

العولمة الاقتصادية وبيئة المؤسسات في الدول النامية

الأستاذ: نوري منير* القسم: العلوم التجارية

دكتور: كواش خالد• كلية: العلوم الاجتماعية والعلوم الانساني

العولمة الاقتصادية وبيئة المؤسسات في الدول النامية

الأستاذ. نوري منير*
دكتور. كواش خالد*

مدخل:

يشير مصطلح العولمة إلى زيادة الاندماج الاقتصادي على مستوى العالم وذلك نتيجة لزيادة نطاق عمليات تحرير التجارة في السلع والخدمات وتحرير تدفقات رؤوس الأموال بين الدول، كما يشير هذا المصطلح كذلك إلى سهولة انتقال عنصر العمل والمعرفة الفنية و التكنولوجيا عبر الحدود الدولية. وهناك جوانب أخرى كثيرة تعكس العولمة مثل الجوانب السياسية والثقافية أو البيئية أو العسكرية وهي جوانب خارج نطاق التحليل الحالي. أن هذه التغيرات أدت إلى تجاوز الحدود السياسية للدول واتساع الأسواق بصورة جعلت المنتجات تأخذ الصفة العالمية GLOBAL PRODUCT ،والى تشابه الأنماط الاستهلاكية في العالم بين شعوب مختلفة الثقافات وهو ما يعني عولمة الاستهلاك GLOBAL CONSUMER⁶ وهذه التطورات هي نتاج حقيقي لما يعرف بالثورة الصناعية الثالثة ،وتتمثل مظاهر هذه الثورة بالتقدم الهائل الذي يشهده عالم الفضائيات ووسائل الاتصال وشبكات نقل المعلومات وسرعة تداولها والحاسب الآلي بأجياله المختلفة والالكترونيات الدقيقة... الخ.

ولقد شهدت بيئة المؤسسة في الدول النامية في ظل العولمة الاقتصادية تغيرات كبيرة تمثلت في المظاهر التالية:

(*) ماجستير في العلوم الاقتصادية، أستاذ مساعد مكلف بالدروس، رئيس قسم العلوم التجارية بجامعة حسبية بن بوعلي بالشلف.

(*) دكتوراه علوم اقتصادية، أستاذ مساعد محاضر، رئيس فرع العلوم التجارية، جامعة الجزائر.

أولاً- تحرير التجارة العالمية في ظل العولمة الاقتصادية:

إن مسار تحرير التجارة العالمية يؤثر بقوة في نمو البلدان النامية، وقد ترتب على إزالة الحواجز والعوائق بين الأسواق أن أصبحت المنافسة هي العامل الأقوى في تحديد نوع السلع التي تنتجها الدولة وبالتالي فإن كثيراً من الدول قد تخلت عن إنتاج وتصدير بعض سلعها؛ لعدم قدرتها على المنافسة -مثل صناعة النسيج في مصر التي اهارت أمام منافسة دول جنوب شرق آسيا- وأصبحت تلك الدول تحصل على حاجتها من دول أخرى لها ميزة تنافسية في إنتاج تلك السلع، وهو ما ينطبق أيضاً على رؤوس الأموال التي أصبحت مركزة في بعض الدول المنتجة والمصدرة للبترول، وعلى الدول التي تحتاج إلى تلك الأموال أن تحصل عليها من الدول المتقدمة.

ولعل أهم أثار تحرير التجارة العالمية على الدول النامية في ظل العولمة الاقتصادية هي:¹

1- زيادة الانفتاح والتحرر في الأسواق واعتمادها على آليات العرض والطلب من خلال تطبيق سياسات الإصلاح أو التكيف الاقتصادي والخصخصة، وإعادة هيكلة الكثير من الاقتصاديات الموجهة واقتصاديات الدول النامية لتتوافق مع متطلبات العولمة (مثلما حدث في مصر ويحدث الآن في دول الخليج فضلاً عن باقي دول العالم).

2- التوجه نحو تشكيل العديد من التكتلات الإقليمية الاقتصادية والسياسية والثقافية مثل تكتل الآسيان والاتحاد الأوروبي وغيرها، والزيادة الملحوظة في أعداد المنظمات غير الحكومية بعد أن بدأ دور الدولة في إدارة الاقتصاد في التناقص و تفاقم المديونية وتزايد الشركات متعددة الجنسيات.

3- اشتداد ظاهرة الشركات المتعددة الجنسيات، مع سيطرتها على الاستثمار والإنتاج والتجارة الدولية والخبرة التكنولوجية مثل شركات IBM، ومايكروسوفت وغيرها، خاصة بعد أن ساوت منظمة التجارة العالمية بين هذه الشركات والشركات الوطنية في المعاملة.

4- تفاقم مشاكل المديونية العالمية وخاصة ديون العالم الثالث والدول الفقيرة مع عدم قدرتها على السداد، وما تزامن مع ذلك من زيادة حجم التحويلات العكسية من الدول الفقيرة إلى الدول المتقدمة، والمتمثلة في خدمة الديون وأرباح الشركات المتعددة الجنسيات وتكاليف نقل التكنولوجيا وأجور العمالة والخبرات الأجنبية، والذي قابله في

نفس الوقت تقلص حجم المعونات والمساعدات والمنح الواردة من الدول المتقدمة إلى الدول النامية وعدم جدواها.

5- ظهور تقسيم دولي جديد للعمل تتخلى فيه الدول المتقدمة للدول النامية عن بعض الصناعات التحويلية (هي الصناعات التي تعتمد على تحويل المادة الخام إلى سلع مصنعة يمكن الاستفادة منها، كصناعات الصلب والبتر وكيمياويات والتسليح وغيرها) التي لا تحقق لها ميزة نسبية، مثل الصناعات كثيفة الاستخدام للطاقة وكثيفة العمل والملوثة للبيئة، وذات هامش الربح المنخفض، بينما ركزت الدول المتقدمة على الصناعات عالية التقنية كصناعة الحاسبات والبرامج وأجهزة الاتصالات والصناعات الإلكترونية، ذات الربحية العالية والعمالة الأقل.

6- تغير شكل وطبيعة التنمية، فبعد أن كانت التنمية تعتمد أساساً على تعبئة الفوائض والتمويل الذاتي (الادخار)، تحولت إلى تنمية تعتمد على الاستثمارات الخارجية والشركات المتعدية الجنسيات، وأصبحت التنمية هي تنمية تبديد الفوائض والمدخرات (الاستهلاك) كناتج أساليب الاستهلاك الترفيهي المتزايدة، تحت ضغط الآلة الإعلانية الجبارة، التي أدت إلى عجز مزمع في موازين المدفوعات وتفاقم أزمة الديون في العالم الثالث، وتركز التنمية على الجانب الاقتصادي فقط، أي تحولها إلى تنمية وحيدة الاتجاه تهمل الاتجاه الاجتماعي والثقافي.

7- تراجع نصيب المادة الأولية في الوحدة من المنتج في العصر الحديث بسبب تطور الإنتاج وهو ما يسمى بالتحلل من المادة (Dematerialization)، وإحلال الطاقة الذهنية والعلمية (الفكر) محل جزء من المادة الأولية، مما أدى إلى تراجع الأهمية النسبية للنشاط الصناعي في الهيكل الإنتاجي في الدول المتقدمة الصناعية وتعاقد الأهمية النسبية لقطاع الخدمات، وقد زادت الأهمية النسبية لنشاط الخدمات داخل النشاط الصناعي ذاته بحيث أصبحت تمثل أكثر من 60% من الناتج الصناعي، لتنامي الصناعات عالية التقنية، وظهور مجموعة جديدة من السلع غير الملموسة كالأفكار والتصميمات التي استقطبت المهارات العالية، وما ترتب على ذلك من زيادة عملية التفاوت في الأجر، وبالتالي توزيع الدخل القومي توزيعاً غير عادل، سواء على مستوى أفراد الدولة الواحدة أو بين الدول.¹¹

8- تعمق الثنائية الاجتماعية في مجتمعات العالم الثالث، فبعد أن كانت الفوارق مادية، أصبحت هذه الفوارق مادية وتكنولوجية بسبب استحواذ الطبقات مرتفعة الدخل

على الإنجازات التكنولوجية عالية القيمة التي يصعب على الفقراء اقتناؤها، كالإنترنت والتليفون المحمول والحاسبات الإلكترونية وغيرها، ويؤدي هذا في المستقبل إلى زيادة وترسيخ التخلف في الطبقات الفقيرة وصعوبة تقليل الفوارق بين الطبقات العالية الدخل والفقيرة في المجتمع مما يهدد الاستقرار الاجتماعي.¹⁴

9- زيادة وانتشار البطالة في المجتمعات وخاصة في الدول النامية بسبب الاتجاه إلى استخدام الأساليب كثيفة رأس المال، التي تعتمد على استخدام عدد أقل من القوى العاملة، وذلك بسبب الحاجة إلى تخفيض تكاليف الإنتاج وزيادة مستوى الجودة.

10- إحلال مفاهيم جديدة محل القديمة كسيادة مفهوم الميزة التنافسية competitive advantage وحلوله محل الميزة النسبية Comparative Advantage بعد توحيد الأسواق الدولية وسقوط الحواجز بينها*.

11- اتجاه الشركات إلى الاندماج؛ لتكوين كيانات إنتاجية وتصنيعية هائلة، الغرض منها توفير العمالة وتقليل تكاليف الإنتاج والحصول على مزايا جديدة كفتح أسواق جديدة أو التوسع في الأسواق الحالية، وهو ما نشاهده الآن من اندماجات الشركات الكبرى مع بعضها؛ حيث دخلنا فيما يسمى بعصر "الديناميكيات الإنتاجية" الهائلة والأمثلة على ذلك كثيرة في مجالات البترول والتكنولوجيا والمعلومات والمصارف، وينتج عن ذلك بالتأكيد تطوير كبير في علم الإدارة والرقابة والسيطرة للتوصل إلى مهارات إدارية وتنظيمية وصيغ جديدة من الأشكال التنظيمية التي تناسب هذه الكيانات الكبيرة.⁷

(*) وتعني الميزة التنافسية للدولة قدرتها على إنتاج سلع وتصديرها لتنافس في الأسواق العالمية دون أن تتوفر لها المزايا التي تساعد على إنتاج هذه السلع مثل الظروف الطبيعية والمناخية والمواد الأولية وذلك نتيجة تفوقها التكنولوجي؛ حيث يمكن لها استيراد المواد الأولية من الخارج وتصنيعها بدرجة عالية من الجودة وبتكلفة أقل لتنافس في السوق العالمي مثلما يحدث في اليابان وسنغافورة ودول جنوب شرق آسيا، وقد ساعد على ذلك تناقص قيمة المادة في السلع وزيادة القيمة الفكرية والذهنية نتيجة استخدام الحاسبات وأجهزة الاتصالات. أما الميزة النسبية فهي تعني توفر مزايا للدولة تساعد على إنتاج سلع معينة كالظروف الطبيعية والمناخية والمواد الأولية أو القوى العاملة الرخيصة، إلا أن هذه المزايا قد لا تساعد على المنافسة في الأسواق العالمية؛ ربما لانخفاض الجودة أو لارتفاع التكلفة بسبب غياب التكنولوجيا.

12- المضي في " خصخصة " الشركات، وتحرير التجارة بمعنى إلغاء حواجز الحماية التجارية والجمركية في الدول النامية، أدى إلى تعميق هوة الفقر والثراء فالدول الإفريقية التي كانت تحصل من الاستثمارات العالمية على حوالي 5 % سنة 1995 أصبحت تحصل على 1,3 % سنة 2000 وفق تقديرات المنظمة الدولية للتجارة. كما كان من أبرز معالم ظاهرة العولمة في الأعوام الثلاثة الماضية موجة اندماج الشركات العالمية في شركات عملاقة، مما بلغ حجمه أكثر من 2000 مليار دولار، بزيادة مطردة، وأصبح زهاء 100 شركة عملاقة تتحكم بأكثر من 2000 مليار دولار كميزانيات، أي ما يزيد حجمه على حجم سائر الديون التي تجمعت على الدول النامية خلال 50 سنة وتثقل كاهلها بأعباء سنوية تجعلها عاجزة عن تخصيص شيء من عائداتها للتنمية المحلية¹⁵.

ثانيا- تغير بيئة الاستثمار وحركة رؤوس الأموال:

في الثمانينات بدأت بلدان كثيرة في إزالة القيود المفروضة على حركة رؤوس الأموال وفي تبني سياسات شجعت الاستثمار الأجنبي المباشر، و عزز ذلك انخفاض تكلفة النقل والإنجازات الملموسة في تكنولوجيات الاتصال ومعالجة المعلومات واندماج أسواق السلع ورؤوس الأموال.

وعندما بدأت البلدان ترحب بالاستثمار الأجنبي المباشر و ازدادت سهولة عقد الصفقات التجارية عبر مسافات طويلة، اتجهت الشركات إلى إعادة تنظيم أنشطتها، فكسرت سلسلة القيمة المضافة و أنشأت مرافق إنتاج بمختلف الأسواق، و سمح هذا التكاثر لشبكات الإنتاج للمؤسسات بان تخصص و تركز جهودها في الأبحاث و تستفيد من مهاراتها الإدارية والتسويقية النادرة، كما عززت الانفتاح الناشئ عن تحرير التجارة و إلغاء الحواجز أمام حركة رأس المال. و أصبحت حركة رؤوس الأموال تخضع للمعايير التالية³:

1- التطور التكنولوجي في الاستثمارات المنتجة و في البحث والتطوير ونمو المنافسة و أشكالها وأكثر من ذلك الاتفاقات الاقتصادية الخاصة بالاقتصاد العالمي نفسه والخصائص الاقتصادية والاجتماعية والسياسية للاقتصاديات الوطنية وأنواع التدخل العمومي التي تؤدي إلى حماية الأسواق و المنتجين الوطنيين، أي العوامل السياسية والحكومية من جهة و العوامل المرتبطة بالأسواق والطلب من جهة ثانية.

2- نشاط المؤسسة وطبيعة منتجاتها و طبيعة نظامها الإنتاجي ومدى تحكمها في وفرات الحجم وتقسيم الأخطار الجغرافية و البحث عن قدرة أعلى للسوق وثموقعها الأول في الخارج وتاريخ النمو الدولي الذي يفسر مرورها من استراتيجية محلية إلى استراتيجية عالمية.

3- الحواجز الجمركية والقانونية على التبادل الدولي التي تعتبر إحدى العوائق الأساسية للعولمة.

4- تحسن وسائل النقل وتوحيدها مما سهل الاستراتيجية العالمية على المؤسسات خاصة من خلال تخفيض تكاليف ومدة النقل مما سمح للمؤسسات بتجميع مراكز الإنتاج دون إنقاص شعاع انتشار منتجاتها ، عموما شكلت شبكات الاتصال ونقل السلع والمعلومات هياكل قاعدية ضرورية للعولمة.

5- تجانس الطلب العالمي، يعتبر شرط ضروري للمؤسسات التي تريد أن تتعولم لأنه يساعد على تنميط أنشطتها على شعاع عالمي، لان الطلب على السلع والمنتجات غالبا ما يختلف تبعا للتقاليد الثقافية وعادات الاستهلاك من بلد لآخر.

6- تسجل ظاهرة انخفاض دورة حياة المنتج في العديد من النشاطات الإنتاجية هذه الظاهرة حساسة خاصة إذا تضمن قطاع النشاط تكنولوجية عالية وإذا كان قسم رقم الأعمال المخصص للبحث و التطوير كبيرا جدا، فزيادة تكاليف البحث والتطوير للمؤسسة يقودها إلى جعل استثماراتها التكنولوجية ذات مردودية كبيرة والى زيادة عدد زبائنها المحتملين والسيطرة على مناطق نشاطها وجعلها أكثر تخصصا مما يرفع من متطلبات الدخول في قطاعها السوقية.

7- إضافة إلى ذلك فان وفرات الحجم، أي تخفيض متوسط التكلفة للوحدة المنتجة بسبب زيادة حجم الإنتاج، يعتبر معيار قوي للعولمة، طبيعيا وفرات الحجم تختلف حسب نوع المنتج و النشاط و تبعا لمرحلة سلم القيمة للمنتج، وهذا ما يعزز الاتجاه نحو الاستثمارات الثقيلة جدا ذات التجهيزات كبيرة الطاقة الإنتاجية مما يسمح بتخفيض تكلفة الوحدة الإنتاجية خاصة عند اللجوء إلى التكنولوجيا الحديثة جدا، و هذ ليس

ممكنا إلا بشرط القدرة على إدخال هذه الكميات الكبيرة المنتجة إلى الأسواق العالمية الواسعة*.

ثالثا: تغير البيئة التسويقية للمؤسسة:

عندما تصبح المؤسسة ذات بعد عالمي أي تعمل في إطار عولمة اقتصادية يتحتم عليها تنسيق نشاطاتها مع طبيعتها الكوكبية، فانطلاقا من الميزة التنافسية التي تحصلت عليها في بلد المنشأ تعمل على توسيع الإنجازات في السوق العالمية والاستفادة من أنظمتها الداخلية الخاصة بالإنتاج ونظام المعلومات والدراسة السوق وتقنيات التسويق والسياسة التجارية والكفاءات والمهارات البشرية، ثم تقوم بالارتباط بالسوق العالمية بالاستفادة من وفورات الحجم لديها ومنه تخفيض تكلفة الانتقال مع الاستمرار في التحكم في نظام المعلومات بين وحداتها والتنسيق فيما يبينها من أجل تشتيت الأخطار النقدية والسياسية والتصرف أمام الاضطرابات الممكنة وتحضير رد الفعل على المنافسة ويجب عليها أن تستفيد إلى أبعد حد من المزايا التي تمتلكها مسبقا⁴.

في ظل العولمة الاقتصادية تحاول الكثير من المؤسسات أن تفرض منتجاتها كمييار أو كمرجع في كامل السوق العالمية عن طريق الاعتماد على السلع ذات الاستهلاك الواسع وكأن ذوق المستهلكين خاضع لمعايير عالمية، إن هذه الفكرة اعتمدت كاستراتيجية لبعض المؤسسات الكبرى مثل COCA-COLA و McDonald's حيث يظهر التسويق لديها على أنه الوظيفة الاستراتيجية الجوهرية للمؤسسة لأنه عندما تصبح المؤسسة ذات بعد عالمي فإن نشاط حقل التسويق يصبح واسع جدا حيث يتميز بدرجة تفاعل مختلفة جدا مع المومنين والزبائن ومع أسواق واسعة ومختلفة ذات متطلبات جديدة ومختلفة¹⁰، وأهم التغيرات التي مست البيئة التسويقية هي⁵:

(*) نلاحظ ارتفاع نصيب البلدان النامية من إجمالي التجارة الدولية من 23% إلى 29% ما بين سنة 1995 وسنة 2000. وتم تداول كل أشكال راس المال على نطاق واسع وبكميات أكبر كثيرا مما حدث في أي وقت سابق و تلقت البلدان النامية استثمارا أجنبيا مباشرا (صافيا) قدره 155 مليار دولار في 1998 وهو ما يمثل 16 ضعف المبلغ الذي تلقت في 1990 وهو ما يظهر حجم شبكات الإنتاج العالمية من حجم التجارة التي يتدفق عبرها حوالي ثلث الإجمالي وتمثلت نتيجة أخرى أقل جاذبية من نتائج العولمة في الانتشار السريع للموارد المسببة للأمراض والملوثات التي يتأثر بها كل الناس على ظهر الأرض.

1- **تغير دور وظيفة التسويق** يمكن التطرق إلى هذه المسألة من عدة جوانب أهمها الهيكل التنظيمي لدائرة التسويق داخل المؤسسة الناتج عن العديد من المحددات الداخلية الخارجية أهمها تركيبة وديناميكية محيط المؤسسة، نوع العلاقات مع الزبائن، درجة الارتباط مع التنظيم، خصائص المنتج أو المنتجات، الطبيعة التكنولوجية، الخصائص التنظيمية (المسيرين، ثقافة المؤسسة، الاستراتيجية..) درجة الارتباط بين بقية المديرية في المؤسسة.

2- **المخاطر والتحديات:** فمن بين النتائج الهامة للعولمة الاقتصادية هو وقوع جميع المؤسسات في مواجهة تنوع هائل من الزبائن و عولمة الأسواق ودخولها في مرحلة تنافس شبه كلي، وأصبح مسؤولي التسويق أمام واقع يفرض عليهم التعرف على المعالم السياسية والجغرافية والثقافية والاجتماعية وحتى المناخية لجميع دول العالم، وأصبح مفهوم المنافسة أكثر اتساعاً حيث أصبح يعني منافسة المؤسسة في السوق الدولية قدرتها على كسب وتحقيق زبائن على المستوى العالمي بالتطوير المستمر للميزات التنافسية ولقيمة هذه الميزات في نظر الزبائن وتحديد الشروط التقنية والاقتصادية والاجتماعية لمنتجاتها ولطريقة تسويقها، وفي ظل هذه الظروف يصبح التسويق في الدول المتطورة قبل كل شيء تسويقاً للإبداع وللمبادرات وتسويق قدرات التكيف المستمر مع خصوصيات الزبائن ومحيطهم، لذلك يصبح النشاط التسويقي كله محل اختبار من حيث كثافته وفعاليته واندماجه في التطور ومساهمته الفعلية في الوصول إلى تحقيق مستوى تنافسية شاملة تطابق الظروف الحالية للمنافسة الدولية.

3- **تكيف تواجد المؤسسات في السوق الأجنبية:** إن أهم سمات العولمة- كما رأينا- وهو تحرير التجارة في السلع والخدمات والتدفق المتزايد غير المقيد لرؤوس الأموال عبر الحدود، كما أن ظروف العولمة تحتم على المؤسسات في العالم الثالث (الجزائرية) البحث عن أسواق أجنبية لمنتجاتها وذلك في سبيل امتلاك موارد مالية بالعملة الصعبة، فأحد أكبر التحديات التي تفرضها العولمة هو تغير هيكل المبادلات التي تتم مع الدول الأكثر تصنيعاً وظهور المنافسين الجدد وتوجه الصادرات نحو المنتجات الجاهزة وابتعادها شيئاً فشيئاً عن المواد الخام والمواد الأولية ذات القيمة المضافة الضعيفة وهذا بسبب التحكم المتزايد في أسعار هذه المنتجات من طرف الدول المستوردة الأكثر تصنيعاً، لهذا يصبح على هذه المؤسسات أن تمتلك القدرة على امتلاك صناعة تحويلية من جهة وخبرة كبيرة لغزو الأسواق الأجنبية من جهة ثانية.

4- التكيف مع صعوبات التسويق الدولي: من أهم هذه الصعوبات هي¹²:

- **تقلب البيئة الخارجية**؛ و تعرف البيئة الخارجية بمختلف أبعادها السياسية والاقتصادية والاجتماعية، تغيرات متسارعة، الشيء الذي يحتم على المؤسسة مسايرتها، و من أهم معالم هذا التغير و التقلب هو حركية الإبداع المتسارعة حيث أصبح الإبداع التكنولوجي سمة من سمات العصر، و مثل هذه الحركة تتطلب من المؤسسات بذل جهود ضخمة و كبيرة في مجال البحث و التطوير مع ما يستتبع ذلك من ضرورة توفير إمكانيات مالية و بشرية كبيرة و مثل هذه الإمكانيات هي أكبر بكثير من قدرات مؤسسات العالم الثالث و من بينها المؤسسات الجزائرية.

- **مشكلة تنوع الأسواق**: تنوع الأسواق الخاصة بالتسويق الدولي يتطلب طرق و أنظمة خاصة، فلا يمكن إتباع سياسة واحدة، فالمستهلك العالمي غير موجود و المنتج العالمي هو كذلك غير موجود، يجب إذن القيام بمواجهة مشكلة تنوع الأسواق بتقسيمها حسب خصائصها المختلفة مثل تنوع الثقافات و اختلاف مستويات النمو الاقتصادي من دولة إلى أخرى. فالقيام بالتقسيم الدولي للأسواق يمثل بالنسبة للمؤسسة أكثر من إجراء بسيط لتقسيم جغرافي للأسواق، و لكنه يعني اتخاذ قرارات هامة على مستوى اختيار الأسواق و سياسات التسويق الخاصة بالمنتج وتوجه التنمية في المؤسسة. فتحديد معايير مناسبة لكل أنواع الأسواق المدروسة هي أكبر صعوبات العملية، يجب إذاً القيام بتحليل القطاعات على مستوى جدّ مجزأ وهو ما يسمح بالمقارنة، وإيجاد نقاط مشتركة وتجميعها.

5- التكيف مع ظروف تواجد المؤسسة في السوق الأجنبية⁹:

إن ظروف العولمة الاقتصادية تفرض على مؤسسة العالم الثالث عموماً والمؤسسات الجزائرية خصوصاً التفكير في تدويل نشاطها حتى تضمن تواجداً في السوق الأجنبية لأنها المؤهلة لضمان الاستمرار في تحقيق الأرباح والتوسع على الأسواق وعلى المنافسة و عموماً أمام المؤسسة عدة اختيارات لتواجدها في السوق الأجنبية، أن متطلبات التواجد في السوق الأجنبية قد لا تتوفر في أغلب مؤسسات الدول النامية وقد يرجع هذا بالأساس إلى الخبرة والتجربة المنعدمة تقريباً في هذا المجال من جهة والقدرات المالية والتسويقية من جهة ثانية والتي لا تتناسب مع المتطلبات الاستثمارية والتسويقية في الخارج خاصة مع الانتشار الواسع للشركات متعددة الجنسيات وقدراتها الكبيرة في التحكم في المنافسة السعرية والمنافسة بالمنتجات عالية الجودة والتي تخضع للمقاييس العالمية الخاصة بجودة الإنتاج،

لذلك ومن بين أشكال الدخول الممكنة قد لا يكون بإمكان المؤسسات الراغبة في التوسع على السوق الخارجة الاعتماد على المسارات التي تتطلب حجم راس مال صغير أو متوسط وتكون درجة المخاطرة منخفضة، ودرجة السيطرة على السوق والعمليات مرتفعة، والمعلومات التسويقية متوفرة بكثرة. لذلك نقترح في هذا المجال على المؤسسات الجزائرية التي تريد العمل في الأسواق الأجنبية الاعتماد على التصدير المباشر أو إمضاء اتفاقيات الوكالة وعقود التوزيع والمشاركة في المعارض الدولية كما يمكنها في مرحلة ثانية الاعتماد على عقود الترخيص وعقود الامتياز بالنسبة لبعض الشركات الخدمية لان مثل هذه الخيارات تخفف إلى حد ما من آثار العولة الاقتصادية السلبية على نشاط المؤسسة الجزائرية في الخارج *.

6- تكييف المزيج التسويقي كشرط للبقاء في السوق الأجنبي: 10

عندما تنشط المؤسسة في السوق الدولي يصبح على مسئولي التسويق البحث في كيفية الاستمرار في جذب المشتري الأجنبي، و ذلك بالقيام بتغيرات مناسبة في المزيج التسويقي، قد تتراوح هذه التغيرات بين التغير البسيط على مستوى أحد عناصر المزيج إلى التغير الجوهري الكبير الذي يمس كامل المزيج التسويقي، إن هذا التكييف يتم أحيانا في الحسبان الأرضية الأجنبية التي تعمل فيها المؤسسة. و مهما تكن هذه الأرضية فلا بد من إحداث تكييفات مناسبة خاصة على مستوى المنتج و الإعلان، نظراً للاعتبارات الإستراتيجية لهذين المتغيرين.

رابعا: تغير البيئة التكنولوجية للمؤسسة:

لكي نفهم لماذا و كيف ستتأثر المؤسسات والأنظمة الإدارية. يمثل هذا العمق من المفيد أن نبحث أولا التأثير الهائل للاقتصاد الرقمي على الأعمال، وبعيدا عن أن تكون التكنولوجيا المعتمدة على الإنترنت مجرد جولة أخرى من إعادة التنظيم أو مجرد الأخذ بأحدث موجة في نظرية الأعمال، فإنها تفرخ نماذج أعمال جديدة تعلن وفاة شركة العصر الصناعي، نلاحظ اليوم سقوط تلك الحواجز التي كانت تحول دون إبرام ترتيبات أكثر مرونة بين الموردين وشركاء البنية الأساسية وحتى العمل لان التكنولوجيا الحديثة مكنت

(*) وتبقى مشروعات المناطق الحرة خيارا ممكنا رغم وقوعه في مجال نشاط الشركات العالمية القوية نظرا لانتشار مثل هذه المناطق في بعض الدول النامية وخاصة العربية منها.

من حذف وتقليص الكثير من علاقات الاتصال التقليدية في جميع المجالات الاقتصادية والعلمية، وتحسين وتخفيض تكاليف الاتصال عموماً والاتصال التجاري خصوصاً، وتميز ميزة الاتصال المدارة بالإنترنت في أن تكلفة المعاملات لمثل هذا النشاط تنخفض إلى الصفر تقريباً عندما يزيد مدى وسرعة الاتصالات زيادة أسية وعندما تصبح الأدوات أقوى. لذلك نجد أنفسنا اليوم أمام نوع جديد من التجارة لم يشهد العالم مثيلاً له من قبل يسمى بالتجارة الإلكترونية، وإذا كان هذا النوع من التجارة أصبح اليوم يمارس استقطاباً عالمياً متزايداً فهو لا يمثل إلا أحد أهم مظاهر الاقتصاد الرقمي الذي يدعو إلى التفكير وبجدية في أنظمة الإدارة الحالية ومدى توافقها مع هذا النوع من الاقتصاد الذي يفرض مجموعة من التكييفات لهذه الأنظمة يمكن أجازها فيما يلي:⁸

1- يجب على الشركات في الدول النامية إدخال إصلاحات واسعة النطاق على الاستراتيجيات المتبعة وخاصة تلك المتعلقة بالاتصالات التجارية وطرق البيع والتمويل والإشهار التجاري ومختلف الاستراتيجيات ذات البعد العالمي والموجهة لمواجهة المنافسة على شعاع عالمي خاصة، كما يجب إدخال الإصلاحات المناسبة على الهياكل التنظيمية حتى تتلاءم مع متطلبات التجارة الإلكترونية المعتمدة على تجهيزات ذات تكنولوجيا دقيقة وجد متطورة، إضافة إلى ذلك يجب تعديل كامل العمليات التقنية والفنية وحتى المحاسبية كثيرة التكرار استجابة لخصائص الاقتصاد الرقمي.

2- إن الميزة التنافسية التي تستند اليوم على وفرة الحجم والانتشار الواسع في الأسواق وخاصة العالمية منها، سوف تتراجع لتفسح المجال للميزات التنافسية التي تستند أكثر من ذي قبل على السرعة والمرونة، حيث تصبح المؤسسات التي لها قدرة عالية على تلبية الطلب في الوقت المناسب وبالشكل المطلوب هي المؤهلة على احتلال موقع الرائد في الاقتصاد الرقمي، وعلى هذا فإن البيروقراطية الإدارية والهياكل القائمة بالقيادة والسيطرة وعمليات صنع القرار يقصر عمرها باستمرار مع زيادة الاعتماد على تقنيات ووسائل هذا الاقتصاد الزاحف.

3- إذا كانت الإشكالية الاقتصادية المبنية على مواجهة الندرة في الموارد قد احتلت الفكر والنشاط الاقتصادي لأجيال عديدة عاشت و لازالت في اقتصاد وفرة الموارد النادرة تصبح الآن بعض المجتمعات أمام اقتصاد وفرة المعلومات وليست وفرة الموارد النادرة ذلك أن تأثير المعرفة عبر الابتكار يغدو حاسماً على كامل النشاط الاقتصادي وتصبح المعرفة

الأصول الرئيسية لأي نمو اقتصادي أو اجتماعي، ومنه يتحول العالم من البحث و التصادم من اجل مصادر الموارد النادرة إلى البحث و التصادم من اجل السيطرة على اكبر قدر ممكن من مصادر المعرفة.

4- عادة ما تواجه الحكومات في مختلف أنحاء العالم ضغطا متواصلا من اجل تخفيض تكلفة تشغيلها و الحد من الدين العام و العجز و ترداد طلبات المجتمع في سبيل البحث عن تقديم خدمات متطورة و بأقل تكلفة ممكنة و بكفاءة و مرونة متزايدة، و تتقاطع هذه القضايا مع التقدم التكنولوجي و درجة التحكم فيه لان المستهلكين و دافعي الضرائب يعرفون بصورة متزايدة أن حكومات كثيرة هي عاجزة مقارنة مع القطاع الخاص عندما يتعلق الأمر بتوفير وسائل الراحة و الملاءمة و الكفاءة.

5- ارتفاع عدد المواطنين الرقميين، و اتساع إمكانية استعمال الكمبيوتر التي أصبحت اليوم واقعا ملموسا بالنسبة لملايين الأشخاص في مختلف أنحاء العالم و يزداد كل يوم المدى الذي تصل إليه التكنولوجيا الرقمية. و في ظل التكنولوجيا الجديدة المتميزة بالورية و التعاونية و الشمولية و التمكينية فانه سيتم طرح تحديا اكبر هو اتساع إمكانيات المشاركة مع اكتشاف المستهلكين الرقميين ما الذي يمكن عمله بالاتصال المباشر و ليس الاكتفاء بمجرد تطوير الاتصالات و تبادل المعلومات رغم أهميتهما إضافة إلى ذلك فان مثل هذا التحدي سوف يجعل من التفكير في تحسين الأداء الاقتصادي حتى يساير الأداء التكنولوجي .

6- أن المنافسة العالمية على الاستثمار و الإيرادات أفرزت قاعدة جديدة صالحة للمقارنة بين درجة التنمية الاقتصادية في مختلف دول العالم، إذ أصبح مقياس الاندماج الاقتصادي العالمي للدولة هو مدى اتساقها مع شركات تسعى لتحقيق النجاح في الاقتصاد الرقمي في الوقت الذي تغمر فيه المواطنين المعلومات التي تسمح لهم بمقارنة بلدهم مع أي بلد آخر في العالم حول أي إنجاز تقريبا * .

(*) حتى في بلدان تتمتع بأعلى مستويات انتشار التكنولوجيا تزايد فجوات غير مقبولة بين من يملكون الوسائل الرقمية و من لا يملكونها، متحدة قدرة الحكومة و دوائر الأعمال على حد سواء على التصدي للانقسام الرقمي الدولي المحلي بحلول حقيقية ذات معنى. و هذه القضايا ليست فوق طاقة إبداعنا على حلها غير أن من الضروري التصدي لها بصورة عاجلة، ذلك أنه في متناولنا إقامة أنظمة أعيد تنشيطها لتواكب العصر الرقمي، و عندما يقوم الشركاء من الأنظمة و المواطنين في الدول النامية بإعادة تحديد أدوارهم و إعادة مشاركتهم فيها فستكون النتيجة مؤسسات أفضل و أنظمة إدارة أفضل.

نتائج الدراسة:

ولعل أهم النتائج المستخلصة هو أن أكبر التحديات التي سيواجهها الاقتصاد العالمي هو الوصول إلى نمو اقتصادي عالمي عادل وتوزيع دخل متوازن بين مناطق الشمال والجنوب ومواجهة الفقر في كل أنحاء العالم، في إفريقيا جنوب الصحراء مازالت بحاجة إلى نمو أكبر وأكثر تواصلا واستمرارا لتخفيض الفقر السائد والمنتشر بها غير أن أداء النمو مازال يحد منه عدم كفاية البنية الأساسية وضعف الخدمات الهامة، والضعف الدائم في نظم التشريع والحوافز، وانخفاض المدخرات وهذه كلها أمور لا تشجع الاستثمار المحلي والأجنبي وتؤثر عكسيا على الإنتاجية. ولذا يجب أن تهدف السياسات إلى زيادة مستوى وكفاءة الاستثمار وإلى زيادة المدخرات الأجنبية والمحلية، فضلا عن ضرورة القطاع الخاص في قيادة هذه العملية، مع وجوب سيادة مناخ السلام الذي يتميز بالاستقرار السياسي والأخذ بالديمقراطية. وأشكال الحكومة القائمة على المشاركة، كما يستلزم الأمر القضاء على الصورة السلبية للدول النامية وتشجيع الاستثمار المحلي والأجنبي ويجب أن نبنى جدول الأعمال المتعلق بالسياسات للدول النامية في بداية القرن على التحسن الذي تم في السنوات القليلة الماضية عن طريق زيادة الإصلاح الهيكلي وتقوية الأسس للنمو المرتفع والمتواصل وهو ما يعتبر أمرا أساسيا إذا أرادت البلدان النامية أن تزيد من سرعة التنمية فيها وان تشارك على قدم المساواة في الاقتصاد العالمي.

ويقودنا التحليل السابق في هذا المقال إلى مجموعة من الحقائق أهمها:

- أهمية قطاع التجارة في النشاط الاقتصادي للدول العربية والنامية، والارتباط الكبير بين اقتصاديات الدول العربية وتطورات الأسواق العالمية وبالتالي حساسيتها الشديدة تجاه مؤشراتهما صعودا وهبوطا، ومن ثم مستقبل التنمية الاقتصادية واتجاه معدلات النمو الاقتصادي في الدول العربية، يتوقفان على قدرة هذه الدول على التعامل مع التطورات الاقتصادية في ظل معطيات تحرير التجارة العالمية واتجاهات العولمة، مع ما تحمله من احتمالات فقدان بعض المنتجات العربية لأسواق قائمة.

- الحاجة إلى توسيع القاعدة الإنتاجية للدول النامية مجتمعة وتطوير بنيتها، وبالتالي هياكل تجارتها الخارجية والحد من اعتمادها على صادرات المواد الأولية، وهي المنتجات الأكثر تعرضا لتقلبات الأسعار في المدى القصير وتدهور معدل التبادل في المدى الطويل.

- ان هناك عددا من الأسباب والمشاكل المحتملة لظاهرة العولمة الاقتصادية، والتي لا بد من التعامل معها او على الأقل التخفيف من حدتها وأثارها السلبية وغير المرغوب فيها على الأداء الاقتصادي في دول العالم الثالث عموما و الوطن العربي خصوصا.

- أن بعض هذه الظواهر نشأ منذ فترة ليست بالقصيرة ولا زال سائدا حتى الآن، بينما البعض الآخر قد ظهر حديثا لأسباب لعل أهمها عدم ملاحقة التطورات التي تحدث في مجال التجارة الدولية أو البيئة التكنولوجية، والاستفادة منها في تحسين الأداء الاقتصادي بالعالم الثالث.

الأستاذين:-نوري منير

كواش خالد

المراجع

- 1- عبد السلام أبو قحف، " إدارة الأعمال الدولية"، الطبعة الرابعة، مكتبة الإشعاع الفنية، مصر، سنة 1998.
 - 2- احمد عرفة و سمية شلي، "القرارات والاستراتيجيات التسويقية"، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2002.
 - 3- عادل المهدي، "عولمة النظام الاقتصادي العالمي ومنظمة التجارة العالمية"، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003.
 - 4- عادل المهدي، "التسويق الخارجي وتحديات المنافسة الدولية"، مطابع لوتس، مصر، 2002.
 - 5- فريد النجار، " إدارة منظومات التسويق العربي والدولي " مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 1999_1998.
 - 6- إسماعيل جبري عبد الله " الكوكبة الرأسمالية العالمية في مرحلة ما بعد الإمبريالية " ؛ المستقبل العربي؛ العدد 222 (أوت 1997)
 - 7- روبرت ي.غروس، "استراتيجية العولمة". ترجمة ابراهيم يحيى الشهابي، مكتبة العبيكان، المملكة العربية السعودية، 2001.
 - 8- بحوث وأوراق عمل الملتقى العربي الثاني "التسويق في الوطن العربي: الفرص والتحديات" 6-8 أكتوبر 2003 الدوحة قطر.
 - 9- محمد راتول، "تحولات الاقتصاد الجزائري-برنامج التعديل الهيكلي ومدى انعكاساتها على مستوى التعاملات مع الخارج"، مجلة بحوث اقتصادية عربية، العدد الثالث والعشرون، ربيع 2001.
 - ssentielle 10-BRUN Monique « La segmentation internationale des marchés une démarche pour l'entreprise"; Revue française de gestion, Nov. – Déc. N° 71, 1988
 - 11-Jaques Adda. La mondialisation de l'économie. 2. Problèmes. CASBAH éditions-Alger 1998.
 - 12-Kotler Philip. Dubois bernnard. Marketing management. 8^{eme} 2dition. France, Nouveaux horizon 1994
 - 13-Karim Nashashibi, FMI, algerie stabilisation et transition a l'économie de marche , Washington 1998.
- ### من مواقع الانترنت
- 14- الجزائر: الاقتصاد المنهك يوجب الحرب الأهلية تاريخ الإصدار: 2000/9/1 الكاتب: قدس برص الناشر: IOL.
 - 15- على غرار "الكوميسا"... سوق عربية مشتركة لدول شمال إفريقيا.الموضوع اقتصادي .النطاق الجغرافي: شمال إفريقيا.تاريخ الإصدار: 2000/30/1 .نوع المحتوى: تقرير.الكاتب: قدس برس.الناشر: IOL

Abstract

With the current repeating of the sentence globalization in the world, and lot's of discussing around the advantages and disadvantages of this phenomenon, and collapse the national state under the global economical reforms, where as the case of requirements to acclimatize with the globalization regarding the Arab countries and Algeria especially, from such different perspective. Like the marketing and enterprises working in that field.

ملخص

مع البئة الداخلية والخارجية مثل متطلبات التقسيم الدولي الجدد للعمل وزيادة الانفتاح في الاسواق والتوجه نحو تشكيل تكتلات اقليمية واقتصادية، وامتداد ظاهرة الشركات المتعددة الجنسيات وغيرها،....