

الفصل الأول

إدارة الأعمال الدولية

نظرة عامة

مقدمة :

أولاً: مفهوم إدارة الأعمال الدولية.

ثانياً: ظهور وتطور إدارة الأعمال الدولية.

ثالثاً: تحول منظمات الأعمال من المجال المحلي إلى العالمي.

رابعاً: أهداف إدارة الأعمال الدولية.

خامساً: تصنيف وتنميط منظمات الأعمال الدولية.

سادساً: الاختلاف بين إدارة الأعمال على المستوى المحلي وإدارة الأعمال الدولية.

الفصل الأول

مقدمة:

في ضوء الإتجاهات العالمية المعاصرة ، وظهور التكتلات الدولية ، واتفاقات التجارة ، والإستثمار، وبزوغ المنافسة الدولية بغزو الأسواق العالمية - تماشياً مع اللاحود والافواصل "العولمة": llobalism ظهر علم إدارة الأعمال الدولية. ذلك العلم الذي يبحث قضايا التجارة الدولية ، وقضايا الإستثمار الدولي ، والنظريات الحاكمة لهذا النوع من الإستثمار. والسبل والبدائل وأساليب غزو الأسواق الدولية. وتداول نشاطات المنظمات الكبرى والدولية في تلك الأسواق. وتنظيم وتوجيه أطراف وجوانب هذا الإستثمار.

لذلك سنوضح مفهوم الإدارة الدولية، وأهدافها وعوامل ظهورها ، وتصنيف وتنميط الشركات والأعمال الدولية.

● أولاً: مفهوم إدارة الأعمال الدولية:

تعددت مفاهيم إدارة الأعمال الدولية، سنتناول بعض منها على سبيل المثال لا الحصر ثم نورد تعريفاً شاملاً.

تعريف دونالد بول: Donald. Ball⁽¹⁾

إدارة الأعمال الدولية: هي إدارة الأنشطة التي تتعدى الحدود القومية.

تعريف زينوتا Zenota:

إدارة الأعمال الدولية هي: تلك التي تتضمن العمليات والأنشطة التي تنشأ وتنفذ خارج حدود الدولة. لتحقيق أهداف أفراد ومنظمات.

● هي عملية إدارية مستمرة شاملة تهدف إلى تشكيل وتطبيق استراتيجيات أعمال متكاملة وقادرة من تمكين المنظمة من المنافسة على المستوى الدولي وبكفاءة وفعالية ويتضح من هذا التعريف ما يلي:

- الإدارة الدولية تهتم بأنشطة الأعمال الدولية.
- نشاط إدارة الأعمال الدولية هي السوق الكونية Global Market.
- وظائف إدارة الأعمال الدولية هي مهام ووظائف الإدارة الإستراتيجية الدولية.
- ظهرت إدارة الأعمال الدولية نتيجة للحاجة الماسة التي أفرزتها بيئة الأعمال والأسواق العالمية.

1-Ball Donald a, Wended, The challenge of Global Competation. I'RWN. MC.Graw Hill p.7. Book. 1996

في ضوء هذا المفهوم:

لنا وقفة أمام التالي:⁽¹⁾

- كيف يمكن الانتقال والتحول من إطار السوق المحلي للمنظمة إلى السوق الدولية؟
- كيف يمكن بناء استراتيجية فعالة تمكن المنظمة من تحقيق ميزة تنافسية أكيدة؟
- ماهي السلع والخدمات والمعلومات التي نسعى لتسويقها والمنافسة من خلالها في السوق العالمي؟
- كيف يمكن دراسة وتحليل شكل وهيكل المنافسة ودراسة واستثمار الموارد المادية والبشرية المختلفة لتطبيق استراتيجية أعمال دولية؟

تعريف آخر:

هي أحد الفروع الحديثة لعلم إدارة الأعمال، يتعامل مع القضايا والممارسات الإدارية المختلفة على مستويين أحدهما كلي والآخر جزئي، ويختلف التطبيق لهذه الممارسات من دولة لأخرى، (أي: يختلف عن بيئة الدولة أو الوطن الأم للشركة المعنية).⁽²⁾

المفهوم العام، والتعريف الشامل لإدارة الأعمال الدولية: "أية منظمة تهتم وتشارك في التجارة الدولية، والإستثمار عبر الحدود السياسية والجغرافية للدولة الواحدة هادفة بذلك التميز لمصلحة المستهلكين".

محددات مفهوم إدارة الأعمال الدولية:

من التعريفات السابقة يتضح لنا السمات والمحددات لمفهوم إدارة الأعمال الدولية ومنها:

1- الحدود الجغرافية:

ضرورة وجود منظمات أعمال تعمل خارج حدود الدولة والوطن الأم أي: التي يوجد بها المركز الرئيس.

2- الحجم:

غالباً ما تكون شركات ومنظمات الأعمال الدولية من الحجم الكبير العملاق، فالشركات صغيرة الحجم لا مجال لها في الأعمال الدولية، ويلاحظ أن الشركات العملاقة والكبيرة في القرن الماضي "العشرين"، أصبحت لا تتسم بالعملاقة والكبر مقارنة بشركات العصر الحالي في مطلعته. ومع التطور يمكن قياس حجم الشركات من خلال:

(1) سعد غالب يس "إدارة الأعمال الدولية" - دار البارودي العلمية للنشر والتوزيع، 1998.

(2) عبدالسلام أبو قحف: "إدارة الأعمال الدولية" الدار الجامعية الجديدة، الإسكندرية، 200.

الفصل الأول

أ- المبيعات.

ب- رقم الأعمال والربحية.

ج- عدد العاملين.

د- عدد الفروع وعمر وخبرة الشركة بالسوق.

هـ- تعدد النشاطات... وغيرها.

3- الأنشطة :

يمكن للمنظمات العالمية أو الشركات الدولية ممارسة أكثر من نشاط معاً؛ فالأنشطة العالمية غير محدودة سواء كانت زراعية أم صناعية أم تجارية أم خدمات.

4- الممارسات :

أصبح مفهوم التجارة الدولية أكبر من مفهوم الصادرات والواردات سواء السلعية أم غير السلعة أم كلاهما بل أصبح يتعدى الخدمات والمعلومات... وغيرها.

5- الخبرات الإدارية الدولية المكتسبة :

أصبح من اللازم على الشركات العالمية والمنظمات الدولية أن تشارك في النشاط الإداري الخارجي.

6- الإستثمار إلى جانب التجارة :

لم يقتصر نشاط الشركات الدولية على التجارة فقط بل امتد إلى مجال الإستثمار، وبعبارة أخرى عن ميزان المدفوعات قد أصبح معدل استثمار الشركات خارج حدود دولتها الأم يفوق معدل الإستثمار المحلي.

7- المستهلك كركيزة أساسية :

أصبح المستهلك هو الركيزة الأساسية للشركات الدولية ومنظمات الأعمال العالمية. كاتجاه تسويقي.

ثانياً: ظهور وتطور إدارة الأعمال الدولية:

مع الإتجاهات العالمية المعاصرة أصبحت الحاجة ليست مهارات وعلاقات وسلوكيات داخل العمل بل إلى مهارات تكنولوجية ومعلوماتية وتقنية أيضاً. لذا على مدير المستقبل أن يكون مستعداً لدور أكيد وتحديات أكثر.⁽¹⁾

(1) و. جاك دنكان: "أفكار عظيمة في الإدارة" ترجمة محمد الحديدي ، الدار الدولية للنشر والتوزيع ، 1991

المقدمة نظرة عامة

إن لم تظهر الإدارة الدولية من فراغ، بل ظهرت نتيجة التغيرات الجوهرية في بيئة الأعمال الدولية والتطور في تطبيق الإدارة التي استفادت كثيراً من مظاهر التطور والتقدم في المعلومات ونظم الاتصالات والتكنولوجيا، وفيما يلي سنوضح العوامل المؤثرة في ظهور هذا الفرع من الإدارة.

العوامل المؤثرة في ظهور إدارة الأعمال الدولية:

1- التغيرات الجوهرية في بيئة الأعمال الدولية:

وقد أتت اتجاهات التغيير من أوروبا - آسيا - الإتحاد السوفييتي في بداية التسعينات من القرن العشرين وتمثلت في :

- سقوط حائط برلين 1989.
 - إعادة توحيد ألمانيا.
 - تفكك وانحيار الاتحاد السوفييتي.
 - تكوين أول حكومة تضامنية في بولندا.
 - توحيد دول شرق أوروبا.
 - وضعت الصين سياسة الباب المفتوح Open door للإقتصاد وإدارة الأعمال.
 - نمو دول الباسفيك وظهور النمر الآسيوية.
 - احتلت اليابان مكانتها ك ثاني أكبر دولة وقوة إقتصادية في العالم.
- كل هذه التغيرات لها الأثر الكبير في إدارة الأعمال الدولية، والشركات الكونية والشركات متعددة الجنسيات.

2- ظهور الشركات العملاقة (العالمية):

ظهرت كثير من الشركات متعددة الجنسيات في التسعينات من القرن العشرين لما كان لها الأثر الكبير في الإقتصاد العالمي. فتلك الشركات تتوجه إلى العالم كسوق واحدة وتعمل بنظام استراتيجية كونية شاملة التصنيع، والتسويق ، والتمويل، والبحوث، والتطوير للمنتجات والخدمات ونظم المعلومات.

وأصبحت تلك الشركات ذات قواعد انطلاق قوية من دول كبرى في أمريكا وأوروبا ودول الباسفيك الآسيوية. تلك الشركات ذات إدارات متعددة الجنسيات أي لها فروع وإدارات في