

## الإجابة النموذجية في المادة التعليمية: الاستراتيجية الدولية

مسؤول المادة: د/ رمزي العباسي

### الإجابة الأولى: (05 نقاط)

1. لماذا ندرس هذه المادة التعليمية (الاستراتيجية الدولية) ؟؛ (1,75 نقطة)

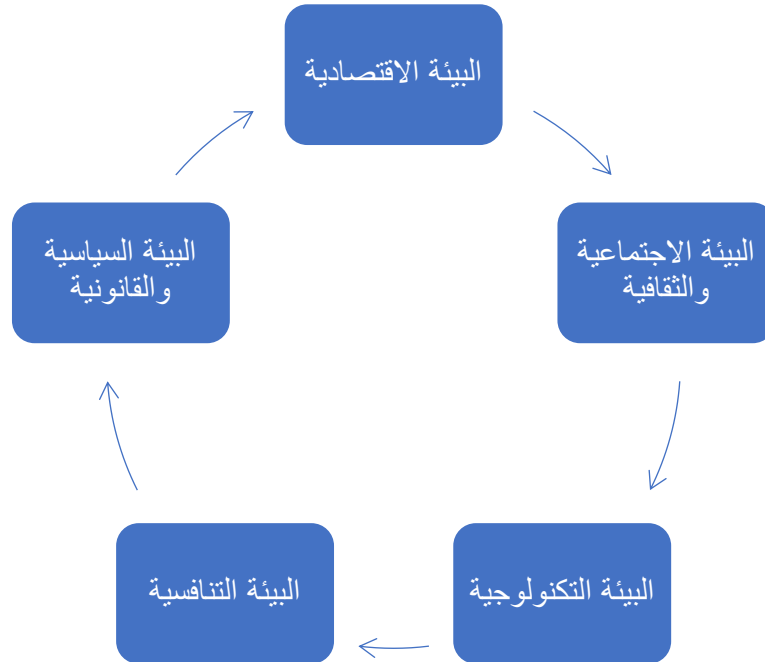
ندرس هذه المادة التعليمية بهدف جعل الطالب ملما بالجوانب المختلفة بالاستراتيجيات الدولية أو الاستراتيجيات الكبرى والعلاقات الدولية، وأنواع الاستراتيجيات الكبرى في مجال الأعمال والأسواق الدولية، فالشركة تعمل في مجال النشاط الدولي سوف تواجه نشاط لم يسبق لها التعامل معه كالاستيراد والتصدير وهو يختلف عما تعودت عليه من أنشطة عندما كان نشاطها يقتصر على نطاقها المحلي.

2. لماذا تسعى الشركات إلى المجال الدولي؟ (02 نقطة)

تهدف الشركات التي تسعى للتوسع في الأعمال الدولية إلى تحقيق هدفين رئيسيين:

- زيادة الحصة السوقية والمبيعات والإيرادات.
  - زيادة الأرباح، تحسين الموارد، الاستفادة من التنوع في المصادر والموارد، تخفيض أخطار المنافسة.
- لتحقيق هذه الأهداف بنجاح، يجب على الشركات تحليل الأسواق الأجنبية البديلة، وتقييم التكاليف والفوائد والمخاطر لكل منها، ثم اختيار السوق الذي يحمل أكبر إمكانات دخول.

3. وضح بشكل بياني عناصر البيئة الخارجية لبيئة الأعمال الدولية (دون شرح)؛ (1,25 نقطة)



## الإجابة النموذجية في المادة التعليمية: الاستراتيجية الدولية

مسؤول المادة: د/ رمزي العباسي

### الإجابة الثانية: (07 نقاط)

1. اختلافات "العرض" و"الطلب" كيف تأثر على تبادل السلع ما بين الدول في مجالات الأعمال الدولية؟؛

(03 نقاط)

هناك العديد من الأسباب التي تجعل الدول تتبادل السلع فيما بينها. وتُسمى هذه الأسباب في المؤلفات

"نظريات التجارة الدولية"

بشكل عام، يمكن تصنيف أسباب تجارة السلع بين الدول إلى فئتين:

- اختلافات العرض: أي الاختلافات في موارد الدول المادية أو التكنولوجية؛
- اختلافات الطلب: أي الاختلافات في تفضيلات المستهلكين.

نظرياً، عندما توجد اختلافات في العرض، يمكن لأي دولة أن تصدر الفائض من الإنتاج المحلي عن الطلب المحلي، أو إذا كان الطلب المحلي يتجاوز العرض المحلي، تستورد ما يكفي من المنتجات من الخارج لتلبية الطلب المحلي.

ومع ذلك، فإن الاختلافات بين العرض والطلب لا تقدم سوى تفسير نظري جزئي للتجارة الدولية. في الواقع، يجوز لأي دولة أن تصدر جزءاً من إنتاجها المحلي حتى لو لم يتم تلبية الطلب المحلي. وبالمثل، يمكن بيع السلع الأجنبية في الأسواق المحلية التي تعج حرفة بالمنتجات المحلية.

فرق السعر بين المنتجات المحلية والأجنبية هو مجرد عامل واحد يجب دراسته في هذه المواقف التي تبدو متناقضة. عادة ما تكون تفضيلات العملاء ورغبتهم في المنتجات الأجنبية تفسيرات أكثر أهمية.

بغض النظر عن أسباب تبادل السلع بين الدول، فإن حجم وأهمية أنشطة التبادل لبقاء الإنسان قد تسارعت بشكل يتجاوز تخيل أي شخص.

2. طرح الرئيس التنفيذي لشركة (asea Brown) في أوائل التسعينات شعار شهير: "التفكير عالمياً والتصرف محلياً" كتلخيص لمبدأ استراتيجية معينة، ماهي هذه الاستراتيجية؟ وما هو الفرق بينها وبين "الاستراتيجية الدولية"؟ (4 نقاط)

- استراتيجية الترشيح: في هذه الحالة، تنقل الشركة جزءاً أو كل نشاطها الإنتاجي للاستفادة من تكاليف أقل أو تشريعات أقل تقييداً، يستجيب جزء كبير من النقل إلى الخارج في آسيا لهذه الاستراتيجية، وهي أحد الاستراتيجيات العابرة للحدود، وتتميز بتدني تركيز قوة صنع القرار والتنسيق القوي للأنشطة المشتتة جغرافياً، وتحاول هذه الاستراتيجية التوفيق بين مزايا التقييس للأنشطة الأولية لسلسلة القيمة والتكيف مع أنشطة المصب، تعتمد على

## الإجابة النموذجية في المادة التعليمية: الاستراتيجية الدولية

مسؤول المادة: د/ رمزي العباسي

أنظمة سمات مختلفة لتحسين أنشطتها عبر قارة واحدة أو أكثر، وهي تعتمد على التجزئة الدولية للعمليات الإنتاجية للاستجابة لطلب المستهلكين حسب اختلافهم من حيث الاحتياجات.

### الإجابة الثالثة: (08 نقاط)

#### 1. أذكر الاستراتيجيات الدولية (دون شرح) على المستوى الوظيفي. (02 نقاط)

- استراتيجية إدارة الموارد البشرية الدولية؛

- استراتيجية التسويق الدولي؛

- استراتيجية إدارة المعرفة الدولية.

#### 2. ضع عنوانا مناسباً للشكل الموالي مع شرحه. (06 نقاط)

- العنوان: أشكال التواجد حسب معياري درجة الالتزام والتحكم. (0.5 نقطة)

وفقاً للشكل، تحدد الشركة طريقة دخولها وتواجدها في السوق الدولية وفقاً لبعدين أساسيين: درجة الالتزام ودرجة السيطرة.

- درجة الالتزام: تعتمد على الموارد المالية التي تملكها الشركة أو مستعدة لتعبئتها لكل مشروع، هذه هي أيضاً الموارد الفنية والإنتاجية والبشرية، وسائر الشركات الصغيرة والمتوسطة في المرحلة الأولى. (01 نقطة)

التدويل لا يمكن مقارنته بتلك الخاصة بالشركات متعددة الجنسيات، التي تسعى إلى التوسع الدولي لعدة

سنوات، يجب أن يبقى الاختيار بالطبع بما يتفق مع استراتيجية التنمية الدولية. (0.5 نقطة)

- درجة السيطرة: ترتبط ارتباط وثيق بمستوى الالتزام، المنطق هو أنه كلما زاد الاستثمار أهمية، يجب أن يكون مستوى التحكم مرتفعاً. (01 نقطة)

ووفقاً للشكل، يتضح أن الشركات قد تعتمد استراتيجيات بدون التزام مالي كبير مثل التصدير ودرجة تحكم ضعيفة مثل التصدير المباشر والغير مباشر، كما قد يكون مستوى الالتزام المالي متوسط ومستوى تخصيص الموارد (الإنتاجية والبشرية) التي تتطلبها دخول متوسط في الاستراتيجيات التعاونية مثل الامتياز، وفي بعض الحالات التزام مالي جد مرتفع ومنه ستفرض الشركة درجة سيطرة جد مرتفعة في حالات اعتماد إنشاء فرع إنتاجي في الأسواق الدولية المستهدفة. (03 نقطة)