

المحاضرة السادسة: أشكال الدخول للأسواق الدولية (التصدير، الاستثمار المباشر، التحالفات.....):

مقدمة:

عند اختيار الشركات الأسواق الدولية المراد الدخول إليها بعد أن قامت بدراستها وتقييمها واختيار أفضلها، بعد ذلك لابد عليها من أن تحدد بدقة الطرق المناسبة لدخولها وخدمتها حسب ظروف وإمكانات الشركة، ومن أنواع استراتيجيات دخول وخدمة الأسواق الدولية:

1. التصدير:

1.1 تعريف التصدير: وهو الخروج للأسواق الأجنبية عن طريق إرسال الانتاج وبيعه بمساعدة الوسطاء في السوق العالمية (التصدير غير المباشر) أو بمساعدة قسم هاص أو فرع الشركة أو الممثلين التجاريين أو وكلاء التصدير (التصدير المباشر).

وهو الشكل الأكثر انتشارا في التجارة العالمية، فهو يعد بالنسبة للمؤسسة أسلوبا مرنا وسهل الاستخدام، فلا يحتاج استثمارات مالية وضخمة، ولا يتضمن مخاطر كبرى .

وهناك نوعين من التصدير:

أ. تصدير مباشر: وهو أحد مهام إدارة المبيعات أو قسم التسويق في الشركة ويتم عن طريق الوكلاء الموظفين، أو الممثل الدائم للشركة المقيم بالخارج، ويمكن استخدام الأسلوب في الأسواق القريبة، أو الأسواق الصغيرة التي يمكن للشركة من معرفتها ودخولها مباشرة وبسهولة دون الحاجة لوضع إمكانيات كبيرة.

ويتم التصدير المباشر وفق عدة أنواع:

- التصدير المباشر بدون دعم في الخارج:
- البيع عن طريق فتح فروع للشركة في الخارج:
- الممثل التجاري الموظف:
- الوكيل التجاري بالخارج:

ب. التصدير غير المباشر: ويتم هذا التصدير باستخدام الوسطاء، حيث تقوم الشركة بتعميد نشاطها التصديري إلى أشخاص آخرين من نفس بلدها أو أجنب يعملون لحسابهم الخاص من أجل ضمان دعم وتعزيز منتجات الشركة في الأسواق الدولية.

ومن أشكال التصدير غير المباشر:

• مندوب البيع أو الشراء:

• التراخيص والامتيازات:

• المستورد الموزع:

• شركات التجارة الخارجية:

2. التراخيص وعقود الإمتيازات:

وفق هذا الأسلوب تقوم الشركات بمنح ترخيص أو إمتياز عندما تشتهر علامتها التجارية عالميا ويصبح الطلب على منتجاتها منتظما ومتكررا، فتمنح الشركة بموجبه لشركة أجنبية حق إنتاج وتوزيع العلامة التجارية للشركة الدولية في الدولة الأجنبية.

1.1 تعريف التراخيص والامتيازات: وهي عبارة عن اتفاق استثماري تمنح بمقتضاه الشركة الأجنبية لمستثمر وطني أو أكثر بالدولة المضيفة، حق استخدام براءة اختراع ، أو العلامة التجارية. أو الخبرة ونتائج الأبحاث الدارية والفنية...إلخ، مقابل عائد مالي معين.

كما يعرف على أنه: أسلوب مشاركة بين شركة مانحة وعدة شركات ممنوحة لاستغلال علامة أو ابتكار أو تقنية ضمن حدود مكانية وزمانية.

ويتم ذلك عبر عدة أشكال: عقود التصنيع، عقود تسليم المفتاح، عقود الإدارة.

3. الإستثمارات المباشرة:

ويعني أن تقوم الشركات بإنشاء مشروعات مملوكة لها بالكامل في السوق الاجنبي المستهدف، أو العمل على إكتساب أو الاستحواذ على مؤسسة بالكامل في بلد ما، وقد يكون هذا الاستثمار عبارة عن فرع تجاري أو فرع انتاجي، وهذا حسب توجه واستراتيجية وامكانيات المؤسسة.

4. التحالفات الاستراتيجية والمشاريع المشتركة:

وتعد مشاريع الشراكة من أهم الأساليب في عمليات التوسع الدولي من خلال تعاون شركتين أو أكثر ليست متنافسة على الاستثمار أو بناء أنظمة توزيع للوصول إلى الأسواق الدولية حيث يشارك كل واحد منهم في مخاطر الاستثمار، وتكون الشراكة في رأس المال وفي الإدارة بمعدل يختلف من بلد لآخر، وعادة تكون ما بين (25%-75%)، والمشروع المشترك هو عملية أجنبية تمتلك بها الشركة الدولية مشاركة كافية بحيث يكون لها صوت في الإدارة ولكن ليست بنسبة كافية لكي تسيطر بصورة كاملة على الشراكة، بينما يكون تعاون شركتين المتنافستين في شكل تحالف استراتيجي في سوق أجنبي من أجل تحقيق أهداف تنافسية.