

المحور الثالث عشر: إدارة الأعمال الدولية

I. تعريف إدارة الأعمال الدولية:

عرف دونالد بول وواندل Ball Donald, H. Wendel إدارة الأعمال الدولية بأنها إدارة الأنشطة التي تتعدى الحدود الوطنية، وفي ذات السياق عرفها زينوتا وآخرون Zenota بأنها تلك التي تتضمن العمليات والأنشطة التي تنشأ وتنفذ خارج حدود الدولة لتحقيق أهداف أفراد ومنظمات.

إدارة الأعمال الدولية International Business Management هي عملية تخطيط وتنظيم وتوجيه ومراقبة الأنشطة التجارية داخل وخارج الحدود الوطنية للشركات والمنظمات.

إدارة الأعمال الدولية هي التعاملات الاقتصادية التي يتم تنظيمها وتنفيذها عبر الحدود الإقليمية للدول المختلفة بغرض تحقيق الأهداف الخاصة بالأشخاص والمؤسسات المسئولة عن هذه التعاملات، ومنه يمكن القول أن إدارة الأعمال الدولية هي عملية إدارية مستمرة شاملة تهدف إلى تشكيل وتطبيق استراتيجيات أعمال متكاملة وقادرة من تمكين المنظمة من المنافسة على المستوى الدولي وبكفاءة وفعالية.

II. خصائص إدارة الأعمال الدولية

يدل نجاح الشركات الدولية على وجود إدارة حكيمة تتميز بكفاءة عالية استطاعت أن تتكيف مع الأسواق الدولية بالرغم من الصعوبات التي يمكن أن تتعرض لها، وتتميز هذه الإدارة بما يأتي:

1. الإدراك الثقافي: هي معرفة كل ما يخص الممارسة الثقافية داخل الدولة أو داخل المنطقة التي يحدث بها تداول الأعمال.

2. الهيكل التنظيمي: عبارة عن تسلسل هرمي اجتماعي، حيث أن كلما كانت الثقافات متقاربة ومتساوية فإنها تعمل بشكل أفضل مع الهيكل التنظيمي.

3. المرونة: المرونة هي حسن التعامل مع الأزمات والتحديات التي يمكن أن تواجه الإدارة.

4. توسع الشبكات: أفضل الإدارات ذات فاعلية هي التي تمتلك شبكة مميزة كي تشارك في كافة الاتجاهات.

5. الشمولية: يجب أن يكون لدى الإدارة بيئة شاملة حتى تتمكن الإدارة من الإبداع والابتكار.

III. أسباب التوجه نحو إدارة الأعمال الدولية: توجد خمس مجموعات من الأسباب:

1. عوامل لها علاقة بالسوق المحلي:

➤ ارتفاع درجة المخاطرة عند الاعتماد على سوق واحد.

➤ الرغبة في تحقيق الأرباح الكثيرة.

- تعويض الخسائر الناجمة عن ثقافة السوق الواحد.
- الاستفادة من مراحل دورة الحياة في الأسواق الأخرى.

2. عوامل اقتصادية:

- الرغبة في الاستفادة من وفورات الحجم الكبير.
- انخفاض أجور العمال في بعض الأسواق العالمية.

3. العوامل اللوجستية: وتتعلق هذه العوامل بتوفر المواد الخام والمواد الوسيطة في بعض

دول العالم .

4. العوامل التقنية: ومنها:

- توفر وسائل المواصلات والاتصالات والنقل.
- إمكانية الاستفادة من فرص التجارة الإلكترونية عبر الانترنت.

5. العوامل الاجتماعية: وأبرزها الرغبة في الحصول على منتجات ذات جودة أفضل وسعر

أقل.

IV. أنواع إدارة الأعمال الدولية: وتتمثل أساسا في:

1- الواردات والصادرات: يعد ذلك النوع من أكثر الأنواع التي أصبحت منتشرة من أنواع إدارة الأعمال الدولية، وهذا لأنها تعد من أساسيات المعاملات التجارية الدولية، حيث تجد أن الواردات تقوم بتدفق الداخل من قبل البضائع إلى الأسواق المحلية، بينما الصادرات فهي تقوم بتدفق البضائع أيضاً لخارج البلد ذاتها ويتم بيعها في البلدان الثانية.

2- الترخيص: ويعد من الأنواع السهلة في الطرق المتبعة التي تستخدم في توسيع الأعمال التجارية بشكل دولي، حيث تجد أن هناك شركات تقوم باللجوء إلى ذلك النوع وهذا بسبب عدم ملكها لحق الملكية بمنتجات معينة، وهذا الأمر يحدث من خلال استعمال الترخيص الخاص بتصدير المنتج وبيعه بالأسواق الدولية المجاورة.

3- حق الامتياز: من الطرق الفعالة التي يتم استخدامها بهدف التوسيع في الأعمال التجارية وهذا يحدث بشكل عام على المستوى الوطني والمستوى الدولي، وهنا تجد أن الشركة الأم تقوم بمنح حق الامتياز إلى الشركات الثانية هذا حتى تستطيع تلك الشركات أن تقوم بممارسة الأعمال التجارية باستعمال هذه العلامة التجارية المخصصة بالشركة الأم أو يتم استعمال الاسم التجاري التابع لها.

4- المشاريع المشتركة.

5- الشركات المتعددة الجنسيات.

6- الاستثمار الأجنبي بشكل مباشر: يتطلب الاستثمار المباشر انتقال رأس المال والإطارات البشرية والإدارية والفنية بالإضافة إلى المواد الأولية أو شبه المصنعة، ولذا عملية الاستثمار الخارجي أكثر تعقيدا من التجارة الخارجية، وتتطلب إجراءات وترتيبات أكثر ومخاطرها أكثر.

7. أبعاد إدارة الأعمال الدولية: تلخص في الشكل الموالي:

لتالي:

