**جامعة دمشق**

**كلية الاقتصاد**

**ماجستير تسويق**

# بدون عنوان

 **حلقة بحث في مادة تسويق الدولي بعنوان:**

**البيئة الاقتصادية والسياسية ومنعكساتها على التسويق الدولي**

**إعداد الطالب :باسم شنو**

**إشراف الدكتور :علي الخضر**

**الفهرس**

**المحتويات رقم الصفحة**

* **مقدمة 3**
* **مفهوم البيئة 3**
* **أسباب دراسة البيئة 4**
* **عناصر البيئة التسويقية 4**
* **البيئة الاقتصادية 5**
* **العوامل الاقتصادية التي تؤثر على العمل التسويقي 6**
* **تصنيف الأنظمة الاقتصادية 7**
* **المؤشرات الاقتصادية 8**
* **المنظمات الدولية 10**
* **البيئة السياسية 16**
* **عناصر البيئة السياسية 16**
* **تعارض المصالح بين شركات الأعمال الدولية والدولة المضيفة 18**
* **المخاطر السياسية 20**
* **تحليل المخاطر السياسية وتقويمها 21**
* **أساليب التغلب على المخاطر 22**
* **الخاتمة 23**
* **قائمة المراجع 24**

**البيئة الاقتصادية والسياسية ومنعكساتها على التسويق الدولي**

**مقدمة**  : من أهم العوامل التي يجب أن ترتكز عليها إدارات المنظمات الاقتصادية الدولية عند تفكيرها بممارسة بعض نشاطاتها خارج حدود بلادها الاهتمام بطبيعة مكونات وعناصر البيئة في الدولة المضيفة من النواحي الاقتصادية والسياسية والقانونية والثقافية والاجتماعية والديموغرافية والتكنولوجية بحيث تتمكن من بناء قرارات دخول الأسواق المستهدفة استنادا إلى قاعدة معرفية صحيحة من خلال إجراء البحوث أو الاعتماد على بيوت الخبرة

**مفهوم البيئة**

في الواقع لا يوجد اتفاق عام بين الكتاب والباحثين حول مفهوم محدد للبيئة

ربما يرجع هذا إلى تعقد وتراكب مكوناتها كما إن محاولة تعريف محدد للبيئة أنما يعكس في الواقع وجهة نظر القائم بالتحليل والدراسة وفقا للأهداف التي يسعى لتحقيقها من خلال البحث

والتعريف الذي قدمه تومبسون j.tompsonحيث عرف البيئة على أنها

}مجموعة المتغيرات أو القيود أو الظروف التي تقع بمنأى عن رقابة المنظمة{

عرفها سكوت w.scottعلى أنها:ذلك الواقع الذي تعيش فيه المنظمة بكل ما يحويه من أنظمة وقيم اجتماعية وثقافية وسياسية.

كما أوضح كل من أمري وترستEmery3Trist وجود علاقة سببية مابين البيئة الخارجية بمالها من خصائص متميزة ومستوى أداء المنظمة

وعرفها كوتلر على أنها مجموعة القوى والمتغيرات الخارجية التي تؤثر على كفاءة الإدارة التسويقية وتستوجب القيام بالأنشطة والفعاليات لإشباع رغبات المستهلكين

**أسباب دراسة البيئة التسويقية**

1. إن جميع منظمات الأعمال (العامة والخاصة )تعمل في ظل مجموعة من القيود والمتغيرات البيئية
2. كل منظمة هي بمثابة نظام مفتوح يتأثر بالبيئة ويؤثر فيها
3. الحركية الدائمة وعدم الثبات(البيئة) وبالتالي فإنها تحدث فرص جديدة وتلغي أخرى
4. من خصائص المتغيرات البيئية هي أن نتائجها غير مؤكدة ولا مأمونة الجانب وهو ما يجعل من غض الطرف عنها وعدم دراستها و فهم أبعادها أمرا له مخاطر جسيمة في إدارة المنظمات

**عناصر البيئة التسويقية**

قام كوتلر بتقسيم بيئة العمل التسويقي في المنظمة على النحو التالي

* ا**لبيئة الخارجية** :وتتمثل في تلك العوامل التي لا تخضع لسيطرة و تحكم إدارة المنظمة إلى حد كبير و قد تم تقسيمها إلى مجموعتين هما

**المجموعة الأولى** :ويطلق عليها البيئة الخارجية الكلية وتشمل

1. العوامل الديموغرافية
2. الأوضاع الاقتصادية
3. المنافسة
4. القوى الاجتماعية

**المنظمة**

1. القوى السياسية والقانونية
2. التكنولوجيا

**المجموعة الثانية** :يطلق عليها اسم

 البيئة الخارجية الجزئية وهي تلك العوامل

 التي ترتبط بالمنظمة ذاتها أكثر من

 البيئة الخارجية المحيطة بها وتشمل:

1. العملاء ت- الموردين
2. الوسطاء ث- الأسواق
* **البيئة الداخلية :**وهي عبارةعن المكونات و القوى التي تقع داخل المنظمة و من ثم فإنها تخضع لسيطرتها بدرجة كبيرة و تقسم إلى مجموعتين

1- البيئة الداخلية المباشرة :وتتمثل في عناصر المزيج التسويقي

2- البيئة الداخلية غير المباشرة :مثل أنظمة الإنتاج والتمويل و الأفراد

 ونظم المعلومات التسويقية

 أولا: **البيئة الاقتصادية**

يقصد بالبيئة الاقتصادية جميع العوامل التي تؤثر على القوة الشرائية للمستهلكين ونماذج الإنفاق لديهم لذا فقد أصبح توافر القوة الشرائية لدى الأفراد من الشروط الأساسية لقيام الأسواق طالما أن الرغبات وحدها لا تكون سوقا

وإن قيام إدارات شركات الأعمال الدولية بالتعرف على طبيعة الأوضاع الاقتصادية وتطوراتها الحالية و المستقبلية في الدول المضيفة يجعلها أكثر قدرة على تحديد مدى صلابة أو هشاشة البيئة الاقتصادية في هذه الدول و مدى ملاءمتها لممارسة نشاطات تجارية و استثمارية على أراضيها وذلك من خلال التعرف على بيئة الأعمال الاقتصادية الداخلية للدول المضيفة ومنهاجها الفكري المتبع و سياساتها الحرة الانفتاحية أو الانكماشية و التقليدية والمحافظة الذي يتجلى من خلال أساليب استخدامها لمواردها البشرية و المادية المتاحة و معرفة النتائج التي يتم تحقيقها على أرض الواقع عبر معرفة مؤشرات النمو الاقتصادي والدخل القومي ومتوسط دخل الفرد السنوي و طريقة توزيع الدخل الوطني و نسبة المديونية تكاليف خدماتها و أوضاع ميزان المدفوعات و الميزان التجاري وحجم التدفقات الاستثمارية الخارجية وغيرها من المؤشرات التي يمكن الحصول عليها من التقارير الرسمية السنوية التي تصدر عن الحكومات أو المنظمات الدولية

وتنقسم البيئة الاقتصادية للتسويق إلى شقين رئيسيين هما البيئة الاقتصادية الدولية و البيئة الاقتصادية على مستوى كل دولة

**العوامل الاقتصادية التي تؤثر على العمل التسويقي**

1. ***الدورات الاقتصادية* :**حيث تسعى المنظمات إلى دراسة الدورات الاقتصادية نظرا لأن هذه الدورات عادة ما يتبعها مزيدا من الفرص والمخاطر التسويقية

فإذا ما أشارت الظروف الاقتصادية إلى حالات رواج مستقبلية فإن ذلك يعني تزايد معدلات النمو في المجتمع وزيادة إنفاق الأفراد وكبر حجم وعدد عمليات التبادل بما يخلق مناخا صالحا لزيادة الإنتاج وزيادة الفرص التسويقية المتاحة للمستهلكين و تؤدي حالات الرواج إلى تحول المستهلكين نحو شراء المزيد من السلع الكمالية و بالتالي حجم الإنفاق العام يرتبط بحالات الرواج و الكساد

نظرا لهذه التأثيرات الكبيرة للمتغيرات الاقتصادية فإنه من الضروري أن يكون مديرو التسويق والعاملون معهم على درجة كبيرة من الوعي والإدراك لنتائج هذه المتغيرات و أثارها حيث يفضل القيام بالتصرفات التالية خلال مراحل الدورات الاقتصادية

1. **في حالات الرواج** يوسع التنظيم برامجه التسويقية ويضيف سلع جديدة للسوق كما يفتح أسواق جديدة
2. **في حالات الركود** يجب الانسحاب من الأسواق الضعيفة و إحداث تغيرات جذرية في البرامج التسويقية
3. **في حالة بداية الانتعاش** يجب على إدارة التسويق توسيع قاعدتها التسويقية لتحسين المبيعات وزيادة الأرباح
4. **التضخم :** يمثلأحد العوائق الرئيسية في إنفاق المستهلكين والذي يمكن أن يحدث في أي مرحلة من مراحل الدورات الاقتصادية وينتج عن التضخم انخفاض قوة المستهلك الشرائية كما أنه يزيد من التكاليف التسويقية بشكل عام

وأهم الآثار المباشرة للتضخم على سياسات و برامج الشركات الدولية التسويقية

1. يدفع التضخم بالمستهلكين إلى محاولة التوفير في عمليات شرائهم لما يحتاجونه من سلع وخدمات
2. يجعل التضخم المستهلكين أكثر تحسسا لتكاليف السلع وبالتالي أسعار بيعها الأمر الذي يجعل من تخفيض تكاليف التسويق هدفا من أهداف إستراتيجيه التسويق
3. قد يحدث في أوقات التضخم تناقضا في إنفاق المستهلكين حيث نجد بعضهم يحجم عن الإنفاق و البعض الآخر يزيدون في إنفاقهم خوفا من ارتفاع الأسعار
4. **السلوك ألإنفاقي :** أي أن لدى الأفراد إرادة وتصميم للإنفاق إذا كان لديهم ميلا للشراء بسبب حصولهم على الإشباع من منتج معين وقدرتهم على شراء هذا المنتج بالإضافة إلى تأثير العوامل النفسية مثل:مستويات الدخل والأسعار حجم الأسرة والأوضاع الاقتصادية بشكل عام.

**تصنيف الأنظمة الاقتصادية :**

تصنف الأنظمة الاقتصادية عادة إلى ثلاثة أنظمة رئيسية هي النظام الرأسمالي,النظام الاشتراكي,النظام المختلط .

هذا التقسيم يساعدنا على فهم العلاقة بين الحكومة والعمل التجاري ويمكن أن يواجهه المديرون عند ممارسة أعمالهم .

**فالنظام الرأسمالي** :كما هو معروف قائم على الاعتقاد بالرأسمالية وحرية المشروع واقتصاد السوق كأساس للعمل التجاري والملكية الخاصة لوسائل الإنتاج والحكومة فقط تقدم الخدمات الضرورية التي لا يقوم بها القطاع الخاص

**النظام الاشتراكي** : تسود أوربا بشكل عام وبعض الدول النامية ويقوم هذا النظام على دمج الملكية العامة لوسائل الإنتاج مع الملكية الخاصة لعوامل أخرى والعنصر الأساسي لهذه الفلسفة تكمن في الحاجة لمراقبة الحكومة للصناعات التي تؤثر على رفاهية الشعب ويرتكز ذلك على الاعتقاد بان نظام السوق الحر لا يؤمن للناس مصالحها كما يجب .

**النظام المختلط**: هذا النظام الذي يجمع ملامح النظامين السابقين.

**المؤشرات الاقتصادية:**

1. **الدخل القومي الإجمالي**

يمثل هذا الدخل المجموع النهائي لكل السلع والخدمات التي تم إنتاجها خلال سنة ويستخدم هذا المؤشر لقياس حجم الدولة من الناحية الاقتصادية ودرجة تطورها من خلال معدل النمو السنوي الذي يتحقق.

وكلما زاد الدخل القومي لدولة أصبحت من وجهة نظر خبراء التسويق أكثر جاذبية كسوق مستهدف .

1. **متوسط دخل الفرد**:

الدخول:تمثل تلك الموارد المالية المتاحة للأفراد والتي تمكنهم من القيام بعملية شراء ما تقدمه المنظمات من سلع وخدمات.

ويستخدم مؤشر متوسط دخل الفرد لقياس القدرة الشرائية للفرد ومن المهم الربط مابين مؤشر الدخل القومي الإجمالي ومؤشر متوسط دخل الفرد.

يعبر ارتفاع متوسط دخل الفرد عن التقدم الاقتصادي للدولة إلا أن معدل نمو دخل الفرد أكثر أهمية من وجهة نظر رجال التسويق حيث أن المعدل الكبير يعبر عن سوق ينمو بشكل أسرع وهو ما يبحث عنه رجال التسويق.

 **الدخل القومي الإجمالي**

**متوسط دخل الفرد**=

  **عدد أفراد المجتمع**

1. **توزيع دخل الفرد**:

تتفاوت دخول أفراد الدولة الواحدة ولان متوسط دخل الفرد في الدولة يجمع مابين ذوي الدخول المنخفضة وذوي الدخول المرتفعة وبالتالي فانه لا يعبر عن حقيقة توزيع الدخل داخل الدولة ومن ثم التوزيع الفعلي للدخل بين الشرائح المختلفة في الدولة هو المعبر الحقيقي عن ذلك.

وهناك أنواع من الدخول تهتم بها الشركات الدولية منها :

**-الدخل الكلي الإجمالي**: ويشير إلى ما يحصل عليه الفرد أو الأسرة من موارد مالية ويخصص هذا الدخل لثلاثة أغراض:

 الإنفاق,الادخار,دفع الضرائب.

**-صافي الدخل** : وهي تلك الموارد المالية التي تبقى للفرد بعد دفعه للضرائب والاستقطاعات ذات الطابع الإلزامي والذي يصرف عادة على المأكل و المشرب و الملبس

**فائض الدخل** : وهو يساوي قيمة الدخل الصافي مطروحا منه قيمة المصروفات على الحاجات الرئيسية ويصرف هذا الدخل على بعض الجوانب الترفيهية والكمالية أو ادخار جزء منه

لا يهتم خبراء التسويق كثيرا بالدخل الكلي وإنما يهتمون بالنوعين الأخيرين من الدخل

1. **معدلات التضخم والبطالة**

تهتم الشركات الدولية بتحليل معدلات التضخم ومعدلات البطالة في البلاد المضيفة حيث تنعكس هذه المعدلات على نشاط الشركات الدولية وبالتالي ازدياد هذه المعدلات يؤثران كثيرا على القدرة الشرائية للأفراد ويخفضان القيمة الحقيقية للنقود و يؤديان إلى تدني مداخيل الأفراد الصافية و الفائضة نتيجة ارتفاع أسعار السلع والخدمات في هذا البلد

1. **أعباء الديون الداخلية والخارجية**

يهتم المحلل الاقتصادي للاقتصاديات الدول المضيفة بمؤشرات الدين المحلي و الدين الخارجي في البلد المضيف مبينين قيمة خدمات هذه الديون و القدرة على سدادها لأن الدول ذات المديونية العالية تلجأ في العادة إلى تقليص حجم الأنفاق الحكومي العام وترفع من نسبة الضرائب و الرسوم المفروضة على المداخيل من جهة و السلع و مستلزمات الإنتاج المستوردة من جهة ثانية هذا بدوره يضعف القدرة الشرائية لدى المستهلكين و رفع أسعار السلع و الخدمات في البلد المضيف

1. **تحليل الخطط الاقتصادية للدولة المضيفة**

يهتم المحللون وخاصة التسويقيين بتحليل الخطط الاقتصادية التي تنشرها الدولة المضيفة سواء كانت خطط خمسيه أو سنوية و التي تستخدم كوسيلة للتوجيه و الرقابة على الإنتاج كما يهتمون بالمؤشرات الاقتصادية التي تعلنها المؤسسات في دول الاقتصاد الحر

**المنظمات الدولية والإقليمية العربية لتمويل التنمية و التجارة**

إن المنظمات الاقتصادية العاملة في المجال الدولي تشكل أعدادا كبيرة منها ما يعمل في المجال الزراعي أو التجاري أو المالي و منها ما يتولى عدد من الوظائف العامة أي أنه لا يتخصص في أي مجال من المجالات المعروفة وهذه المنظمات منها ما هو ذو حجم كبير و نشاط هام في مجال التجارة الدولية

ومن أهم المنظمات الدولية العاملة في هذا المجال الدولي

**صندوق النقد الدولي :**

تعريف :وهو مؤسسة دولية متخصصة تابعة للأمم المتحدة للمساعدة في حل المشاكل المالية للدول الأعضاء المشتركة فيه وبذلك فهو يمثل البنك المركزي للبنوك المركزية لهذه الدول الأعضاء

**الهيكل التنظيمي للصندوق** :تحدد اتفاقية صندوق النقد الدولي هيكله التنظيمي و قد وضعت الاتفاقية موضع التنفيذ في شهر كانون الأول سنة 1945 م

ويتألف الهيكل التنظيمي من

1. **مجلس لمحافظين :** وهو أعلى سلطة في الصندوق يتألف من محافظ واحد ومحافظ مناوب تعينهما كل دولة من الدول الأعضاء في الصندوق ويكون مجلس المحافظين وأعضاؤه عادة من وزراء المالية أو رؤساء المصارف المركزية في دولهم يجتمع عادة مرة في السنة غير أنه قد يجتمع أو يدلي بأصواته بالمراسلة في مواعيد أخرى
2. **مجلس الإدارة:** ويتكون من ستة أعضاء للدول التي تملك أكبر حصص في رأس المال وهي( الولايات المتحدة –ألمانيا- بريطانيا - فرنسا-الهند-المملكة العربية السعودية) أما بقية الدول الأعضاء فيتم انتخابهم بما يحقق التوازن في التمثيل الجغرافي ويقوم مجلس الإدارة بممارسة السلطات التي يفوضه بها مجلس المحافظين ويجتمع بصورة مستمرة ويرأس مجلس الإدارة مدير يعينه المجلس التنفيذي تعاونه هيئة سكرتارية للأعمال الإدارية والمكتبية والفنية
3. **اللجنة المؤقتة :** تختص بدراسة النظام النقدي العالمي وتقديم الاستشارات اللازمة للإدارة وتكيف النظام النقدي العالمي ومعالجة الاختلالات والتشوهات المالية في الدول الأعضاء وترفع الاقتراحات الخاصة بتعديل اتفاقية الصندوق
4. **لجنة التنمية :** تقدم هذه اللجنة مشورتها وتقاريرها إلى مجلس محافظين الصندوق والبنك الدولي فيما يتعلق بقضايا التنمية وتتألف هذه اللجنة من 24عضوا من محافظي البنك أو الصندوق ووزراء المالية أو مسؤولين آخرين من رتب مماثلة

**أهداف الصندوق**

1. تنمية التعاون الدولي في المجالات النقدية و المالية من خلال أقامة نظام مؤسسي دائم يعمل كآلية فعالة
2. إنشاء نظام دولي متعدد الأطراف للمدفوعات بهدف تعظيم العمليات الجارية بين الدول الأعضاء و تقليص الإجراءات المعيقة لنمو التجارة الدولية
3. اتخاذ سائر الإجراءات الضرورية لتنشيط التجارة الدولية
4. تحقيق استقرار نقدي من خلال اتخاذ الترتيبات المناسبة لعمليات تبادل منظمة بين الدول الأعضاء و تجنب قيام منافسة في أسعار الصرف وذلك عن طريق تحديد أسعار صرف ثابتة لتبادل العملات
5. منح الدول الأعضاء فرص الاستفادة من الموارد العامة للصندوق بشكل مؤقت على أساس شروط ضمان محددة وذلك بهدف تصحيح موازين مدفوعاتها في حالات العجز المؤقت
6. تأمين وسائل السيولة الدولية الضرورية لمجابهة الاختلالات المؤقتة في موازين مدفوعات الدول الأعضاء

**وظائف الصندوق**

1. **وظيفة استشارية** :تعتبر من أهم وظائف الصندوق إذ أنه مركز لمناقشة المشاكل النقدية و مشاكل المدفوعات للدول الأعضاء كما أنه مصدر للمعلومات و المساعدة الفنية في مثل هذه الموضوعات وتنص اتفاقية الصندوق (إن كل دولة عضو عليها أن تقدم المعلومات الاقتصادية المختلفة والتي على ضوئها يقرر الصندوق قراراته المختلفة في حدود الأهداف التي يرمي إليها)
2. **وظيفة تنظيمية** :يمارس صندوق النقد الدولي هذه الوظيفة باعتباره منظمة تشرف على النظام النقدي الدولي وتشمل تحديد أسعار تعادل عملات الدول الأعضاء والعمل على ثبات سعر الصرف وتجنب فرق القيود على المدفوعات
3. **وظيفة مالية**: تتمثل هذه الوظيفة بمقدار ما يمكن أن تقترضه كل دولة من الصندوق على سبيل المثال :الائتمان القصير الأجل بالشروط و الإجراءات التي يحددها الصندوق ولا يسمح بالاقتراض إلا للتغلب على الصعوبات المؤقتة في ميزان مدفوعات الدولة المقترضة و يشترط أن تستخدم الدولة أرصدتها الذهبية وأرصدتها من العملات الأجنبية التي في حوزتها أو لحسابها قبل اللجوء إلى الاقتراض من الصندوق

**البنك الدولي للإنشاء والتعمير**

تعريف :عبارة عن منظمة مالية دولية متخصصة بين الدول تابع للأمم المتحدة مركزه واشنطن تأسس في عام 1945م

**تنظيم البنك الدولي :** يشمل تنظيم البنك الدولي التالي

1. **مجلس المحافظين :** يضم هذا المجلسمحافظا ممثلا لكل دولة من الدول الأعضاء و يجتمع مرة كل سنة
2. **مجلس المديرين :** يتألف هذا المجلس من 16 عضوا تعين الدول الخمس الكبرى خمسة منهم وتنتخب الدول الأخرى بقية الأعضاء ويجتمع مرة كل شهر
3. **الإدارة :** تتألف الإدارة في البنك الدولي من رئيس ينتخبه مجلس المديرين ونائب للرئيس و هيئة للمكتب مكونة من عدة أقسام متخصصة حسب طبيعة العمليات
4. **مجلس استشاري :** يتألف هذا المجلس من ممثلين للمصالح المصرفية والتجارية و الصناعية و الزراعية و العمالية ويعاون البنك في أدائه لمهمته

إن صاحب السلطة الفعلية في البنك هو مجلس المحافظين وذلك على اعتبار أنه ممثل للمساهمين

**أهداف البنك الدولي**

1. تشجيع توظيف رؤوس الأموال للمساعدة على التعمير و الإنشاء و بشكل خاص الدول الأعضاء فيه و العمل على تحقيق التقدم الاقتصادي فيها و تشجيع المشروعات
2. إعطاء أولوية خاصة لمشروعات التنمية التي يرى البنك أن لها الأولوية الهامة
3. يجب ألا يمنح البنك القروض للمشروعات التي تستطيع الهيئات القائمة بها الحصول على قروض من مصادر أخرى بشروط مناسبة لها
4. يمنح البنك القروض للأعضاء بعد موافقة لجنة فنية تقوم بدراسة المشروع الذي يطلب القرض من أجله
5. لا يمنح البنك قروضا لمشروعات في أي دولة إلا بعد موافقة هذه الدولة على هذا المشروع
6. لا يفرض البنك شروطا خاصة لكي ينفق القروض في أراضي دولة معينة
7. المساهمة في تنمية التجارة الدولية للدول الأعضاء من خلال عمليات التوظيف و الاستثمار الدولية

 **وظائف البنك الدولي** :تقسم إلى قسمين

**أولا** :**تقديم القروض** : يتركز الدور الأساسي للبنك الدولي على أنه مقرض أي أنه يمنح القروض للدول الأعضاء بشروط ميسرة و قد يقوم البنك بالإقراض من أموله الخاصة أو من أموال يحصل عليها من أسواق الدول الأعضاء أو يقترضها عن طريق إصدار السندات و بيعها في أسواق الدول الأعضاء كما يقوم بضمان القروض التي تحصل عليها بعض الدول الأعضاء من مؤسسات مالية و استثمارية أخرى من اجل تنفيذ المشاريع الإنتاجية و الخدمية

**ثانيا**: **تقديم المساعدات الفنية** :تقسم المساعدات الفنية التي يقدمها البنك الدولي للإنشاء و التعمير إلى

1. **مساعدات فنية مرتبطة بعمليات الإقراض :** تهدف هذه المساعدات إلى مساعدة الدولة العضو التي تتفاوض مع البنك من أجل الحصول على قرض بهدف استخدام هذا القرض بأفضل الطرائق كفاية
2. **مساعدات فنية غير مرتبطة بعمليات الإقراض :** قد يقدم البنك الدولي مساعدات فنية غير مرتبطة بعمليات الإقراض من أمثلتها : وضع خطط للتنمية الاقتصادية - تحريك رؤوس الأموال في الدول النامية لتمويل مشروعات التنمية – تسوية الخلافات المالية التي قد تنشأ بين بعض الدول

**صندوق النقد العربي**

أنشئ هذا الصندوق في الإمارات العربية المتحدة عام 1977م وتساهم فيه كافة الدول العربية وتتشابه أهداف الصندوق وهيكليه وأساليب إدارته مع صندوق النقد الدولي وأهم أهدافه

1. ضمان استقرار أسعار الصرف بين الدول العربية
2. إنشاء وتطوير الأسواق المالية العربية
3. تصحيح الاختلالات في موازين المدفوعات الدول الأعضاء وتسوية المنازعات بينها
4. العمل على اتخاذ مواقف موحدة بين الدول العربية في مواجهة المشكلات النقدية والاقتصادية الدولية

الصندوق العربي للإنماء الاقتصادي والاجتماعي

**تعريف بالصندوق:**

 الصندوق العربي للإنماء الاقتصادي والاجتماعي هيئة مالية إقليمية عربية مستقلة مقرها دولة الكويت ، يضم في عضويته البلدان الأعضاء في جامعة الدول العربية

أغراض الصنـدوق :

يهدف الصندوق وفقا لاتفاقية إنشائه إلى الإسهام في تمويل مشروعات الإنماء الاقتصادي والاجتماعي في الدول والبلاد العربية عن طريق:

1- تمويل المشاريع الاقتصادية ذات الطابع الاستثماري بقروض تحمل شروطا ميسرة للحكومات والهيئات والمؤسسات العامة، مع منح الأفضلية للمشروعات الاقتصادية الحيوية للكيان العربي وللمشاريع العربية المشتركة.

2- تمويل مشاريع القطاع الخاص في الدول الأعضاء عن طريق تقديم القروض والضمانات على اختلاف أنواعها للمؤسسات والمنشآت ذات الشخصية الاعتبارية والمساهمة في رؤوس أموالها وتوفير عمليات التمويل الأخرى والخدمات المالية والفنية والاستشارية اللازمة، وذلك وفقاً للقواعد والشروط التي يحددها مجلس الإدارة المنصوص عليها في المادة (22) من اتفاقية إنشاء الصندوق.

3- إنشاء أو المساهمة في رؤوس أموال المؤسسات ذات الشخصية الاعتبارية التي تهدف إلى تنفيذ وتمويل مشاريع القطاع الخاص في الدول الأعضاء بما في ذلك توفير وتمويل الخدمات المالية والفنية والاستشارية اللازمة.

4- إنشاء وإدارة صناديق خاصة تهدف إلى تحقيق أغراض معينة تتفق وأغراض الصندوق العربي ويتم تمويلها من موارده وأية موارد أخرى، وتحدد وثائق إنشاء تلك الصناديق أغراضها وصلاحياتها وإدارتها والقواعد المنظمة لعملياتها.

5- تشجيع توظيف الأموال العامة والخاصة بطريق مباشر أو غير مباشر بما يكفل تطوير وتنمية الاقتصاد العربي.

6- توفير الخبرات والمعونات الفنية في مختلف مجالات التنمية الاقتصادية

 التنظيم والإدارة

يتكون الصندوق من مجلس المحافظين والمدير العام رئيس مجلس الإدارة ومجلس الإدارة ولجنتي القروض والموظفين اللتين تقومان بالأعمال اللازمة والتي تحددها إدارة الصندوق.

ويعتبر مجلس المحافظين بمثابة الجمعية العمومية للصندوق وله جميع سلطات الإدارة.

أما مجلس الإدارة فيتكون من ثمانية مديرين غير متفرغين ينتخبهم مجلس المحافظين لمدة سنتين قابلتين للتجديد.

ويعين مجلس المحافظين مديرا عاما للصندوق من غير المحافظين أو نوابهم أو أعضاء مجلس الإدارة أو نوابهم  لمدة خمس سنوات قابلة للتجديد، حيث يتولى المدير العام رئاسة مجلس الإدارة ويعتبر هو الرئيس الأعلى لموظفي الصندوق والمسئول عن جميع الأعمال تحت إشراف مجلس الإدارة ويقوم على تطبيق التنظيمات الفنية والإدارية داخل الصندوق وله حق تعيين وفصل الخبراء والموظفين طبقا لأنظمة الصندوق.

**ثانياً :البيئة السياسية**

لا تعمل المنظمات بمعزل عما يحدث في البيئة السياسية فالعديد من القرارات الاقتصادية التي تصدر عن الجهات السياسية في المجتمع تؤثر إما بصورة مباشرة أو غير مباشرة على عمل المنظمات و الشركات

لأن النظم السياسية تختلف من دولة لأخرى و تختلف تبعا لذلك توجهات الحكومات و أنظمتها الاقتصادية و القانونية و درجة تدخلها في أداء الأعمال المقامة على أراضيها و تتأثر الشركات الدولية بما تضعه الحكومات من سياسات معينة كما تتأثر بما يسود الدول التي تمارس فيها أعمالها من درجة استقرار سياسي أو وجود حروب أو نزاعات أو ثورات وعلى هذا تتحدد درجة المخاطرة التي يمكن أن تقابلها الشركات الدولية وبطبيعة الحال تختلف البيئة السياسية من دولة إلى أخرى كما قد تختلف في الدولة الأم عن الدولة المضيفة و من ثم يختلف تأثير القوى السياسية على أعمال الشركات الدولية من مكان إلى آخر

**عناصر البيئة السياسية**

1. **طبيعة النظام وفلسفة الدولة الاقتصادية :**

كما سبق و أسلفنا بأن الأنظمة السياسية و الاقتصادية التي كانت سائدة في العالم هي : النظام الرأسمالي الحر – النظام الاشتراكي – النظام المختلط - تبعا لهذه الأنظمة فإن الدول كانت تعتمد على آليات السوق و العرض و الطلب و الحريات و المبادرات الفردية و المؤسسية كما هو الحال بالنسبة للنظام الحر أو تعتمد على مبدأ النظام الشمولي و التخطيط المركزي من خلال السيطرة المطلقة على وسائل الإنتاج إلى جانب النظام المختلط الذي يجمع بين مقومات النظامين السابقين من حيث الملكية العامة لوسائل الإنتاج في بعض القطاعات و الملكية الخاصة في قطاعات أخرى

1. **درجة الانتماء الوطني (حدة الشعور الوطني )**

يعبر الشعور الوطني عن انتماء الأفراد و إخلاصهم و ولائهم لبلدهم ينتج عن هذا الشعور التشابه بين أفراد الوطن الواحد في كثير من النواحي الثقافية و الدينية بالإضافة إلى أنه شعور فطري

والانتماء و الشعور الوطني ظاهرتان طبيعيتان تلازمان مختلف الشعوب و الأمم لكن بدرجات متفاوتة بحيث كلما زادت حدة الشعور الوطني كلما زاد تأثير ذلك على الشركات الدولية

ويمكن أن يشمل تأثير الشعور الوطني على نشاط الشركات الدولية ما يلي:

* الرغبة في تقليل ملكية الشركات الدولية أو إقامتها لمشروعات
* قصر صناعات وأنشطة معينة على الشركات المحلية
* تفضيل الموردين المحليين للحصول على التعاقدات الحكومية
* إتباع أساليب الحماية المختلفة مثل التعريفات الجمركية ونظام الحصص
* الاتجاه إلى مصادرة الشركات الأجنبية أو تأميمها وذلك في حالة زيادة حدة الشعور الوطني

لا تقتصر حدة الشعور الوطني على الدول النامية حيث نجد الكثير من الدول المتقدمة تعمل لتقليل الأنشطة الأجنبية داخل أراضيها

على سبيل المثال : نجد حكومة بريطانيا قاومت محاولات شركات السيارات الأمريكية شراء شركات سيارات بريطانية

كما اضطر مكتب الاستثمار الكويتي في لندن أن يبيع نصف حصته في شركة British pertroleum بناء على أوامر الحكومة البريطانية

1. **دور الدولة في الحياة والسياسية والاقتصادية (مدى تدخل الدولة)**

اختلاف دور الدولة السياسية والاقتصادية من مرحلة إلى أخرى حيث تقلص دور الدولة في بعض الفترات تاركا لقوى السوق وقانون العرض والطلب لتحديد مسارات التطور الاقتصادي ثم عادت وتدخلت من جديد أثناء الأزمة الاقتصادية العالمية عام 1929 م وما بعدها حيث باتت تلعب دور تدخلياً في الحياة الاقتصادية ورسم السياسات المالية والنقدية والضريبية وكذلك الأمر بالنسبة لاعتماد سياسات الحماية التجارية وغيرها

ويشمل تدخل الدولة العديد من الأشكال مثل المصادرة وهي نقل ملكية الشركة الدولية إلى الدولة المضيفة وكذلك التدخل عن طريق فرض الضرائب ووضع نظم للتصدير والاستيراد وإن معرفة مدى تدخل الدولة من العوامل الهامة التي تدرسها شركات الأعمال الدولية عند تفكيرها بدخول أسواق إحدى الدول

1. **الاستقرار السياسي:**

يشير الاستقرار السياسي إلى عدم وجود تغيرات كبيرة في السياسات التي تتبعها الدولة كما يبين درجة ما تتمتع به الدولة من ازدهار وتقدم ورفاهية وهناك مقاييس عديدة للاستقرار السياسي من بينها مؤشرات التماسك الاجتماعي أو عدمه كالاضطرابات المدنية والنشاطات الإرهابية وتوزيع الدخل والمؤشرات الاقتصادية ،كذلك ينظر إلى ميزان المدفوعات الذي يشير العجز فيه إلى مدى الاعتماد على العالم الخارجي

كما إن علاقات الدولة المتوازنة سياسيا واقتصاديا مع المنظمات والمؤسسات المالية الدولية تعتبر من أهم العناصر التي تأخذها بالحسبان شركات الأعمال الدولية عند اتخاذها قرارات دخول أسواق هذه الدول سواء للاتجار أو للاستثمار المباشر أو غير المباشر

**تعارض المصالح بين شركات الأعمال الدولية والدولة المضيفة**

إن هدف الشركات الدولية في نشاطاتها العالمية أن تقوم بعمليات تتناسب مع استراتجياتها الشاملة لتؤمن عائدا من الربحية يتناسب مع المخاطر التي تتعرض لها الشركة في البيئة التي تعمل فيها

أما هدف الحكومة المضيفة المتعلق بالشركات الدولية العاملة لديها فهو تحقيق ربح من خلالها يساهم في أهدافها التنموية

وبالتالي إذا فهمنا وجهات النظر لكل من الشركات الدولية والحكومة المضيفة لها عندها نستطيع أن نبين طبيعة الخلاف والنقاط التي يمكن أن يلتقي عندها كلا الطرفين لتحقيق الأهداف

**وجهة نظر الشركات الدولية :** يمكن النظر إلى الاستثمارات الدولية بأنها مفيدة و إيجابية من خلال ما تحققه للدولة المضيفة من خلال النقاط التالية

1. **تهيئة المال اللازم للتنمية و التطوير :**من الأعمال التي تقوم بها الشركات الدولية تقديم رأس المال اللازم للقيام بعمليات الاستثمار وبالتالي فهي تسهم في خطط التنمية التي تتطلب أموالا لانجازها خاصة عندما يكون هناك صعوبة في إيجاد التمويل الداخلي
2. **التحديث التقني :** حيث تقدم الشركات الدولية تقنية حديثة يحتاج إليها البلد و غالبا لا يكون قادر للحصول عليها أو أنها غالية الثمن وبالتالي لابد من اللجوء إلى الخارج لتأمينها
3. **المهارات و الخبرات الصناعية :**غالبا ما تقدم الشركات العالمية الخبرة والمهارات الفنية التي يحتاجها العاملون المحليون إذ إن معظمهم البلدان وخاصة النامية تحتاج إلى معرفة كيفية القيام بالعمل و الخبرة الإدارية والمهارات التقنية
4. **دخول الأسواق الأجنبية :** الشركات الدولية يسهل عليها دخول الأسواق الخاضعة للمراقبة حيث تمارس تلك الشركات قدرا كافيا من الرقابة على تلك الأسواق في حين يصعب على بلدان كثيرة دخول تلك الأسواق
5. **المساهمة في الميزان التجاري :**تساهم الشركات العالمية ايجابيا في *الميزان التجاري و ذلك عن طريق منتجاتها التي تطرحها في الأسواق* داخل البلد فتعوض عن الاستيراد وتسهم في زيادة الصادرات
6. **تهيئة فرص عمل جديدة :** حيث تسهم عند قيامها بالاستثمار في البلد المضيف في خلق فرص عمل جديدة على جميع المستويات
7. **تزويد البلد المضيف بالقطع الأجنبي :** وذلك عن طريق الاستثمارات وأرباح التصدير وأهمية القطع الأجنبي تزداد عند الحاجة إلى دفع الديون الخارجية وكذلك دفع قيمة البضائع المستوردة
8. **الضرائب على الدخل :**تساهم الشركات الدولية في زيادة تحصيل الأموال وذلك عن طريق دفع الضرائب على دخل الموظفين الذين يعملون لديها سواء أكانوا من أهل البلد المضيف أم من البلدان الأخرى وبالتالي تسهم في تنمية موارد خزينة البلد المضيف من الضرائب
9. **تشجيع و تطوير المقاولين :** تعتبر الشركات الدولية نفسها كمثال لمديري البلدان المضيفة و بداية مشجعة للمقاولين المحليين

**وجهة نظر الحكومة المضيفة :** توضحها الأسباب التالية

1. **الاعتمادية المتزايدة على الآخرين** : إن توفير المصادر الضرورية من الرأسمال والتقنية و الخبرة يبدو ايجابيا ولكن يمكن النظر إلى ذلك على أنه اعتماد متزايد على الأجانب
2. **الإنقاص من السيادة** : إن توفير المصادر الضرورية و ما ينتج عن الاعتماد على الشركات الدولية يؤدي إلى فقدان الرقابة و السيطرة من قبل الحكومة المضيفة على طبيعة عمل هذه الشركات و خاصة في الدول النامية الصغيرة
3. **زيادة الاستغلال** : غالبا ما ينظر إلى الشركات العالمية على أنها لا تجدد مصادرها وتأخذ أرباحها وتعيدها إلى بلدها بدلا من أن تستثمرها في البلد المضيف مانعين عن السكان المحليين المصادر المحلية القيمة للتحقيق مصالحها على حساب مصلحة المجتمع المحلي أو أنها تنتج منتجات تزاحم الإنتاج المحلي أو تقوم بصنع منتجات كمالية لا ضرورة لها وهذا يزيد الاستهلاك وينقص الادخار والاستثمار على السواء
4. **التقنية القديمة أو غير الملائمة**:

غالبا تقدم الشركات الدولية إما تقنية قديمة بطلت وأضحت خارج الاستعمال أو حديثة جدا حيث لا يوجد خبراء يفهمون عمل هذه التقنية بشكل جيد ونادراً ما تكون هذه التقنية ملائمة ومتوائمة مع الحاجات المحلية الحقيقية

1. **التخلص أو إزاحة الشركات المحلية :**

تشعر الشركات المحلية أنها لا تستطيع التنافس مع الشركات العالمية أو إن فرصتها الاستثمارية المحلية قد ضاعت وبالمقابل يعني هذا من جانب أخر تحول رأس المال المحلي إلى استثمار خارجي عندما يقرر صاحبه استثماره خارج البلد

1. **تدفقات القطع الأجنبي:**

الأرباح المحققة من الاستثمارات والتصدير يمكن إن تكون عرضة للتغير المفاجئ عبر الزمن من خلال شراء الآلات المستوردة والقطع التبديلية وإعادة الأرباح إلى بلد المستثمر لدفع الأرباح عن الأسهم أو التحويلات الجارية بين الشركات وفي صدد ذلك فإن المرء يمكن أن يعترف أن للحكومات المضيفة للشركات العالمية أسبابها بان تكون حذرة من الاستثمارات الخارجية

1. **العلاقات المشتركة أو المختلطة :**

ترغب الدول بالاستفادة الفعالة من الاستثمارات الخارجية المباشرة مثل الفوائد الاقتصادية الناتجة عن تحسين موازين المدفوعات والزيادة في العمالة وزيادة القطع الأجنبي بالإضافة إلى بسط سلطتها ورفع مكانتها ولكن الخوف من النتائج السلبية مثل فقدان السيادة والاعتماد على التقنية يجعل الدولة تتبع سياسات مصممة بشكل يجذب ويقيد الشركات العالمية في نفس الوقت

**المخاطر السياسية**

لعل من أهم المشكلات التي تواجه المحللين الاقتصاديين و الإداريين هي المخاطر السياسية التي يجب أن يهتم بها وبالرغم من ارتفاع درجة الخطر السياسي خلال السبعينات و الثمانينات أدى إلى تقليص الأرباح التي حققتها الشركات خلال تلك الفترة

ويمكن تعريف الخطر السياسي بأنه : جميع العوامل و الأحداث والسياسية و الاجتماعية التي تؤثر على بيئة الأعمال الدولية ويترتب عليها خسائر مادية و انخفاض في ربحية الشركات

ويمكن القول بأن الخطر السياسي مرتبط بعدم التأكد و الشك الناتج عن الأعمال و النشاطات السياسية

**طبيعة الخطر السياسي :** يتنوع الخطر السياسي بتنوع أسبابه و مستوياته ويأخذ عدة أشكال منها

1. **المصادرة :** إن مصادرة الحكومة و استيلائها على المشروعات الخاصة بالأجانب أو مصادرة بعض أوكل ممتلكات الشركة لأغراض المنافع العامة بتعويض بسيط للغاية و ذلك لعدة أسباب منها اعتقاد الحكومة أنها قادرة على استخدام الموجودات بشكل أفضل أو تعتقد الحكومة أن عملها هذا سيحسن من صورتها أمام الرأي العام المحلي
2. **التصفية :** وهي عملية الاستيلاء بلا مقابل مادي أو تعويض على المشروعات الأجنبية بواسطة الحكومة المضيفة
3. **التأميم :** حيث يتم تحويل الملكية الخاصة لمشروعات الأعمال إلى ملكية عامة للدولة
4. **تدمير المشروعات بسبب الحرب أو الحروب الأهلية :**

غزو العراق للكويت ترتب عليه تدمير الكثير من المشروعات الأجنبية هناك

1. **التدابير والتسويات الضارة :** و تشمل هذه التسويات كل ما تفرضه الحكومات من متطلبات ضارة بالشركة في بلد ما مثل :الضرائب على الدخل – التملك المحلي المتطلبات الإدارية – التقييدات على إعادة الاستثمار أو إعادة الأرباح إلى البلد الأم و العمالة وموقع الشركة
2. **التدخل في العمليات الجارية للشركات العالمية :** ويشمل تشجيع الحكومة على إيجاد نقابات عمالية قوية و التصريحات الحكومية عن مشاعرها العدائية تجاه الأجانب و الدعم الذي تقدمه الحكومة للشركات المحلية لتنشيط أعمالها التجارية

**تحليل المخاطر السياسية وتقويمها**

وفي هذا الخصوص تجدر الإشارة إلى أن تحليل الخطر السياسي بأنواعه المختلفة يمكن تقسيمه إلى مستويين رئيسيين هما

* **المستوى الكلي :** حيث يحتوي هذا المستوى على الأخطار السياسية الناتجة عن القرارات الإستراتيجية أو الجوهرية لحكومات الدول المضيفة أو الأحداث الجوهرية التي تمر بها هذه الدول مثل (فوز أحد الأحزاب السياسية بشكل غير متوقع لرئاسة إحدى الدول أو الانقلاب السياسي أو العسكري )
* **المستوى الجزئي :**على هذا المستوى يتم توجيه عملية التحليل إلى أثر السياسات الحكومية للدول المضيفة على الشركة و نشاطاتها أو على مستوى قطاع معين

**مثال :** قيام حكومة البلد المضيف بفرض ضرائب على نوع معين من النشاطات الاقتصادية دون غيرها أو قيامها برفع الرسوم الجمركية على الواردات من سلع معينة

تحليل المخاطر السياسية لبلد ما يتطلب الغوص في دراسة وتحليل التاريخ السياسي لهذا البلد وبيان مدى التغيرات التي حصلت على المنحى البياني من حيث الاستقرار والاضطراب وتبدل التيارات السياسية على الحكم ودرجة اختلافها ومعرفة هذا الأمر يتطلب متابعة مستمرة لوسائل الإعلام ومراجعة الوثائق والنشرات الداخلية والخارجية

تسود في الدول المتقدمة مراكز متخصصة في دراسة الأوضاع السياسية لمختلف دول العالم وتقوم ببيع خدماتها لشركات الأعمال الدولية على أساس دراسة عدة مؤشرات في الشأن السياسي الاقتصادي استنادا إلى مجموعة من العوامل

1. عوامل اجتماعية-اقتصادية منها معدلات النمو الاقتصادي المتوقع والتجانس الديموغرافي والتعاضد الاجتماعي
2. عوامل الصراع الاجتماعي كالخلافات الأثنية والعرقية والمذهبية التي تؤثر إلى حد كبير على الوحدة الوطنية
3. طريقة انتقال السلطة بأشكالها المختلفة سواء كانت ملكية أو انتخابية

 **أساليب التغلب على المخاطر**

تسعى شركات الأعمال الدولية إلى اعتماد سياسات تمكنها من التغلب على المخاطر السياسية من أهمها

1. إجراء دراسات عن الأوضاع السياسية في البلد المستهدف وبيان درجة الاستقرار فيه
2. بعد اختيار شركة الأعمال الدولية للبلد المضيف والمباشرة بالإنتاج الفعلي فإن موقعها التفاوضي يتعزز وخاصة إذا كانت تقوم بإنتاج سلع حيوية لاقتصاد البلد المضيف
3. في الحالات الاستثنائية التي تحصل فيها اضطرابات سياسية واجتماعية أو نزاعات عسكرية فإن شركات الأعمال الدولية تقوم بدراسة مجموعة من البدائل التي تمكنها من تجنب الخطر أو تقليصه إلى أدنى حد

**خاتمة**

المديرون العالميون ليسوا فقط أناساً يتعاملون مع بيئة معقدة و غير مستقرة و غالبا ما يواجهون تحديات ناتجة عن طبيعة التجارة الدولية التي هي أيضا معقدة ولهذا من المهم تجاه هذه التعقيدات والتغيرات غير المتوقعة التي تواجههم وجب تأهيل مديرين إداريين وتسويقيين قادرين على إدارة الشركات العالمية

**قائمة المراجع**

1. د.علي الخضر ,د .غياث ترجمان ,التسويق الولي ,منشورات جامعة دمشق ,2006
2. د.مصطفى كامل ,عبد الغني حامد ,إدارة الأعمال الدولية ,مؤسسة لورد العالمية ,2006
3. د.عبد السلام أبو قحف ,الدار الجامعية ,2007
4. د.محمد الصيرفي ,مبادئ التسويق (دراسة نظرية تطبيقية )
5. د.طاهر مرسي عطية ,إدارة الأعمال الدولية ,2001
6. د.عبد السلام أبو قحف ,أدارة الأعمال الدولية ,الدار الجامعية ,2005
7. أ. رعد الصرن ,أساسيات التجارة الدولية ,دار الرضا ,2001
8. عبد اللطيف ,عبد اللطيف,الإدارة الدولية ,جامعة دمشق .2008