

مقدمة في الأعمال الدولية - الجزء الأول



ريم معتوق

الأكاديمية العربية الدوليّة

مقدمة في الأعمال الدولية

تتكون الأعمال التجارية الدولية من المعاملات التجارية بين الأطراف من أكثر من دولة واحدة.

تشمل أمثلة المعاملات التجارية الدولية شراء المواد في بلد ما وشحنها إلى بلد آخر للمعالجة أو التجميع.

قد تشمل الأطراف المشاركة في مثل هذه المعاملات الأفراد أو الشركات الفردية أو مجموعة الشركات أو الوكالات الحكومية. وبشكل أكثر رسمي، يمكننا تعريف الأعمال التجارية الدولية على أنها أي منظمة تشارك في معاملات تجارية عبر الحدود مع الأفراد أو الشركات الخاصة أو مؤسسات القطاع العام.



تختلف الأعمال التجارية الدولية عن الأعمال المحلية لعدد من الأسباب الأخرى ، ما في ذلك ما يلي:

- قد تستخدم البلدان المعنية عملات مختلفة، مما يجبر طرفًا واحدًا على الأقل على تحويل عملته إلى عملة أخرى
- قد تختلف النظم القانونية للدول، مما يجبر طرفًا واحدًا أو أكثر على تعديل ممارساتهم لتتوافق مع القانون المحلي
- قد تختلف ثقافات الدول، مما يجبر طرفًا أو أكثر على تعديل سلوكه لتلبية توقعات الطرف الآخر

تختلف الأعمال التجارية الدولية عن الأعمال المحلية لعدد من الأسباب الأخرى ، ما في ذلك ما يلي:

يختلف توافر الموارد باختلاف البلد. قد يكون بلد ما غنيًا بالموارد الطبيعية ولكنه فقير في العمالة الماهرة، بينما قد يتمتع بلد آخر بقوة عاملة منتجة ومدرّبة جيدًا ولكنه يفتقر إلى الموارد الطبيعية. وبالتالي، تختلف طريقة إنتاج المنتجات وأنواع المنتجات التي يتم إنتاجها باختلاف البلدان

الأنشطة التجارية الدولية



التصدير والاستيراد

الاستيراد هو شراء المنتجات المصنوعة في بلدان أخرى للاستخدام أو إعادة البيع في بلد واحد.

التصدير هو بيع المنتجات المصنوعة في بلد واحد للاستخدام أو إعادة البيع في بلدان أخرى.

غالبا ما تنقسم أنشطة التصدير والاستيراد إلى مجموعتين.

المجموعة الأخرى من الأنشطة هي التجارة في الخدمة غالبا ما تسمى التجارة غير المرئية؛ صادرات وواردات الخدمات

مجموعة واحدة من الأنشطة تسمى التجارة المرئية؛ الصادرات والواردات السلعية

الاستثمارات الدولية

وهي رأس المال المقدم من سكان بلد ما لسكان بلد آخر. وتنقسم هذه الاستثمارات إلى فئتين:

استثمارات الحافطة الأجنبية

هي شراء الأصول المالية الأجنبية لغرض آخر غير السيطرة.

مثال: شراء 1000 سهم من أسهم سوني العادية من قبل صندوق التقاعد الدنماركي فقط لرفع معدل العائد على محفظة أصولها بدلا من السيطرة على صنع القرار سوني.

الاستثمارات الأجنبية المباشرة

هي الاستثمارات التي تتم لغرض السيطرة على الممتلكات أو الأصول أو الشركات الموجودة في البلدان المضيفة.

أشكال أخرى من النشاط التجاري الدولي

عقد الإدارة الدولية

ترتيب توافق فيه شركة في بلد ما على تشغيل مرافق لتقديم خدمات إدارية أخرى لشركة في بلد آخر مقابل رسوم متفق عليها. عقود الإدارة شائعة في الفنادق الدولية.

الامتياز الدولي

هو شكل متخصص من أشكال الترخيص الدولي ، عندما تأذن شركة في بلد ما لشركة في بلد ثان باستخدام أنظمة التشغيل الخاصة بها وكذلك علاماتها التجارية وشعاراتها مقابل دفع رسوم.

الترخيص الدولي

هو إدارة تعاقدية تقوم فيها شركة في بلد ما بترخيص استخدام ملكيتها الفكرية لشركة في بلد ثان مقابل دفع إتاوة.

إتاوة: دفعة ملزمة قانونًا تُدفع للفرد، مقابل الاستخدام المستمر لأصوله التي تم إنشاؤها في الأصل

الضرورات الاستراتيجية

الحصول على الموارد واللوازم

الحصول على موارد مثل المواد أو العمالة أو رأس المال أو التكنولوجيا؛ في بعض الحالات، يجب على المنظمات الذهاب إلى مصادر أجنبية لأن بعض المنتجات أو الخدمات إما نادرة أو غير متوفرة محليا.

الإستفادة من الكفاءات الأساسية

أحد الدوافع الرئيسية لخوض التجارة العالمية هو الفرصة للاستفادة من الكفاءة الأساسية التي طورتها الشركة في سوقها المحلية. الكفاءة الأساسية هي قوة مميزة أو ميزة أساسية لتشغيل الشركة. من خلال استخدام كفاءتها الأساسية في الأسواق الجديدة، فإن الشركة قادرة على زيادة إيراداتها وأرباحها.

الضرورات الاستراتيجية

التنافس بشكل أفضل مع المنافسين

تدخل الشركات في بعض الأحيان الأسواق الخارجية للتنافس بشكل أفضل مع منافسيها في الصناعة. على سبيل المثال، مع توسع شركة كوكاكولا بقوة في جميع أنحاء العالم، فإن شركة بيبسي كولا ليس لديها خيار سوى محاولة المتابعة. إذا سمحت بيبسي لكوكاكولا بالسيطرة على الأسواق المهمة، يمكن لشركة كوكاكولا استخدام الأرباح من تلك الأسواق لتمويل الهجمات على بيبسي في الأسواق الأخرى.

البحث عن أسواق جديدة

البحث عن أسواق جديدة هو أيضا دافع مشترك للتوسع الدولي. عندما نضوج السوق المحلية للشركة، يصبح من الصعب توليد الإيرادات المرتفعة ونمو الأرباح.



فهم الاختلافات الثقافية أمر بالغ الأهمية لنجاح الشركات المشاركة في الأعمال التجارية الدولية. تؤثر ثقافة المجتمع على القواعد السياسية والاقتصادية والاجتماعية والأخلاقية التي يجب على الشركة اتباعها في تعاملاتها التجارية داخل المجتمع. تعكس ثقافة المجتمع قيمه ومعتقداته وسلوكياته وعاداته.

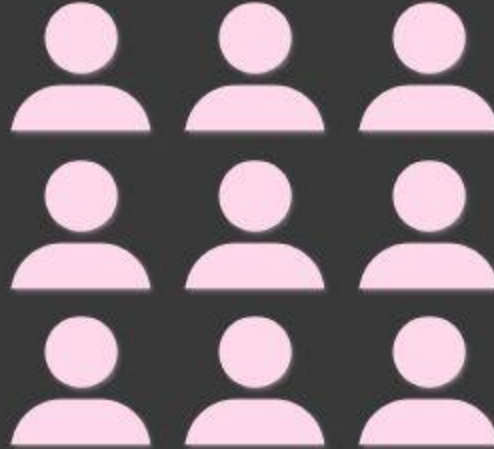
تتكون ثقافة المجتمع من عناصر عديدة؛

يعكس الهيكل الاجتماعي معتقدات الثقافة حول دور الفرد في المجتمع.

على سبيل المثال ، تعزز الثقافة الأمريكية الفردية. تحاول المدارس هناك رفع احترام الذات لكل طفل وتشجيع كل واحد على تطوير المواهب الفردية لأن احترام السلطة والمسؤولية الفردية قوي للغاية هناك. على العكس من ذلك ، في المجتمعات التي تركز على المجموعة مثل اليابان ، يتم تعليم الأطفال أن دورهم هو خدمة المجموعة. فضائل مثل الوحدة والولاء والوفاء تحظى بتقدير كبير في مثل هذه المجتمعات.



US.



تتكون ثقافة المجتمع من عناصر عديدة؛

اللغة هي عنصر أساسي في المجموعات الثقافية لأنها وسيلة مهمة يتواصل بها أعضاء المجتمع مع بعضهم البعض. تقوم اللغة بتصفية الملاحظات والتصورات وبالتالي تؤثر على الرسائل التي يتم إرسالها عندما يحاول شخصان التواصل. يقوم رجال الأعمال الأذكياء الذين يعملون في مجتمعات غير متجانسة بتكييف ممارساتهم التسويقية والتجارية على أسس لغوية لمراعاة الاختلافات الثقافية بين عملائهم المحتملين.



تتكون ثقافة المجتمع من عناصر عديدة؛

يعد التواصل عبر الحدود الثقافية سواء شفهيًا أو غير شفهي مهارة مهمة بشكل خاص للمديرين الدوليين. بسبب الاختلافات الثقافية، غالبًا ما تؤدي أشكال الاتصال غير اللفظية إلى سوء الفهم.

في الولايات المتحدة ، عادة ما يقف الأشخاص الذين يناقشون الأعمال في حفلة على بعد 50.8 سم من بعضهم البعض ، أمّا في المملكة العربية السعودية، مسافة المحادثة العادية 23 إلى 25 سم.

كما توجد أيضا اختلافات في معاني إيماءات اليد وتعبيرات الوجه بين الثقافات. الهزّ بالرأس يعني "نعم" في الولايات المتحدة ولكن "لا" في بلغاريا.

تتكون ثقافة المجتمع من عناصر عديدة؛

يختلف تأثير الدين على الشركات الدولية من بلد إلى آخر ، اعتمادا على النظام القانوني للبلاد ، وتجانس المعتقدات الدينية ، وتسامحها مع وجهات النظر الدينية الأخرى.

على سبيل المثال، المملكة العربية السعودية، موطن مدينة مكة المكرمة؛ تشكل تعاليم القرآن أساس النظام القانوني النظري للبلاد، و 99 ٪ من السكان السعوديين مسلمون.

يوجد ضغط سياسي قوي داخل البلاد للحفاظ على تقاليدھا الدينية. من المستحيل المبالغة في أهمية فهم رجال الأعمال الأجانب لمبادئ الإسلام لأنها تنطبق على تصدير السلع أو إنتاجها أو تسويقها أو تمويلها في السوق السعودية.

تتكون ثقافة المجتمع من عناصر عديدة؛

تؤثر الثقافة أيضا على القيم والمواقف العلمانية لأفراد المجتمع وتعكسها.

والمواقف تشمل الإجراءات والمشاعر والأفكار التي
تنتج عن تلك القيم.



القيم هي المبادئ والمعايير المقبولة من قبل الأعضاء.

الزمن؛ المواقف حول الوقت تختلف بشكل كبير عبر الثقافات. في ثقافات أمريكا اللاتينية ، يعتقد عدد قليل من المشاركين أنه من غير المعتاد أن يبدأ الاجتماع بعد 45 دقيقة من الوقت المحدد. في الثقافات العربية ، لا تبدأ الاجتماعات في كثير من الأحيان في وقت متأخر عن الوقت المحدد فحسب ، بل قد تنقطع أيضا من قبل العائلة والأصدقاء الذين يتجولون لتبادل المجاملات.

تتكون ثقافة المجتمع من عناصر عديدة؛

العمر؛ توجد اختلافات ثقافية مهمة في المواقف تجاه العمر.

على سبيل المثال، في ثقافة الشركات في اليابان، يرتبط العمر والرتبة ارتباطا وثيقا، لكن كبار المديرين لن يمنحوا الموافقة على مشروع ما حتى يحقق إجماعا بين المديرين المبتدئين.



تتكون ثقافة المجتمع من عناصر عديدة؛

التعليم؛ النظام الرسمي للبلد للتعليم العام والخاص هو جهاز إرسال وانعكاس مهم للقيم الثقافية لمجتمعه.

على سبيل المثال، في المملكة المتحدة التي تعكس نظامها الطبقي السابق، قدمت تاريخيا تعليمًا مرموقًا لعدد صغير نسبيًا من الطلاب. في المقابل، تفخر الولايات المتحدة بتوفير التعليم العالي إلى نطاق عالي لتلبية الاحتياجات التعليمية للطلاب ذوي الدخل المنخفض للغاية والمواهب الفكرية.



تتكون ثقافة المجتمع من عناصر عديدة؛

الحالة؛ تختلف الوسائل التي يتم بها تحقيق الوضع أو «الحالة» أيضا عبر الثقافات. في بعض المجتمعات، يتم توريث المكانة نتيجة لثروة أو رتبة أسلاف المرء. في حالات أخرى يتم اكتسابها من خلال الإنجازات الشخصية أو الإنجازات المهنية.

في اليابان، يعتمد وضع الشخص على وضع المجموعة التي ينتمي إليها.

الأبعاد الخمسة لهوفستد

درس هوفستد 116000 شخص يعملون لشركة آي بي إم في عشرات البلدان المختلفة. حدد عمل هوفستد خمسة أبعاد مهمة يبدو أن الناس يختلفون فيها عبر الثقافات. تؤثر هذه الاختلافات على سلوك العمل بطرق عديدة وغالبا ما تؤدي إلى سوء فهم بين الثقافات.

اتجاه عدم اليقين

التوجه الاجتماعي

توجيه الهدف

اتجاه الطاقة

توجيه الوقت

التوجه الإجتماعي

الأهمية النسبية لمصالح الفرد مقابل مصالح المجموعة

الجماعية

مصالح المجموعة لها الأسبقية

الفردية

مصالح الفرد لها الأسبقية



اتجاه الطاقة

مدى ملائمة السلطة / السلطة داخل المنظمات

تسامح السلطة

يقيم الأفراد السلطة في ضوء صوابها المتصور أو
مصالحهم الشخصية

احترام السلطة

السلطة متأصلة في موقف المرء داخل التسلسل
الهرمي

اتجاه عدم اليقين

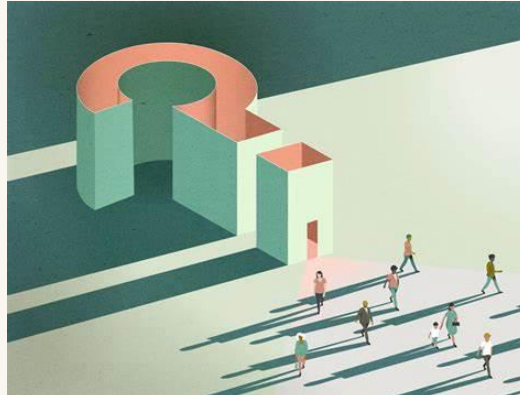
استجابة عاطفية لعدم اليقين والتغير

تجنب عدم اليقين

تفضل هيكل وروتين ثابت

قبول عدم اليقين

استجابة إيجابية للتغير والفرص الجديدة



توجيه الهدف

ما يحفز الناس على تحقيق أهداف مختلفة

سلوك الهدف السلبي

إعطاء قيمة للأهمية الاجتماعية ونوعية الحياة ورفاهية الآخرين

سلوك الهدف العدواني

إعطاء قيمة الممتلكات المادية والمال



توجيه الوقت

مدى تبني أعضاء الثقافة نظرة طويلة الأجل أو قصيرة الأجل للعمل والحياة

التوجه على المدى القصير

إعطاء قيمة للتقاليد والالتزامات الاجتماعية

التوجه على المدى الطويل

إعطاء قيمة التفاني والعمل الجاد والادخار



شكراً لكم!

الأكاديمية العربية الدوليّة
الأستاذة ريم معتوق