

ملتقى طلاب وطالبات جامعة الملك فيصل
<http://www.ckfu.org>

إدارة الأعمال الدولية

د: محمد دليم القحطاني

اعداد: ابراهيم ٩

المحاضرة الأولى طبيعة وماهية إدارة الأعمال الدولية

مقدمة

من السمات التي ميزت العلاقات الدولية خلال ثلاث 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:

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

أولاً: المفاهيم الأساسية:

مفهوم الأعمال الدولية: إن المقصود بمصطلح الأعمال الدولية أي نشاط استثماري أو 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. كما عرفت أيضاً على أنها:

الأنشطة التي تقوم بها الشركات الكبيرة التي تمتلك وحدات تشغيلية خارج بلدانها الأصلية (البلد الأم).

إذا فهي معاملات بين أفراد ومنشآت من دول مختلفة في شكل أنشطة تجارية أو استثمارات متنوعة، تمتاز بالديمومية ويمكن التأثير عليها بأشكال مختلفة؛ وهو ما يشكل مجالاً لإدارة الأعمال الدولية.

مفهوم الاستثمار الأجنبي المباشر:

هو شراء وتملك أصول خارجية في شركات عاملة أو مساهمة فيها. أي امتلاك شيء ملموس ومحدد يمكن المستثمر من التأثير بدرجة ما على مسار المنشأة المساهم فيها.

الاستثمار الأجنبي غير المباشر:

يكون بشراء أوراق مالية في شكل أسهم أو سندات تصدرها مؤسسة أجنبية أخرى، يستهدف الربح ويكون لصاحبه حق غير مباشر لا يمكنه من التأثير في مسار المؤسسة.

الشركة الدولية:

هي التي تمتلك أو تتحكم في أنشطة اقتصادية بأكثر من بلد، سواء من خلال الاستثمارات المباشرة أو غير المباشرة

إذن هي (أصنافها):

- ١ تمتلك طاقة إنتاجية في أكثر من بلد
- ٢ تدير طاقاتها وفروعها وفقاً لاستراتيجية واحدة.
- ٣ تشكل إطاراً لنقل الأموال والأفراد والسلع والأفكار، سواء بين رئاستها وفروعها أو بينها وبين زبائنها والشركات الأخرى.

يتميز بعض المختصين عموماً في إدارة الأعمال ما بين الأنواع الثلاثة للشركات الدولية:

- (١) الشركة الدولية (I. Company): وتكون قاعدة ومركز أعمالها في موطنها.
- (٢) الشركة متعددة الجنسيات (M. Company): وهي التي تتخذ أكثر من موطن لهذه الأعمال.
- (٣) الشركة العالمية (G. Company): وهي مرحلة متقدمة لا يصبح فيها موطن محدد للشركة من حيث التوجه والنظرة لأعمالها.

ثانياً أهمية الأعمال الدولية:

تبرزها الأرقام المذهلة لتطور الأعمال الدولية وبشكل تطورت معه الحاجة إلى إدارة الأعمال الدولية التي على حداثتها أصبحت لها مكانتها البارزة في حقل المعرفة الإدارية.

أنواع الأعمال الدولية:

- ١- التجارة الخارجية (Foreign Trade) .
- ٢- الاستثمارات الأجنبية المباشرة (D. Foreign. Investment)؛
- ٣- الاستثمارات الأجنبية غير المباشرة (I.F.I)

أنواع أخرى للأعمال الدولية: ومنها على وجه الخصوص:

- (١) **الترخيص:** وبموجب شكله الرئيس فإن الشركة الأجنبية (مثلاً كوكاكولا، فنادق هيلتون...) تقوم بالسماح لشركة أخرى في بلد آخر باستعمال تقنية معينة طورتها الشركة الأجنبية أو باستخدام اسم تجاري ملك لتلك الشركة مقابل إتاوة تدفعها الشركة المحلية
- (٢) **تسليم المفتاح:** هنا تتعهد شركة أجنبية بإكمال مشروع بكامله أو جزء منه على حسب الاتفاق وتنفيذ ذلك المشروع من مراحله الأولى حتى مرحلة التشغيل.
- (٣) **عقود الإدارة:** بموجبها تقوم شركة أجنبية بإدارة منشأة في بلد آخر مقابل اجر، ومقابل القيام بالإدارة تتلقى الشركة الأجنبية أتعاباً أو نصيباً في الأرباح .
- (٤) **عقود التصنيع:** هنا تعقد الشركة متعددة الجنسية اتفاقية مع شركة وطنية عامة أو خاصة في الدولة المضيفة يتم بمقتضاها 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 .
- (٥) **عقود التصدير (الوكالة):** هي عبارة عن اتفاقية بين طرفين يقوم بموجبها أحد الطرفين (الطرف الأصيل) بتوظيف الطرف الثاني (الوكيل) لبيع أو تسهيل أو إبرام اتفاقيات بيع سلع ومنتجات الطرف الأول لطرف ثالث هو المستهلك النهائي أو الصناعي يتلقى الوكيل عمولة عن كل صفقة تتم وهو مجرد وسيط أو ممثل حيث يحتفظ الطرف الأول بعلامته التجارية على السلع كما يحتفظ بملكية السلع إلى أن تكتمل المبادلات.
- (٦) **الاستثمارات المشتركة:** وبموجبها تقوم الشركة الدولية في حصة مشاركة مع شركة دولية أخرى لتنفيذ مشروع في بلد ثالث، وقد تدخل الشركة متعددة الجنسيات في استثمار مشترك مع شريك محلي في بلد أجنبي؛

وأمام 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.

أشكال الاحتكارات والتكتلات في الأعمال الدولية:

إن الاحتكار هو تفاهم أو تكتل مجموعة من الشركات م ج يتمركز تحت سيطرتها إنتاج أو تصريف الجزء الساحق من هذه البضاعة أو تلك سعياً وراء الربح المطلق.

ومن أهم أشكال الاحتكارات لدينا:

- أ- **الكارتل (Cartel):** وهو تكتل مجموعة من الشركات يتفق أصحابها على تقاسم أسواق التصريف، وعلى أسعار البيع ويحددون كمية البضائع الواجب إنتاجها، غير أن هذه المؤسسات تصنع وتبيع المنتجات بشكل مستقل.

- ب- **السنديكات (Syndicates):** تكتل يتكون من شركات أكبر وأكثر تطوراً من الكارتل ، فأعضاؤه الذين ينتجون بصورة مستقلة، لا يحق لهم، وفق أحكام العضوية، بيع منتجاتهم أو شراء موادهم الأولية بأنفسهم، بل يولفون لذلك جهازاً تجارياً مشتركاً.
- ج- **التروست (Trusts):** وهو احتكار تصبح فيه ملكية جميع المؤسسات الأعضاء ملكية مشتركة، ويتقاضى فيه المالكون السابقون (الذين أصبحوا مساهمين) الأرباح وفقاً لنسبة أسهمهم.
- د- **الكونسورتيوم (consortium):** وهو اتحاد يتكون من أكبر التروستات أو المؤسسات من مختلف الفروع الصناعية والبنوك والشركات التجارية وشركات النقل والتأمين على أساس تبعية مالية مشتركة إزاء كبرى الشركات متعددة الجنسيات.

ثالثاً | منهاج إدارة الأعمال الدولية:

طبيعة الأعمال الدولية:

- ◀ ترتكز 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 على المنشآت الدولية الكبيرة فقط).
- ◀ 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 و المتغيرات 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 والتوافق مع بيئة التعامل في البلد المضيف (بيئة الأعمال الدولية).

منهجية إدارة الأعمال الدولية ومكانتها من إدارة الأعمال:

تعد إدارة الأعمال الدولية جزءاً من إدارة الأعمال، لذا فهي تستخدم إلى حد كبير نفس المنهجية وتطبق نفس القواعد والنظم؛ غير أن منهاجها يتطلب بعداً إضافياً يستدعي معالجة خاصة تأخذ في الاعتبار المضمار الدولي الخارجي، دون إهمال للوضع الداخلي لكل دولة وأساليب الأعمال فيها.

الاختلافات الواجب مراعاتها:

- ١ - تباين واختلاف الوحدات السياسية والتشريعية للدول.
- ٢ - تنوع السياسات الوطنية والنزعات القومية.
- ٣ - اختلاف العادات والتقاليد والأعراف.
- ٤ - اختلاف النظم النقدية والمصرفية.
- ٥ - اختلاف الأسواق الدولية من حيث الحجم والتوجهات.

المحاضرة الثانية

نظريات التجارة الخارجية

مقدمة

- لماذا تتاجر دولة ما مع دولة أخرى؟ لماذا تتبادل الدول السلع؟ ولماذا لا تنتج كل دولة ما تحتاج إليه بنفسها؟
- ماهي أبرز النظريات التي حاولت تفسير أسباب قيام التبادل الدولي؟ وماهي أبرز الانتقادات الموجهة إليها؟
- ماهي الأسباب الحقيقية الكامنة وراء قيام التبادل الدولي؟ وماهي سياسات التجارة الخارجية التي تنتهجها الحكومات إزاء ذلك؟

أولاً | نظريات التجارة الخارجية:

إن دراسة التطور التاريخي للتجارة الدولية يساعدنا بشكل أفضل على فهم ما وصلت إليه الأحوال الاقتصادية لمختلف البلدان؛ علماً أن الاهتمام بدراسة الخلفيات التاريخية يرجع لسببين التالين:

الأول: هو فهم أن الظروف والأفكار والمفاهيم الاقتصادية التي كانت سائدة خلال القرنين السادس عشر والسابع عشر (فترة التجاريين) مازال الكثير منها قائماً حتى الآن.

الثاني: أن تلك الظروف أثارت بعض الاقتصاديين في تلك الفترة ومنهم خاصة آدم سميث. وهذا طبعاً فضلاً عن تراكم المعرفة العلمية من جهة وبيان المسار التاريخي لتسلسل الأحداث والوقائع الاقتصادية من جهة أخرى.

(١) نظرية الميزة المطلقة:

لقد حاولت هذه النظرية كغيرها من نظريات التجارة الخارجية، تفسير أسباب قيام التبادل الدولي. صاحب هذه النظرية هو الاقتصادي المعروف آدم سميث، وتمثلت فرضياتها فيما يلي:

فرضيات النظرية:

- افتراض اعتماد التبادل الدولي على المقايضة بدل النقود.
- ثبات تكاليف الوحدة الواحدة مهما كان حجم الإنتاج.
- سهولة انتقال عناصر الإنتاج ما بين الصناعات داخل الدولة الواحدة وصعوبة انتقال هذه العناصر ما بين الدول؛
- إسقاط تكاليف النقل والمواصلات.
- العمالة التامة للاقتصاد.
- افتراض المنافسة التامة.

محتوى النظرية:

مضمون النظرية يبيّن الجدول التالي لدولتين هما أمريكا وبريطانيا في إنتاج كل من القمح والنسيج، والقائم على أساس اختلاف التكاليف العائد لاختلاف مدخلات عوامل الإنتاج، خاصة اليد العاملة.

إنتاج عشرة أيام

النسيج / الطاقة	القمح / الطن	البيان
20	90	الولايات المتحدة الأمريكية
60	30	بريطانيا

الملاحظ أن

الأولى تنتج القمح ٣ مرات أكفاً من الثانية ← والثانية تنتج النسيج ٣ مرات أكفاً من الأولى. وعليه تتحدد الأسعار في الدولتين من خلال حساب الأسعار الداخلية في كل دولة على حدة وقبل قيام التجارة بين البلدين، وفقاً لما يلي:

الأسعار في بريطانيا:

١ طن قمحاً = ٢ طاقة نسيج؛
١/٢ طن قمحاً = ١ طاقة نسيج.

الأسعار في الولايات المتحدة:

١ طن قمحاً = ٩/٢ طاقة نسيج
١ طن نسيجاً = ٩/٢ طن قمحاً أي ٤,٥ طن قمحاً
٩/٢ طن قمحاً = ١ طاقة نسيج.

الخلاصة: من الأفضل للبلدين التخصص فيما لكل منهما فيه ميزة مطلقة وعليه يفضل له أن تخصص الولايات المتحدة في إنتاج القمح، وبالمقابل وبنفس النتيجة تخصص بريطانيا في إنتاج النسيج.

(٢) نظرية النفقات (الميزة) النسبية:

صاحب النظرية هو الاقتصادي المعروف **ديفيد ريكاردو**، الذي انطلق من نفس فرضيات سلفه سميث وحاول أن يفسر أسباب قيام التبادل الدولي اعتماداً على فكرة أن العمل هو أساس القيمة، واعتماداً على مثال لدولتين تتميز أحدهما هذه المرة بإنتاج كلا السلعتين بدرجة أكفاً من الأخرى كما يبينه الجدول الموالي:

انتاج عشرة ايام		البيان الولايات المتحدة الامريكية بريطانيا
النسيج / الطاقة	القمح / الطن	
20	90	
60	30	

وبحساب معدلات التبادل للبلدين قبل قيام التجارة الخارجية بينهما نجد أن:

- ١ للولايات المتحدة ميزة مطلقة في السلعتين إلا أن ميزتها في القمح أقوى (طن قمحاً = ١,٣٣ طاقة نسيج، أما بريطانيا فمقابل ١ طن قمحاً تنتج ٢ طاقة نسيج)؛
- ٢ بينما ليس للدولة الثانية (بريطانيا) ميزة في إنتاج أي من السلعتين، غير أن وضعها أقل سوءاً (نسبياً) في حالة أحدهما وهو ما يعطيها مجالاً للتخصص فيها.

الخلاصة:

- ١ للولايات ميزة مطلقة في السلعتين وتميزاً مطلقاً في القمح وتخلفاً نسبياً في النسيج، أي أنها ستتخلى عما لديها فيه تخلف نسبي وتخصص فيما لديها فيه تفوق مطلق.
 - ٢ أما بريطانيا فلها تخلف مطلق فيهما لكنه أقل في حالة النسيج (نسبي) وأكثر (مطلق) في حالة القمح، وهو ما يعني أن لديها ميزة نسبية في إنتاج النسيج،
- لذا فإن اختلاف معدلات التبادل الداخلية سيدعو إلى التخصص وتبادل الفائض للبلدين.

(٣) نظرية نسب عوامل الإنتاج:

- ١ تطرح هذه النظرية في سياق النظرية النسبية؛ وإذا 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،
- ٢ وتنسب هذه النظرية إلى الاقتصادي هكشر وأولين، الذين وضعوا نظريتهما على أساس نقدي و حاولا تفسير أسباب وجود المزايا النسبية التي تؤدي لقيام التجارة الدولية:

فرضيتا النظرية:

- تختلف أسعار عناصر الإنتاج لاختلاف في الوفرة النسبية لكل عنصر داخل البلد المعني. (فالأجور تكون رخيصة نسبياً في البلدان كثيرة السكان، وتنخفض أسعار المواد الخام في البلدان التي تحتوي على موارد طبيعية معتبرة منها)
- ب- 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 نسبياً، لذا ستكون أسعارها منخفضة نسبياً،
 - ✓ وبالمقابل يستورد ما يعاني فيه عجزاً نسبياً من عناصر الإنتاج.
- أي أن الدول تنتج وتصدر بالتالي السلع التي تستخدم عناصر الإنتاج التي تتوفر لديها بكثرة .

(٤) النظريات الحديثة:

تظل نظرية الميزة النسبية هي السائدة بين الاقتصاديين ولكن هناك قلة متزايدة ترفض وتشكك في افتراضات النظرية:

- ١- فالبعض يرفض فرضية ثبات التكلفة ووفرة العناصر محليا قائلين أن متوسط تكلفة الوحدة يميل إلى الانخفاض مع زيادة الإنتاج مما قد يقود إلى الاحتكار عبر قيام الشركات متعددة الجنسية بتخفيض الأسعار لطرد المنافسين.
- ٢- يحاجون بإمكانية جلب المواد من الخارج لبناء الميزة النسبية؛ فالميزة النسبية يمكن أن تخلق بالتركيز على صناعات بعينها.
- ٣- يرون كذلك أن هناك أسبابا أخرى قد تفسر التخصص (أسباب تاريخية أو الصدفة أو الحماية)؛
- ٤- لوحظ كذلك أن اعتماد الدول على التجارة الخارجية يرتبط بمدى حجمها وبالتالي تنوع ظروفها وثرواتها (الدول الكبيرة ذات المساحات الواسعة تميل للاكتفاء الذاتي)، مما يستدعي من الدول الصغيرة أن تكون أكفأ فيما تتخصص فيه (مثال سنغافورة وهونغ كونغ وتايوان مقارنة بالولايات المتحدة).

من هنا جاءت النظريات الحديثة للتجارة الخارجية لتجيب عن السؤال التالي: لماذا تتاجر الشركات مع الخارج؟

لأن تجارة الشركات هي من تجارة الدول فالأسباب عموما هي:

- ١- الاستفادة من الطاقة غير المستغلة.
- ٢- تخفيض التكاليف
- ٣- تحقيق أرباح إضافية
- ٤- تنويع وتقليل المخاطر
- ٥- الاستيراد وضمان الإمدادات.

ثانياً: سياسات التجارة الخارجية:**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.

أنواع السياسات التجارية:

(١) **السياسة الحمائية:** وتعني الوضع الذي تستخدم فيه الدولة سلطاتها العامة للتأثير بطريقة أو أخرى على المبادلات الدولية من حيث الحجم وطريقة تسوية المبادلات الأشكال المختلفة للحماية:

- أ- الرسوم الجمركية.
- ب- نظام الحصص.
- ج- الرقابة على أسعار الصرف.
- د- الضرائب الإضافية.
- هـ- أساليب مختلفة أخرى للحماية (عراقيل إدارية، شعارات قومية مناهضة ...).

(٢) **حرية التجارة:** وتعني الوضع الذي لا تتدخل فيه الدولة في العلاقات التجارية الدولية. وقد تعزز هذا الاتجاه عالميا مع التوقيع على الاتفاقية العامة للتعريفات والتجارة (الغات) في ١٩٤٧م والتي خلفتها منظمة التجارة العالمية عام ١٩٩٥م.

المحاضرة الثالثة

الأعمال الدولية في ظل العولمة والمنظمة العالمية للتجارة

مقدمة

- ◀ تمارس ظاهرة العولمة بمختلف أبعادها تأثيرا بالغاً على الأعمال الدولية.
 - ◀ تأتي منظمة التجارة العالمية لتمثل إحدى الركائز الأساسية للعولمة خاصة فيما يتعلق بعولمة التجارة.
 - ◀ تتسم بيئة الأعمال الراهنة بالتكاملات الاقتصادية على مستوى العديد من الدول، وهو ما تقره المنظمة العالمية للتجارة لما له من إسهام في تحرير التجارة والاقتصاديات العالمية عموماً.
- هذا ما سوف نعمل على توضيحه من خلال هذه المحاضرة.

أولاً: العولمة ومسبباتها:

مفهوم العولمة:

كلمة العولمة تعني جعل الموضوع المعنى على مستوى عالمي، (Globalization) وهي ترجمة للكلمة الإنجليزية التي تعني اتساع دائرة الموضوع لجميع مناطق الكون،
من أبرز سماتها: تحرير التجارة في السلع والخدمات والتدفق غير المقيد لرؤوس الأموال عبر الحدود

العولمة الاقتصادية:

هي مرحلة متقدمة تدير فيها الشركات أعمالها دون مراعاة للحدود الجغرافية أو السيادة الوطنية، فهي بذلك أوسع من مرحلة التدويل إذ تصير فيها السوق العالمية وحدة واحدة مفتوحة تتنافس فيها الاقتصاديات والمؤسسات دونما حواجز أو قيود خاصة في ظل ثورة الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات والانترنت، فضلاً عن قوانين وشروط الهيئات الدولية كالمنظمة العالمية للتجارة وصندوق النقد الدولي.

المسببات الرئيسية للعولمة:

- (١) **تحرير التجارة ما بين الدول:** وهنا يمكن الإشارة تحديداً إلى:
 - ◀ قيام اتفاقيات الجات (الاتفاقية العامة للتعريفات والتجارة) عام ١٩٤٧م؛
 - ◀ قيام المنظمة العالمية للتجارة سنة ١٩٩٥م.
 - ◀ الدور المحوري لبعض المنظمات الدولية كصندوق النقد الدولي والبنك العالمي في هذا المجال.
- (٢) **ازدياد التكامل الاقتصادي:** التكامل الاقتصادي أوسع من تحرير التجارة لأنه يشمل تسهيل انتقال عناصر الإنتاج بالإضافة إلى انتقال السلع كما قد يتضمن تنسيق السياسات بين الدول وربما توحيد العملة. والتكامل الاقتصادي يزيد التجارة بين الدول ويرشد الاستثمار ويعطي مجالاً لنمو الشركات من خلال اقتصاديات الحجم.
- (٣) **تحرير الاقتصاديات:** أي تحكيم قوى السوق وهو أمر حديث، حيث بدأ مع منتصف السبعينيات اتجاه جديد يرمي لتقليص دور الدولة في النشاط الاقتصادي وتحرير الاقتصاديات خاصة بالتزامن مع انهيار الشيوعية كتوجه اقتصادي، وقد كان من نتائج ذلك الخصخصة ورفع القيود الحكومية في مختلف المجالات.
- (٤) **التقنية:** ويتجلى تأثيرها في مسار العولمة من خلال ما يلي:
 - ◀ ابتداء طرق الإنتاج الشامل لتلبية حاجة أعداد متزايدة من المستهلكين في الداخل والخارج (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.
- (٥) **الشركات متعددة الجنسيات:** إن هذه الشركات التي تعتبر كسبب ونتيجة للعولمة في نفس الوقت، هي أكثر أهم قوة منفردة وراء التحولات في النشاط الاقتصادي العالمي ويرجع ذلك أساساً لما يلي:
 - ◀ تحكمها في نشاط اقتصادي في أكثر من قطر.
 - ◀ قدرتها على استغلال الفوارق بين الدول.
 - ◀ مرونتها الجغرافية.

ثانياً: المنظمة العالمية للتجارة:**الدور المحوري للغات في تحرير التجارة:**

سبقت الإشارة إلى الاتفاقية العامة للتعريفات والتجارة (الغات) التي تأسست سنة ١٩٤٧ م. وقد كانت تهدف إلى إزالة التفرقة في التبادل التجاري وتحرير التجارة بين أعضائها، ويتخذ نشاطها شكل دورات من الاجتماعات والمفاوضات الدورية التي تتم كل عدة سنوات تناقش فيها مواضيع مثل تخفيض التعريفات الجمركية وتقليل استخدام الحصص وتبني إجراءات تشجع التجارة بين الدول.

المنظمة العالمية للتجارة:

امتداد لاتفاقيات الغات بحيث وافق المتعاقدون بمراكش في ابريل ١٩٩٤ (دورة الأرجواي) على تأسيس منظمة التجارة العالمية بحيث أصبح كل الأطراف المتعاقدة في الغات أعضاء في المنظمة. ظهرت رسمياً في ١/١/١٩٩٥ ومقرها بجنيف سويسرا.

مهام المنظمة العالمية للتجارة:

تمثل مهامها في كونها:

- ١- تعد منبر للتفاوض متعدد الأطراف لتحرير التجارة الخارجية
- ٢- إدارة إجراءات تسوية النزاعات بين دول الأعضاء
- ٣- إدارة استعراض آلية الإجراءات السياسية
- ٤- التعاون مع صندوق النقد الدولي والبنك الدولي ووكلائهما لتنسيق السياسات الاقتصادية العالمية.

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 تقرر الاستثناء في ٣ حالات هي :

- أ- السلع المصنعة المستوردة من الدول النامية يمكن إعطاؤها أفضلية مقارنة بالسلع المصنعة من الدول المتقدمة.
- ب- 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.
- ج- الدول التي تفرق اعتباراً ضد واردات من دول أو دولة معينة يمكن للدول المتضررة حرمانها من معاملة (الدول الأكثر رعاية).

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

(٣) **مبدأ المعاملة الوطنية:** يمنح المنتج الأجنبي نفس المعاملة الممنوحة للسلع المحلية على صعيد التداول والتسعير والضرائب والمواصفات

ثالثاً: التكامل الاقتصادي:**تعريف التكامل الاقتصادي:**

هو أن تقوم مجموعة من الدول المتقاربة جغرافياً في العادة بزيادة ارتباطها اقتصادياً وذلك بفتح أسواقها أمام بعضها وزيادة التعاون بينها، وتوسيع نطاق السوق وزيادة فرصة الرفاهية.

مزايا التكامل الاقتصادي:

- ١ - توفير الفرص التجارية المختلفة.
- ٢ - زيادة الكفاءة الإنتاجية
- ٣ - الاستفادة من اقتصاديات الحجم.
- ٤ - زيادة الرفاهية وتحقيق النمو الاقتصادي.

أشكال ومراحل 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 عضو في منطقة التجارة الحرة (مثاله منطقة التجارة الحرة لأمريكا الشمالية نافتا المكونة من الولايات.م.أ وكندا والمكسيك).

٢ - اتحاد جمركي:

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 (كحلف هضبة الأندي).

٣ - السوق المشتركة:

بالإضافة إلى إزالة الحواجز التجارية فيما بينها ووجود اتحاد جمركي ، توافق الدول الأعضاء على السماح لعناصر الإنتاج من عمالة ورأس مال بالانتقال بحرية بين الدول الأعضاء .

٤ - اتحاد اقتصادي:

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 الرابعة

ميزان المدفوعات وأسعار صرف العملات

مقدمة:

تولي الدول اهتماما خاصا بتدقيق تجارتها وديونها الخارجية. كما تهتم به وسائل الإعلام المختلفة وتنشر أخباره ليطلع الناس على الوضع الاقتصادي للدولة ومعرفته 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.

تستعين الدول والمنظمات في مزاوالتها لأعمالها الدولية بمجموعة من المفاهيم والأدوات والتقنيات المالية والاقتصادية

من ضمنها:

(١) ميزان المدفوعات. (٢) أسعار الصرف والعملات

يعتبر ميزان المدفوعات:

واحدا 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 والمستوردة
- ◀ إيرادات الشركات الوطنية وشركات النقل والشحن الأجنبية
- ◀ إيرادات مواطني الدولة 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.

أولا: تعريف ميزان المدفوعات:

مفهوم ميزان المدفوعات:

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 والاقتصادية بينها وبين سائر دول العالم
- ◀ 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.

آليات التسجيل في الحساب:

- إذا أدى التعامل إلى كسب عملة أجنبية فإن ذلك يدعى رصيدا دائئا ويسجل كـ موجب (+) في الطرف الدائن للحساب.
- أما إذا اشتمل التعامل على إنفاق عملة أجنبية فإن ذلك يدعى رصيدا مدينا ويسجل في الطرف المدين كـ سالب (-) وعليه، ينقسم الحساب إلى جانبين أحدهما دائن والآخر مدين:

١ - الجانب الدائن: يحتوي على المعاملات التي ينتج عندها مدفوعات للبلد المعني من الدول الأخرى (الصادرات).

٢ - الجانب المدين: يحتوي على المعاملات التي تنتج عندها مدفوعات من البلد المعني إلى البلدان الأخرى (الواردات).

قاعدة: يتم تسجيل أية معاملات تترتب عنها:

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

✓ وتسجل أية مدفوعات للغير في الجانب المدين (واردات).

ثانياً: مكونات ميزان المدفوعات:

- ١ - الحساب الجاري.
- ٢ - حساب رأس المال: تمثل الفروق الإحصائية (مجموع التعديلات في الميزان التجاري، وميزان حساب رأس المال).
- ٣ - حساب التسويات (صافي الاحتياطات من الذهب والأصول المتداولة الأخرى).

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

- ١ - الميزان التجاري: ويشمل التجارة المنظورة أي صادرات وواردات البلد من السلع.
- ٢ - ميزان التجارة غير المنظورة: ويتكون من صادرات وواردات البلد المعني 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.

حساب رأس المال (المعاملات الرأسمالية):**أ - المعاملات الرأسمالية طويلة الأجل :**

وهي التي تزيد مدتها عن السنة كالاستثمارات المباشرة والقروض طويلة الأجل وأقساط سدادها.

١ - تسجل القروض الرأسمالية والاستثمارات الأجنبية الأتية من الخارج وكذلك أقساط الديون الوطنية المستحقة على الخارج في الجانب الدائن.

٢ - ويحدث العكس في حالة القروض والاستثمارات المقدمة للخارج وكذلك سداد أقساط الدين لفائدة الخارج حيث تسجل كلها في الجانب المدين.

ب - المعاملات الرأسمالية قصيرة الأجل :

وهي التي تقل مدتها عن السنة على أن تتم بصورة تلقائية وذلك تمييزا لها عن المعاملات القصيرة التي تحدث بغرض تسوية العجز أو الفائض في ميزان المدفوعات .

حساب التسويات (صافي الاحتياطات الدولية من الذهب النقدي و الأصول الثابتة):

إن التوازن الحسابي هو عملية حتمية في ميزان المدفوعات يتم بواسطة التحركات في عناصر احتياطات الدولية التي تأخذ عدة أشكال:

- (١) رصيد الدولة من الذهب لدى السلطات النقدية وما تحتفظ به البنوك كأرصدة؛
- (٢) رصد العملات الأجنبية والودائع الجارية التي تحتفظ بها السلطات النقدية الحكومية والبنوك التجارية الواقعة تحت رقابتها؛
- (٣) الأصول الأجنبية قصيرة الأجل مثال ذلك أذونات الخزنة الأجنبية والأوراق التجارية التي بحوزة الدولة وهي التزامات على الحكومات والشركات الأجنبية والمواطنين الأجانب.
- (٤) الودائع التي تحتفظ بها السلطات والبنوك الأجنبية لدى البنوك الوطنية.

ثالثاً: الاختلال في ميزان المدفوعات:

يحدث التوازن في ميزان المدفوعات عندما تكون جميع العناصر المدينية 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 حقيقي، علما أن ذلك قد يحدث بصفة تلقائية.

أما التوازن الحسابي فهو الذي يتم بصفة مقصودة من خلال تحريك حساب التسويات.

يمكن أن يكون العجز في ميزان المدفوعات:

- ١ مؤقتا وأسبابه ظرفية (جفاف ينتج عنه انخفاض كبير في الصادرات)
- ٢ أو أن يكون العجز دائما (هيكلية) ويستمر لسنوات.

كما يؤثر العجز في ميزان المدفوعات على الأعمال الدولية حيث أن :

- ١ - عدم توازن ميزان المدفوعات يؤثر على وفرة العملة الصعبة التي تحتاجها الشركات الدولية (نقل أرباحها أو أعمال أخرى)
- ٢ - عدم التوازن يؤدي إلى فرض قيود على الاستيراد الأمر الذي سيؤثر حتما على الشركات الدولية.

رابعاً: أسعار صرف العملات:

سعر الصرف:

يتمثل سعر الصرف في القيمة التي تبادل بها عملة بعملية أخرى.

سوق الصرف:

هو السوق الذي تباع فيه العملات وتشتري.

ويتكون من مجموعة من البنوك والوسطاء والهيئات الأخرى التي تعمل في سوق الصرف عن طريق الوساطة أو المضاربة أو المتاجرة في العملات الأجنبية (بنوك، مكاتب صرافة، أفراد مصرح لهم...) ومن أشهر الأسواق العالمية للصرف الأجنبي أسواق نيويورك، لندن، طوكيو و..الخ.

وظائف سوق الصرف:

- ١ - نقل القوة الشرائية من طرف لآخر.
- ٢ - توفير فرصة حماية للمتعاملين من تقلبات العملات.
- ٣ - السماح لهذه السوق بالموازنة والتحكم في الأوراق الأجنبية من خلال آليات السوق (العرض والطلب).

تحديد أسعار صرف العملات الأجنبية :

يتمثل سعر الصرف في القيمة التي تبادل بها عملة بعملية أخرى، ويتحدد وفقاً لقوانين العرض والطلب، غير أنه من وجهة النظر التاريخية مر بعدة تطورات.

تطورات تحديد أسعار صرف العملات الأجنبية:

- (١) **سعر الصرف على أساس قاعدة الذهب:** قبل الحرب العالمية الأولى، كانت قيمة العملة تحدد بوزن معين من الذهب يمكن مبادلته به، أي أن مبادلة الذهب بأي عملة كانت تتم بسعر ثابت هو السعر الأساسي، مع تأثر 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، وانتهاء البورصات سنة ١٩٢٥ وتدنّي الثقة، انهار 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 صعوداً وهبوطاً على أساس العرض والطلب في السوق.

✓ وهكذا وصلنا إلى مرحلة: التحديد الحر لأسعار العملات الأجنبية.

طرق تحديد أسعار العملات:**(١) نظرية تعادل القوى الشرائية:**

- ◀ تقوم هذه النظرية على فكرة أن قيمة العملة تتحدد أولاً داخل بلدها، وفقاً 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 وفي حالة السلع 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، الشقق، الخدمات 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. وبموجب هذه النظرية فإن أسعار العملات تتحرك كاستجابة للتغير في أسعار الفوائد، بمعنى أن العملة التي تكون عوائدها أعلى تكون قيمتها تبعاً لذلك أعلى.
- ◀ أسعار العملات تتحدد على أساس سعر الفائدة على ودائع العملة في داخل البلد فتزيد مع زيادة سعر الفائدة وتقل مع تراجع سعر الفائدة .

تطبق معظم البنوك المركزية سياساتها النقدية على هذا الأساس حيث :

- ◀ يطبق سياسات متشددة للمحافظة على استقرار أسعار الصرف بغرض التحكم والسيطرة 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 الأرصد:

- ◀ يتحدد سعر الصرف بناءً على هذه النظرية وفقاً لوضع ميزان المدفوعات.
 - ◀ الدولة التي تحقق فائض في ميزان المدفوعات فإن قيمة عملتها ترتفع .
 - ◀ أما الدولة التي لديها عجز في ميزان المدفوعات فإن قيمة عملتها تنخفض تبعاً لذلك .
- ✓ (إن وضع ميزان المدفوعات للدولة هو الذي يحدد قيمة عملتها) .

مخاطر تقلب أسعار الصرف:

- ◀ أن لارتفاع وانخفاض أسعار الفائدة على الودائع المصرفية تأثيراً على أسعار العملة المحلية وأسعار الأسهم والسندات وغيرها من الاستثمارات.
 - ◀ فارتفاع سعر الفائدة يؤدي إلى انخفاض أسعار الأسهم والسندات في السوق .
- 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 الخامسة: الاستثمار الأجنبي [أنواعه، نظرياته وسياساته]

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 غير البلد الأم.

ينتج عن الاستثمار الأجنبي:

- ◀ (استثمار مباشر) وهو المساهمة في إنشاء شركة بشكل انفرادي او في شكل شراكة مع شركة خاصة أو عامة في البلد المضيف من خلال تملك لأصول رأس مالية (أراضي، معدات) والقيام بأنشطة مختلفة (الإنتاج، التسويق، التوزيع، النقل) في البلد المضيف.
- ◀ (استثمار غير مباشر) وهو عبارة عن تدفقات مالية من البلد الأم إلى البلد المضيف وفي هذه الحالة يكون الاستثمار الأجنبي في شكل تملك لأصول مالية (أسهم، سندات لشركات أجنبية..الخ).

ثانياً: نظريات الاستثمار الأجنبي:

الاستثمار الأجنبي والنظرية الاقتصادية التقليدية:

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:

- ١ - 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.
 - ٢ - أننا نستخدم رأس المال أكثر ما يمكن إذا كانت تكلفته منخفضة ونعوضه بالعمل إذا كانت تكلفته مرتفعة؛
 - ٣ - إذا كان لدينا فائض في رأس المال فإننا نقوم بتصديره واستيراد عمالة عوضا عنه؛
 - ٤ - 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.

نقد النظرية: وجهت لهذه النظرية عدة انتقادات من ضمنها:

- ١- 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.
- ٢- الاستثمار غير المباشر قصير ومحدود وذو حجم قليل مقارنة بالمباشر، وهدفه الأساسي هو العائد، أما الاستثمار المباشر فيشكل قراراً أو التزاماً طويلاً المدى لرأس المال وهو امتلاك لأصول ملموسة لا مجرد أوراق.
- ٣- 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.
- ٤- 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).

نظريات الاستثمار الأجنبي الحديثة:**النظريات الاحتكارية:**

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

وتتميز هذه النظرية بين ثلاث أنواع من الاحتكار في السوق الدولي وهي:**(١) 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).

(٢) 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 مسبوقة 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 أرباح طائلة في السوق الأجنبية.
- ◀ المحافظة على ميزتها المطلقة.
- ◀ كما يمكنها أن تستهدف المنافسين الآخرين (ولو تعلق الأمر بوجود شركة قديمة في مركز قوى).
- ✓ أن هذه النظرية تفترض أن الاستثمار الخارجي ناجم عن وجود خلل وتشوهات في تركيبة السوق تعيق المنافسة التامة لأن هذه الأخيرة (المنافسة التامة) لو توفرت فسوف تتاح الفرص والمعلومات للجميع.

(٣) نظرية سلوك رد الفعل:

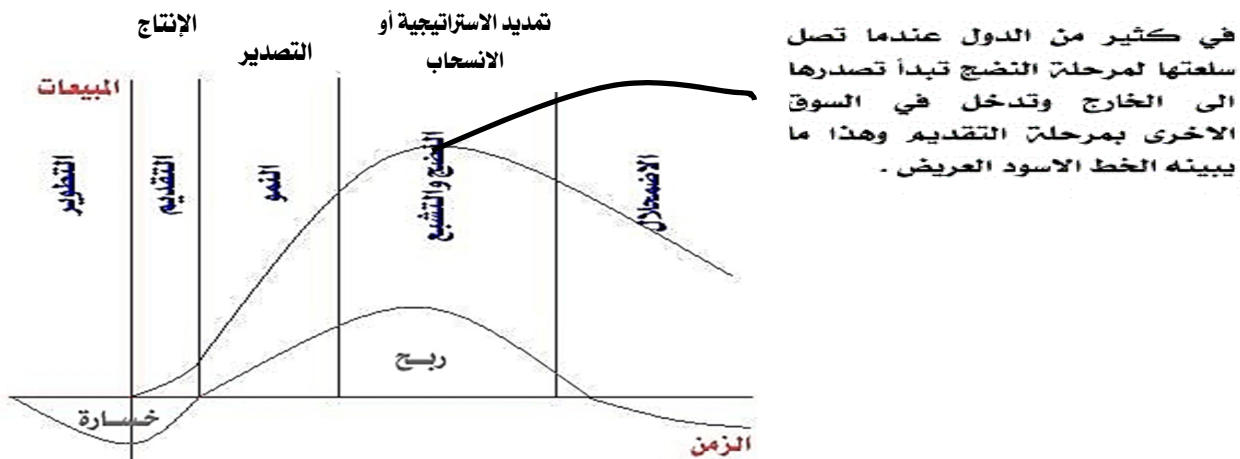
- ◀ تقوم الأعمال على مراقبة المنافسين (ردود الأفعال من المنافسين).
- ◀ ويقوم مضمون هذه النظرية على أن الاستثمار الأجنبي يكون كردة فعل من شركة محلية على شركة أجنبية، حيث تحاول الأولى بالذهاب إلى الخارج والقيام بالأعمال الدولية لمزاومة الشركة الأجنبية في سوقها المحلي.

٤) نظرية دورة حياة المنتج:

- تقوم هذه النظرية على أساس أن لكل سلعة دورة حياة منذ وصولها إلى السوق، وتبدأ بالتقديم، مروراً بالتطور ثم النضوج وتنتهي بالتهور والذوال.
- 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 تتغير 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 والبيع في السوق المحلي):

- هنا الإنتاج يأتي كاستجابة للطلب المحلي،
- يكون التوسع في الإنتاج في البداية صعباً لأن ظروف الإنتاج وأساليبه لا تسمح بالإنتاج الوفير أو باقتصاديات الحجم؛
- كما ترى النظرية أن الابتكارات الجديدة غالباً ما تبدأ بأسواق الدول الغنية، فيكون الإنتاج مخصصاً للاستهلاك 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 (منتج نمطي) وتحقيق اقتصاديات الحجم لذا سيتم:
- تخفيض التكاليف والاستفادة من الأسعار المرتفعة.
- الاستجابة للطلب المتنامي على السلعة في الداخل.
- الشروع 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 وكاستجابة لدخول المنافسين (عددهم قليل) أن تعمل الشركة على:

- ١ تعزيز مكانتها في السوق (الداخلي والخارجي) والمحافظة على مبيعاتها وأرباحها.
- ٢ 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.
- ٣ تقوم بتطوير استراتيجية الميزج التسويقي التي تمكنها من الاحتفاظ بميزتها ومركزها في السوق وذلك من خلال:
 - تحسين وتطوير السلعة للمحافظة على الميزة التنافسية.
 - تكثيف التوزيع والتقرب أكثر بالمستهلك الأجنبي (الإمدادات)
 - المتوقع Positioning (القيام بالترويج المكثف لإبراز ميزتها وبالتالي خلق الصورة الذهنية بخصوص جودة السلعة (تفاديا 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:

- ١ إما التحضير للانسحاب من السوق.
 - ٢ تمديد استراتيجيتها (التحسين المستمر وتطوير منتجات جديدة وإعادة النظر في استراتيجية الميزج التسويقي).
- إن هذه النظرية وإن أثبتت صحتها فيما يتعلق ببعض السلع (كالصناعية والمعمرة) إلا أنها تبقى عاجزة عن تفسير الاستثمار في كثير من السلع الأخرى.

ثالثاً: لماذا تستثمر الشركات في الخارج ؟ :

- ١ يوفر تعدد الأسواق الدولية فرصاً كبيرة للشركات التي تمارس من خلالها أعمالها الدولية
- ٢ كما خلقت الظروف والمتغيرات السياسية، وفتح أسواق جديدة للمستهلكين والاتفاقات التجارية، حوافز كبيرة لم تكن متاحة من قبل للشركات المحلية

وفر التقدم التكنولوجي ظروفاً أخرى للاستفادة من :

- ١ - اقتصاديات حجم الإنتاج الكبير من تخفيض في تكاليف الإنتاج
 - ٢ - ارتفاع في مستوى الجودة والقدرة على المنافسة.
- ✓ وقد أدت كل هذه المتغيرات إلى ظهور منافسين من الدول النامية قادرين على الإنتاج بتكاليف أقل وأسرع وأفضل (كوريا، ماليزيا، الهند...) واستطاعت أن تنافس الشركات من الدول الغربية.
- بناء 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 :

أ - 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 والأرباح**[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 و تخفيض العجز في ميزان مدفوعاتها).

ب - الأسباب المباشرة:

[١] تجنب الحواجز الجمركية والرسوم والضرائب:

لنقادي 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 تقليل تكاليف الإنتاج (وجود عمالة رخيصة و سهولة التدريب أو هروباً 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 مصادرها 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. ففيما يركز المستثمرون على المؤشر الكلي (النتائج المحلي الإجمالي والدخل) في الدول المتقدمة المستثمرين يركزون على متوسط نصيب الفرد و معدل نمو الدخل في نظرتهم للدول النامية، وهذا على اعتبار أن كثافة السكان قد تضلل الأرقام المتعلقة بالدخل بحيث تضخم الدخل الكلي و تعطي صورة مضللة لحجم السوق .

٢ - الاستقرار السياسي :

المستثمر الخارجي يركز عادة على أهمية هذه النقطة و تحديداً 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

✓ التواجد بالخارج من خلال الأشكال المعروفة.

أ. خيارات التصدير للخارج: هذا الخيار بدورة يطرح خيارين أساسيين هما:**١ - 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 تنظيميا عن الشركة.

٢ - التصدير غير المباشر :

بموجب هذا الشكل تلجأ الشركة إلى غيرها من الشركات والوكلاء الذين يقومون بالعملية بدلا عنها و يتحملون الجزء الموكل إليهم من المسؤولية في هذا الشأن، علما أن الاختيار بين الخيارين يبني على أساس معايير تلعب فيها الخبرة والتحليل دورا بارزا.

ب. الإنتاج في الأسواق الدولية: ومن أهم أشكال الإنتاج بالخارج:**١ - الاستثمار المشترك.****٢ - الترخيص.****٣ - الإنتاج في السوق الأجنبي.**

المحاضرة السادسة:

بيئة الأعمال الدولية ١: [السياسية، القانونية والاجتماعية].

مقدمة:

تعتبر منظمات الأعمال:

- ◀ أنظمة اجتماعية.
- ◀ تنشط وسط بيئة معينة.
- ◀ أنظمة مفتوحة على بيئة خارجية تضم متغيرات توجه سلوكها.
- ◀ المنظمات تتأثر وتؤثر في البيئة التي تنشط فيها.
- ◀ معرفة البيئة عنصر أساسي لاستمرارية المنظمة ونجاحها.

التعرف على البيئة والتكيف معها يعد أمراً ضرورياً لنجاح المنظمة .

يتعين على منشأة الأعمال أن تراعي متطلبات بيئة الأعمال الدولية، كونها تعمل في ظروف مملوءة بالمخاطر وتختلف عن تلك التي اعتادت العمل فيها .

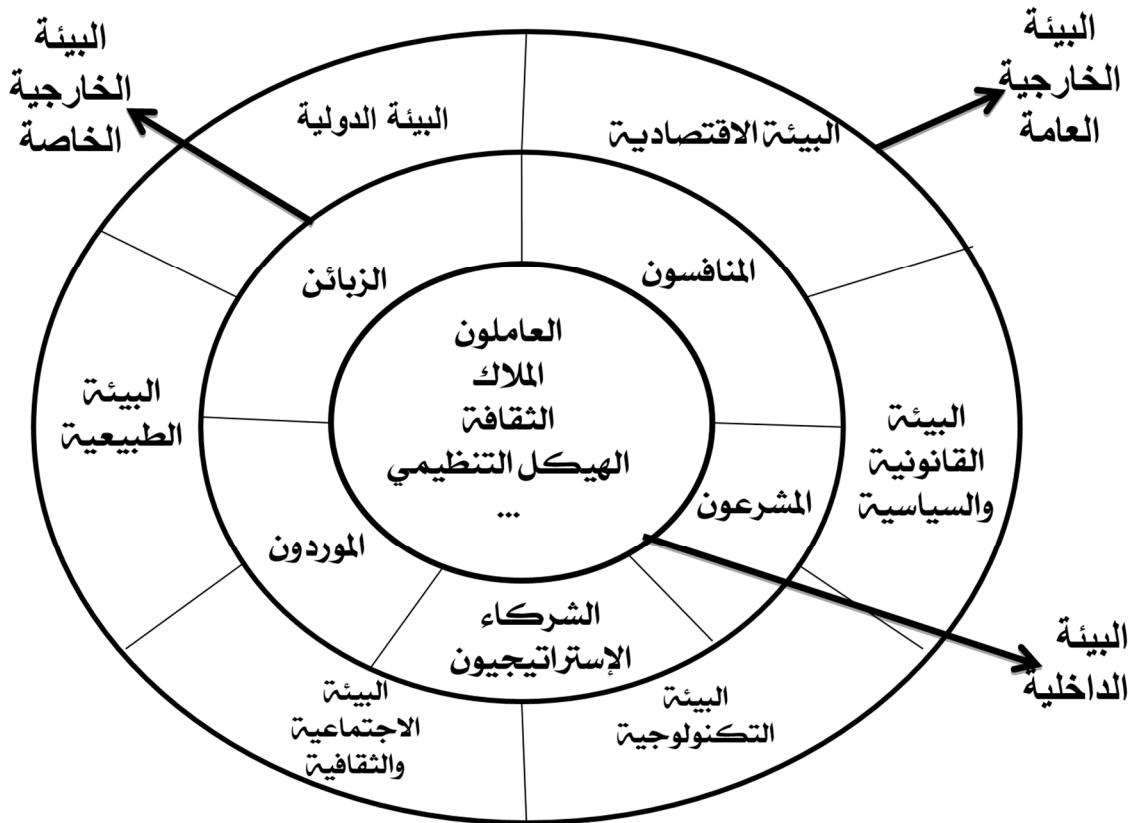
- ◀ ظروف تتسم بعدم التأكد، التعارض.
- ◀ لا تتمكن في كل الأحوال التعامل معها كونها تخرج عن سيطرتها .
- ◀ يجب عليها العمل على تحقيق الانسجام والتأقلم المطلوب للاستمرار في أعمالها .

أولاً: مفهوم بيئة الأعمال:

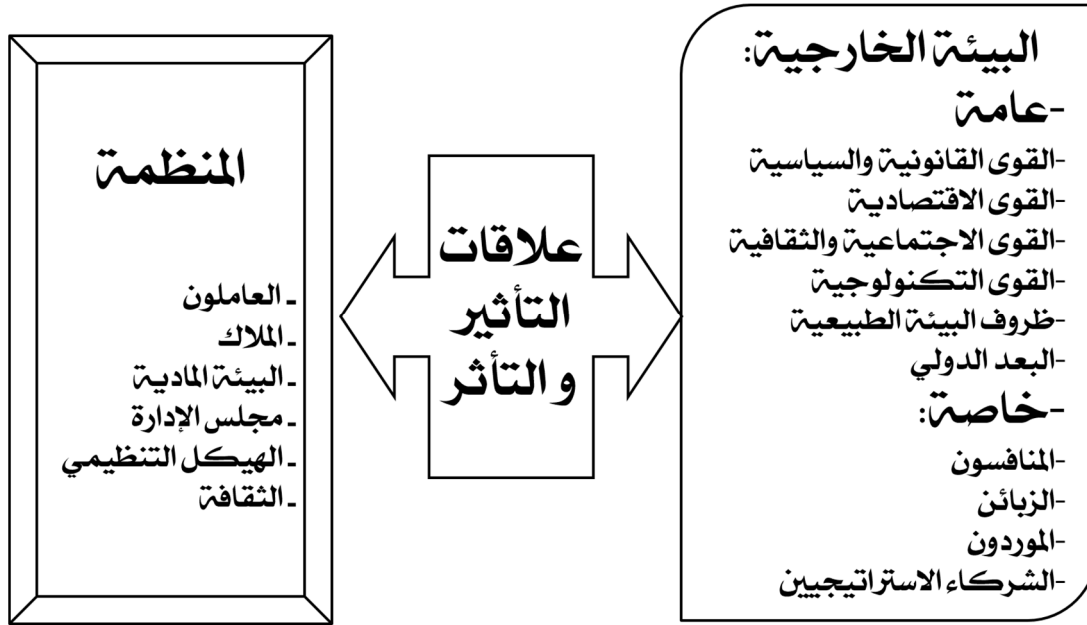
كل ما يحيط بالمنظمة (أي يقع خارجها) ويؤثر فيها بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، أي مجموعة من المتغيرات (العناصر) التي تحيط بالمنشأة وتؤثر في مسارها الاستراتيجي

ويندرج ضمن هذا الإطار:

- ◀ البيئة الخاصة أو التنافسية.
 - ◀ البيئة الخارجية الكلية.
- وتستمد دراسة بيئة الأعمال الدولية أهميتها من المخاطر والفرص التي تحتوي عليها.



العلاقة الموجودة بين المنظمة و البيئة :



البيئة الخارجية (External Environment)

تنقسم البيئة الخارجية حسب درجة التأثير إلى :

١ - البيئة الخارجية الخاصة

٢ - البيئة الخارجية العامة

البيئة الخارجية الخاصة:

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

١ - الزبائن: هم الأفراد الذين يستهلكون سلع وخدمات المنظمة.

٢ - المنافسون: وهم جميع المنظمات التي تنافس المنظمة بغية الحصول على الموارد أو الزبائن.

٣ - الموردون: المنظمات التي توفر الموارد المادية أو البشرية.

٤ - الممولون: كل جهة توفر الأموال للمنظمة، البنوك، المؤسسات المالية.

البيئة الخارجية العامة (General Environment) :

وتضم مختلف المغيرات الخارجية التي تقع خارج حدود وسيطرة المنظمة والتي تؤثر على المنظمة بشكل غير مباشر (البلد المضيف)، وتشمل الآتي:

نموذج يحدد مغيرات بيئة المنظمة الخارجية

P olitical	السياسية
E conomical	الاقتصادية
S ocial	الاجتماعية
T echnological	التكنولوجية
+	+
E cological	الإيكولوجية

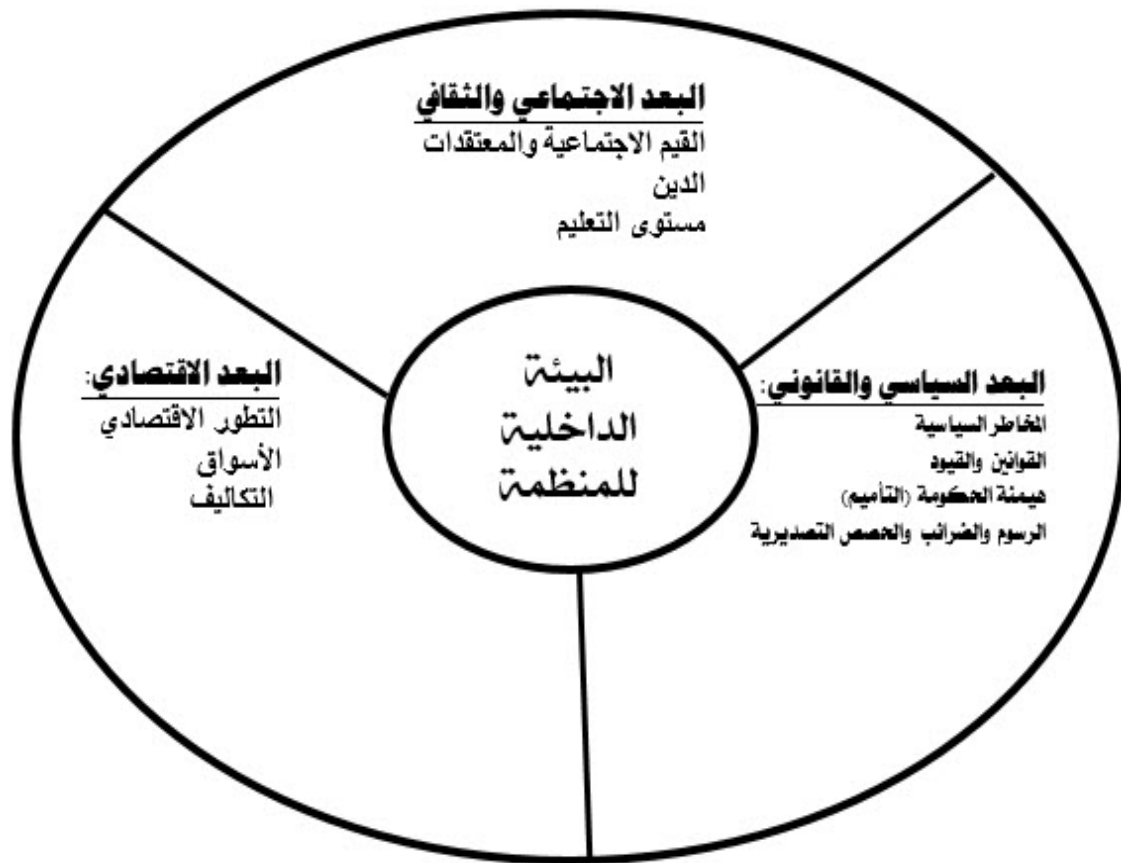
١ - العوامل السياسية والقانونية: القوانين، التشريعات، نظام الحكم.

٢ - العوامل الاقتصادية: الوضع الاقتصادي، التضخم، السياسات المالية والنقدية (سعر الفائدة، سعر الصرف، العملات الأجنبية.. الخ)

٣ - العوامل الاجتماعية والثقافية: الأعراف والعادات والقيم الاجتماعية، التعليم، تطور السكان.

٤ - العوامل التكنولوجية: بائع التكنولوجيا، شروط التطوير والحصول عليها.

٥ - 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، فلا بد من فهم مجموعة من المخاطر قد تواجه منشأة الأعمال التي تعمل في بيئة دولية.

ووفقا للشكل الذي أدرجناه في بداية المحاضرة، يمكننا اعتبار:

البعد السياسي والقانوني بمثابة	خطر البلد.
البعد الاقتصادي بمثابة	خطر تجاري و خطر مالي .
البعد الاجتماعي بمثابة	خطر اجتماعي .

ثانياً : : البيئة السياسية و القانونية :**مكونات البيئة السياسية:**

- ١ - النظام الاقتصادي والقانوني : أي فلسفة الدولة الاقتصادية (هل تتبع نظاما حرا أم نظاما التخطيط المركزي
- 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) .

المخاطر السياسية:

نميز ما بين نوعين للمخاطر السياسية دوليا 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 مشروعا بعينه .

و تنقسم المخاطر الخاصة إلى :

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

تعارض الأهداف بين المنشأة الدولية والدولة المضيفة:**أولاً : تعارض المصالح في المجال الاقتصادي :**

حيث أن هدف الحكومات في هذا المجال هو التنمية وزيادة النمو الاقتصادي وتحقيق الاستقرار في الأسعار، في ميزان المدفوعات، العملة، وهنا 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 بالإنفاق 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 و موازين المدفوعات :

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

(٤) السياسة الحمائية الظاهرة و المقيدة:**(٥) سياسات التنمية الاقتصادية.****ثانياً : 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...).

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.

استراتيجيات درء المخاطر :

استراتيجيات درء المخاطر يمكن أن تتخذ على مستوى ثلاثة مراحل هي :

(١) الإجراءات المتخذة قبل الدخول للبلد:

١ - التفاوض المسبق .

٢ - التأمين ضد المخاطر .

(٢) 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.

(٣) 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 صنع الإنسان بما في ذلك البنى الهيكلية لتأثيرها على سلوك الناس و أذواقهم وكونها 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 بتركز 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 السابعة

البيئة المالية الدولية ١ [المنظمات المالية الدولية]

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:

- ١ يتفاعلون مع بعضهم البعض، ويعرضون المال على المستثمرين الباحثين عنه،
- ٢ يبيعون ويشتررون الأوراق المالية (كأسهم والسندات والعملات الأجنبية)،
- ٣ الباحثين عن تحقيق الثروة.

و يتم ذلك على ساحة عريضة من العالم الذي أصبح و كأنه سوق واحدة (العولمة) :

- ١ تتدفق عليه مبالغ مالية ضخمة،
- ٢ تربط بين أجزائه نظم اتصالات متقدمة وفورية ومتعددة الطرق والأساليب.

البيئة المالية الدولية إذن هي:

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

أولاً | منظمات تعمل في تمويل موازين المدفوعات و التجارة :

صندوق النقد الدولي International Monetary Fund:

- ١ منظمة دولية تأسست عام ١٩٤٤م بموجب نفس الاتفاقية التي تمت الموافقة فيها على إنشاء البنك الدولي،
- ٢ هي ذات الاتفاقية التي سميت باتفاقية 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 الأمريكية عن قاعدة مبادلة الذهب كأساس لنظام النقد الدولي.
- ٣ تمت نشأته لإعادة ترتيب الوضع النقدي العالمي أثر انهيار قاعدة الذهب وتردي التجارة والاقتصاد العالمي.

رأس مال الصندوق وإدارة الصندوق:

- ١ يبلغ عدد الأعضاء في الصندوق نحو ١٨٤ دولة.
- ٢ يفوق رأس ماله ١٤٠ مليار دولار.
- ٣ يشرف على أدائه مجلس حكام منتخبين من وزارات الدول الأعضاء ومجلس المديرين التنفيذيين.
- ٤ يتم التصويت على قرارات المجلس وفقاً 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)
- ٥ تساهم كل من بريطانيا، وفرنسا، وألمانيا، والمملكة العربية السعودية بحصص كبيرة.
- ٦ الدول الأخرى تساهم بنسب رمزية مختلفة تدفع 1/4 حصتها بالذهب أو الدولار والمبلغ المتبقي يدفع بالعملة الوطنية لكل دولة.

أهداف الصندوق:

- (١) تشجيع التبادل النقدي بين الدول الأعضاء وتسهيل وتوسيع التجارة ما بين الدول.
- (٢) العمل على ثبات صرف العملات ووضع نظام متعدد الأطراف للمدفوعات المتعلقة بالمعاملات الجارية للدول الأعضاء
- (٣) التخلص من قيود الصرف الأجنبي.
- (٤) مساعدة الدول التي تعاني الاختلال في موازين المدفوعات بالتحويل دون الحاجة لاتخاذ تدابير انكماشية قصيرة الأجل

وظائف الصندوق ومجالاته:(١) تنسيق أسعار الصرف بين الدول الأعضاء.(٢) تبادل الآراء والتشاور.(٣) تقديم القروض للدول المحتاجة لمعالجة العجز المؤقت في موازين مدفوعاتها باشتراط تدابير معينة.

- ١ 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 داخليا سياسة تقشفية بهدف تحقيق التوازن في ميزانها التجاري، وميزان المدفوعات، والحد من معدلات التضخم واتخاذ جملة من التدابير لذلك.
- ٢ يعمل الصندوق كمستشار مالي ونقدي لجميع الدول، حيث تسترشد جميعها بالسياسات والنصائح التي يقدمها البنك سنويا من خلال تقريره السنوي.
- ٣ كما يقدم المساعدة الفنية والمالية على التدريب، وتنفيذ السياسات الاقتصادية الكلية والهيكلية.

ثانيا: منظمات تعمل في تمويل التنمية والاستثمار:

- ١ **المستوى الدولي:**
البنك الدولي للإنشاء والتعمير
- ٢ **المستوى الإقليمي:**
الصندوق العربي للإنماء الاقتصادي والاجتماعي — المصرف العربي للتنمية الاقتصادية في أفريقيا،
- ٣ **المستوى القطري:**
الصندوق الكويتي للتنمية الاقتصادية — الصندوق السعودي للتنمية.

البنك الدولي:

هو إحدى المؤسسات المالية التابعة للأمم المتحدة الذي أنشئ عام ١٩٤٤م بنفس الاتفاقية التي أنشئ بها صندوق النقد الدولي.

أهداف البنك الدولي للإنشاء والتعمير (IBRD):

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

وظائف البنك الدولي للإنشاء والتعمير:

- ١ - تقديم القروض للدول الأعضاء التي لا تستطيع الاقتراض من السوق العالمي بشروط السوق التجارية.
- ٢ - 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.
- ٣ - ضمان القروض التي يقدمها المستثمرون العاديون لمشاريع في الدول النامية.
- ٤ - إنعاش الاستثمار الدولي عن طريق المشاريع الإنتاجية.
- ٥ - تقديم المساعدات الفنية للدول الأعضاء.

المؤسسات الإقليمية والقطرية:**المؤسسات الإقليمية:**

- ١ - الصندوق العربي للإنماء الاقتصادي والاجتماعي.
- ٢ - البنك الإسلامي للتنمية.
- ٣ - المصرف العربي للتنمية الاقتصادية في إفريقيا .

الصناديق القطرية:

- ١ - الصندوق السعودي للتنمية.
- ٢ - الصندوق الكويتي للتنمية الاقتصادية العربية.

ثالثاً: مؤسسات تعمل في ضمان الاستثمار والخدمات المساعدة:

ضمن هذا الإطار توجد عدة منظمات دولية وإقليمية وقطرية:

- ◀ 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:

- ١ - التأمين على الاستثمارات الأجنبية من المخاطر السياسية
- ٢ - تقديم الضمانات للمنشآت الدولية وكذلك للمقرضين.
- ٣ - التعاون مع البلدان النامية لاجتذاب الاستثمارات إليها.

المحاضرة الثامنة

البيئة المالية الدولية «ب» [الأسواق المالية و النقدية]

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

كما يرجع سبب هذا التطور إلى:

- ١ - الزيادة الكبيرة في حجم العمليات المالية.
- ٢ - رفع القيود عن المعاملات المالية.
- ٣ - تطور التقنية و نظم المعلومات (سرعة التحويلات) .
- ٤ - انتشار الأوراق المالية.
- ٥ - كبر حجم المؤسسات المالية.

أولاً: السوق المالية الدولية:

مفهوم السوق المالي:

يقصد به ذلك الإطار الذي يجمع بائعي الأوراق المالية بمشتري تلك الأوراق وذلك بغض النظر عن :

- ١ الوسيلة التي يتحقق بها هذا الجمع.
- ٢ المكان الذي يتم فيه.

و لكن 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:

(١) **مباشر:** أي وجه لوجه.

(٢) **غير مباشر:**

١ عن طريق وسائل الاتصال المختلفة (فاكس Fax، تلكس Telex، عبر البريد، التلفون أو الإنترنت)

٢ عن طريق أشخاص يعملون في السوق المالية (سماسرة، وسطاء و وكلاء).

السوق المالية الدولية:

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

✓ 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، و الناتجة عن التغيرات في معدلات التبدل، و هدف إدارة هذه المخاطر تخفيض تأثيرها.

ثانياً: تصنيف الأسواق المالية:

١ - أسواق العملات.

٢ - أسواق القروض والسندات.

٣ - أسواق الأسهم (البورصات)

١ دولياً: بورصة نيويورك، بورصة طوكيو، بورصة لندن،

٢ عربياً: بورصة القاهرة، بورصة الرياض، بورصة دبي.

يمكننا ضمن منظور معين أن نميز ما بين النوعين التاليين للسوق المالي هما:

- ١ - سوق النقد .
- ٢ - سوق رأس المال .

سوق النقد Money Market:

- ١ إن الأسواق النقدية هي الأسواق التي تتعامل بالأوراق قصيرة الأجل.
- ٢ وهي عبارة عن أدوات دين موثقة بطريقة تحفظ حقوق مالكيها (استعادة أصل المبلغ الذي أقرضه مضافا إليه قيمة العائد المتفق عليه).
- ومن أهم أدواته:**

١ - الأوراق التجارية

٢ - اليورو دولار

٣ - شهادات الإيداع القابلة للتداول.

تتميز أدوات الدين هذه بكونها :

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

سوق رأس المال:

وهو سوق الأوراق المالية طويلة الأجل الذي يتم ضمنه عقد الصفقات المالية والاستثمارية طويلة الأجل.

ومن أهم أدواته:

١ - الأسهم

٢ - السندات

ولكي يحوز على الكفاءة والفاعلية وجب:

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

مؤشرات الأسواق:

لكل سوق مؤشر رئيسي للأداء ومؤشرات ثانوية وهي تعطي رقما قياسيا للأسعار والأسهم مكونا من عدة شركات يتابع المساهمون تحركاتها ... من أشهر هذه المؤشرات :

— مؤشر داو جونز الأمريكي.

— مؤشر نيكاي للبورصات اليابانية.

— مؤشر فوتسي البريطاني.

— مؤشر داكس الألماني.

ثالثا: الأوراق المالية المتداولة في سوق النقد :**(١) الأوراق التجارية: عبارة عن:**

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

(٢) اليورو دولار:

- لا تشير هنا إلى العملة الأوروبية بل هو مصطلح معروف و متداول في مجال عمل الأسواق المالية الدولية.
- المقصود به هو العملات الوطنية المودعة في بنوك خارج البلد الأصلي للعملة.
- إن لليورو دولار سوق كبيرة في أسواق النقد العالمية وذلك بسبب:
- ✓ الطلب الهائل عليه من طرف الشركات المتعددة الجنسيات لتمويل عملياتها عبر كافة أنحاء العالم.
- ✓ اعتماد الدول النفطية (كثمن لمبيعاتها النفطية) و غير النفطية عليه (لتمويل ميزان مدفوعاتها الخارجية)

(٣) 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 شهادات الإيداع بـ :

- ١ - قابلية تداولها في السوق النقدية قبل حلول تاريخ استحقاقها .
- ٢ - تستعملها البنوك كوسيلة للحصول على الأموال.

من عيوب شهادات الإيداع:

- ١ - لا يمكن استرداد قيمتها من البنك أو الشركة التي أصدرتها قبل حلول استحقاقها .
- ٢ - يمكن لحاملها أن يبيعها أو يتنازل عنها في السوق الثاني الذي يشمل بنوك الاستثمار وشركات الوساطة المالية بالإضافة إلى البنوك التجارية

(٤) الكمبيالات:

- 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 .
- يمكن بيعها لطرف آخر والذي يمكن بدوره بيعها لطرف ثالث .
- غالباً ما يتعامل بها السماسرة والبنوك التجارية.

(٥) أذونات الخزينة:

- أداة دين قصيرة الأجل تصدرها الحكومة .
- مدتها تتراوح من ٣ إلى ٦ أشهر إلى ٩ أشهر أو سنة .
- يتم التبادل بها على أساس الخصم في السوق الثانوية .
- تصدر الأذونات الحكومية بقيم متدرجة .
- يمكن بيع الأذن الواحد بخصم قيمته الاسمية عند الإصدار .

من مزايا أذونات الخزينة الحكومية:

- أن أرباحها معفاة من الضريبة، مما يشجع شركات الوساطة المالية على الادخار و شرائها .
- تضع الحكومة شروخاً مغرية لشرائها و تحقق عائداً مجزياً لحاملها .

(٦) القبولات المصرفية:

- أدوات دين .
- تصدرها الشركات التجارية .
- 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 و السماسرة .
- تعتبر أداة مقبولة على نطاق واسع في المعاملات الدولية .

المحاضرة التاسعة

استراتيجية التنظيم في الأعمال الدولية

إذا كانت وظيفة التخطيط تتمثل في تحديد الهدف والعمل المطلوب لتحقيقه، فإن وظيفة التنظيم تتمثل في تحديد من سيقوم بهذا العمل وتهيئة الموارد اللازمة لتمكين المكلفين بالعمل من الإنجاز، أي أن وظيفة التنظيم تختص بتقسيم العمل وتحديد المسؤوليات والصلاحيات ووضع الإطار الذي يتم من خلاله التنفيذ على المستوى الدولي تكتنف العملية جملة من التعقيدات بفعل تعقيدات المسافة المادية وما يرتبط بها من مركزية ولا مركزية وكذا المسافة الثقافية والأوضاع السياسية في البلد المضيف....

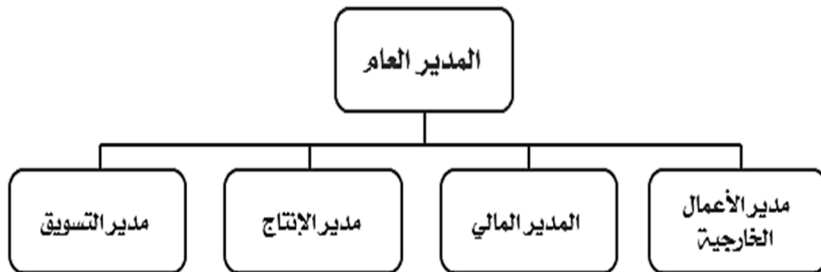
أولاً: الهياكل التنظيمية الدولية:

سبق وأن أكدنا أن وظيفة التنظيم تختص بتقسيم العمل وتحديد المسؤوليات والصلاحيات ووضع الإطار الذي يتم من خلاله التنفيذ

وهنا لدينا العديد من أشكال الهياكل التنظيمية التي يجب اختيارها بما يتلاءم وامكانات واحتياجات المنظمة، 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.



مزايا نموذج قسم الأعمال الخارجية :

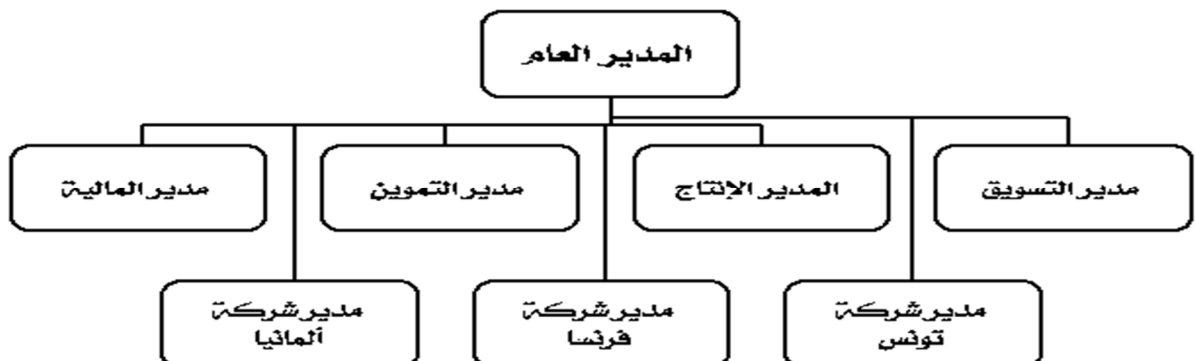
- ١ - يعطي الأعمال الخارجية صوتا مسموعا بفصلها بتعيين مساعد مدير عام كمدير لها .
- ٢ - يبرز مكانة أصحاب الخبرات العالية ويشكل مجالا لاكتسابهم مزيدا من الخبرات .
- ٣ - يزيد من تماسك الأعمال الدولية ويوحدها كمجموعة تعمل سويا .

عيوب نموذج قسم الأعمال الخارجية :

- ١ - اهتمام مدراء الأقسام الأخرى بمسؤولياتهم المحلية .
 - ٢ - انعدام التنسيق مع بقية الإدارات
 - ٣ - وجود العمليات الخارجية نفسها بالتالي تنافس الإدارات المحلية على الموارد .
- ✓ لا يناسب هذا النموذج الأعمال الدولية ذات الحجم الكبير وإنما يصلح للأعمال الخارجية الصغيرة.

٢) نموذج الشركة الخارجية المنفصلة:

وفق هذا النموذج تدار الأعمال الخارجية كشركات أو أقسام منفصلة لكل عمل في بلد مدير مستقل يخضع للمدير العام وهو بمثابة مساعد له، يتبع له مباشرة بغض النظر عن الهيكل التنظيمي الموجود في موطن الشركة.



مزايا النموذج:

- ١- يعطي استقلالية للشركات التابعة في الخارج، الأمر الذي يجذب البلد المضيف خاصة في ظل تنامي النعرات القومية.
- ٢- يساعد على تدريب الكوادر واكتساب الخبرات المتخصصة في عمليات هذا البلد أو ذاك.
- ٣- يقوي الصلة المباشرة مع المدير العام في البلد المضيف ويسهل التعامل مع المشاكل المختلفة.

عيوب النموذج:

- ١- لا يساعد على وضع سياسة دولية موحدة، بحيث يعتمد كل شيء على خبيعة العلاقة بين المدير المحلي والمدير العام.
- ٢- كانت الشركات الأوروبية تطبق هذا النظام بكثرة ثم بدأت التخلي عنه منذ السبعينات.

ملاحظة:

- ١- النظم السابقة تفرق ما بين الأعمال الدولية والأعمال المحلية وهي غالبا ما تركز على الأعمال المحلية.
- ٢- لكن عندما تتطور أعمال الشركة وتنمو تزداد أهمية الأعمال الخارجية لتحوز على ذات الأهمية مع الداخلية وهي مرحلة متقدمة لتطور الشركة باتجاه أنظمة دولية التوجه.
- ٣- باتجاه تلك المرحلة يبدأ الهيكل التنظيمي يأخذ أشكالا تقوم على الوظائف الإدارية أو على السلع أو المناخق الجغرافية أو على شكل مختلط

(٣) نموذج التقسيم الوظيفي:

- ١- يتم التقسيم على أساس وظيفي (تسويق، إنتاج، تمويل) حيث يكون مدير التسويق مثلا مسؤولا عن وظيفة التسويق في جميع الأسواق محلية كانت أم خارجية ويكون مسؤولا لدى المدير العام، وكذلك الشأن بالنسبة لبقية الوظائف.
- ٢- قد تكون الطبقة الإدارية الثالثة قائمة على أساس سلع أو جغرافي لكن المهم هو المستوى الثاني.
- ٣- رغم انتشار هذا النموذج على المستوى المحلي فهو نادر على المستوى العالمي.

المزايا والاستخدامات:

- ١- يناسب هذا التقسيم الشركات التي لها خطوط إنتاج قليلة ومتكاملة كالشركات الاستخراجية التي تعمل في قطاع المعادن.
- ٢- وحتى لو تعددت خطوط الإنتاج فالمهم هو تشابه المنتجات من حيث وسائل تسويقها وتمويلها.
- ٣- يشجع النموذج التخصص الوظيفي.
- ٤- يركز القرار ويقلل بالتالي من تكرار الوظيفة أو المهمة وتشتت الجهود.
- ٥- تكون الإدارة العليا صغيرة لعدم الحاجة للاشتراك في كل صغيرة.

عيوب النموذج:

- ١- يؤدي هذا النظام إلى ضيق النظرة لدى كبار المديرين وصعوبة وضع استراتيجيات شاملة بسبب ذلك.
- ٢- تفقد العمليات الدولية خصوصيتها بسبب معاملتها مثل المحلية.
- ٣- يتضمن النموذج تطويلا للإجراءات وإضعافا للمدير المحلي بسبب تشابك المسؤولية وعدم وحدة السلطة الأمرة حيث يكون مثلا مدير التسويق المحلي في البلد «س» مسؤولا أمام المدير المحلي إداريا وأمام مدير التسويق الدولي فنيا.

(٤) نموذج التقسيم الجغرافي:

- ١- يتكون من المدير العام إلى جانب مدراء المناطق الجغرافية التي تتولى المسؤولية الكاملة عن العمليات في مناطقها بما في ذلك الإنتاج والتمويل.
- ٢- عندما يكون حجم العمليات كبيرا ولا تغطي منطقة أو بلد على كل الشركة متعددة الجنسيات، تتساوى المناطق في الأهمية ويدير كل منطقة مدير مساعد.

استخدامات وفوائد النموذج:

- ١- يكون هذا النموذج مفيداً عندما تكون هناك ضرورة لتعديل المزيج التسويقي ليلائم كل منطقة ولتنسيق على مستوى المنطقة التي كثيراً ما تكون متشابهة في خصائصها .
- ٢- يستخدم أيضاً عندما تكون السلعة نمطية ولا تتطلب تقنية عالية غير أن المنافسة حادة في الأسواق مما يستدعي التركيز على التسويق في كل منطقة لوحدها. هنا تركز الإدارة العليا على التخطيط وتترك كثيراً من قرارات التشغيل لمديري المناطق.
- ٣- ينجح هذا النظام عندما تكون الفوارق داخل المجموعة الجغرافية محدودة بينما الفوارق بين المجموعات عالية.

عيوب النموذج:

- ١- لا يخلو هذا النموذج من مساوئ كصعوبة التنسيق بين المناطق المختلفة.
- ٢- يصبح النظام معقداً إذا تعددت المنتجات المتعامل فيها .
- ٣- قد يقود إلى اختلافات في إجراءات وسياسات الشركة متعددة الجنسيات من بلد لآخر.

التقسيم على أساس سلع:

- يقوم على أساس وجود إدارة مستقلة لكل سلعة أو خط إنتاجي أو مجموعة متشابهة من السلع وعلى رأس كل منها مسؤول على مستوى كل الدول التي توجد بها عمليات الشركة (مدير للأغذية، مدير للأدوية، مدير للأثاث...).
- يكون هذا النموذج مفيداً في حالة وجود خلافاً عديدة بين كل سلعة وأخرى (من حيث الخصائص الطبيعية وأساليب التسويق والتمويل) على أن يكون لكل مجموعة سوق كبير بما فيه الكفاية.

نماذج أخرى مختلطة:

رأينا أن كل نموذج لا يخلو من مساوئ وأوجه قصور كجمود الهيكل الهرمي عند التمسك بالتدرج الرئاسي ووحدة الأمر والتمسك باللوائح ، لذا ابتدع الهيكل التنظيمي القائم على فكرة المشروع والهيكل التنظيمي القائم على نظام المصفوفة.

نظام المصفوفة (Matrix Structure) :

- ١- يجمع بين النمط الوظيفي ونمط التقسيم على أساس المنتجات أو حتى التقسيم الجغرافي ضمن مصفوفة تسمح بوجود فرق عبر الأنشطة المختلفة بهدف تدعيم منتجات أو مشاريع معينة.
- ٢- يتعرض العاملون إلى سلطتين الأولى راسية وظيفية الثانية أفقية من الأقسام.
- ٣- الفكرة الأساسية هي إجبار المديرين من مختلف الأقسام والتخصصات على التنسيق والتوافق وكسر الحواجز الجغرافية أو الوظيفية أو السلعية.

المزايا:

- ١- كفاءة أكبر في استخدام الموارد.
- ٢- السرعة والمرونة في الاستجابة لمتغيرات البيئة.
- ٣- خدمة أكبر للزبائن.
- ٤- تنسيق كبير بين الأقسام الوظيفية.
- ٥- تطوير دائم للمهارات الإدارية العامة والمتخصصة.
- ٦- توسيع الوظائف للعاملين.

المساوئ:

- ١- الغموض في السلطة.
- ٢- نمو الصراعات بين الهياكل.
- ٣- كثرة اللقاءات والنقاشات الطويلة.
- ٤- الحاجة إلى التدريب في مجال العلاقات.
- ٥- هيمنة بعض الأعراف.

الهيكل القائم على فكرة إدارة المشروع :

- ◀ تكون كل عملية تقوم بها الشركة عملية متكاملة تضعها الشركة بمشروع مستقل وتشكل له فريق عمل مستقل ومدير للمشروع
- ◀ يحدث ذلك في المنشآت التي تتصف أعمالها بعدم الاستمرارية أو عدم نمطية الإنتاج كأعمال المقاولات، بناء السفن، عقود تسليم المفتاح.
- ◀ يتطلب الأمر إذن التركيز على العمليات وليس على الوظائف.
- ◀ تقليل مستويات الهيكل التنظيمي مع زيادة استخدام فرق العمل.
- ◀ تمكين العاملين من اتخاذ القرار ذات التأثير الكبير في الأداء.
- ◀ الاستخدام لتكنولوجيا المعلومات.
- ◀ التركيز على المهارات المتعددة للعاملين (التدوير الوظيفي).
- ◀ تعليم وتدريب الأفراد كيفية المشاركة في العمل مع الآخرين.
- ◀ بناء ثقافة انفتاح وتعاون والتزام بالأداء ومنع التنافس بين الإدارات.

ثانياً: الاعتبارات المتعلقة باختيار الهياكل :

- ١- حجم الأعمال الدولية للشركة.
- ٢- تاريخ المنشأة وتطور عملياتها.
- ٣- فلسفة الشركة وثقافتها.
- ٤- نوعية عمل الشركة واستراتيجياتها.
- ٥- وجود الكوادر المؤهلة وما تضيفه من مرونة على الهيكل التنظيمي.

(١) حجم الأعمال الدولية لدى الشركة:

- ◀ تخميني أنه إذا كانت الأعمال الدولية قليلة بالنسبة لإجمالي أعمال الشركة (أقل من 5% من إجمالي المبيعات مثلاً) ، فلن تحتاج الشركة لتعديل هيكلها المحلي لاستيعاب ذلك .
- ◀ لكن عندما تصبح النسبة 40٪ أو 50٪ يصبح من الصعب على الشركة أن تستمر بالهيكل السابق .

عندما وجدت شركة كامبل الأمريكية للحساء أن 55% من مبيعاتها مصدرها الخارج، أعادت النظر في استراتيجيتها وتوقفت عن التفكير بنفسها على أنها أمريكية صرفاً، كما أعادت النظر في هيكلها التنظيمي.

(٢) تاريخ المنشأة وتطور عملياتها:

- ◀ إذا كانت الشركة جديدة أو جديدة على الأعمال الدولية فلن تكون لديها الرغبة لتغيير هيكلها ليلائم الأعمال الدولية؛
- ◀ مع اكتساب الخبرة ومرور الزمن يتأكد أن الأعمال الدولية ليست شيئاً عارضاً ويتعين ملاءمة الهيكل معها؛
- ◀ بمرور الزمن سيكون لدى المدير الثقة بتبني هياكل أكثر تعقيداً.

(٣) فلسفة الشركة وثقافتها:

- ◀ بديهي أن يؤثر توجه المديرين ونظرتهم للأعمال الدولية في النموذج التنظيمي المختار.
- ◀ فكلما كان لديهم إلمام بالثقافات الأخرى واندماج في العولمة (النظرة غير الأحادية)، كلما كانوا أكثر ميلاً لإعطاء الأعمال الدولية حيزاً كبيراً في إدارتهم.
- ◀ عموماً العولمة وانفتاح الدول سيفرضان على كثير من الشركات التفكير من ذلك المنظور.

(٤) نوعية عمل الشركة واستراتيجيتها:

- ◀ يقصد هنا نوعية المنتجات التي تتعامل بها، وما إذا كان لديها خطوط إنتاج عميقة ومتوسطة أم محدودة، وهل تعمل في أماكن متفرقة من العالم أم في بلدان محدودة.
- ◀ كذلك برنامج الشركة وتوسعها المستقبلي واقتصاديات النظم المختلفة.
- ◀ فكلما تنوعت منتجات الشركة وتعددت مناحق عملياتها، كلما اختارت نموذجاً يعكس هذا التنوع كالنموذج السلعي أو الجغرافي.

(٥) وجود الكوادر المؤهلة:

- وجود كوادر مؤهلة لها خبرات في الأعمال الدولية وقدرة على العمل في مناطق مختلفة والتأقلم في بيئتها من شأنه أن :
- يمنح الشركة مرونة في الانتقال من نموذج لآخر.
 - يسهل تدريب الكوادر المختلفة لتطبيق النظام المختار.

المحاضرة العاشرة الإدارة الاستراتيجية في المنشآت الدولية.

إن إعداد المنشأة الدولية لاستراتيجية تمكنها من الدخول إلى الأسواق الدولية، من المتطلبات الأساسية لتأمين البقاء و الاستمرار في الأعمال الدولية.

فالبداية المنطقية لتكوين استراتيجية 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 وفلسفة 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.
- ◀ إمكانياتها المادية، المالية، والبشرية.
- ◀ تصورها واستراتيجيتها (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 آخر بناء على تصورها، وإمكانياتها، وتجربتها، وكذا الاستراتيجية التي تعتمد عليها للدخول إلى الأسواق الدولية.

ففي كل الأحوال يتعين عليها إعداد خطة استراتيجية وإدارتها بحكمة وفقاً لـ:

- الأهداف التي تريد بلوغها.
- الفرص والتهديدات التي تواجهها.
- الإمكانيات التي تتوفر عليها.

أولاً: التخطيط الاستراتيجي الدولي:

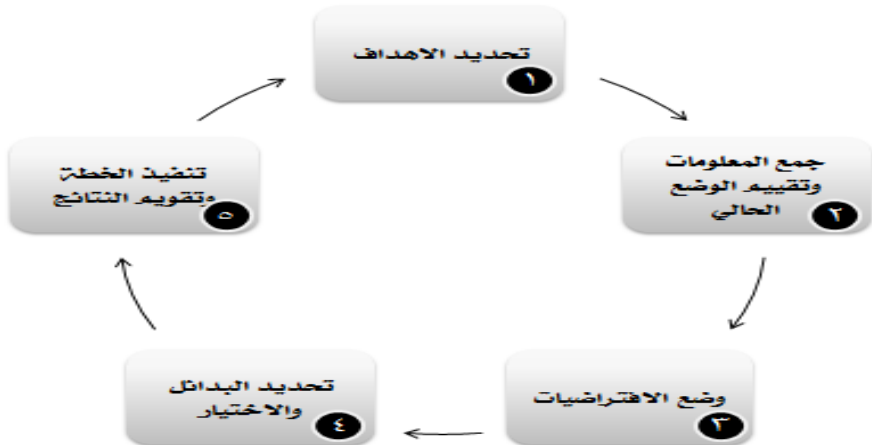
مفهوم التخطيط الاستراتيجي: يعرف التخطيط الاستراتيجي بشكل عام على أنه:

نظام متكامل يتم من خلاله تحديد رسالة الشركة في المستقبل وأهدافها والتصرفات اللازمة لتحقيق ذلك، والجهود الموجهة نحو تخصيص الموارد.

التخطيط الاستراتيجي:

هو عملية تنبؤ وتوقع لما سيحدث لفترة بخويلة الأجل وتخصيص الموارد والإمكانات الموجودة في إطار الزمن الذي تحدده الخطة.

مراحل عملية التخطيط :



- ١- تحديد الأهداف
- ٢- جمع المعلومات وتقييم الوضع الحالي.
- ٣- وضع الافتراضات.
- ٤- تحديد البدائل والاختيار.
- ٥- تنفيذ الخطة وتقييم النتائج.

أهمية التخطيط الاستراتيجي :

- ١ - يتم تحديد مجالات تميز المنشأة في المستقبل .
- ٢ - يسهل توقع تغيرات البيئة .
- ٣ - يمكن تطوير وتنمية مجالات التميز والتنافس المستقبلية للمنشأة .
- ٤ - يشكل نظام إنذار مسبق للمنشأة .
- ٥ - يتم تحديد مجالات أعمالها وأنشطتها بما يتلاءم مع إمكانياتها وخصبيعتها .

ثانياً : مفهوم الإدارة الاستراتيجية :**وفقا لتعريف (Jauch & Glaueck):**

تعبر الإدارة الاستراتيجية عن جملة القرارات والتصرفات التي تبني من خلالها المنشأة استراتيجية 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 .
مما سبق يتضح لنا بأنه فضلا عن كون الإدارة الاستراتيجية عملية قبلية ، فهي عملية مستمرة حالية ومستقبلية كذلك ..

بحيث تتضمن مراحلها:

- ١ - صياغة الاستراتيجية .
 - ٢ - تنفيذها .
 - ٣ - الرقابة عليها .
- فهي إذن وإن اعتبرت ثمرة لتطور التخطيط الاستراتيجي ، فإنها تتميز عنه بكونها عملية ديناميكية متواصلة .
- مراحل الإدارة الاستراتيجية:**
- ١ - مرحلة التخطيط الاستراتيجي .
 - ٢ - مرحلة تنفيذ الاستراتيجية .
 - ٣ - مرحلة المراجعة والتقويم .

ثالثا: استراتيجيات الدخول للأسواق:

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

- ١ - تملك للمشروع بنسبة 100 % .
 - ٢ - استثمارات مشتركة (شراكة) تكون فيها نسبة التملك أقل من 100 % .
 - ٣ - تحالفات استراتيجية .
- ✓ كما قد يمتد هذا الجدل ليشمل المزايا النسبية التي تحصل عليها المنشأة من جراء الأسلوب الذي تعتمد عليه للقيام بأعمالها الدولية .

(١) استراتيجية التملك التام :

أي تملك للمشروعات والاستثمارات بنسبة 100 % .

١ تعد هذه الاستراتيجية الطريقة الأسرع لتحقيق تواجد مميز في السوق وكذا تحقيق الربحية وهو أمر تفضله الشركات متعددة الجنسيات .

٢ 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 .

٣ كما تفضل المنشأة الدولية العمل في ظل نظام رقابي مركزي مع الشركة الأم، وتملك بنسبة 100 % .

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

أسباب تفضيل التملك الكامل:

- ١ - ما لديها من تجارب سيئة عن الاستثمارات المشتركة.
- ٢ - تدني مستوى الثقة مع الشركاء الأجانب.
- ٣ - عدم التأكد من حملة الأسهم المحليين.
- ٤ - صعوبة الاحتفاظ بخويل الأجل بحصة الشراكة فيه.
- ٥ - تعارض المصالح حول سياسات التوظيف في المشروع المشترك.

شروط استراتيجية التملك المشترك المثلى :

تري المنشآت الدولية أن نجاح الاستراتيجية المثلى للتملك المشترك يتطلب توفر خمسة عوامل هي :

- ١ - توفر المركز التنافسي للمنشأة في السوق الأجنبي.
- ٢ - توفر شركاء مقبولين.
- ٣ - توفر قيود قانونية لضمان التزام الطرفين المتعاقدين.
- ٤ - دراسة علاقة الكلفة/المنفعة.
- ٥ - توفر الاحتياجات الضرورية لنجاح النظام الرقابي.

(٢) استراتيجية الشراكة Partnership Strategy:

قد تضطر المنشأة الدولية للشراكة و الدخول التدريجي في السوق من خلال الاستثمارات المشتركة Joint Ventures أو عن خريق العقود الأخرى،

و ذلك نتيجة:

١ - قوانين بعض البلدان

٢ - بفعل بعض الظروف الأخرى .

✓ و تتضمن استراتيجية 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. و نقصد هنا بالالتزامات

نقل المنشأة الدولية لأصولها، و موظفيها، و خبرتها أو استثماراتها الأخرى للشركة المحلية بيعة أو تأجيراً أو العكس (من الشركة المحلية على الشركة الأجنبية).

✓ و يترتب على هذه الالتزامات المتبادلة حقوقاً على شكل عقد أو حصّة ،

و من أمثلة هذه القابلة للنقل؛

١ - النسخ Copy Rights

٢ - العلامة التجارية Trade mark

٣ - براءات الاختراع Patents

٤ - المهارات والمعرفة Skills & Knowledge

فبناء على ما تقدم تراعى المنشآت الدولية في اختيار المشروع أن يكون على أساس :

- ١ - الملكية والتعاقد .
 - ٢ - سياسة التشغيل في حدود القدرات المتبادلة للأخراف ذات العلاقة بالاتفاق (المنشأة الدولية، و الحكومة المضيفة).
- كما أن هنا أشكال أخرى من الاتفاقيات تحصل بين المنشآت الدولية و الشركة 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 الاستراتيجية Strategic Alliances :

مفهوم التحالف الاستراتيجي:

- هو اتفاقية تعاونية بين الشركات المتنافسة أو غير المتنافسة التي تبحث عن فرص استثمار أو تملك
- ١- تعقد التحالفات بين شركتين أو أكثر للدخول في تحالف حول إحدى المشاريع.
- ٢- من الممكن أن يكون التحالف في شكل اتفاقية قصيرة الأجل تتضمن حل مشكلة معينة (التعاون في تطوير منتج جديد).

من أمثلة التحالفات :

- ١- GM مع Toyota عام ١٩٨٩ .
- ٢- بين Kodak و Canon حيث تنتج الأخيرة آلات نسخ و تصوير تباع تحت علامة الأولى.
- ٣- Motorola & Toshiba
- ✓ نظراً للصعوبات الكبيرة التي تواجه المنشأة الدولية للدخول إلى الأسواق الدولية، قد تعتمد الكثير من المنشآت أسلوب التحالف.

أسباب قيام التحالف الاستراتيجي :

- تسعى المنشآت إلى تحقيق أهدافها الاستراتيجية من خلال الدخول في تحالفات استراتيجية مع المنافسين الحقيقيين لها نظراً لعدة أسباب من ضمنها:

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

مثال: 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 .

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

٣- الجمع بين المهارات و الأصول 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 الاستراتيجية الناجحة.

مثال: 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.

٤- تدخل الشركات في تحالفات استراتيجية بغرض الحصول على معايير تقنية لصناعتها.

مثال: قامت شركة Philips بتحالف استراتيجي مع منافستها شركة Matsushita لتصنيع وتسويق النظام الرقمي المدمج والذي تعتبر شركة Philips الرائدة فيه.

وكان الدافع والهدف من وراء ذلك هو:

- ١- اعتقاد Philips بأن الارتباط مع Matsushita قد يساعد على إرساء نظام DOC كمعيار تقني جديد في مجال صناعة معدات التسجيل والأجهزة الإلكترونية.
- ٢- 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.

محددات التحالفات الاستراتيجية:

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

- أ- اقتصادية. ب- التقدم التكنولوجي. ج- فرص السوق.

نلاحظ وجود عاملان يلعبان أدواراً هامة في فروقات بارزة في البدائل الاستراتيجية التي تبنتها الشركات المتعددة

الجنسيات في صناعات عديدة ، و هما :

١- الدخول للسوق الأجنبي الجديد .

٢- التطوير والبحث .

مزايا البحث و التطوير: يمكننا ملاحظة أن :

- (١) التحالفات الاستراتيجية تمهد لدخول الشركات المتعددة الجنسيات إلى الأسواق بتكاليف ملائمة تنفق بصورة مشتركة على البحث و التطوير.
✓ هذا الأسلوب هو الأكثر انتشارا لنشوء التحالفات (بناء الطائرات، تطوير أجهزة الكمبيوتر، أبحاث الهندسة الوراثية، و السيارات..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، و الصناعات الكيماوية الخفيفة، الأجهزة الطبية..الخ.
- (٣) هناك جانبان مهمان في التحالفات الاستراتيجية هما التكلفة و الالتزامات المتبادلة بين الشركاء، هذا الجانب يساعد كثيرا كل طرف على استخدام القدرات المتوفرة لديه و تقاسم التكاليف المترتبة عن المخاطرة.
✓ المخاطرة تكون منخفضة لما تكون الاتفاقيات المعقودة (التحالفات) بخويلة الأجل، وذات رؤوس أموال كبيرة، حيث يكون بإمكان الشركتان اقتسام أي مخاطر أخرى.
- (٤) من الجوانب المهمة في التحالفات الاستراتيجية هو البحث و التطوير للسلع و الخدمات (تتقاسم الشركات عملية البحث و التطوير حيث تتكفل كل واحدة بتطوير جزء من الأجزاء المكونة للسلعة).
✓ خاص بالسلع الصناعي (بناء الطائرات، السيارات، المعدات الصناعية، الصناعات الإلكترونية..الخ).

منافع التحالفات الاستراتيجية:

- ١- موارد مكملية.
- ٢- المشاركة في المخاطر.
- ٣- تقليل المنافسة.
- ٤- رأس المال ووقت الوصول للسوق الدولي.

المحاضرة الحادية عشر

إدارة الموارد البشرية الدولية [نمية الموارد البشرية في الأعمال الدولية]

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

أولاً: التعريف بإدارة الموارد البشرية:

يعرف George Milkovech: "إدارة الموارد البشرية على أنها تلك الإدارة التي تتخذ سلسلة من القرارات الخاصة بالعلاقات الوظيفية والمؤثرة في فعالية المنظمة وفعالية الموظفين".

يعرف Michael Poole إدارة الموارد البشرية على أنها العملية الخاصة باستقطاب الأفراد وتطويرهم والمحافظة عليهم في إخراج تحقيق أهداف المنظمة وتحقيق أهدافهم.

✓ بناء على التعريفين السابقين يمكن 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.

و من هذا المنظور يعتبرها Michael Alvert إدارة استراتيجية هامة تعمل في إطار المفاهيم التالية:

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

وظائف إدارة الموارد البشرية :

- ١ - الاستقطاب والاختيار.
- ٢ - تخطيط الاحتياجات البشرية.
- ٣ - تقويم الأداء.
- ٤ - الترقيات.
- ٥ - تحديد الأجور والرواتب.
- ٦ - التدريب والتطوير.

وعلى المستوى الدولي يصبح الأمر أكثر تعقيداً بسبب:

- ١ - كثرة العاملين وتنوع جنسياتهم ولغاتهم واعتقاداته.
- ٢ - تفاوت مهاراتهم.
- ٣ - تشتتهم الجغرافي، واختلاف ظروفهم المعيشية.. الخ

وفي هذا الفصل سنحاول إلقاء الضوء على بعض الاستراتيجيات المتبعة من طرف ش.م.ج بخصوص :

- ١ - التوظيف والتدريب.
- ٢ - التعويض (الأجور والحوافز)،
- ٣ - التطوير الوظيفي.
- ٤ - الاتصال.

ثانياً: 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:

- ١- إذا كان المشروع جزءاً من الاستثمارات الحيوية،
- ٢- مدى ملائمة المناخ الاستثمار في القطاعات الإنتاجية في السوق المحلي (لبلد المضيف) للشركة المتعددة الجنسية.

و ينتج عن عملية التوظيف التي توفرها الاستثمارات الأجنبية أبعاد مباشرة و غير مباشرة من بينها ما يلي :

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

ثالثاً: التعويضات:

تقدم الشركات المتعددة الجنسيات تعويضات و حوافز مرتفعة بالمقارنة لما تعرضه الشركات المحلية.

والهدف من وراء ذلك:

- ◀ استقطاب أفضل المهارات الإدارية والفنية المحلية العاملة في الشركات الوخنية 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.
 - ✓ كما تقوم بتقديم الحوافز للموظفين لزيادة مهاراتهم.
 - ★ فالشركة عموماً ليس لها تأثير على النظام التعليم الرسمي، وبالتالي فإنها لا تستطيع الحصول على احتياجاتها من المهارات المطلوبة إلا من خلال التدريب.

يعتمد 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 وشبه الماهرة و تدريبهم على مهارات عمل محدودة.

٢ - حالة إتباع استراتيجية ظرفية :

في هذه الحالة يكون :

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

٣ - حالة إتباع استراتيجية التكامل المعقدة:

في هذه الحالة تكون هناك حاجة أكبر لتنسيق التدريب ودعمه، حيث يكون التطوير والتنفيذ على المستوى الدولي مهماً لإعداد استراتيجية تكاملية معقدة.

و على هذا المستوى تحاول ش.م.ج تطوير مزيج من سياسات إدارة الموارد البشرية من ضمنها :

- ◀ القيام بنقل الموظفين التنفيذيين القدامى 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 مماثلة لنوع ومستوى التدريب في المقر الرئيسي للشركة الأم، و يختلف نوع التدريب فيها باختلاف:

- المستوى الوظيفي للعامل والصناعة.
- نوع استراتيجية الدخول للشركة في السوق (تملك، أو مشاركة).
- طبيعة التكنولوجيا المستخدمة.
- الأساليب الإدارية المستخدمة في الشركات التابعة والتي تؤثر على حجم ونوعية التدريب

تقوم شركة ديمر بنز Daimler Benz الألمانية المنتجة لسيارات Mercedes تنفيذ برامج تدريب مهنية في جميع الدول التي لها فيها وكالات تجارية. تدرب سنوياً حوالي ٢٥٠٠ موظف في فروعها التابعة في الدول النامية

يتم تدريب :

- الجزء الأول في مكان العمل.
- أما الجزء الثاني فيتم تدريبه في قاعات المحاضرات،
- بينما يتم تدريب الجزء الثالث في ورش حرفية تابعة للمصنع.

خامساً: إدارة الموارد البشرية في ش.م.ج :

تعتمد الشركات المتعددة الجنسيات لإدارة أعمالها في فروعها الخارجية على المغتربين من البلد الأم Expatriates (٣% من المغتربين العاملين هم يابانيون، ٤% أمريكيون) 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 :

- ١ - التغير الملحوظ في استراتيجيات الإنتاج الدولي.
 - ٢ - دورة حياة عمل المغترب الأمريكي قصيرة وعالية التكلفة
 - ٣ - عدم قدرة المغترب الأمريكي والياباني التفاعل مع بعض البيئات.
 - ٤ - أن المدير المغترب من الدول النامية أقل تكلفة.
 - ٥ - للمدير المحلي استعداد أكبر على التعامل مع بيئات عديدة خاصة إذا كان يعمل في بيئته المحلية.
- وبناء على ما تقدم تعمل ش.م.ج على تدريب وتأهيل عدد من المدراء الدوليين الذين تكون لهم قابلية التحرك من بلد إلى آخر وفقاً للطلب عليهم في أي منطقة من العالم تتطلب وجودهم، مما :
- ١ يجعل الاعتماد على المغتربين من البلد الأم أقل شأن مقارنة بالتكلفة المتدنية للمديرين المحليين،
 - ٢ 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%.

سادساً: 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 :

الشركات ذات التركيز العرقي Ethnocentric

- يوجد قيم ومعتقدات متشابهة خاصة في الشركات التابعة كذلك الموجودة في الشركة الأم وعليه :
- ١ تتم معظم الاتصالات ونقل المعلومات بالاتجاه واحد (من الشركة الأم على الشركة التابعة).
 - ٢ يكون فيها معظم الموظفين الرئيسيين من البلد الأم (مغتربين).

الشركات ذات التركيز العرقي المتعدد Polycentric :

- ١ هناك نوع من الاستقلالية الذاتية التي تتصف بها الشركات التي تعمل ضمن هذا النمط.
- ٢ الاتصال بالشركة الأم يكون محدوداً.
- ٣ تتخذ الشركة قراراتها التنظيمية بدون الرجوع إلى الإدارة العامة بالشركة الأم.
- ٤ كما يتم اتخاذ القرارات الاستراتيجية بالتنسيق مع الشركة الأم.
- ٥ يتم اختيار معظم الموظفين من البلد المضيف.

الشركات ذات التركيز العالمي Geocentric :

الاتصال في الاتجاهين.

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

الشركات ذات التركيز الإقليمي Regiocentric :

- ◀ تعيين الموظفين والمدراء وإدارتهم على أساس إقليمي.
- ◀ يتمتع المدراء الإقليميون بصلاحيات واستقلالية أكبر في اتخاذ القرارات.
- ◀ تنحصر حركة وتنقلات الموظفين والمدراء محصورة فقط بين الأقاليم 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 وعيوب كما هو موضح في الجدول التالي :

مصدر التوظيف	المزايا	العيوب
البلد الأم	• التألف مع أهداف الشركة. • الولاء للشركة. • الكفاءة التكنولوجية. • سهولة الرقابة على الأداء.	• 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.	• حساسية البلد المضيف. • منافسة المواهب المحليين.

كما يشترط أن تتوفر في الموظف المترشح الصفات التالية:

- ١ - المؤهل العلمي.
- ٢ - الخبرة السابقة في العيش خارج الوطن الأم.
- ٣ - اللباقة والود في التعامل.
- ٤ - عدم التحيز العرقي أو الديني.
- ٥ - القدرة على التكيف والتفاعل الثقافي.

✓ لقد ساد في أوائل مرحلة العولمة (السبعينيات) نمط التوظيف ذو التركيز العرقي. و الآن الكفة تتجه نحو التوظيف ذو التركيز العالمي.

ثامناً : 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 بالجدول الموالي:

الجدول يبين أنماط المدراء المؤهلين للاتصال الإداري

في الشركة الأم	في الشركة التابعة
مواخن من البلد الأم مع خبرة في البلد المضيف.	مدير من البلد الأم، مدير من البلد المضيف، مدير من البلد المضيف 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 أونة الأخيرة إلى توظيف مدراء هنود ممن تدربوا في الولايات المتحدة الأمريكية خصيصا للعمل في شركاتها التابعة والعاملية في الهند.

من المهارات الدقيقة و المهمة للمدير الدولي المغترب:

- ◀ مهارات الاتصال
- ◀ مهارات الصبر
- ◀ مهارات 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.

تاسعاً : 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،

و من هذه البرامج:

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

المحاضرة الثانية عشر: الإدارة المالية الدولية

أولاً: ماهية الإدارة المالية الدولية:

مفهوم الإدارة المالية:

تتعلق الإدارة المالية بإيجاد الأموال الكفيلة بتمويل العمليات الرأسمالية والتشغيلية بأقل تكلفة، وإدارة الأموال الموجودة بحيث تحقق دخلاً وتكون متاحة عند الحاجة في ذات الوقت.

من هنا فإن الإدارة المالية الدولية شقين أساسيين :

الأول يتعلق بإيجاد الأموال أو ما يسمى بتمويل الشركات؛
الثاني يتعلق بإدارة هذه الأموال المتاحة، أو ما يسمى بإدارة الاستثمار.

الإدارة المالية الدولية:

إذا ما قدمنا مفهوم الإدارة المالية بمعطيات دولية فإن العملية ستكون أكثر تعقيداً وذلك مثلاً لوجود عملات مختلفة وسلطات نقدية مختلفة وأسعار فائدة مختلفة، وبالتالي تكلفة رأس مال وبورصات مختلفة ونظم مختلفة، مما يعطي لهذه الإدارة بعداً مختلفاً.

المحاسبة في الأعمال الدولية:

إن الارتباط وثيق بين المحاسبة والمالية الدولية، لأن هذه الأخيرة تقوم على قاعدة البيانات التي توفرها المحاسبة، علماً أن لكل منها وظيفة مختلفة.

ومن المشاكل المطروحة أمام المحاسبة الدولية لدينا:

- ١- ترجمة العملات.
- ٢- توحيد الحسابات.
- ٣- معاملت اسم الشهرة.
- ٤- التضخم.
- ٥- تفاصيل العمليات المحاسبية المطلوبة تختلف عبر الدول.

الضرائب في البيئة الدولية :

- ١- قضية الازدواج الضريبي.
- ٢- الاتفاقيات الضريبية.
- ٣- الضرائب المحلية والضرائب الدولية

ثانياً: تمويل الشركات دولياً :

التمويل بالدين :

يتم التمويل بالدين من خلال : (١) البنوك مباشرة (٢) السندات ومشتقاتها

- ١ وبفضل التطورات الحاصلة في البيئة المالية فقد ارتفع هذا النوع من الديون
- ١ لقد أصبح بإمكان الشركات أن تبحث عن القروض في أماكن بعيدة خلاف بلدها الأصلي عبر بنوك عالمية ومحلية؛
- ١ كما أصبح بإمكانها طرح سندات مقومة بعملات متداولة في أكثر من سوق خلاف بلدها الأصلي.
- ✓ إن ندرة رأس المال حسب ما يرى بعض الاقتصاديين لم تعد عائقاً أمام أية فكرة جيدة في أي بلد حيث يمكن جمع الأموال من أماكن عديدة خارج مقر الشركة بلدها الأصلي.

التمويل من خلال حقوق المساهمين:

- ١ تمول الشركات أصولها من توليفة من الدين ورأس المال أي ما يقدمه المساهمون.
- وتختلف نسبة الديون في تمويل الأصول بين البلدان، إذ تصل في اليابان مثلاً 80% حيث هناك درجة اعتمادية قوية بين البنوك والشركات مما يجعل إرضاء البنك أهم في ذهن الإدارة.
- تقل النسبة في الدول الغربية لصالح التمويل بحقوق المساهمين التي تفوق 50% لذا تضع الشركات أعينها على البورصة
- ٢ أما من حيث قيام الشركات بطرح أسهمها في بورصات الدول خارج مقرها الرئيس فما يزال في بدايته وحجمه قليل نسبياً.

إدارة التدفق النقدي :

- ١ لقد علمنا فيما سبق بأن الإدارة المالية تعني التدبير والتحكم في الموارد المالية للشركة، وهدفها هو المحافظة على سيولة الشركة في سعيها لتحقيق أهدافها وجني أرباح من الأصول المالية.
 - ٢ على الإدارة إذن أن تعمل لتكامل التدفق النقدي مع الاحتياجات المستقبلية للتأكد من أن المال متوفر عند الحاجة وبذلك تتمكن من تمويل نشاطاتها دون توقف وبأقل تكلفة بما في ذلك خجعا تكلفة الفرصة البديلة.
- ## المصادر الداخلية للأموال :

- ١ مثلما تستطيع الإدارة محليا تحريك الأموال بين إداراتها، هناك فرصة أكبر على المستوى الدولي حيث توجد حاجة لدى بعض الفروع وفوائض لدى أخرى، ومن واجب الإدارة العليا أحيانا تشجيع ذلك بل وفرضه بين شركاتها؛
- ٢ قد يأخذ ذلك عدة أشكال، فمجرد تأجيل الدفع بين الشركات التابعة فيه منفعة للشركتين الزميلتين التابعتين للشركة متعددة الجنسيات.

إدارة رأس المال العامل:

- ١ يشمل رأس المال العامل النقد باسم الشركة لدى البنوك والمخزون السلعي والحسابات المدينة (تحت التحصيل) والحسابات الدائنة.
- ٢ تتعقد إدارة رأس المال العامل عبر البلدان بسبب القوانين الحكومية التي تضع قيودا على التحويل وبسبب اختلاف معدلات التضخم والتغيير في أسعار العملات.

لو أخذنا إدارة النقد السائل فإننا نجد أن الإدارة السليمة تقتضي ما يلي :

- ١ - معرفة احتياجات الشركات التابعة واحتياجات الشركات الزميلة وكذا احتياجات الرئاسة.
- ٢ - معرفة أحسن وسيلة لتحويل النقد الزائد من الشركة التابعة إلى المركز.
- ٣ - معرفة أحسن وجهة لاستخدام النقد بعد ذلك.

لو كانت القوانين تمنع أو تحد من تحويل الأرباح:

فهناك وسائل أخرى تتبعها الشركات لتحويل الأموال كـ :

- ١ - مصاريف إدارية
- ٢ - إتاوات على أقساط فنية
- ٣ - باستعمال سعر التحويل الذي تتقاضاه شركة تابعة من أخرى تابعة بحيث يتم التحويل من خلال تضخيم الأسعار وحتى من خلال تدنيته بغرض دعم أحد الطرفين.

ثالثا: إدارة مخاطر التضخم والعملات والمخاطر الاستثمارية:

إدارة مخاطر التضخم:

- ١ ليس هناك قطر لا يعاني من تضخم في الأسعار الداخلية مهما كانت درجة التضخم بل إن استقرار الأسعار صار يعرف بأنه تضخم خفيف (أقل من 5% في العام).
- ٢ ينخر التضخم من قيمة الأصول المالية في الوقت الذي يقلل فيه من عبء الخصوم مشجعا بذلك الاقتراض ما لم تلغ نسب الفوائد جاذبيته.
- ٣ الأقطار التي تعاني من معدلات تضخم عالية هي في العادة صاحبة عملة متدهورة القوة الشرائية داخليا ومن ثم خارجيا.

- ◀ رد الفعل الطبيعي في حالة التضخم يتمثل في إخراج العملة بسرعة من القطر صاحب التضخم العالي أو استثمارها داخله لكن في أصول عينية لا تتأثر سلبا بالتضخم (العقار وما شابه) إذا كان إخراج الأموال صعبا؛
- ◀ هناك أيضا اللجوء إلى رفع أسعار المنتجات عند ارتفاع أسعار المدخلات أو اللجوء لحلول مختلفة (تغيير النوعية، المكونات، الحجم)
- ◀ محاربة آثار التضخم تقتضي القدرة على التنبؤ بمعدلاته وذلك جزء من الإدارة والتخطيط في مجالات كثيرة.

مخاطر تقلب أسعار صرف العملات :

انتهى عهد العملات ذات الأسعار الثابتة وأصبح كثير منها يتغير من يوم ليوم، وبينما تسعى السلطات لجعل أسعار عملاتها مستقرة يبقى خطر التقلب قائما .

يؤدي احتمال التغير في أسعار العملات إلى ثلاثة أنواع من الانكشافان هي :

(١) الانكشاف المحاسبي :

- ◀ وهو ما يحدث عند ترجمة البيانات المالية (الحسابات الختامية) من عملة البلد المضيف إلى عملة المقر أو أية عملة أخرى في الوقت الذي تكون فيه قيمة هذه العملات أمام بعضها البعض قد تغيرت؛
- ◀ تقود الترجمة إلى ربح أو خسارة عند قيام الشركة الأم بإعداد بياناتها الموحدة في نهاية السنة المالية أو حتى قبل ذلك (لا يتعلق الأمر بتدفق نقدي حقيقي)؛
- ◀ اعتمادا على الطريقة المحاسبية المتبعة يمكن ترحيل الأرباح والخسائر إما إلى حساب الأرباح والخسائر أو إلى حساب خاص.

(٢) انكشاف التبادل :

- ◀ هو التغير في قيمة الحسابات الدائنة أو المدينة والذي فيه يتغير المبلغ المدفوع أو المستلم عندما تحين ساعة السداد بسبب تغير سعر العملة ما بين وقت الالتزام ووقت السداد.
- ◀ أي أن الأمر يتعلق بحسابات للشركة تحت التحصيل بعملة أجنبية نشأت بتبادل تجاري أو معاملات في الخارج.

(٣) الانكشاف الاقتصادي :

- ◀ تتغير قيمة الشركة ككل عندما يؤثر التغير في سعر العملة على عملياتها المستقبلية؛
- ◀ مثاله أن يصبح التصدير الذي تعتمد عليه الشركة غير مجد لارتفاع أسعار السلعة المصدرة في سوقها ، وتجدر الشركات الأمريكية المصدرة أنها فقدت ميزتها التنافسية إذا كانت تصدر من داخل الولايات المتحدة وبذلك تقل قيمتها المستقبلية.

إدارة مخاطر أسعار العملات :

تتضمن أربعة بنود رئيسية هي :

- (١) تحديد وقياس حجم الانكشاف .
- (٢) تحديد من المسؤول عن تنفيذ الاستراتيجية.
- (٣) تصميم وتنفيذ نظام معلومات يرصد ويتابع الانكشاف وأسعار العملات .
- (٤) وضع استراتيجية للحماية من الانكشاف .

إدارة المحافظ الاستثمارية الدولية :

- ◀ مثلما توصلت نظرية المحفظة الاستثمارية محليا إلى أن تقليل المخاطر يقتضي تنويع المحفظة الاستثمارية، كذلك أثبتت الدراسات أنه من الأفيد للمستثمر أن تتضمن حافظته الاستثمارية أوراقا مالية (أسهم وسندات) خارجية متنوعة؛
- ◀ ميزة التنويع هي أنه كلما زاد عدد الشركات المستثمر فيها في الحافظة كلما استقر الدخل وتدنّت المخاطر إلى أن تصل إلى حد لا تنخفض بعده؛
- ◀ أما الشكل المثالي للحافظة، وكم ينبغي أن يكون خارجيا، وكم ينبغي أن يكون محليا، فهناك أساليب وخرق ومؤشرات خاصة تساعد في هذا المجال.

المحاضرة الثالثة عشر

موضوعات في التسويق الدولي

(مناطق التجارة الحرة والتجارة الإلكترونية)

يعتبر التسويق الدولي أداة فعالة لبعث و ترقية الأعمال الدولية ، كما تعتبر مناخق التجارة الحرة أداة لتوفير البنية التحتية والتسهيلات المدعمة لقيام واستمرار المعاملات الدولية ، ويرجع الفضل للتجارة الإلكترونية في رفع حجم و سرعة المعاملات الدولية.

هذا ما سوف نعمل على توضيحه من خلال هذه المحاضرة.

أولاً: ماهية و طبيعة التسويق الدولي :

مفهوم التسويق الدولي :

يمكننا تعريف التسويق الدولي على أنه الوصول إلى المستهلك الدولي واكتشاف حاجاته ورغباته والعمل على إشباعها بمستوى أفضل من في المنافسين وتنسيق الجهود والنشاطات التسويقية لتحقيق أهداف المؤسسة في ظل القيود البيئية الدولية.

فهو إذن عملية تعبئة موارد المؤسسة وتوجيهها لاختيار واستغلال الفرص في الأسواق الدولية بما يحقق ويعزز أهداف الشركة الاستراتيجية على المديين، القصير والطويل.

أهمية وأهداف التسويق الدولي: من هذا المنظور، تكمن أهمية التسويق الدولي في:

- ١ - الوصول إلى المستهلك الدولي و اكتشاف حاجاته و رغباته،
- ٢ - العمل على إشباعها بمستوى أفضل من المنافسين.
- ٣ - تعبئة و توجيه كافة موارد المؤسسة (المالية، المادية، والبشرية) بغرض مقابلة متطلبات المستهلك الدولي بما يتوافق مع الأهداف الاستراتيجية للمنظمة الدولية على المدى القصير والطويل.
- ٤ - تنسيق الجهود و الأنشطة التسويقية لاستغلال الفرص التي تقدمها بيئة الأعمال الدولية،
- ٥ - تحقيق أهداف أخراف المبادلة (المستهلك الدولي و المنظمة الدولية) في ظل مجموعة من

القيود البيئية الخاصة ببيئة الأعمال الدولية (المخاطر) :

- ◀ سياسية والقانونية.
- ◀ مالية (التضخم، أسعار العملات، معدلات الفائدة...)،
- ◀ تجارية.
- ◀ الاجتماعية وثقافية (القيم، المعتقدات..الخ).

منهج إدارة التسويق الدولي:

هو إذن المنهج الذي يعنى بإدارة المسائل المتعلقة بخدمة الأسواق الدولية حيث يتعلق بالاتخاذ القرارات الأساسية والخاصة 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 وخدمة السوق الدولية، أي انتقاء الاستراتيجية المناسبة:

- ✓ تبادلات تجارية (تصدير واستيراد)،
- ✓ استثمار خارجي (مباشر مع تواجد حقيقي بعيد المدى أو غير مباشر)

خصوصية التسويق الدولي :

- ١- هناك تشابه كبير بينه وبين التسويق المحلي من حيث الفلسفة والأدوات والتقنيات والنظريات.
- ٢- إلا أن هناك بعض الخصوصيات التي ينفرد بها والتي ترجع أساساً إلى طبيعته ممارسته (على مستوى البيئة الدولية) ويمكننا حصرها في المجالات التالية :
- ١- الاختلاف بين السوقين المحلي والدولي يؤدي بطبيعة الحال إلى اختلاف الممارسات فيهما؛
- ٢- العمل عبر الحدود بالنسبة للأسواق الخارجية يستلزم أن هناك تحديات مختلفة (إجراءات قانونية واعتبارات و مشاكل خاصة أي مجموعة من المخاطر).
- ٣- يجب أن ينظر لعناصر المزيج التسويقي (المنتج، السعر، التوزيع، الترويج) من منظور دولي.

سياسات المزيج التسويقي الدولي :

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

(١) بالنسبة لسياسة المنتج :

- ويمكن أن نلاحظ هذا الاختلافات خاصة على مستوى :
- ١- اختلاف التصاميم باختلاف الأذواق والثقافات
- ٢- تقنية الإنتاج.
- ٣- اعتبارات البيئة (في قضايا التلوث البيئي).
- ٤- احترام بعض المعايير الخاصة بالجودة والأمن والسلامة..الخ.

(٢) بالنسبة لسياسات التسعير:

- ١- تدخل الحكومات بأساليب مختلفة في تحديد الأسعار.
- ٢- تنوع الأسواق وانعكاساتها على الطلب وبالتالي على السعر.
- ٣- التأثير بأسعار العملات.
- ٤- غول قنوات التوزيعية وتأثيراتها بفعل الوسطاء على السعر.

ثانياً: موضوعات خاصة التسويقي الدولي : (المناطق الحرة) :

مفهومها: هي مساحة جغرافية مغلقة ومعزولة وغير مأهولة بالسكان والتي تدخلها الكثير من البضائع غير الممنوعة دون إجراءات جمركية ورسمية للدخول.

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

- ١- جغرافية مغلقة ومعزولة غير مأهولة بالسكان.
- ٢- تقع ضمن ميناء بحري أو مطار جوي أو مقربة منه كما يمكنها أن تكون في مدينة معزولة بكاملها عن باقي أجزاء الدولة.
- ٣- تكون مخصصة للاستخدام من قبل التجار والمستثمرين لممارسة نشاطاتهم فيها في حدود نصوص قانون المناخق الحرة التجارية
- ٤- تستفيد من الإعفاءات الخاصة بالرسوم الجمركية.
- ٥- تدخل إليها البضاعة أو تقام فيها الصناعة بدون أي رسوم جمركية أو قيود فنية أو إدارية فهي بذلك تقع خارج النطاق الجمركي والإداري للدولة.
- ٦- تستخدم لتخزين البضائع العابرة بغرض الحفاظ عليها وإعادة توزيعها.
- ٧- تسمح بتأخير دفع رسوم الاستيراد أو تجنب دفع الضرائب غير المباشرة على أنواع أخرى من الأنشطة التي تتم فيها.

أهداف المناطق الحرة و غاياتها :

- ١- جذب الاستثمارات الأجنبية (تقدم مجموعة من الحوافز).
- ٢- توفير النقد الأجنبي من خلال ترويج وترقية الصادرات،
- ٣- خلق فرص عمل في الصناعات والشركات المتوخنة بصفة مباشرة فيها.
- ٤- تنشيط قطاعي الخدمات والنقل.
- ٥- تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في مناخق مختلفة.
- ٦- نقل التكنولوجيا والخبرة الفنية والإدارية.
- ٧- تعزيز الحركة التجارية للبلد من خلال استخدام موارده المحلية.

مزايا و حوافز المناطق التجارية الحرة :

تتفاوت الحوافز والمزايا التي توفرها مناطق التجارة الحرة ما بين دولة ودولة أخرى. إلا أنه يمكننا حصر على العموم جملة من الحوافز والمزايا التي توفرها للمستثمرين والتجار المتعاملين على النحو التالي :

- ١ - الإعفاء من الضرائب على استيراد المواد الأولية والمواد النصف مصنعة (أجزاء تدخل في تركيب بضاعة أساسية).
- ٢ - توفير البنية التحتية والخدمات الأساسية لتسهيل الأعمال الدولية،
- ٣ - توفير جهاز إداري يتولى الإشراف والإنجاز والمتابعة لكافة الإجراءات الفنية والتقنية وكذا التنظيمية الخاصة بالاستثمارات المتعلقة بالمناطق التجارية الحرة.
- ٤ - توفير العمالة اللازمة من مختلف التخصصات للصناعات والشركات التجارية المتواجدة بها.

ثالثاً: موضوعات خاصة التسويقي الدولي : (التجارة الإلكترونية) :**مفهومها وطبيعتها:**

يعني مصطلح التجارة الإلكترونية. للكثير من الناس، التجارة من خلال الأنترنت المسمى الشبكة العنكبوتية العالمية. فهي (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، و تعيينها الأفراد، وتخطيطها،
- ٤ - وغير ذلك من الأنشطة الأخرى في المجال .

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 وتوزيع 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".

و على ضوء ما تقدم، تتخذ التجارة الإلكترونية أشكالاً عدة منها :

- ١ - عرض السلع والخدمات عبر الإنترنت أو غيرها من الشبكات مثل الهاتف والفاكس وجهاز التلفاز..الخ
- ٢ - إجراء البيع مع عمليات الدفع النقدي بالبطاقات النقديّة أو غيرها من وسائل الدفع .
- ٣ - إنشاء متاجر افتراضية على الإنترنت .
- ٤ - القيام بأنشطة التوزيع .
- ٥ - ممارسة الخدمات المالية، خدمات النقل، الشحن وغيرها عبر الإنترنت.

مجالات التجارة الإلكترونية :

- ١ - البيع والشراء، والتفاوض .
- ٢ - تقديم المعلومات عن السلعة أو الخدمة .
- ٣ - إبرام عقود السلع والخدمات الإلكترونية (الصفقات) .
- ٤ - إعطاء أوامر البيع والشراء،
- ٥ - المتابعة الإلكترونية لعمليات التعاقد وتنفيذ الصفقات .
- ٦ - الاستلام الفوري للسلع والخدمات عبر الشبكات أو خارجها،
- ٧ - إضافة إلى تسوية المدفوعات والسياد الفوري للالتزامات المالية.

تطور التجارة الإلكترونية :

ومع الازدياد المتنامي لعدد مستخدمي الإنترنت على مستوى العالم تنوعت استخدامات شبكة الإنترنت والاستفادة منها في مختلف مناحي الحياة، ومن بينها مجال التجارة الإلكترونية في مختلف القطاعات الاقتصادية السلعية منها والخدمية من بيع أو شراء وتسويق وترويج وإعلان وغيره.

ويشير الاتحاد الدولي للاتصالات (ITU) إلى أن عدد المستخدمين للإنترنت في تزايد مستمر، حيث:

- ١ بلغ ٤,٥ مليون مستخدم في ١٩٩١ م
- ٢ ثم تضاعف حتى بلغ ٦٠ مليون في عام ١٩٩٦ م،
- ٣ وتوقع (ITU) أن يصل عدد مستخدمي الإنترنت في عام ٢٠٠٦ م إلى ٦٠٠ مليون مستخدم.
- ✓ وقد صاحب هذا التطور في أعداد المستخدمين للإنترنت نمو في حجم التجارة الإلكترونية في قطاعات مختلفة، حيث قدرت بعض المصادر أن التسوق عبر شبكة الإنترنت في عام ١٩٩٩ م يمثل نحو ١٣٪ من إجمالي حجم تسوق المستهلكين، كما توقع أن تتضاعف إلى ٢٦٪ بحلول عام ٢٠٠٧ م.

و تشير الإحصاءات إلى النمو الكمي لتطور التجارة الإلكترونية بين:

- ١ قطاعات الأعمال (B2B)
- ٢ وكذلك بين الأعمال والمستهلكين (B2C) منذ عام ٢٠٠٢ م بحسب المناخق الجغرافية المختلفة،
- ✓ كما تشير الدراسات أيضا إلى أن إجمالي حجم التجارة الإلكترونية يتضاعف تقريبا كل عام منذ ٢٠٠٢.

فوائد التجارة الإلكترونية:

بناء على كل ما تقدم لا شك أن الشركات المتعددة الجنسيات والشركات التابعة لها، هي المستفيد الأول والمتطور الأول لما يعرف حاليا بالتجارة الإلكترونية.

ومن أهم فوائد التجارة الإلكترونية عموما:

- ١ - توفير المعلومات اللازمة لدعم اتخاذ القرارات الخاصة بالأعمال الدولية على اختلاف أشكالها وأنماذجها.
- ٢ - إمكانية الشراء من المكان الذي نتواجد فيه (المكتب، البيت، السيارة..الخ)
- ٣ - تمكين المستهلك الحصول على منتجات ذات جودة عالية كنتيجة لزيادة المنافسة في الأسواق (المحلية والدولية).
- ٤ - معاينة المنتجات مباشرة (اللون، الشكل..الخ)
- ٥ - تمكين الشركات من التخفيض في التكاليف التسويقية (التوزيع والإعلان).
- ٦ - تمكين الاتصال السريع وتسهيل عملية التفاوض (تقليل الجهد).