاحتياجات الضرورية لنجاح النظام الرقابي؛
- (هـ) دراسة علاقة الكلفة/المنفعة.

٢. إستراتيجية الشراكة Partnership Strategy:

قد تضطر المنشأة الدولية للشراكة والدخول التدريجي في السوق من خلال الاستثمارات المشتركة Joint Ventures أو عن طريق العقود الأخرى وذلك نتيجة:
✓ لقوانين بعض البلدان أو بفعل بعض الظروف الأخرى.

وتتضمن إستراتيجية الشراكة، مساهمة الشركة المتعددة الجنسيات مع شركة محلية في إنشاء شركة جديدة بالشراكة في البلد المضيف حيث يتم التفاوض بخصوص جملة من الالتزامات والأصول لكلا الطرفين.

ونقصد هنا بالالتزامات نقل المنشأة الدولية لأصولها، وموظفيها، وخبرتها أو استثماراتها الأخرى للشركة المحلية بيعاً أو تأجيراً أو العكس (من الشركة المحلية على الشركة الأجنبية). ويترتب على هذه الالتزامات المتبادلة حقوقاً على شكل عقد أو حصة. ومن أمثلة هذه القابلة للنقل؛ النسخ Copy Rights، العلامة التجارية Trade mark، براءات الاختراع Patents، المهارات والمعرفة Skills & Knowledge.

فبناءً على ما تقدم، تراعي المنشآت الدولية في اختيار المشروع أن يكون على أساس:

- ❖ الملكية والتعاقد
- ❖ سياسة التشغيل في حدود القدرات المتبادلة للأطراف ذات العلاقة بالاتفاق (المنشأة الدولية، الشركة المحلية، والحكومة المضيفة).

كما أن هنا أشكال أخرى من الاتفاقيات تحصل بين المنشآت الدولية والشركة المحلية الراغبة في الدخول باستثمارات مشتركة في السوق المحلية، من ضمنها عقود التكنولوجيا (الترخيص) الذي يكون بديلاً مناسباً للاستثمار المباشر في الحالات التالية:

- (١) عندما لا تتوفر الأموال لدى الشركة الأجنبية للإنفاق على الاستثمار المباشر (التملك، الشراكة، العقود..).
- (٢) عندما لا تتوفر الخبرة اللازمة لدى الشركة الأجنبية، أو عدم تمكنها من إدارة المشروع.
- (٣) عندما تكون المنافسة قوية جداً في السوق، أو وجود قيود صعبة لدخول إلى السوق في شكل استثمار مباشر.
- (٤) عندما يكون هناك مخاطر سياسية في البلد المضيف.

٣. التحالفات الإستراتيجية Strategic Alliances

(أ) مفهوم التحالف الإستراتيجي: هو عبارة عن اتفاقية تعاونية بين الشركات المتنافسة أو غير المتنافسة التي تبحث عن فرص استثمار أو تملك.

- تعقد التحالفات بين شركتين أو أكثر للدخول في ملكية إحدى المشاريع.
- من الممكن أن يكون التحالف في شكل اتفاقية قصيرة الأجل تتضمن حل مشكلة معينة (التعاون في تطوير منتج جديد).

من أمثلة التحالفات:

➤ GM مع Toyota عام ١٩٨٩

➤ بين Kodak و Canon حيث تنتج الأخيرة آلات نسخ وتصوير تباع تحت علامة الأولى.

➤ Motorola & Toshiba

نظراً للصعوبات الكبيرة التي تواجه المنشأة الدولية للدخول إلى الأسواق الدولية، قد تعتمد الكثير من المنشآت أسلوب التحالف.

ب) أسباب قيام التحالف الاستراتيجي:

تسعى المنشآت إلى تحقيق أهدافها الإستراتيجية من خلال الدخول في تحالفات إستراتيجية مع المنافسين الحقيقيين لها نظرا لعدة أسباب من ضمنها:

١. تسهيل الدخول إلى السوق (Motorola & Toshiba, 1987).

٢. تقاسم التكاليف الثابتة التي تنشأ عن الحاجة لتطوير منتج جديد.

حيث ساعدت شركة Toshiba شركة Motorola في الدخول إلى السوق اليابانية وتسويق منتجاتها (الهواتف الخلوية)، كما توسطت لدى الحكومة اليابانية بخصوص السماح لها بالدخول إلى السوق اليابانية بصفة رسمية والحصول على موجات الراديو لنصب شبكات الاتصال الخاصة بأعمالها.

الجمع بين المهارات والأصول الثابتة التكاملية (تحالف كل من شركة AT&T و NEC لتبادل المهارات التقنية. ويعتبر هذا السبب أحسن دلالة على قيام التحالفات حيث أن التبادلات المتكافئة للكفاءات المتميزة هي أساس لمعظم التحالفات الإستراتيجية الناجحة.

ج) الجمع بين المهارات والأصول الثابتة التكاملية (تحالف كل من شركة AT&T و NEC لتبادل

المهارات التقنية. ويعتبر هذا السبب أحسن دلالة على قيام التحالفات حيث أن التبادلات المتكافئة للكفاءات المتميزة هي أساس لمعظم التحالفات الإستراتيجية الناجحة.

قامت شركة AT&T بنقل مهاراتها وتقنياتها الخاصة بتطوير أجهزة الكمبيوتر إلى شركة NEC. وفي المقابل منحت NEC إلى AT&T حق الوصول إلى التقنية التي تشكل الأساس لرقائق الكمبيوتر المنطقية المتقدمة.

د) تدخل الشركات في تحالفات إستراتيجية بغرض الحصول على معايير تقنية لصناعتها.

قامت شركة Philips بتحالف استراتيجي مع منافستها شركة Matsushita لتصنيع وتسويق النظام الرقمي المدمج و الذي تعتبر شركة Philips الرائدة فيه. وكان الدافع و الهدف من وراء ذلك هو:

✓ اعتقاد Philips بأن الارتباط مع Matsushita قد يساعد على إرساء نظام DOC كمعيار تقني جديد في مجال صناعة معدات التسجيل والأجهزة الإلكترونية.

✓ منافسة Philips لشركة Sony التي قامت بتطوير جهاز مدمج صغير منافس، وأرادت به أن تقوم بإرساء معايير فنية جديدة. فبهذا الشكل يعتبر التحالف بمثابة إجراء تكتيكي لمنافسة شركة Sony.

٤. محددات التحالفات الإستراتيجية

وبناء على ما سبق، يمكننا تصنيف أسباب قيام التحالفات الإستراتيجية إلى مبررات:

أ- اقتصادية،

ب- التقدم التكنولوجي.

ج- فرص السوق.

كما نلاحظ أيضا، وجود فروقات بارزة في البدائل الإستراتيجية التي تبنتها الشركات المتعددة الجنسيات في صناعات عديدة، وفي هذا الشأن هناك عاملين يلعبان أدوار هامة هما:

أ) الدخول للسوق الأجنبي الجديد؛

ب) التطوير والبحث.

٥. مزايا البحث و التطوير

يمكننا ملاحظة أن:

(١) التحالفات الإستراتيجية تمهد لدخول الشركات المتعددة الجنسيات إلى الأسواق بتكاليف ملائمة تنفق بصورة مشتركة على البحث والتطوير.
هذا الأسلوب هو الأكثر انتشارا لنشوء التحالفات (بناء الطائرات، تطوير أجهزة الكمبيوتر، أبحاث الهندسة الوراثية، والسيارات..الخ).

(٢) تركيز العمل على نطاق عالمي يتطلب وجود ظروف اقتصادية ملائمة وبحوثا تطويرية عالية التقدم، وفي كثير من الأحيان قد لا يكون السوق هو المشكلة الأولى بالنسبة للتحالفات، وإنما الميزة الجديدة التي سينفرد بها التحالف في السوق الجديدة.
هذا ما ينطبق على العديد من الصناعات كصناعات الأدوية، والصناعات الكيماوية الخفيفة، الأجهزة الطبية..الخ).

(٣) هناك جانبين مهمين في التحالفات الإستراتيجية هما التكلفة والالتزامات المتبادلة بين الشركاء، هذا الجانب يساعد كثيرا كل طرف على استخدام القدرات المتوفرة لديه وتقاسم التكاليف المترتبة عن المخاطرة.
المخاطرة تكون منخفضة لما تكون الاتفاقيات المعقودة (التحالفات) طويلة الأجل، وذات رؤوس أموال كبيرة، حيث يكون بإمكان الشركتان اقتسام أي مخاطر أخرى.

(٤) من الجوانب المهمة في التحالفات الإستراتيجية هو البحث والتطوير للسلع والخدمات (تتقاسم الشركات عملية البحث والتطوير حيث تتكفل كل واحدة بتطوير جزء من الأجزاء المكونة للسلعة).
خاص بالسلع الصناعي (بناء الطائرات، السيارات، المعدات الصناعية، الصناعات الإلكترونية..الخ).

٦. منافع التحالفات الإستراتيجية:

- ✓ موارد مكملة؛
- ✓ المشاركة في المخاطر؛
- ✓ تقليل المنافسة؛
- ✓ رأس المال و وقت الوصول للسوق الدولي.

المحاضرة التاسعة البيئة المالية الدولية الجزء الأول (المنظمات المالية الدولية)

مقدمة

يقصد بالبيئة المالية للأعمال الدولية كافة المنظمات والمؤسسات المالية والأفراد المستثمرين والبنوك وشركات التأمين وغيرهم من العاملين في مجال الأعمال الدولية المتواجدة في بلدان وظروف معينة ومختلفة حيث:

- يتفاعلون مع بعضهم البعض، ويعرضون المال على المستثمرين الباحثين عنه،
- يبيعون و يشترون الأوراق المالية (كالأسهم و السندات والعملات الأجنبية)،
- الباحثين عن تحقيق الثروة.

ويتم ذلك على ساحة عريضة من العالم الذي أصبح وكأنه سوق واحدة (العولمة):

- ✓ تتدفق عليه مبالغ مالية ضخمة،
 - ✓ تربط بين أجزائه نظم اتصالات متقدمة وفورية ومتعددة الطرق والأساليب.
- لذلك من المهم معرفة مكونات بيئة الأعمال الدولية وبعض أشهر المنظمات والمؤسسات المالية الدولية.

أولاً: البيئة المالية الدولية

البيئة المالية الدولية ساحة كبيرة تتدفق فيها الأموال بشكل كبير، وتضم مختلف السلطات النقدية في كل بلد، المؤسسات المالية والإقليمية والبنوك والشركات العالمية والمحلية والأفراد والمؤسسات).

ثانياً: منظمات تعمل في تمويل موازين المدفوعات والتجارة

١. صندوق النقد الدولي *International Monetary Fund*:

منظمة دولية تأسست عام ١٩٤٤م بموجب نفس الاتفاقية التي تمت الموافقة فيها على إنشاء البنك الدولي للإنشاء والتعمير، وهي ذات الاتفاقية التي سميت بالاتفاقية برايتون وودز (*Breton Woods*) نسبة للمدينة التي انعقدت فيها الاجتماعات لمناقشة الأوضاع المالية في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية بغرض إعادة تنظيم التعامل النقدي بين الدول خاصة بعد تخلي الولايات المتحدة الأمريكية عن قاعدة الذهب كأساس لنظام النقد الدولي.

تمت نشأته لإعادة ترتيب الوضع النقدي العالمي أثر انهيار قاعدة الذهب وتردي التجارة والاقتصاد العالميين.

٢. رأس مال الصندوق و إدارة الصندوق:

- يبلغ عدد الأعضاء في الصندوق نحو ١٨٤ دولة،
 - يبلغ رأس ماله ١٤٥ مليار دولار،
 - يشرف على أدائه مجلس حكام منتخبين من وزارات الدول الأعضاء ومجلس المديرين التنفيذيين،
 - يتم التصويت على قرارات المجلس وفق لنظام الحصص*.
- *حيث أن حجم التأثير في قرارات المجلس تزيد أو تقل تبعاً لحجم مساهمة كل دولة في رأس مال الصندوق (تعتبر الولايات المتحدة الأمريكية أكبر مساهم فيه وبالتالي فهي الدولة المهيمنة على قراراته)،
- تساهم كل من بريطانيا، وفرنسا، وألمانيا، والمملكة العربية السعودية بحصص كبيرة،
 - أما الدول الأخرى فتساهم بنسب رمزية مختلفة تدفع ٤/١ حصتها بالذهب أو الدولار، والمبلغ المتبقي يدفع بالعملة الوطنية لكل دولة.

٣. مجالات عمل وأهداف الصندوق:

يعمل الصندوق على:

- ✓ زيادة التعاون النقدي بين الدول الأعضاء (من خلال المؤسسات الفرعية واللجان المنبثقة عن مجموعة البنك الدولي والتي تقدم المشورة والتعاون على حل المشاكل المالية الدولية وتسهيل وتوسيع التجارة ما بين الدول).
- ✓ المساعدة في زيادة النمو المتوازن في التجارة الدولية،
- ✓ المساهم في زيادة الدخل الوطني للدول الأعضاء،
- ✓ زيادة الموارد الإنتاجية كهدف من الأهداف الرئيسية للسياسة التي يسير عليها.
- ✓ يقدم القروض الطويلة الأجل بسعر فائدة منخفض للدول التي تعاني من اختلال في ميزان مدفوعاتها بشرط أن تعمل هذه الدول على إصلاح هذا الاختلال*.

*مع زيادة اعتماد العديد من دول العالم على مساعدة صندوق النقد الدولي وجد هذا الأخير نفسه في وضع يؤهله للتأثير على السياسات الاقتصادية للدول التي تتقدم منه للمساعدة، فالصندوق يطبق عليها ما يسمى بـ"سياسة التكيف الهيكلي" أي أنه يشترط على الدول المقترضة أن تطبق داخلياً سياسة تقشفية بهدف تحقيق التوازن في ميزانها التجاري، وميزان المدفوعات، والحد من معدلات التضخم.

- ✓ العمل على زيادة ثبات أسعار صرف العملات،
- ✓ المحافظة على ترتيبات زيادة التبادل التجاري بين الدول الأعضاء،
- ✓ تجنب مخاطر انخفاض قيم التحويلات النقدية ما بين الدول.
- ✓ يعمل الصندوق كمستشار مالي ونقدي لجميع الدول، حيث تسترشد جميعها بالسياسات والنصائح التي يقدمها البنك سنوياً من خلال تقريره السنوي،
- ✓ كما يقدم المساعدة الفنية والمالية على التدريب، وتنفيذ السياسات الاقتصادية الكلية والهيكلية.

ثالثاً: منظمات تعمل في تمويل التنمية والاستثمار

ومنها ما هو على:

- (١) المستوى الدولي البنك الدولي للإنشاء والتعمير،
- (٢) المستوى الإقليمي الصندوق العربي للإنماء الاقتصادي والاجتماعي،
- (٣) المصرف العربي للتنمية الاقتصادية في أفريقيا،
- (٤) المستوى القطري، لدينا الصندوق الكويتي للتنمية الاقتصادية والصندوق السعودي للتنمية.

١. البنك الدولي للإنشاء والتعمير (IBRD)

البنك الدولي للإنشاء والتعمير، إحدى المؤسسات المالية التابعة للأمم المتحدة الذي أنشئ عام ١٩٤٤م بنفس الاتفاقية التي أنشئ بها صندوق النقد الدولي.

أهداف البنك الدولي للإنشاء والتعمير:

- العمل على نمو التجارة العالمية والمحافظة على التوازن موازين المدفوعات وتشجيع استثمار الأموال الدولية.
- تشجيع استثمار رؤوس الأموال الأجنبية الخاصة.
- منح القروض إلى المؤسسات الاقتصادية في الدول الأعضاء.

وظائف البنك الدولي للإنشاء والتعمير:

- ✓ تقديم القروض للدول الأعضاء التي لا تستطيع الاقتراض من السوق العالمي بشروط السوق التجارية.
- ✓ منح ائتمان متوسط وطويل الأجل لمساعدة الدول المحتاجة في مشاريع البنى الهيكلية وكذا بعض التجهيزات ذات الطابع الخاص بشراء المعدات والآلات الزراعية وذلك بشروط ميسرة.
- ✓ ضمان القروض التي يقدمها المستثمرون العاديون لمشاريع في الدول النامية.
- ✓ إنعاش الاستثمار الدولي عن طريق المشاريع الإنتاجية .
- ✓ تقديم المساعدات الفنية للدول الأعضاء.

٢. المؤسسات الإقليمية:

ونشير هنا تحديدا إلى:

- الصندوق العربي للإنماء الاقتصادي والاجتماعي؛
- المصرف العربي للتنمية الاقتصادية في إفريقيا؛
- البنك الإسلامي للتنمية.

الصناديق القطرية:

- الصندوق السعودي للتنمية؛
- الصندوق الكويتي للتنمية الاقتصادية العربية.

رابعاً: مؤسسات تعمل في ضمان الاستثمار والخدمات المساعدة

ضمن هذا الإطار توجد عدة منظمات دولية و إقليمية و قطرية:

- ❖ الوكالة الدولية لضمان الاستثمار ؛
- ❖ الوكالة العربية للاستثمار ؛
- ❖ وكالات قطرية أخرى .

الوكالة الدولية لضمان الاستثمار:

- ✓ تأسست العام ١٩٨٨ في كوريا الجنوبية
- ✓ هي عضو في مجموعة البنك الدولي
- ✓ تعمل بإدارة مستقلة عنه،
- ✓ تعمل على تحقيق أهدافها من خلال التأمين على الاستثمارات الأجنبية من المخاطر السياسية
- ✓ تقديم الضمانات للمنشآت الدولية و كذا للمقرضين،
- ✓ تعمل بالتعاون مع البلدان النامية لاجتذاب الاستثمارات إليها.

المحاضرة العاشرة البيئة المالية الدولية الجزء الثاني (الأسواق المالية والنقدية)

مقدمة

شهدت البيئة المالية للأعمال الدولية تطورات للأسواق المالية والنقدية حيث أسفر هذا التطور على القيام بتحويلات مالية دولية.

كما يرجع سبب هذا التطور إلى:

- ✓ الزيادة الكبيرة في حجم العمليات المالية: سنة ١٩٩٦ بلغ حجم التعاملات اليومية ١٣٠٠ بليون دولار؛
- ✓ رفع القيود عن المعاملات المالية؛
- ✓ تطور التقنية و نظم المعلومات (سرعة التويلات)؛
- ✓ انتشار الأوراق المالية؛
- ✓ كبر حجم المؤسسات المالية.

أولاً: مفهوم السوق المالي

يقصد بالسوق المالي ذلك الإطار الذي يجمع بائعي الأوراق المالية بمشتري تلك الأوراق، وذلك بغض النظر على:

- الوسيلة التي يتحقق بها هذا الجمع، أو
- المكان الذي يتم فيه،*

*ولكن بشرط توفر قنوات اتصال فعالة فيما بين المتعاملين في السوق بحيث يجعل الأثمان السائدة في أي لحظة زمنية معينة واحدة بالنسبة لأي ورقة نقد متداول فيه.

تنتشر الأسواق المالية في أنحاء العالم وحيثما يكون هناك بائعون ومشترون تجمعهم وسيلة اتصال توفر لهم التفاهم والاتفاق حول تبادل العملات. فقد يكون الاتصال:

- مباشر أي وجه لوجه.
- غير مباشر :

- عن طريق وسائل الاتصال المختلفة (فاكس Fax، تلکس Telex ، عبر البريد، التلفون أو الإنترنت Internet، البريد الإلكتروني E-Mail)،
- عن طريق أشخاص يعملون في السوق المالية (سماسرة وسطاء ووكلاء).

فما الذي يحصل في السوق المالي؟

- ✓ يتم تبديل العملات الأجنبية (تحويل عملة بلد معين إلى عملة بلد آخر).
- ✓ لا يتم التعامل في أسواق تبديل العملات الأجنبية بالدين بل بوسائل الدفع الموثوقة،
- ✓ تحدث صفقات تبديل العملات باستمرار بين المواطنين من دول مختلفة.
- ✓ تبقى الأموال التي يتم تبديلها مقابل بعضها البعض إما في البلد الذي تمت فيه الصفقة أو في أي بلد آخر لحين استخدامها.

إن الذي يحدث في الحقيقة هو تغيير ملكية النقود.

➤ فالمال الموجود في البنوك على شكل ودائع مصرفية، ينتقل من حساب لحساب آخر عبر نظام المقاصة في البلد،

➤ وعلى النقيض من هذه التعاملات الفورية (Spot exchange) هنالك عقود البيع والتحويلات الآجلة، حيث يتم التسليم في تاريخ لاحق*.

* تتم عقود البيع والتحويلات الآجلة من خلال السمسار أو الوسيط باقتراض الأموال بعملة ما، وشراء عملة ثانية، ووضع الأموال في حسابه بعملة أجنبية، وبشكل متزامن مع تاريخ التسليم يقوم ببيع العملة الأجنبية التي تكون في حسابه بعقد أجل مرة أخرى، حيث يربح السمسار فرق سعر الفائدة بين العملة المحلية وسعر الفائدة على العملة الأجنبية، وهذا يعني أن عملية السمسرة تضمن تفاوتاً في معدل سعر الفائدة، وهي الزيادة أو الخصم الذي يساوي دوماً عملية المفاضلة في معدل الفائدة بين عملتين، عمولة السمسار المغطاة (Covered Interest Arbitrage).

➤ إن ممارسات الأعمال عبر الحدود الوطنية يعني التعامل مع أكثر من عملة واحدة، ولذلك يشمل هذا العمل مخاطر التبدل (Exchange risk)، وهي المخاطر النظامية الإضافية على تدفقات الشركة، والنتيجة عن التغيرات في معدلات التبدل، وهدف إدارة هذه المخاطر تخفيض تأثيرها.

ثانياً: السوق المالية الدولية

وهي السوق التي تتم فيها عمليات الوساطة للأرصدة المالية بين المودعين والمستثمرين الباحثين عن مجالات أمنة وعوائد مجزية لأموالهم، وبين الشركات والحكومات الباحثة عن السيولة والتمويل، وتلعب البنوك التجارية والمؤسسات المالية دوراً مهماً في هذه الوساطة.

ثالثاً: تصنيف الأسواق المالية

- ❑ أسواق العملات؛
- ❑ أسواق القروض والسندات؛
- ❑ أسواق الأسهم (البورصات).
- دولياً: بورصة نيويورك، بورصة طوكيو، بورصة لندن،
- عربياً: بورصة القاهرة، بورصة الرياض، بورصة دبي.

يمكننا أن نميز ما بين النوعين التاليين للسوق المالي هما:

١. سوق النقد
٢. سوق رأس المال

١. سوق النقد Money Market

إن الأسواق النقدية هي الأسواق التي تتعامل بالأوراق قصيرة الأجل. وهي عبارة عن أدوات دين موثقة بطريقة تحفظ حقوق مالكيها (استعادة أصل المبلغ الذي أقرضه مضافاً إليه قيمة العائد المتفق عليه)

تتميز أدوات الدين هذه بكونها:

- ✓ قابلة التداول في الأسواق المالية،
- ✓ لها قدرة عالية على التحول إلى سيولة نقدية بسرعة عند الحاجة،
- ✓ تمتاز بتدني المخاطر المصاحبة لعوائدها.

ما هي أنواع الأوراق المالية المتداولة في السوق النقد؟

أ - الأوراق التجارية و هي عبارة عن:

- ✓ أداة دين قصيرة الأجل،
- ✓ تصدر عن البنوك و الشركات المساهمة الموثوق بها،
- ✓ الهدف من إصدارها هو الحصول البنوك على الأموال عند الحاجة إليها من خلال بيعها إلى الوسطاء أفراداً أو مؤسسات
- ✓ من عيوبها أنها غير مضمونة بأي أصول رأس مالية حيث أن الضامن هي سمعة البنك أو الشركة التي أصدرتها.

ب - اليورودولار: إن كلمة اليورو لا تشير هنا إلى العملة الأوروبية بل هو مصطلح معروف و متداول في مجال عمل الأسواق المالية الدولية. و المقصود به هو العملات الوطنية المودعة في بنوك خارج البلد الأصلي للعملة (الدولار الأمريكي المستثمر خارج الولايات المتحدة الأمريكية).

إن لليورودولار:

- سوق كبيرة في أسواق النقد العالمية نتيجة الطلب الهائل عليه من طرف الشركات المتعددة الجنسيات لتمويل عملياتها عبر كافة أنحاء العالم.
- كما تعتمد الدول النفطية (كثمن لمبيعاتها النفطية) وغير النفطية عليه (لتمويل ميزان مدفوعاتها الخارجية)

ج - شهادات الإيداع القابلة للتداول: وهي ورقة مالية تصدرها البنوك التجارية تثبت أنه تم بموجبها إيداع مبلغ محدد لمدة سنة أو أقل بسعر فائدة أعلى قليلاً من سعر الفائدة الذي تمنحه البنوك التجارية على الودائع العادية.

تتميز هذه الأوراق (شهادات الإيداع) بـ:

- قابلية تداولها في السوق النقدية قبل حلول تاريخ استحقاقها،
 - كما تستعملها البنوك كوسيلة للحصول على الأموال.
- من عيوب شهادات الإيداع:
- لا يمكن استرداد قيمتها من البنك أو الشركة التي أصدرتها قبل حلول استحقاقها،
 - كما يمكن لحاملها أن يبيعها أو يتنازل عنها في السوق الثاني الذي يشمل بنوك الاستثمار وشركات الوساطة المالية بالإضافة إلى البنوك التجارية.

د - الكمبيالات وهي عبارة عن:

- أداة دين قصيرة ومتوسطة الأجل،
- لا تزيد مدتها عن ٥ سنوات،
- يصدرها أفراد أو شركات أو دوائر حكومية للحصول على قروض من شركات أو بنوك أو أفراد آخرين.
- هي عقد دين تتولد عنه فوائد محددة تستحق في تواريخ محددة،
- يمكن لصاحبها الاحتفاظ بها حتى تاريخ استحقاقها،
- كما يكمن بيعها لطرف آخر والذي يمكن بدوره يبيعها لطرف ثالث،
- غالباً ما يتعامل بها السماسرة والبنوك التجارية.

ه - أذونات الخزانة وهي:

- أداة دين قصيرة الأجل تصدرها الحكومة،
- مدتها تتراوح من ٠٣ أشهر إلى ٠٦ أشهر إلى ٠٩ أشهر أو سنة،
- يتم التبادل بها على أساس الخصم في السوق الثانوية،
- يمكن بيع الأذن الواحد بخصم قيمته الاسمية عند الإصدار (يتم شراؤه بـ: ٩٠ دينار ويحصل على قيمته كاملة ١٠٠ دينار عند الاستحقاق)،
- تصدر الأذونات الحكومية بقيم متدرجة (١٠٠ دينار، ١٠٠٠ دينار، ١٠٠٠٠ دينار.. الخ).

من مزايا أذونات الخزينة الحكومية:

- ✓ أن أرباحها معفاة من الضريبة، مما يشجع شركات الوساطة المالية على الادخار وشرائها،
- ✓ تضع الحكومة شروطا مغرية لشرائها وتحقق عائد مجزيا لحاملها.

و - القبولات المصرفية وهي عبارة عن:

- أدوات دين،
- تصدرها الشركات التجارية،
- إنها مضمونة السداد من البنك التجاري الذي تتعامل معه الشركة (يتولى البنك الضامن دفع قيمة الحوالة في حالة عدم تمكن الشركة من دفع قيمتها للمورد)،
- تستخدم بكثرة من جانب المستوردين المحليين عند شرائهم بضاعة من الخارج.

من مزايا القبولات المصرفية:

- ✓ إنها قابلة للتداول بخصم في السوق الثاني للنقد من جانب شركات الوساطة والسماصرة،
- ✓ تعتبر أداة مقبولة على نطاق واسع في المعاملات الدولية.

٢. سوق رأس المال

وهو سوق الأوراق المالية طويلة الأجل الذي يتم ضمنه عقد الصفقات المالية والاستثمارية طويلة الأجل؛ ومن أهم أدواته:

- الأسهم؛
- السندات.

ولكي يحوز على الكفاءة والفاعلية وجب:

- ✓ توفر أدوات الاستثمار المناسبة الأكثر إنتاجية والأقل تكلفة؛
- ✓ توفر سوق ثانوي ملائم.

رابعاً: مؤشرات الأسواق

- لكل سوق مؤشر رئيسي للأداء،
- ومؤشرات ثانوية تعطي رقما قياسيا للأسعار والأسهم
- يكون المؤشر مكونا من عدة شركات يتابع المساهمون تحركاتها.
- من أشهر هذه المؤشرات لدينا مؤشر:
 - داو جونز الأمريكي، المكون من أسهم ٣٠ شركة كبرى؛
 - نيكاي للبورصات اليابانية؛
 - فوتسي البريطاني؛
 - داكس الألماني.

المحاضرة الحادية عشر إدارة الموارد البشرية الدولية (تنمية الموارد البشرية في الأعمال الدولية)

مقدمة

يعتبر تطوير رأس المال البشري من الأعمال الجوهرية التي تساهم في زيادة القدرة التنافسية للشركات. وفي هذا المجال تؤدي ش.م.ج دورا بالغ الأهمية لزيادة الأصول البشرية لديها (**Human Assets**)، والرفع من كفاءتهم ومهاراتهم بغرض التكيف والتأقلم مع بيئة الأعمال الدولية.

أولاً: التعريف إدارة الموارد البشرية:

١. يعرف **George Milkovech** : "إدارة الموارد البشرية على أنها تلك الإدارة التي تتخذ سلسلة من القرارات الخاصة بالعلاقات الوظيفية والمؤثرة في فعالية المنظمة وفعالية الموظفين".
٢. يعرف **Michael Poole** إدارة الموارد البشرية على أنها العملية الخاصة باستقطاب الأفراد وتطويرهم والمحافظة عليهم في إطار تحقيق أهداف المنظمة و تحقيق أهدافهم.

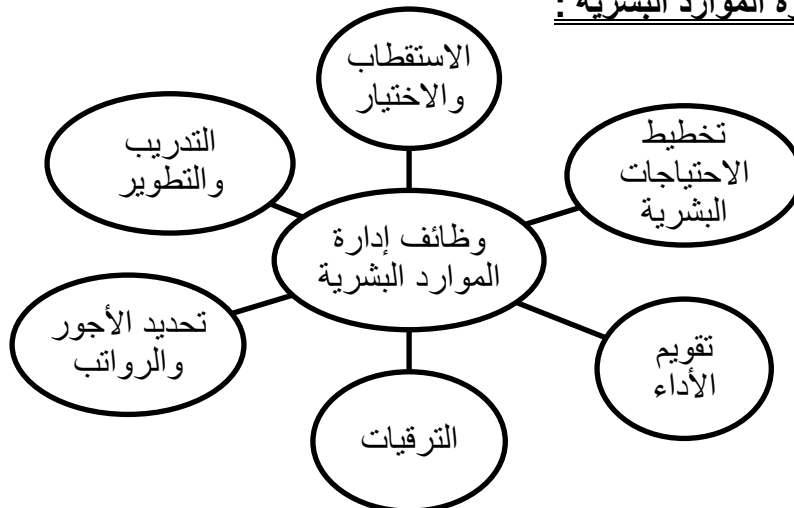
بناء على التعريفين السابقين،

- يمكننا ملاحظة أن مضمون هذه الإدارة يمثل المحور الأساسي في تنظيم العلاقات بين المنظمة وموظفيها.
- فهي الإدارة التي تختص باستقطاب وتوظيف واختيار وتطوير وتدريب وتحفيز ومكافأة العاملين في المنظمة.

ومن هذا المنظور يعتبرها **Michael Alvert** إدارة إستراتيجية هامة تعمل في إطار المفاهيم التالية:

- ❖ اشتراكها في التخطيط الاستراتيجي الشامل للمنظمة،
- ❖ اعتبار الموظفين (العنصر البشري) أصولا استثمارية يجب إدارتها وتطويرها بفعالية وكفاءة،
- ❖ يجب أن تصمم البرامج، وتعد السياسات بشكل يتوافق مع متطلبات الموظفين الاقتصادية وطموحاتهم الوظيفية.
- ❖ تعمل على تهيئة المناخ الوظيفي في مجال العمل بشكل يساعد الموظفين على تقديم أقصى طاقاتهم، واستغلال مهاراتهم وقدراتهم،
- ❖ يجب تصميم وإعداد سياسات ونشاطات إدارة الموارد البشرية بشكل يحقق التناغم والتناسق فيما بينهم وبين بقية أهداف وسياسات ونشاطات القطاعات الإدارية الأخرى في المنظمة،

الشكل يبين وظائف إدارة الموارد البشرية :



وعلى المستوى الدولي يصبح الأمر أكثر تعقيدا لكثرة العاملين وتنوع جنسياتهم ولغاتهم واعتقاداته، وتفاوت مهاراتهم، وتشنتهم الجغرافي، واختلاف ظروفهم المعيشية.. الخ وفي هذا الفصل سنحاول إلقاء الضوء على بعض الاستراتيجيات المتبعة من طرف ش.م.ج بخصوص:

- التوظيف والتدريب
- التعويض (الأجور والحوافز)،
- التطوير الوظيفي،
- الاتصال.

ثانيا: تأثير الاستثمار الأجنبي على التوظيف

- تقدر مصادر الأمم المتحدة أن عدد الوظائف التي توفرها الشركات المتعددة الجنسيات بحوالي ٧٣ مليون وظيفة، منها ٦٠% في الدول النامية.
- وهناك عدة عوامل تؤثر في عملية التوظيف التي تنتج عن التوسع في الاستثمارات الأجنبية منها:
 - ✓ إذا كان المشروع جزءا من الاستثمارات الحيوية،
 - ✓ مدى ملائمة المناخ الاستثمار في القطاعات الإنتاجية في السوق المحلي (بلد المضيف) للشركة المتعددة الجنسية.
- وينتج عن عملية التوظيف التي توفرها الاستثمارات الأجنبية أبعادا مباشرة و غير مباشرة من بينها ما يلي:

الجدول يبين التأثيرات المباشرة و غير المباشرة التي تحدثها الاستثمارات الأجنبية

م	التأثيرات غير المباشرة	التأثيرات المباشرة
الإيجابية		
١	مضاعفة التأثيرات الإيجابية (زيادة القوة الشرائية، تحسين السيولة النقدية، الرفاهية .. الخ)	خلق فرص عمل إذا كان المشروع جديدا.
٢	نقل خبرات فنية جديدة وإدارية إلى القوى العاملة المحلية.	أجور أعلى مقابل زيادة في الإنتاجية.
٣	جذب كفاءات للعمل في فروع ش.م.ج في البلد المضيف	استحداث وظائف وأعمال إضافية في البلد المضيف.
السلبية		
١	يقلل من فرص العمل إذا كان الاستثمار تملك مشروع قائم.	نقص الوظائف في البلد الأم للشركة المتعددة الجنسية.
٢	نشوب خلافات مع النقابات العمالية.	التغيير في مستوى الأجور في البلد المضيف و البلد الأم.
٣	يحدث اختلال في التوازن الوظيفي بين مختلف المناطق.	دخول شركات استثمار أجنبية محل الشركات التي استثمرت خارج البلد.

ثالثا: التعويضات

تقدم الشركات المتعددة الجنسيات تعويضات وحوافز مرتفعة بالمقارنة لما تعرضه الشركات المحلية. وهدف من وراء ذلك:

- استقطاب أفضل المهارات الإدارية والفنية المحلية العاملة في الشركات الوطنية في البلد المضيف.
- هذا الإجراء من جانب ش.م.ج يعمل على زيادة الأجور والحوافز في مناطق جغرافية أخرى داخل البلد.
- كما يعمل على زيادة الطلب على الكفاءات الجيدة داخل البلد المضيف.

- يترتب عن هذا المستوى من الأجور متوسط إنتاجية عمل أعلى وقوة أكبر في أداء رأس المال في الفروع التابعة ش.م.ج أكثر مما هو عليه في الشركات المحلية في البلد المضيف.
- كما تتحسن إلى جانب الأجور في الكثير من الصناعات:
 - ✓ ظروف العمل،
 - ✓ الخدمات الاجتماعية،
 - ✓ والعديد من الأمور غير النقدية (حوافز غير نقدية) التي تقدمها الشركة المتعددة الجنسية في البلد المضيف.

رابعاً: تطوير الموارد البشرية:

- تعمل الشركات بصورة مباشرة في تنمية الموارد البشرية العاملة لديها من خلال:
 - توفير فرص التدريب الإضافي للخريجين من المدارس والجامعات للحصول على احتياجاتها من المهارات المطلوبة*.
- * فالشركة عموماً ليس لها تأثير على النظام التعليم الرسمي، وبالتالي فإنها لا تستطيع الحصول على احتياجاتها من المهارات المطلوبة إلا من خلال التدريب،
 - كما تقوم بتقديم الحوافز للموظفين لزيادة مهاراتهم.
 - وهناك طرق مختلفة للتدريب تتبعها الشركات وهو فرض تدريب على جميع موظفيها*.
- * وقد تكون هذه الطريقة ضرورية عند شراء أو استخدام تكنولوجيا جديدة حيث تصبح الحاجة إلى مهارات إضافية أمراً لا غنى عنه.

- ويعتمد مجال التدريب المطلوب للموظفين على استراتيجيات ش.م.ج على النحو التالي:
 ١. استراتيجيات التكامل البسيطة: تكون الشركة مهتمة أكثر بمزايا عروض العمل المحلية قليلة التكاليف، ولذلك تلجأ إلى توظيف العمالة غير الماهرة و شبه الماهرة وتدريبهم على مهارات عمل محدودة.
 ٢. حالة إتباع إستراتيجية ظرفية:
 - في هذه الحالة يكون:

- ✓ حجم ونوعية التدريب محدد حسب الظروف التي تمر بها عملية الإنتاج للسوق المحلي،
- ✓ تقدم برامج تدريب حسب الاحتياجات المحلية و متطلبات الشركة التابعة.

٣. حالة إتباع إستراتيجية التكامل المعقدة:

- في هذه الحالة تكون هناك حاجة أكبر لتنسيق التدريب ودعمه، حيث يكون التطوير والتنفيذ على المستوى الأولي مهماً لإعداد إستراتيجية تكاملية معقدة.
- وعلى هذا المستوى تحاول ش.م.ج تطوير مزيج من سياسات إدارة الموارد البشرية من ضمنها:
 - ✓ القيام بنقل الموظفين التنفيذيين القدماء إلى الإدارة العامة أو المركزية (تتم العملية في أي وقت).
 - ✓ إعادة توزيع الموظفين الآخرين على الإدارات التي تكون في حاجة إلى وظائفهم حتى ولو كان مكان العمل في دولة أو منطقة جغرافية أخرى*،
- * إلا أنه لا يتم نقل أي واحد من مكانه قبل اجتياز برنامج تدريب خاص بالمكان أو العمل الجديد

محددات البرامج التدريبية

- توفر ش.م.ج برامج تدريبية في فروعها الخارجية ماثلة لنوع ومستوى التدريب في المقر الرئيسي للشركة الأم، ويختلف نوع التدريب فيها باختلاف:
 - ✓ المستوى الوظيفي للعامل والصناعة،
 - ✓ بالإضافة إلى نوع إستراتيجية الدخول للشركة في السوق (تملك، أو مشاركة)،

- ✓ وطبيعة التكنولوجيا المستخدمة،
- ✓ والأساليب الإدارية المستخدمة في الشركات التابعة والتي تؤثر على حجم ونوعية التدريب.

- تقوم شركة ديملر بنز **Daimler Benz** الألمانية المنتجة لسيارات **Mercedes** بتنفيذ برامج تدريب مهنية في جميع الدول التي لها فيها وكالات تجارية.
- تدرب سنويا حوالي ٢٥٠٠ موظف في فروعها التابعة في الدول النامية.
- ويتم تدريب:
 - الجزء الأول في مكان العمل،
 - أما الجزء الثاني فيتم تدريبه في قاعات المحاضرات،
 - بينما يتم تدريب الجزء الثالث في ورش حرفية تابعة للمصنع.

خامسا: إدارة الموارد البشرية في ش.م.ج

- تعتمد الشركات المتعددة الجنسيات لإدارة أعمالها في فروعها الخارجية على **المغتربين من البلد الأم Expatriates (٣%)** شركات يابانية، ٤% شركات أمريكية) معظمهم يعمل في الوظائف العليا أو الوظائف الفنية الرئيسية.
- إلا أن مع مطلع الثمانينيات، بدأت ش.م.ج الاعتماد على الموظفين **المغتربين المحليين** من الدول النامية لعدة أسباب منها:
 - التغير الملحوظ في استراتيجيات الإنتاج الدولي،
 - دورة حياة عمل المغترب الأمريكي قصيرة وعالية التكلفة،
 - عدم قدرة المغترب الأمريكي و الياباني التفاعل مع بعض البيئات
 - أن المدير المغترب من الدول النامية أقل تكلفة،
 - للمدير المحلي استعداد أكبر على التعامل مع بيئات عديدة خاصة إذا كان يعمل في بيئته المحلية
- و بناء على ما تقدم، تعمل ش.م.ج على تدريب و تأهيل عدد من المدراء الدوليين الذين تكون لهم قابلية التحرك من بلد إلى آخر وفقا للطلب عليهم في أي منطقة من العالم تتطلب وجودهم، مما :
 - ✓ يجعل الاعتماد على المغتربين من البلد الأم أقل شأن مقارنة بالتكلفة المتدنية للمديرين المحليين،
 - ✓ يشكل استجابة لضغوط الحكومات المضيفة لاستخدام الموظفين المحليين.
- لقد أدت هذه التغيرات في ش.م.ج إلى الاستبدال التدريجي للمغتربين من البلد الأم بالمغتربين من الدول النامية أو الدول المضيفة (مثال على ذلك؛ ما قامت به شركة **Hp** العاملة في الصين حيث قامت في سنة ١٩٩٠م بتدريب عدد من الموظفين الصينيين مما مكن من تخفيض عدد المغتربين الأمريكيين العاملين في الصين من ٢٠% إلى ٤%).

سادسا: تصنيف ش.م.ج وفق معيار التوظيف

يمكن تصنيف الشركات وفق معيار سياسات التوظيف التي تتبعها إلى أربعة أنواع رئيسية كما يلي:

١. الشركات ذات التركيز العرقي **Ethnocentric**
٢. الشركات ذات التركيز العرقي المتعدد **Polycentric**
٣. الشركات ذات التركيز العالمي **Geocentric**
٤. الشركات ذات التركيز الإقليمي **Regiocentric**

١. الشركات ذات التركيز العرقي Ethnocentric

يوجد في هذا النوع من الشركات قيم ومعتقدات متشابهة خاصة في الشركات التابعة كذلك الموجودة في الشركة الأم وعليه:

- ✓ تتم معظم الاتصالات و نقل المعلومات بالاتجاه واحد (من الشركة الأم على الشركة التابعة).
- ✓ يكون فيها معظم الموظفين الرئيسيين من البلد الأم (مغتربين).

٢. الشركات ذات التركيز العرقي المتعدد Polycentric

في هذا النوع من الشركات:

- ✓ هناك نوع من الاستقلالية الذاتية التي تتصف بها الشركات التي تعمل ضمن هذا النمط.
- ✓ تكون الاتصال بالشركة الأم يكون محدودا (قليل).
- ✓ تتخذ الشركة قراراتها التنظيمية بدون الرجوع إلى الإدارة العامة بالشركة الأم.
- ✓ كما يتم اتخاذ القرارات الإستراتيجية بالتنسيق مع الشركة الأم.
- ✓ يتم اختيار معظم الموظفين من البلد المضيف.

٣. الشركات ذات التركيز العالمي Geocentric

في هذا النوع من الشركات يكون:

- ✓ الاتصال في الاتجاهين.
- ✓ لا يتم تشكيل الفريق الإداري على أساس المصالح في البلد المضيف.
- ✓ يتم استقطاب الموظفين من أي منطقة في العالم واستخدامهم في أي منطقة أخرى في العالم.

٤. الشركات ذات التركيز الإقليمي Regiocentric

في هذا النوع من الشركات يكون:

- ✓ تعيين الموظفين والمدراء وإدارتهم على أساس إقليمي.
- ✓ يتمتع المدراء الإقليميون بصلاحيات و استقلالية أكبر في اتخاذ القرارات.
- ✓ تنحصر حركة وتنقلات الموظفين والمدراء الإقليميين على الإقليم الذي يتواجدون فيه داخل البلد المضيف.

سابعاً: استراتيجيات التوظيف:

➤ تتوفر ش.م.ج على ثلاثة مصادر أساسية للتوظيف من مواطن:

١. البلد الأم للشركة،

٢. البلد المضيف للشركة،

٣. بلد ثالث.

➤ يمتاز كل مصدر من هذه المصادر بمزايا و عيوب كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول يبين نموذج لمزايا وعيوب البدائل الإستراتيجية للتوظيف

مصدر التوظيف	المزايا	العيوب
البلد الأم	- التفاف حول أهداف الشركة، - الولاء للشركة، - الكفاءة التكنولوجية، - سهولة الرقابة على الاداء.	- صعوبة التكيف مع البيئة الأجنبية، - تكاليف عالية على التدريب، - الضغوط المستمرة في مكان العمل، - مشكلات التكيف الأسرية.
البلد المضيف	- منسجم مع البلد المضيف، - تكاليف أقل للمحافظة على الموظف، - إمكانية الترقية (الموظفين المحليين)، - الاستجابة لضغوط الحكومة المضيفة (التوظيف المحلي).	- صعوبة الرقابة على عمل الموظف، - صعوبة الاتصال، - ضعف فرص العمل أمام الموظفين والعمال المحليين.
البلد الثالث	- مدراء دوليين، - أقل كلفة.	- حسابية البلد المضيف، - منافسة المواطنين المحليين.

كما يشترط أن تتوفر في الموظف المترشح الصفات التالية:

- ✓ المؤهل العلمي،
- ✓ الخبرة السابقة في العيش خارج الوطن الأم،
- ✓ اللباقة، والود في التعامل،
- ✓ عدم التحيز العرقي أو الديني،
- ✓ القدرة على التكيف والتفاعل الثقافي.

لقد ساد في الأوئل مرحلة العولمة (السبعينيات) نمط التوظيف ذو التركيز العرقي. والآن الكفة تتجه نحو التوظيف ذو التركيز العالمي.

ثامنا: الاتصال الإداري:

من أكثر المهارات أهمية في الموظف أو المدير المرشح للعمل في ش.م.ج هي القدرة على الاتصال. ولكي يتم الاتصال الإداري بسهولة بين الشركة الأم والشركة التابعة، فإن أنماط الموظفين الذين يجري توظيفهم هو كما يلي (ينظر على الجدول):

في الشركة الأم	في الشركة التابعة
مواطن من البلد الأم مع خبرة في البلد المضيف.	- مدير من البلد الأم، - مدير من البلد المضيف، - مدير من البلد الأم تم تدريبه في بلد الشركة الأم.
مدير من البلد المضيف تم تدريبه في البلد الأم للشركة.	مدير دولي تدرب للعمل في أي منطقة من العالم.

بناء على ما تقدم نلاحظ أن أمام ش.م.ج بدائل عديدة لتحقيق الاتصال الفعال بالشركة التابعة لها. ولما تنتقل الشركة إلى مرحلة العولمة **Globalization** تبدأ في البحث عن:

- ✓ مدراء مدربين للعمل على المستوى الدولي بغض النظر عن جنسيتهم.*

* اتجهت بعض ش.م.ج (الأمريكية) في الآونة الأخيرة إلى توظيف مدراء هنود ممن تدربوا في الولايات المتحدة الأمريكية خصيصا للعمل في شركاتها التابعة والعاملة في الهند.

من المهارات الدقيقة والمهمة للمدير الدولي المغترب:

■ مهارات الاتصال و الصبر و الإصغاء.

إلى جانب مهارات أخرى مثل:

- الكفاءة الوظيفية،
- القدرة على التحدث مع الآخرين وبناء علاقات معهم،
- التحكم في اللغات الأجنبية،
- قابلية التكيف الأسري مع البيئة الخارجية.

تاسعا: تدريب المدراء الدوليين:

نظرا لأهمية التأقلم والتكيف مع بيئة الأعمال الدولية وبالأخص الجوانب المالية والتجارية والاجتماعية والثقافية منها، تقدم ش.م.ج العديد من برامج التدريب للمدراء والمرشحين للعمل على نطاق عالمي، ومن هذه البرامج:

- برامج إعداد المديرين للقيام بزيارة عمل للدول المضييفة للاستثمار.
- برامج التدريب لاستخدام اللغة أو اللغات.
- برامج إعداد المديرين لكتابة تقارير مختصرة عن البلد المضيف.
- تدريب المدير وأسرته على التعامل مع الثقافة السائدة في البلاد المضيف والخاصة بـ: (البروتوكولات، الأعراف الاجتماعية، الضيافة، المناسبات الدينية والوطنية.. الخ).
- برامج الإدارة العامة للمدراء في معاهد متخصصة.
- برامج بخصوص تقنيات التفاوض ضمن الأعراف التجارية في البلد المضيف.

المحاضرة الثانية عشر
موضوعات في التسويق الدولي الجزء الأول
(مناطق التجارة الحرة)

مقدمة

➤ يعتبر التسويق الدولي أداة فعالة لبعث و ترقية الأعمال الدولية.

➤ كما تعتبر مناطق التجارة الحرة أداة لتوفير البنية التحتية و التسهيلات المدعمة لقيام و استمرار المعاملات الدولية.

➤ و يرجع الفضل للتجارة الإلكترونية في رفع حجم و سرعة المعاملات الدولية.

هذا ما سوف نعمل على توضيحه من خلال هذا الفصل.

أولاً: ماهية و طبيعة التسويق الدولي

١. مفهوم التسويق الدولي

يمكننا تعريف التسويق الدولي على أنه: "عملية تعبئة موارد المؤسسة و توجيهها لاختيار و استغلال الفرص في الأسواق الدولية بما يحقق و يعزز أهداف الشركة الإستراتيجية على المديين، القصير و الطويل".

٢. ماهية التسويق الدولي

- من هذا المنظور، تكمن أهمية التسويق الدولي في:
- الوصول إلى المستهلك الدولي و اكتشاف حاجاته و رغباته،
 - العمل على إشباعها بمستوى أفضل من المنافسين.
 - تعبئة و توجيه كافة موارد المؤسسة (المالية، المادية، و البشرية) بغرض مقابلة متطلبات المستهلك الدولي بما يتوافق مع الأهداف الاستراتيجية للمنظمة الدولية على المدى القصير و الطويل.

يقوم التسويق الدولي على أساس:

- تنسيق الجهود و الأنشطة التسويقية لاستغلال الفرص التي تقدمها بيئة الأعمال الدولية،
- و تحقيق أهداف أطراف المبادلة (المستهلك الدولي و المنظمة الدولية) في ظل مجموعة من القيود البيئية الخاصة ببيئة الأعمال الدولية (المخاطر):
 - ✓ سياسية و القانونية،
 - ✓ مالية (التضخم، أسعار العملات، معدلات الفائدة...)،
 - ✓ تجارية،
 - ✓ الاجتماعية و ثقافية (القيم، المعتقدات... الخ).



٣. منهج إدارة التسويق الدولي

هو إذن المنهج الذي يعنى بإدارة المسائل المتعلقة بخدمة الأسواق الدولية حيث يتعلق بالاتخاذ القرارات الأساسية و الخاصة بـ:

- ❖ الدخول و مزاولة أو عدم مزاولة الأعمال الدولية،
- ❖ التوقيت الزمني للدخول إلى الأسواق الدولية،
- ❖ نوع الأسواق الواجب الدخول إليها (دول متقدمة أو دول نامية)؛
- ❖ كيفية الدخول و خدمة السوق الدولية، أي انتقاء الإستراتيجية المناسبة:

- مبادلات تجارية (تصدير و استيراد)،
- استثمار خارجي (مباشر مع تواجد حقيقي بعيد المدى أو غير مباشر)

٤. خصوصية التسويق الدولي

هناك تشابه كبير بينه و بين التسويق المحلي من حيث الفلسفة و الأدوات و التقنيات و النظريات.

إلا أن هناك بعض الخصوصيات التي ينفرد بها و التي ترجع أساسا إلى طبيعة ممارسته (على مستوى البيئة الدولية) و يمكننا حصرها في المجالات التالية:

- الاختلاف بين السوقيين المحلي و الدولي يؤدي بطبيعة الحال إلى اختلاف الممارسات فيهما؛

- العمل عبر الحدود بالنسبة للأسواق الخارجية يستلزم أن هناك تحديات مختلفة (إجراءات قانونية و اعتبارات و مشاكل خاصة أي مجموعة من المخاطر)؛

- يجب أن ينظر لعناصر المزيج التسويقي (الممنتج، السعر، التوزيع، الترويج) من منظور دولي.

٥. سياسات المزيج التسويقي الدولي

تختلف سياسات المزيج التسويقي الدولي في الأسواق الدولية عنها في الأسواق المحلية و كمثال على ذلك لدينا:

(١) بالنسبة لسياسة المنتج:

و يمكن أن نلاحظ هذا الاختلافات خاصة على المستوى:

- ✓ اختلاف التصاميم باختلاف الأذواق و الثقافات؛
- ✓ تقنية الإنتاج؛
- ✓ اعتبارات البيئة (في قضايا التلوث البيئي) .
- ✓ احترام بعض المعايير الخاصة بالجودة و الأمن و السلامة..الخ.

ثانيا: موضوعات خاصة في التسويقي الدولي

١. المناطق الحرة:

١. مفهومها:

هي مساحة جغرافية مغلقة و معزولة و غير مأهولة بالسكان و التي تدخلها الكثير من البضائع غير الممنوعة و تكون معفية من كافة إجراءات و رسوم الجمركية.

و بناء على هذا يمكننا اعتبار المناطق التجارية الحرة بمثابة مناطق:

- مساحة جغرافية مغلقة و معزولة غير مأهولة بالسكان
- تقع ضمن ميناء بحري أو مطار جوي أو على مقربة منه، كما يمكنها أن تكون في مدينة معزولة بكاملها عن باقي أجزاء الدولة.

➤ تكون مخصصة للاستخدام من قبل التجار و المستثمرين لممارسة نشاطاتهم فيها في حدود نصوص قانون المناطق الحرة التجارية.

- تستفيد من الإعفاءات الخاصة بالرسوم الجمركية،
- تدخل إليها البضاعة أو تقام فيها الصناعة بدون أي رسوم جمركية أو قيود فنية أو إدارية فهي بذلك تقع خارج النطاق الجمركي و الإداري للدولة.

➤ تستخدم لتخزين البضائع العابرة بغرض الحفاظ عليها و إعادة توزيعها،

➤ تسمح بتأخير دفع رسوم الاستيراد أو تجنب دفع الضرائب غير المباشرة على أنواع أخرى من الأنشطة التي تتم فيها.

٢. أهداف المناطق الحرة و غاياتها

- (١) جذب الاستثمارات الأجنبية (تقدم مجموعة من الحوافز)؛
- (٢) توفير النقد الأجنبي من خلال ترويج و ترقية الصادرات،
- (٣) خلق فرص عمل في الصناعات و الشركات المتوطنة بصفة مباشرة فيها؛
- (٤) تحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية في مناطق مختلفة؛
- (٥) نقل التكنولوجيا و الخبرة الفنية و الإدارية؛
- (٦) تعزيز الحركة التجارية للبلد من خلال استخدام موارده المحلية؛
- (٧) تنشيط قطاعي الخدمات و النقل.

٣. مزايا و حوافز المناطق التجارية الحرة

تتفاوت الحوافز و المزايا التي توفرها مناطق التجارة الحرة ما بين دولة و دولة أخرى.

إلا أنه يمكننا حصر على العموم جملة من الحوافز و المزايا التي توفرها للمستثمرين و التجار المتعاملين على النحو التالي:

١. الإعفاء من الضرائب على استيراد المواد الأولية و المواد النصف مصنعة (أجزاء تدخل في تركيب بضاعة أساسية).
٢. توفير البنية التحتية و الخدمات الأساسية لتسهيل الأعمال الدولية،
٣. توفير جهاز إداري يتولى الإشراف و الإنجاز و المتابعة لكافة الإجراءات الفنية و التقنية و كذا التنظيمية الخاصة بالاستثمارات المتعلقة بالمناطق التجارية الحرة.
٤. توفير العمالة اللازمة من مختلف التخصصات للصناعات و الشركات التجارية المتواجدة بها.

المحاضرة الثالثة عشر موضوعات في التسويق الدولي الجزء الثاني (التجارة الإلكترونية)

مقدمة

عرفت نهاية القرن ٢٠ و بداية القرن ٢١ تحولات هامة أفرزتها معطيات مختلفة أبرزها التطور الذي شهدته تكنولوجيا المعلومات و الاتصال **(Information Technology & Communication (ITC)**، وأصبحت تشكل بذلك أحد العناصر الأساسية في عمليات الإنتاج وتقديم الخدمات عالمياً. كما ساهمت بدرجة كبيرة في تسهيل التعاملات وتنمية وتطوير الاقتصاد.

ومن نتائج هذا التطور (في تكنولوجيا المعلومات والاتصال)،

Information Technology and communication (ITC)

ظهور مصطلحات جديدة من ضمنها مصطلح " التجارة الإلكترونية " **(Electronic Commerce or e-commerce)** الذي أصبح:

✓ يتداول في الاستخدام العادي للأفراد و المنظمات،

✓ كما أضحت من الأنشطة الملازمة للمنظمات و الأفراد.

إذ نعيش اليوم في عالم السلوكيات التكنولوجية والإلكترونية التي باتت تتدخل في كل جزئية من حياتنا وأعمالنا. فالحكومات أصبحت إلكترونية، والأعمال أصبحت أعمالاً إلكترونية والتعليم يتوجه لأن يكون تعليمًا إلكترونيًا والتجارة أمست تجارة إلكترونية.

وتعتبر التجارة الإلكترونية من المتغيرات العالمية الجديدة التي فرضت نفسها بقوة خلال الأربعة عقود الأخيرة، حيث يعتمد هذا النوع من التجارة بشكل رئيسي على استخدام أحدث تقنيات المعلومات والاتصال. يجب التذكير هنا أن تقنية المعلومات أو صناعة المعلومات في عصر المعلومات والاتصال هي التي أوجدت الوجود الفعلي والحقيقي للتجارة الإلكترونية.

فاعتماد منظمات الأعمال المحلية و الدولية على تكنولوجيا المعلومات والاتصال في معاملاتها مع أسواقها، يشكل حالياً:

➤ أحد أهم الخصائص المميزة لمنظمة الأعمال العصرية ذات الأداء الاقتصادي العالي،

➤ أداة فعالة للإدارة مما مكن من تغيير سلوكها و أساليبها الإدارية*.

وأصبحت التجارة الدولية تتميز بممارسة أنشطة عديدة (كالبيع و الشراء و الدفع) ارتبطت بتقنية تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

➤ كما غيرت التجارة الإلكترونية أيضاً سلوك الأفراد.

أولاً: مفهوم التجارة الإلكترونية

للكثير من الناس، يعني مصطلح -التجارة الإلكترونية- التجارة من خلال الأنترنت المسمى الشبكة العنكبوتية

العالمية (الويب) **World Wide Web (WWW)**

فهو **(Electronic Commerce or e-Commerce)**، تشتمل الكثير من الأنشطة، مثل:

١. تجارة الأعمال مع الأعمال الأخرى **B to B**،

٢. تجارة الأعمال مع الأفراد **B To C**

٣. العمليات الداخلية التي تستخدمها الشركات في دعم أنشطة شرائها، وبيعها، وتعيينها الأفراد، وتخطيطها،

٤. و .. الخ.. من الأنشطة الأخرى.

ثانى: طبيعة التجارة الإلكترونية

تعرف المنظمة العالمية للتجارة (WTO)، التجارة الإلكترونية على أنها: "مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات بوسائل إلكترونية".

كما أعطى الخبير الاقتصادي الأمريكي نيكولاس بيرتلي للتجارة الإلكترونية المفهوم التالي: "إن مفهوم التجارة الإلكترونية يشير إلى تسويق المنتجات عبر شبكة الإنترنت الدولية وتفريغ البرامج الإلكترونية دون الذهاب إلى المتجر أو إلى الشركة. فهي تشتمل الاتصالات بين مختلف الشركات على المستوى المحلي أو الدولي بما يسهل عملية التبادل التجاري ويزيد من أحجامها".

وبناء على ما تقدم،

- تعد ظاهرة التجارة الإلكترونية (E-Commerce)، وما تنطوي عليه من تطبيقات، ظاهرة حديثة ترجع بداياتها في أوائل السبعينات (1970s) من القرن الماضي.
- وقد ظهر عدة تعاريف بشأنها، يحاول كل منها أن يصف ويحدد طبيعة هذه التجارة الإلكترونية وما يتعلق بها من ممارسات و أنشطة.

المحاضرة الرابعة عشر

مراجعة عامة لمفردات المقرر