

استراتيجيات دخول الأسواق الدولية كمدخل للتكيف

مع مفرزات العولمة الاقتصادية

د/ حساني رقية

أ/ بولطيف بلال

جامعة بسكرة

المخلص :

Résumé :

De nos jours le monde connait des changements profonds vers la globalisation de l'activité économique qui a mené les marchés internationaux et locaux à une concurrence excessive au niveau local qu'international ce qui eu pour effet de pousser les entreprises économiques vers un tas de choix stratégiques à travers lesquels elles accèdent au marché international et vise à élever sa concurrence pour prendre une part considérable dans l'environnement du monde d'affaires internationales les plus concurrentielles.

Nous tenons à travers cette page de recherche d'exhiber le rôle et l'importance de l'orientation de l'entreprise vers le marché international et la prise en considération d'une multitude de stratégies lui permettant de s'adapter à la globalisation économique et concurrentielle .

يشهد عالم اليوم تحولات عميقة نحو عولمة النشاط الاقتصادي ، جعلت من الأسواق الدولية و المحلية أكثر تراحما و اشتداد المنافسة على المستوى المحلي و الدولي ، مما دفع بالمؤسسات الاقتصادية الى التوجه نحو جملة من الخيارات الاستراتيجية تهدف من خلالها الى الانتقال الى رحابة السوق الدولية ، متوجهة بذلك نحو رفع تنافسيتها و كسب اكبر حصة سوقية ممكنة في بيئة الاعمال الدولية الاكثر ازدهاما و تنافسا .

حيث نتناول في هذه الورقة البحثية دور و اهمية توجه المؤسسة نحو السوق الدولية و اعتمادها على مجموعة من الاستراتيجيات لدخول الأسواق الدولية في التكيف مع مفرزات العولمة الاقتصادية و اتجاهها نحو رفع تنافسيتها .

الكلمات المفتاحية : العولمة ، مفرزات العولمة ، البدائل الإستراتيجية لدخول الأسواق الدولية.

مقدمة

لا شك في أن المبادلات الدولية بأشكالها المختلفة ليست جديدة على عالم اليوم بل أن تاريخها يمتد عبر آلاف السنين ، غير أن طبيعة العلاقات التجارية الدولية قد تغيرت بشكل ملحوظ في نهاية القرن الماضي، و من المعروف أن الأحداث التي شهدتها العالم في نهاية القرن الماضي أسهمت بدرجة كبيرة في تطور نمط العلاقات الاقتصادية الدولية و اتجاهاتها و أدت تدريجيا إلى تشكل النظام الاقتصادي الجديد الراهن ، الذي أدى بدوره إلى عولمة الأسواق و زيادة حدة المنافسة على المستوى العالمي.

حيث برز مصطلح العولمة على ساحة الفكر الاقتصادي بعد استكمال الضلع الثالث للنظام الاقتصادي العالمي و هو منظمة التجارة العالمية التي تدعو إلى انفتاح الأسواق و ردع الحواجز التي تواجه المبادلات التجارية العالمية، هذا بالإضافة إلى العديد من المفرزات الأخرى للعولمة الاقتصادية التي شهدتها العالم كظاهرة الاستثمارات الدولية و نموها ، الثورة التكنولوجية الحديثة و نمو و اتساع نطاق التجارة الالكترونية..... الخ ، كل هذه التغيرات أدت بالمؤسسات سواء الناشطة على المستوى المحلي أم الدولي بإعادة التفكير في رسم سياساتها و استراتيجياتها قصد الحفاظ على حصتها السوقية و النمو ضمن قطاع أعمالها ، و التكيف مع مفرزات بيئة الأعمال الدولية الراهنة التي قد تتيح فرص معينة يمكن استغلالها و تهديدات يجب تفاديها.

و من بين الاستراتيجيات التي تساهم في التوسع و تدويل نشاطها، إستراتيجية دخول و اختراق الأسواق الدولية التي تصبو إلى التكيف مع مفرزات بيئة الأعمال الدولية و العولمة الاقتصادية و بناءا على خصائص كل سوق تعمل بها.

إن أهمية هذه الاستراتيجيات الدولية في ظل المتغيرات و مفرزات العولمة الاقتصادية تقودنا إلى دراسة هذا الموضوع و ذلك بطرح الإشكالية التالية :

- فيما يتمثل دور استراتيجيات تدويل النشاط للمؤسسة الاقتصادية في التكيف مع تحديات العولمة الاقتصادية و مفرزاتها ؟

و إن الاهتمام بهذه الإشكالية دفع بنا لمعالجتها من خلال ثلاث محاور :

-المحور الأول : العولمة الاقتصادية و مفرزاتها في بيئة الأعمال الدولية؛

-المحور الثاني : البدائل الإستراتيجية لدخول الأسواق الدولية ؛

-المحور الثالث: استراتيجيات دخول الأسواق الدولية و دورها في التكيف مع مفرزات العولمة الاقتصادية .

1-المحور الأول : العولمة الاقتصادية و مفرزاتها في بيئة الأعمال الدولية :

بعد سقوط الاتحاد السوفياتي تحول العالم من ثنائي القطبية إلى هيمنة النظام الرأسمالي الذي يدعو إلى تحرير الأسواق و التجارة و حرية انتقال رؤوس الأموال و الحد من تدخل الدول في الاقتصاد ، فبعد بروز هيمنة النظام الرأسمالي على الساحة العالمية سعت الدول الرأسمالية إلى تعميم هذا النظام عبر مختلف أنحاء العالم ، خاصة منها الولايات المتحدة الأمريكية و فرض الليبرالية إلى درجة أن البعض يرى أن "العولمة هي التعرب أو الأمركة فالحكومة الأمريكية تتصرف كحكومة عالمية و تسعى إلى أمركة العالم"¹.

1-1-تعريف العولمة الاقتصادية :

تعددت و تنوعت التعاريف بخصوص العولمة ، حيث يحمل هذا المصطلح كثير من الدلائل و بعض من الغموض ، في حين نجد أن الأصل اللغوي لمصطلح العولمة في اللغة الانجليزية هو الشمولية Globalisation وهي مرحلة من مراحل تطور الرأسمالية العالمية حيث يتشكل سوق شامل متنامي الأطراف الذي يحدث فيه تراكم رأس المال على المستوى العالمي ، أو ما يسمى بسوق العالم marché de l'univers ووجدت العولمة تطورها الفكري في كتابات العالم السوسولوجي الكندي مارشال ماك لوهن M.Mcluhan الذي صور العلاقات في إطار مفهوم القرية الكونية، و امتدت فيما تبناه فيما بعد المستشار الأمريكي الأسبق بيغونبزينكي ZbingniewBrzezinski الذي دأب على الدعوة إلى مخاطبة العقول في شتى أنحاء المعمورة².

حيث كانت هذه اللبنة الأولى لظهور مصطلح العولمة ، لكن و لحد الآن يصعب حصر تعاريف العولمة و تفسيرها ذلك لتمييز هذه الظاهرة بالديناميكية و التحول و عدم الاستقرار ، و لكن هذا الغموض الذي يحيط بجوهر العولمة و تفاصيلها الدقيقة لم يمنع الأدبيات الاقتصادية من تحديد الخطوط الرئيسية و أهم الملامح المرتبطة بهذا الاصطلاح ، حيث يمكن استعراض بعض التعاريف التي جاءت بخصوص العولمة فيما يلي :

- "هي النموذج الذي سعت و تسعى الدول الرأسمالية الكبرى في مقدمتها الولايات المتحدة الأمريكية إلى الدفع به و الهادف إلى تحرير المبادلات و رفع

القيود على التجارة الخارجية و ذلك من خلال اتفاقيات الغات و وريبتها المنظمة العالمية للتجارة أو من خلال صندوق النقد الدولي و كذا البنك العالمي و قد عزز هذا الاتجاه تفكك المعسكر الشيوعي و انخراط الدول تدريجيا في هذا النظام³.

- "العولمة بمثابة ملتقى للسلسلة من الظواهر الاقتصادية المتصلة في جوهرها ، و تتمثل هذه الظواهر في تحرير الأسواق و رفع القيود عليها و خصخصة الأصول و تراجع وظائف الدولة ، و انتشار التقنية و توزيع الإنتاج التصنيعي عبر الحدود (الاستثمار الأجنبي المباشر) و تكامل أسواق رأس المال"⁴.

- "زيادة الارتباط المتبادل بين المجتمعات الإنسانية من خلال عمليات انتقال السلع و رؤوس الأموال و تقنيات الإنتاج و الأشخاص و المعلومات كما تعرف على أنها أحدث مرحلة وصل إليها قانون أساسي من قوانين الرأسمالية و هو الاتجاه الثابت نحو المزيد من تركيز رأس المال و السيطرة و القوة الاقتصادية"⁵.

و من خلال التعاريف السابقة يمكننا القول بان العولمة هي امتداد و سيطرة الرأسمالية على النظام العالمي ، و برز ذلك من خلال سعي الدول الرأسمالية إلى إنشاء منظمات دولية منظمة للقوانين الاقتصادية على المستوى العالمي ، فلو أمعنا النظر في هذه المنظمات نجدها تسعى إلى تحرير الأسواق الدولية و حركة انتقال السلع و الخدمات و رؤوس الأموال و التحول نحو اقتصاد السوق و الحد من تدخل الدولة في الاقتصاد ، و لو نظرنا إلى النظام الرأسمالي داخل الدولة بشكل أكثر اتساعا نجد أن الرأسمالية تضع انطباعها على السوق العالمي من خلال هذه المنظمات ، حيث نجد أن صندوق النقد الدولي يلعب دور البنك المركزي داخل الدولة و هو مسؤول عن السياسات النقدية في العالم و هيئة الأمم المتحدة التي تشرف على العلاقات القانونية و السياسية بين الدول ، بنك الإنشاء و التعمير المسؤول على السياسة المالية الدولية ، و في الأخير المنظمة العالمية للتجارة و هي المسؤول عن العلاقات التجارية الدولية و هي اللبنة الأخيرة لتشكل النظام الرأسمالي الدولي ، و ما ساعد على تشكل هذا النظام و عولمة الاقتصاد نجد التطورات التقنية و التكنولوجية التي ساعدت على الاندماج الثقافي بين الدول و سد الفجوة

الزمنية بين المتعاملين التجاريين الدوليين وكذا تطور وسائل الدفع الدولية هذا بالإضافة إلى سد الفجوة المكانية بين الأسواق من خلال نظم النقل و المواصلات و المناولة و غيرها.

تقودنا هذه التعاريف و تنامي ظاهرة العولمة في الوقت الراهن إلى التساؤل حول مفرزات هذه العولمة و حول التحديات التي تواجهها المؤسسات في ظل هذه المفرزات ؟

1-2-1-مفرزات العولمة و التحديات التي تواجه المؤسسات في ظلها : في ظل تقارب هذه الأسواق و انفتاح العالم على بعضه البعض تجد المؤسسات الاقتصادية العديد من التحديات التي تواجهها ضمن قطاع أعمالها نبين اهمها فيما يلي :

1-2-1-1-تحرير التجارة و المنظمات الدولية : يوجد الآن تنسيق و اتساق في السياسات الكلية للمنظمات الاقتصادية الدولية ، سواء تعلق الأمر بصندوق النقد الدولي أو البنك العالمي للإنشاء و التعمير ، المنظمة العالمية للتجارة و تتناغم السياسات و القرارات المنبثقة عن هذه المنظمات في اتجاه تفعيل عمليات فتح الأسواق و التحرر الاقتصادي بكافة أبعاده المالية و النقدية و التجارية سواء تعلق الأمر بالاقتصاديات الوطنية أو بالمعاملات الاقتصادية الدولية لهذه الاقتصاديات⁶.

فمع انفتاح الأسواق على بعضها البعض و إزالة الحواجز و الحدود الدولية لم تعد الحكومات قادرة على حماية مؤسساتها من المنافسة الأجنبية ، حيث أصبحت هذه المؤسسات مهددة حتى في أسواقها المحلية في مواجهة منافسة شرسة معتمدة على قاعدة متينة من الإمكانيات (التكنولوجية و المالية) و ما تحمله هذه المؤسسات من خبرات في خدمة مختلف الأسواق في ظل بقاء الحكومات مكتوفة الأيدي في مواجهة المنظمات السالفة الذكر .

1-2-2-2-نمو ظاهرة الاستثمارات الدولية : لم يقتصر انفتاح العالم على بعضه البعض بانتقال السلع و الخدمات فحسب بل اتسع ذلك إلى انتقال العمل و رؤوس الأموال ، و نعي بنمو ظاهرة الاستثمارات الدولية تطور حجم و اتجاه الاستثمارات الدولية في الآونة الأخيرة ، إذ لوحظ حدوث تغيرات في حجم الاستثمارات الدولية و تحركاتها عبر قارات العالم بشكل لم يسبق له مثيل عبر تاريخ العلاقات الدولية، حيث صاحب نمو ظاهرة الاستثمارات الأجنبية زيادة الاتجاهات العالمية نحو تحرير التدفقات الرأسمالية بين

دول العالم و من ثم تفعيل اتفاق الاستثمار المتصل بالتجارة المنبثق عن المنظمة العالمية للتجارة، و هو اتفاق يهدف بالأساس إلى تسهيل تحركات الاستثمارات عبر الحدود الدولية و هو ما يعني من منظور المنافسة إعطاء الفرص للشركات الدولية صاحبة هذه الاستثمارات للدخول إلى الأسواق المحلية و العمل في مختلف المجالات و منافسة الشركات المحلية و السيطرة على أسواقها بطريقة قد تضعف هذه الشركات المحلية و ربما تدفعها إلى الإفلاس إذا لم تتخذ خطوات جادة نحو بناء و وضع استراتيجيات إنتاجية و تصديرية على درجة عالية من الدقة مع ترشيد تكاليف إنتاجها و استغلال الطاقة الإنتاجية بأكثر كفاءة و فعالية.⁷

1-2-3- الثورة التكنولوجية الحديثة و اتساع نطاق التجارة الالكترونية :

نشهد في السنوات الأخيرة تزايد حركة التطور التقني التي أنتجت عصرا رقميا جيدا و التي أدت إلى تقدم الفكر و الابتكار و التطوير المستمر و السريع، كل ذلك كان له تأثير كبير على الطريقة التي تتبعها المؤسسات لتحقيق قيمة لعملائها عبر أسواقها الدولية و المحلية ، حيث ساهم هذا التطور في التوصل إلى طرق جديدة حول كيفية البحث عن الزبائن و اكتشاف حاجاتهم و رغباتهم و تصميم المنتجات التي تحقق أعلى مستوى من الإشباع لهذه الحاجات بالإضافة إلى توزيع و ترويج تلك المنتجات بأفضل كفاءة و فعالية

1-2-4- تطوير نظم عالمية للمواصفات و القياس : و يقصد بذلك استخدام

مواصفات و مقاييس خاصة بعدد من المنتجات على النطاق العالمي بحيث يتم الاستناد في العقود الدولية إلى هذه المواصفات عند عقد الصفقات الخاصة بهذه المنتجات و قد أسهم ذلك بصورة خاصة في نمو ظاهرة المنتجات الكونية سواء كانت منتجات نهائية أو مستلزمات وسيطة أو مواد خام ، و من بين الأنظمة التي تعتمد المؤسسات لإدارة جودتها نجد ISO 9000 و هو عبارة عن نظام لإدارة الجودة تتبناه المؤسسة من أجل تلبية رغبات المستهلكين و يشمل هذا النظام على معايير تتصف بالشمولية و العالمية يركز على العمليات الداخلية لا سيما التصنيع و البيع و الإدارة و الخدمات التقنية ، و تم إصدار هذا النظام من طرف المنظمة العالمية للمواصفات ISO⁸ ، كما نجد أن هذه الشهادات الممنوحة من طرف هذه المنظمة تمثل تميز المؤسسات و منتجاتها على الصعيد العالمي،

و هو بمثابة ترويج لهذه المنتجات و المؤسسات كما أنها تمثل تحديا للمؤسسات المحلية التي لا تتمتع بهذه القدرات و الامتيازات التي تخولها لاكتساب هذه الشهادة العالمية .
 و في الأخير نجد أن العولمة هذه و التحديات التي تواجه المؤسسات في ظلها و مفرزاتها أدت بالمؤسسات إلى التوجه نحو مواكبة هذه التغيرات و التماشي معها بالاستناد إلى العديد من الاستراتيجيات، و التي من أهمها استراتيجيات تدويل نشاطها كمحاولة منها لتوسيع أعمالها و توجيهها نحو خدمة الأسواق الدولية ، كما يقال فإن أفضل وسيلة للدفاع هي الهجوم و يكون ذلك بتطوير إمكانياتها و قدراتها أو اللجوء إلى تحالفات إستراتيجية.... الخ ، للتصدي لتحديات العولمة و مفرزاتها من منافسة و تطور تكنولوجي.... الخ .

2-المحور الثاني : البدائل الإستراتيجية لدخول الأسواق الدولية

لقد احتلت الأعمال الدولية منذ القدم مكانة كبيرة في الفكر البشري نظرا لأهميتها و خير دليل على ذلك كتابة علي رضي الله عنه إلى واليه في مصر "استوص بالتجار و ذوي الصناعات و أوص بهم خيرا المقيم منهم و المضطر بماله و المترفع فإنهم موارد المنافع و أسباب المرافق و جلابها من المباعد و المطارح"⁹ ، هذا ما نستنتج من خلاله أهمية التجارة و الصناعة الدولية في العصور الماضية أما في عالم اليوم و نظرا للتطورات الحديثة في بيئة الأعمال الدولية من تحرير للتجارة و تطور و نمو حركة الاستثمار الدولية و اشتداد المنافسة الدولي.... كما رأينا فيما سبق، فإن المؤسسة مخيرة بين عدة مداخل إستراتيجية لخدمة أسواقها الخارجية المستهدفة حيث تختار منها ما يتلاءم مع قدراتها و إمكانياتها مع مراعاة البيئة الدولية و متغيراتها، و من بين أهم أشكال و استراتيجيات دخول الأسواق الدولية في ظل مفرزات العولمة الاقتصادية الحالية نجد :

2-1- إستراتيجية التصدير: إذ يعتبر التصدير أهم أشكال الأعمال الدولية و يعد

احد مداخل خدمة الأسواق الخارجية ، و قد يكون في مرحلة تسبق الإنتاج داخل السوق الخارجية إذ يعتبر التصدير إستراتيجية تضمن انتقال السلع و الخدمات من السوق الداخلية إلى أخرى خارجية¹⁰، كما يقصد به القدرة على تحقيق تدفقات سلعية و خدماتية و معلوماتية و مالية و ثقافية و سياحية و بشرية إلى دول و أسواق دولية أخرى بغرض تحقيق أهداف الصادرات من أرباح و قيمة مضافة و توسيع و نمو الاستثمار و توفير فرص العمل و التعرف على ثقافات البلدان الأخرى و الحصول على تكنولوجيا جديدة و غيرها¹¹.

2-2- التحالفات الإستراتيجية : يعرف التحالف الاستراتيجي على انه قيام شركتين بالكامل بتجميع مواردها مباشرة في تعاون يتجاوز حدود المشروع المشترك ، و يتم في بعض وحدات الأعمال دعم التحالف من خلال تملك حقوق المساهمين لإحدى الشركتين أو كلاهما باعتبار أن لكل شريك في التحالف خبرة أو مهارة معينة و عادة ما يكون مكملين لبعضهما و من خلال اشتراكهما يتوقع لكل منهما الاستفادة من خبرة الآخر¹².

كما نجد أن التحالف الاستراتيجي يكمن في التعاون و التطوير المركز على علاقة الثقة المتبادلة تؤدي بها إلى الوصول إلى الأهداف المبتغاة و المحددة بالاتفاق المشترك و الذي يتمثل في نمط العلاقة القائمة مؤسستين حيث تربطهما علاقة متينة تتجاوز إطار العلاقات التجارية العادية و في الغالب يلجا إليها المستثمرون الأجانب بالتعاون مع المؤسسات المحلية قصد انجاز مشاريع تنقسم من خلالها الملكية و التحكم حيث تنتوع العلاقات التعاقدية بينها فإما أن يأخذ المستثمر الأجنبي حصة من المؤسسة المحلية أو العكس أو أن يتفق الاثنان على إنشاء شركة جديدة.

2-3- الاتفاقيات التعاقدية الدولية : الاتفاقيات التعاقدية هي عبارة عن ارتباط طويل الأجل بين مؤسسة دولية و أخرى في الدول المستهدفة لها أو المضيفة يتم بمقتضاها نقل التكنولوجيا و حق المعرفة من الأولى إلى الثانية دون أي استثمارات لأصول مادية من طرف المؤسسة الأم و تعتبر كإستراتيجية من استراتيجيات اختراق الأسواق الدولية نظرا للحواجز الحمائية و الظروف البيئية التي تقف دون دخول هته الأسواق عن طريق استراتيجيات الدخول الأخرى كالتصدير و التحالف الاستراتيجي و الاستثمار المباشر ، و فيما يلي نذكر بعض هذه الاتفاقيات الأكثر شيوعا في المعاملات الدولية:

2-3-1- التراخيص : تعتبر التراخيص الطريقة البسيط نسبيا يدخل من خلالها المنتج إلى السوق الدولية حيث أن مانح الترخيص يدخل في اتفاق مع المرخص له في الدولة الأجنبية يسمح له باستخدام عملية إنتاجية أو علامة تجارية أو براءة اختراع أو أي عنصر آخر له قيمة مقابل مبلغ معين¹³.

2-3-2- حقوق الامتياز: عبر هذا التعاقد يتمكن المستفيد من حقوق الامتياز من خلال استخدام الاسم التجاري لدى شركة عالمية كبرى و بيع منتجاتها أو خدماتها في منطقة معينة ، وفي مقابل ذلك يقوم بدفع رسوم مبدئية و كذا أقساط شهرية للشركة مانحة الامتياز¹⁴.

2-3-3- عقود تسليم المفتاح : يتم بموجب عقد أو اتفاق بين طرف أجنبي ووطني يقوم الأول بإقامة مشروع استثماري و الإشراف عليه منذ بداية التشغيل و ما إن يصل إلى مرحلة التشغيل حتى يتم تسليمه إلى الطرف الثاني مقبل اجر و طريقة متفق عليها و يمكن أن يشمل العقد أعمالا تتجاوز لحظة تسليم المفتاح مثل إبرام عقد إداري ، عقود الصيانة ..، و من الممكن أن يشمل تسليم المشروع آلات و معدات أو عقود تدريب للموظفين المحليين¹⁵.

2-3-4- عقود التصنيع و الإدارة : و هي عبارة عن اتفاقية مبرمة بين مؤسسة دولية و إحدى المؤسسات في الأسواق الأجنبية يتم بمقتضاها أن يقوم الطرف الثاني نيابة عن الطرف الأول بإنتاج و تصنيع سلع معينة بمعنى اتفاقية إنتاج لوكالة و هذه الاتفاقية عادة ما تكون طويلة الأجل يتحكم فيها الطرف الأجنبي في إدارة عمليات المشروع الأنشطة المختلفة ، إما عقود الإدارة فهي عبارة عن مجموعة الترتيبات يتم من خلالها قيام المؤسسة الدولية بإدارة كل جزا من المشروع من العمليات و الأنشطة الوظيفية الخاصة بالمشروع الاستثماري لقاء عائد معين في شكل أتعاب أو مقابل المشاركة في الأرباح.

2-3-5- صفقات التعاقد من الباطن : يصعب في بعض الأحيان يصعب أن تقوم المؤسسة بجميع العمليات فعادة ما يقتصر نشاطها على بيع الخدمة الهندسية ، إدارة المشروع ، تسويق المنتجات لذا تسعى المؤسسات إلى التعاقد من الباطن على الأنشطة و المراحل التي يصعب تنفيذها مع مقاولين آخرين لتنفيذ المرحلة أو النشاط المعهود إليهم إذن فان صفقات التعاقد من الباطن هي ببساطة عبارة عن اتفاقية بين وحدتين إنتاجيتين بموجبها يقوم احد الأطراف و هو مقاول الباطن بإنتاج و توريد أو تصدير سلع تامة الصنع أو قطع الغيار أو مكونات أساسية خاصة بسلعة معينة للطرف الأول الأصلي أو الشركة الأم الذي يقوم باستخدامها في إنتاج السلع بصورتها النهائية و بعلامتها التجارية، و قد يقتضي أن يقوم المقاول الأصلي بتزويد المقاول من الباطن بالمواد الخاصة اللازمة

لتصنيع مكونات السلعة التي يقوم بعد ذلك بتوريدها إلى المؤسسة الأصلية¹⁶.

2-3- الاستثمار الأجنبي المباشر:

عرفت هيئة الأمم المتحدة للتجارة و التنمية " الاستثمار الأجنبي المباشر على انه ذلك الاستثمار الذي يفضي إلى علاقة طويلة الأمد حيث يعكس منفعة و سيطرة دائمتين للمستثمر الأجنبي في فرع أجنبي قائم في دولة مضيضة غير التي تنتمي إليها جنسيتها"¹⁷. كما عرفه صندوق النقد الدولي بأنه" تملك المستثمر 10 بالمائة أو أكثر من أسهم رأس المال لإحدى مؤسسات الأعمال على أن ترتبط الملكية بالقدرة على التأثير في إدارة المؤسسة"¹⁸.

و من خلال هاذين التعريفين نجد أن الاستثمار الأجنبي ينطوي على علاقة طويلة المدى و ليس على مرحلة ظرفية أو قصيرة أو متوسطة الأجل كما قد يكون في الحالات الأخرى لغزو الأسواق الدولية كحالة الصادرات أو الاتفاقيات التعاقدية التي ما إن تلاحظ المؤسسة تراجعها عبر أسواقها المستهدفة حتى تتسحب منها بعكس الاستثمار الأجنبي المباشر فان الانسحاب من الأسواق ليس بالأمر السهل و سيؤدي بها إلى عواقب وخيمة تتحملها المؤسسة و هو ما يعكس قيمة المخاطرة في الاستثمار الأجنبي المباشر مقابل الانتفاع و السيطرة الدائمتين.

3- المحور الثالث: استراتيجيات دخول الأسواق الدولية و تكيفها مع مفرزات العولمة :

على عكس المؤسسات القابعة في سوقها المحلية تنتظر هجوم المنافسين من أسواق أجنبية مهدت لهم معطيات بيئة الأعمال الدولية الحالية غزو هذه الأسواق فان المؤسسات التي تصبو إلى مجابهة هذه المنافسة تعمدت على استراتيجيات لدخول الأسواق الدولية و توسيع دائرة أعمالها و حصتها السوقية من خلال مخاطبة زبائنها في أسواق أجنبية هذا ما يخولها للتماشي و التكيف مع المستجدات التي تفرزها بيئة الأعمال الدولية و العولمة الاقتصادية و نبين ذلك من خلال ما يلي :

3-1- إستراتيجية التصدير كمدخل للتكيف مع مفرزات العولمة الاقتصادية :

عندما تعتمد المؤسسة إستراتيجية التصدير فإنها تتوجه نحو أسواق خارجية اقل مزاحمة و منافسة و أكثر ربحية على عكس اعتمادها على سوق محلية مهددة في أي وقت بدخول مؤسسات أجنبية قد تزاخمتها في حصتها السوقية من خلال ما مهدته لها مساعي المنظمات

الدولية من تحرير للأسواق ، و بذلك فان إستراتيجية التصدير تساهم في استغلال الطاقات الإنتاجية الزائدة في خدمة أسواقها الخارجية و الاستفادة من اقتصاديات الحجم ، هذا بالإضافة إلى التعرف على عدة ثقافات دولية و التكيف مع بيئة الأعمال الدولية و متطلباتها و اكتساب خبرة دولية من خلال خدمة الأسواق المستهدفة ، هذا بالإضافة إلى المزايا النسبية التي تمتلكها المؤسسة بالمقارنة مع المؤسسات الدولية الأخرى (توفر المواد الأولية ، بيئة صناعية مواتية ، تشجيع الحكومات على التصدير) ، كما تعمل إستراتيجية التصدير على تمديد دورة حياة المنتج الدولي عبر الأسواق الدولية ، في حين نجد أن العوائد التي تجنيها المؤسسات من الأسواق الخارجية (بالعملة الصعبة) قد توجه نسبة معتبرة منها في تطوير أسواقها و ذلك بالاعتماد على البحث و التطوير قصد الرقي بمنتجاتها و تطويرها حسب المعايير و المقاييس المعتمدة دوليا ، بالإضافة إلى ذلك فان اعتماد هذه الإستراتيجية تكون اقل مخاطرة مقارنة بالاستثمار مباشرة في الأسواق المستهدفة فإذا ما كسد أي سوق من هذه الأسواق المستهدفة فإنها تستطيع تعويضه بسوق آخر على عكس الاستثمار الأجنبي المباشر فيصعب على المؤسسة الانتقال من سوق لآخر و ما يرافقه من خسائر معتبرة ، بالإضافة إلى صعوبة تحويل الأرباح في ظل القيود الحكومية المفروضة عليها ، كما نجد أن التطور التكنولوجي في مجال الاتصال و المواصلات و طرق المناولة و دوره في سد الفجوة الزمانية و المكانية بين المؤسسات و أسواقها المستهدفة أسهم بشكل كبير في اعتماد المؤسسات لهذه الإستراتيجية .

3-2-التعاقدات الدولية كمدخل للتكيف مع مفردات العولمة الاقتصادية : تتجه

نحو هذا الأسلوب معظم المؤسسات التي تولي أهمية كبيرة للبحث و التطوير و لمعرفة التكنولوجيا و كذا الاهتمام بالموارد البشرية و ما ينصب عنها من براءات اختراع و تطوير تكنولوجي ، بالإضافة إلى ذلك المؤسسات التي تتجه نحو تدويل علامتها التجارية و الشهرة العالمية ، كما تصبو المؤسسة من خلال هذا الأسلوب إلى دفع الأسواق الثانوية و من ثم اختيار مدى توفر الفرص الاستثمارية قصد الاستفادة من اقتصاديات الحجم و كذا تعتبر كتغذية عكسية لمدى نجاح المؤسسة في الأسواق المستهدفة ، كما يعتبر هذا الأسلوب اقل مخاطرة بالنسبة للأساليب و الاستراتيجيات الأخرى لدخول الأسواق الدولية حيث انه لا ينجر عنه اي انتقال أو استثمار للأصول الثابتة ، كما يمكن للمؤسسة من خلاله تفادي الحواجز القانونية و السياسية للدول على عكس إستراتيجية الدخول الأخرى ،

بالإضافة إلى ذلك فإن اعتماد هذا الأسلوب على تطور التكنولوجيا و البحث و التطوير يجعل المؤسسة تتماشى مع مفرزات بيئة الأعمال الدولية و العولمة الاقتصادية و مواكبة التطورات التكنولوجية الحاصلة على المستوى الدولي و الرقي إلى مستوى الجودة العالية وفقا للمعايير و المقاييس المفروضة دوليا للجودة .

3-3- التحالفات الإستراتيجية كمدخل للتكيف مع مفرزات العولمة الاقتصادية :

تعتبر التحالفات الإستراتيجية في وقتنا الحاضر من أهم البدائل الإستراتيجية لغزو الأسواق الدولية و الذي يعتبر كحل يساعد و يساهم في تطوير المؤسسة عموما بدلا من الصراع و المنافسة الناتجة عن مفرزات العولمة و اشتداد الصراع الدولي حول الأسواق الدولية نتيجة انفتاح الأسواق الدولية على بعضها البعض ، و من جهة أخرى يعتبر كآلية للتحايل على المعوقات و الحواجز التي تتخلل البيئة السياسية و القانونية لبعض الدول التي تقف في وجه المؤسسات الأجنبية (الاستيراد ، عوائق الاستثمار الأجنبي المباشر) ، كما تتجه المؤسسة إلى هذا النوع من البدائل الإستراتيجية لدخول الأسواق من أجل التجاوب و مواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة من خلال التبادل و التكامل التكنولوجي بين الأطراف المتحالفة ، هذا بالإضافة إلى انه في بعض الأحيان و مع تندي الإمكانيات المادية و المالية فإن المؤسسة تبحث لها عن شركاء قصد تغطية بعض التكاليف كالبحث و تطوير منتجات جديدة فرضت عليها بيئة الأعمال الدولية الحالية التماشي مع متطلبات المقاييس و المعايير الدولية للجودة ، كما يمكننا القول بان هذه التحالفات اقل مخاطرة من إستراتيجية الاستثمار الأجنبي المباشر حيث أن التحالفات قد تمس جزأ أو الكل من أعمال المؤسسة قصد التبادل و الاستفادة من المزايا الخاصة لكل من المتحالفين و لا يستلزم انتقال أموال ضخمة مخاطرة عبر الأسواق الدولية المستهدفة ، بالإضافة إلى ذلك فإن التحالفات الإستراتيجية تعتبر الوسيلة الأكثر نجاعة لتحقيق التعلم و تنشيط المعرفة و تجنب المخاطر و الأزمات و المشاركة في الخسائر ، هذا بالإضافة إلى تدعيم القدرات التسويقية من خلال الخبرة و المعرفة الجيدة لكل من المتحالفين ببيئة الأعمال التي ينشطون بها .

3-4- الاستثمار الأجنبي المباشر كمدخل للتكيف مع مفرزات العولمة الاقتصادية : يعتبر الاستثمار الأجنبي المباشر أقصى درجة للتغلغل في الأسواق الدولية و بالرغم من درجة المخاطرة و انتقال رؤوس الأموال إلى الأسواق المستهدفة فان هذه الإستراتيجية توفر الحرية الكاملة في إدارة المشاريع و تعطيها اكبر درجة للتحكم في النشاط الإنتاجي و سياسات الأعمال المرتبطة بمختلف أوجه النشاط الوظيفي للمؤسسة (تسويق ، إنتاج ، تمويل) كما أن اشتداد المنافسة في بعض الأسواق يفرض على المؤسسات التغلغل أكثر قصد مواكبة متطلبات هذه الأسواق ، بالإضافة إلى ذلك فان هذه الإستراتيجية تحقق اكبر قدر من الأرباح المتوقعة الناجمة عن انخفاض تكاليف المدخلات أو عوامل الإنتاج بأنواعها في السوق المستهدفة ، كما تسمح بتخفيض تكاليف الإمداد للسوق المستهدفة بالمقارنة بإستراتيجية التصدير كبديل من بدائل دخول الأسواق الدولية و ذلك نتيجة تخفيض تكلفة الإنتاج من خلال اليد العاملة الرخيصة و المواد الأولية و تكاليف النقل و المناولة ..و غيرها ، هذه الأرباح و انخفاض التكاليف تدفع بالمؤسسة أكثر للتوجه نحو البحث و التطوير و مساندة التطورات التكنولوجية الحاصلة في ظل بيئة الأعمال الدولية و العولمة الاقتصادية ، و كذا مواكبة المعايير و المقاييس الدولية للجودة ، إضافة إلى ذلك الاستفادة من المزايا التنافسية التسويقية للمؤسسة عن طريق تواجدها المستثمر في السوق المحلي و قربه من المستهلك النهائي و بالتالي القدرة على دراسة تفصيلية للسوق و تعديل الإستراتيجية التسويقية بما يتوافق و السوق المستهدفة .

و في الأخير نبين الامتيازات و درجة تكيف المؤسسة من خلال استراتيجيات دخول الأسواق الدولية مع مفرزات العولمة الاقتصادية من خلال الشكل الموالي :

الشكل رقم (1) : استراتيجيات دخول الأسواق الدولية و دورها في تكيف المؤسسة

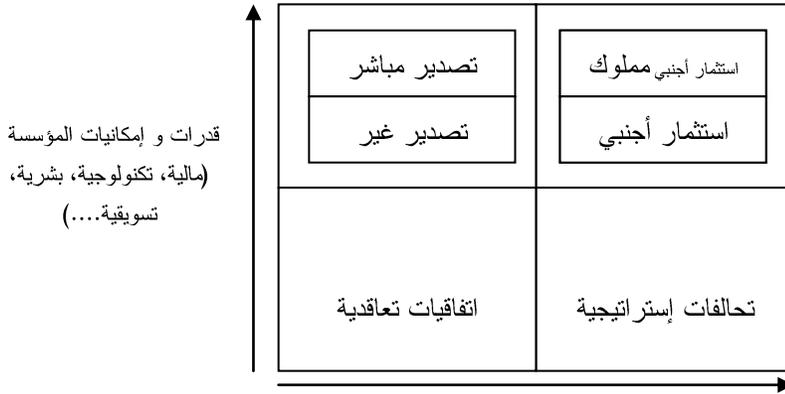
مع مفرزات العولمة الاقتصادية

الاستثمار الأجنبي المباشر	التعاقدات الدولية	التحالفات الإستراتيجية	إستراتيجية التصدير	البدائل الإستراتيجية مفرزات العولمة الاقتصادية
- توفر الحرية الكاملة في إدارة المشاريع و تعطيتها اكبر درجة للتحكم في نشاط و مهام المؤسسة	- دفع الأسواق الثانوية و من ثم اختيار مدى توفر الفرص الاستثمارية المربحة	-استغلال مزايا و إمكانيات المؤسسات المتحالفة في مواجهة المنافسة ، و إحلال التحالف بدل المنافسة	-التوجه نحو أسواق اقل مزاحمة و منافسة -استغلال المزايا النسبية التي تمتلكها المؤسسة	تحرير التجارة و المنظمات الدولية
-التغلغل أكثر في الأسواق المستهدفة و الخدمة المباشرة لها	يعتبر هذا الأسلوب اقل مخاطرة لا ينجر عنه أي انتقال أو استثمار للأصول الثابتة	-المشاركة في الأخطار بين المؤسسات المتحالفة	-انخفاض المخاطرة نسبة للاستثمار مباشرة	نمو ظاهرة الاستثمارات الدولية
-ارتفاع الأرباح و انخفاض التكاليف تدفع بالمؤسسة أكثر للتوجه نحو البحث و التطوير و مساهمة التطورات التكنولوجية الحاصلة	- اعتماد هذا الأسلوب بالدرجة الأولى على تطور التكنولوجيا و البحث و التطوير	- التجاوب و مواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة من خلال التبادل و التكامل التكنولوجي بين الأطراف المتحالفة	-استغلال الثورة التكنولوجية في الاقتراب أكثر من المستهلكين و استغلال التطور التقني في مجال الاتصال و المواصلات	الثورة التكنولوجية الحديثة و اتساع نطاق التجارة الالكترونية
-الاستفادة من المزايا التنافسية التسويقية للمؤسسة عن طريق تواجد المستثمر في السوق المحلي	-مواكبة التطورات التكنولوجية الحاصلة على المستوى الدولي و الرقي إلى مستوى الجودة العالية	-استغلال التحالف في البحث و التطوير المتبادل بين المؤسسات	-اقتصاديات الحجم و ما ينجم عنها من أرباح تستغلها المؤسسة في تطوير منتجاتها	تطوير نظم عالمية للمواصفات و القياس

المصدر : من إعداد الباحثين

من خلال ما سبق نجد أن المؤسسة قصد توجيه خطابها نحو الأسواق الخارجية فإنها تجد نفسها مقيمة بين عدة استراتيجيات لدخول هذه الأسواق في ظل متغيرات عالم اليوم و في ظل بيئة الأسواق الخارجية ، لذلك فان المؤسسة تختار إحدى هذه الاستراتيجيات بناء على قدراتها و إمكانياتها و كذا في ظل معطيات بيئة الأسواق الخارجية التي تستهدفها، و ذلك كما هو مبين في الشكل الموالي :

الشكل رقم (2) : اختيار إستراتيجية دخول الأسواق الدولية في ظل مفرزات بيئة الأعمال الدولي و القدرات التي تمتلكها



بيئة الأعمال الدولية و مفرزات العولمة
(جودة المنتجات، المنظمات العالمية و التكتلات

المصدر: من إعداد الباحثين

من خلال الشكل نجد أن المؤسسات التي لا تمتلك قدرات عالية (تكنولوجية ، بشرية ،مادية،...) تتجه نحو الاتفاقيات التعاقدية قصد خدمة أسواقها المستهدفة التي تحقق من خلالها أهدافها من ربحية (عوائد إبرام هذه العقود) و ترويج لمنتجاتها عبر الأسواق العالمية و قد تكون خطوة أولية لدراسة السوق لانتهاج إستراتيجية مستقبلية لدخول هذه الأسواق، أما عند اشتداد المنافسة العالمية في هذه الأسواق و تزايد اعتماد التكنولوجيا...و غيرها من مفرزات بيئة الأعمال الدولية الحالية فان المؤسسة لن تضمن نجاح منتجاتها في هذه الأسواق باستنادها إلى اتفاقيات تعاقدية مع مؤسسات محلية و بالتالي فإنها تتجه نحو تحالفات إستراتيجية قد تضمن لها التدخل و الرقابة الدائمة لأسواقها المستهدفة بالإضافة إلى الامتيازات التي تجنيها جراء هذه التحالفات (المالية ، البشرية ،

التسويقية....)، أما المؤسسات التي تمتلك وفرات في الإنتاج و قدرات (إنتاجية ، مالية، تكنولوجية....) فإنها تفضل الإشراف على خدمة أسواقها المستهدفة مباشرة بعمليات التصدير قصد مراقبة و تسيير خدمتها لتلك الأسواق المستهدفة ، أما عند اشتداد و ازدحام بيئة الأسواق المستهدفة فإن المؤسسة تفضل التوجه نحو الاستثمار مباشرة في تلك الأسواق قصد الإشراف المباشر على عملياتها و خدمة هذه الأسواق و الإلمام بمتغيراتها قصد التكيف معها ، كما نشير إلى أن المؤسسة قد تعتمد أكثر من إستراتيجية لخدمة أسواقها و ذلك حسب أهمية كل سوق و متغيراته البيئية ، و عليه نجد أن المؤسسة كلما امتلكت قدرات و إمكانيات اكبر و كلما اشتدت المنافسة و تداعيات العولمة الاقتصادية فإنها تتغلغل أكثر داخل أسواقها المستهدفة بالنظر إلى أهمية هذه الأسواق قصد ضمان استقرارها و نموها ضمن قطاع أعمالها .

خاتمة

من خلال ما سبق نخلص إلى انه و قصد مجارات التغيرات العالمية الحديثة للعولمة الاقتصادية (اشتداد المنافسة في الأسواق الدولية ، تحرير الأسواق الدولية ، نمو الاستثمار الأجنبي المباشر ، التطور التكنولوجي ، الاتجاه نحو الجودة الخ...) فإن المؤسسة الاقتصادية تتجه نحو أفضل البدائل الإستراتيجية التي تخولها لدخول الأسواق الدولية و توسيع نشاطها و ذلك بناء على :

- درجة أهمية أسواقها المستهدفة ،
- إمكانياتها و قدراتها على خدمة تلك الأسواق ،
- مدى اشتداد المزاومة في تلك الأسواق .

و بناء على المؤشرات السالفة تختار الإستراتيجية أو الاستراتيجيات التي تضمن لها تحقيق أهدافها في تلك الأسواق بشكل أفضل .

الهوامش :

- عبد الله بالناس : عولمة الاقتصاد- الفرص و التحديات-، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية و القانونية، مجلد 24، العدد 1، 2008ص182¹
- كامل علاوي الفتلاوي، عاطف لافي مرزوق: العولمة و مستقبل الصراع الاقتصادي، دار صفاء، عمان ، 2009، ص29²
- احمد بلالي : الأهمية الإستراتيجية للتسويق في ظل تحديات بيئة الأعمال الراهنة، مجلة الباحث ، العدد 6، 2008، ص98³
- ⁴حشماوي محمد : الاتجاهات الجديدة للتجارة الدولية في ظل العولمة الاقتصادية : أطروحة غير منشورة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر ، 2006، ص70
- فليح حسن خلف: العولمة الاقتصادية، عالم الكتب الحديثة، اربد الأردن ، 2010، ص8⁵
- عادل المهدي : التسويق الدولي في ظل عولمة الأسواق ، الدار المصرية اللبنانية ، 2004، ص57⁶
- عادل المهدي ، مرجع سابق ، ص59⁷
- ⁸عبد الحميد برحومة ، مراد شريف ، الجودة الشاملة و مواصفات الإوز كأداة لتفعيل تنافسية المؤسسة الاقتصادية ، أبحاث اقتصادية و إدارية ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، العدد 3 ، جوان 2008، ص136
- ⁹رفيق بونس المصري : إسهامات الفقهاء في الفروض الأساسية لعلم الاقتصاد ، سلسلة محاضرات لعلماء البنك الإسلامي للتنمية ، مركز أبحاث الاقتصاد الإسلامي ، جامعة الملك عبد العزيز جدة ، 2001 ص39
- ابي سعد الديوه جي : التسويق الدولي، دار الكتاب، الموصل العراق 1997، ص100¹⁰
- فريد نجار : تسويق الصادرات العربية و آليات تفعيل التسويق الدولي و مناطق التجارة الحرة العربية الكبرى، دار قباء، القاهرة، 2002، ص15¹¹
- ¹²زيني فريدة، شيشة نوال : دور التحالفات الإستراتيجية في دعم القدرات التنافسية في المؤسسة الاقتصادية، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة و الاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات خارج قطاع المحروقات في الدول العربية الشلف نوفمبر 2010ص2
- علي عباس، إدارة الأعمال الدولية، دار المسيرة، عمان 2009، ص41¹³
- نهال فريد مصطفى، نبيلة عباس، أساسيات الأعمال في ظل العولمة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص113¹⁴
- علي عباس : إدارة الأعمال الدولية، مرجع سابق، ص42¹⁵
- عبد السلام أبو قحف : مبادئ التسويق الدولي : الدار الجامعية ، مصر، 2003، ص124¹⁶
- ¹⁷محمد قويدري : أهمية الاستثمار الأجنبي في ترقية أداء المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ؛ الملتقى الدولي متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول العربية الشلف 2006 ، ص286
- ¹⁸بلال لوعيل : اثر الاستثمار الأجنبي المباشر على النمو الاقتصادي في الجزائر خلال الفترة (1995-2007)، أبحاث اقتصادية و إدارية العدد الرابع ، ديسمبر 2008 جامعة محمد خيضر بسكرة ، ص135