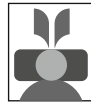


إدارة الأعمال الدوليّة

عصر التكنولوجيا

د. خالد عبد المنعم البستنجي



اليازوري

قائمة المحتويات

11.....	تمهيد
13.....	الفصل الأول: مفهوم الأعمال الدولية وطبيعتها
15.....	مقدمة:
16.....	مفهوم الاعمال الدولية وادارتها
16.....	اهمية ادارة الاعمال الدولية
17.....	خصائص الاعمال الدولية
17.....	أشكال وصور الاعمال الدولية
24.....	بيئة الاعمال الدولية
24.....	اولا: البيئة السياسية والقانونية
24.....	ثانيا: البيئة الثقافية والاجتماعية
24.....	ثالثا: البيئة الاقتصادية
25.....	رابعا: البيئة التكنولوجية
27.....	الفصل الثاني: التجارة الخارجية ونظرياتها
29.....	مقدمة
29.....	مفهوم التجارة الخارجية (الدولية)
30.....	اهمية التجارة الخارجية
31.....	الاسباب التي ادت الى قيام التجارة الخارجية
32.....	الاختلافات بين التجارة الخارجية والتجارة الداخلية
39.....	نظريات التجارة الخارجية
50.....	العوامل الحركية المؤثرة في قيام التجارة الخارجية
55.....	الفصل الثالث: السياسات التجارية الخارجية
57.....	المقدمة
57.....	مفهوم السياسة التجارية الخارجية
58.....	أدوات السياسة التجارية الخارجية
58.....	أهداف السياسة التجارية الخارجية

58.....	الانظمة الاقتصادية والسياسة التجارية الخارجية.....
60.....	سياسة حرية التجارة الخارجية.....
60.....	مبررات سياسة حرية التجارة الخارجية.....
61.....	سياسة الحماية التجارية الخارجية (القيود).....
62.....	مبررات سياسة الحماية التجارية الخارجية.....
63.....	سياسة الإغراق التجاري.....
63.....	أشكال الإغراق.....
64.....	السياسات التجارية في الدول النامية.....
64.....	خصائص التجارة الخارجية في الدول النامية.....
65.....	المشاكل التجارية في الدول النامية.....
67.....	الفصل الرابع: الدخول إلى الأسواق الناشئة والمتقدمة والتحالف الاستراتيجي.....
69.....	اولا: الدخول الى الأسواق الناشئة والمتقدمة.....
69.....	مقدمة.....
69.....	مفهوم الاسواق الناشئة.....
69.....	مفهوم الاسواق المتقدمة.....
70.....	قرار تحديد السوق الخارجي.....
71.....	الطرق المستخدمة لدخول الاسواق الخارجية.....
72.....	ثانيا: التحالفات الاستراتيجية.....
72.....	مفهوم التحالفات الاستراتيجية.....
72.....	خصائص التحالفات الاستراتيجية.....
73.....	مزايا التحالفات الاستراتيجية.....
74.....	عيوب التحالفات الاستراتيجية.....
74.....	شروط نجاح التحالفات الاستراتيجية.....
75.....	الفصل الخامس: سلسلة التوريد المحلية والدولية.....
77.....	مقدمة.....
77.....	مفهوم سلسلة التوريد.....
77.....	أهمية سلسلة التوريد.....
78.....	اهداف سلسلة التوريد.....
79.....	ابعاد سلسلة التوريد.....

81.....	سلسلة التوريد العلوية والسفلية.....
81.....	سلسلة التوريد المحلية وسلسلة التوريد الدولية.....
83.....	اثر سلاسل التوريد الدولية على الاسواق واسعار المنتجات.....
85.....	الفصل السادس: التسويق الدولي.....
87.....	مقدمة.....
87.....	نطاق السوق (مساحة السوق).....
88.....	مفهوم التسويق الدولي.....
88.....	الاختلافات بين التسويق المحلي والتسويق الدولي.....
89.....	أهمية التسويق الدولي للمنظمات.....
90.....	الأسباب التي تدعو المنظمات لتسويق منتجاتها دولياً.....
90.....	عناصر البيئة الدولية والتسويق الدولي.....
90.....	(1) البيئة السياسية والقانونية.....
91.....	(2) البيئة الاجتماعية والثقافية.....
91.....	(3) البيئة الاقتصادية.....
92.....	(4) البيئة التكنولوجية.....
92.....	بعض استراتيجيات التسويق الدولي.....
93.....	الفصل السابع: ميزان المدفوعات وسوق العملات الأجنبية.....
95.....	الاطار الاول: ميزان المدفوعات.....
95.....	مقدمة.....
95.....	مفهوم ميزان المدفوعات.....
96.....	اهمية ميزان المدفوعات.....
96.....	القيد المزدوج في حساب ميزان المدفوعات.....
97.....	هيكل ميزان المدفوعات (مكونات ميزان المدفوعات).....
98.....	التسجيل المحاسبي في ميزان المدفوعات.....
99.....	الاختلال الاقتصادي في ميزان المدفوعات.....
99.....	علاج الاختلال في ميزان المدفوعات.....
100.....	الاطار الثاني: سوق العملات الأجنبية Foreign Exchange.....
101.....	اهمية التعامل بالعملات الأجنبية.....
101.....	تحديد سعر الصرف التوازني للعملة.....

102.....	الطلب على العملة الأجنبية والوطنية.
105.....	الفصل الثامن: إدارة الموارد البشرية الدولية.
107.....	مقدمة.....
108.....	مفهوم إدارة الموارد البشرية الدولية.....
108.....	أهمية إدارة الموارد البشرية الدولية.....
109.....	استراتيجيات إدارة الموارد البشرية الدولية.....
110.....	العوامل والأسباب التي دفعت إدارة الموارد البشرية الى التوجه الدولي.....
111.....	أوجه الاختلاف بين إدارة الموارد البشرية المحلية ونظيراتها الدولية.....
112.....	أبرز التحديات التي تواجه إدارة الموارد البشرية الدولية.....
113.....	الفصل التاسع: موضوعات خاصة في الأعمال الدولية.
115.....	الاطار الاول: الشركات متعددة الجنسيات
115.....	مقدمة.....
115.....	مفهوم الشركات متعددة الجنسيات.....
115.....	أسباب نمو الشركات متعددة الجنسيات.....
117.....	استقطاب الاستثمارات الدولية المباشرة.....
117.....	معارضة الشركات متعددة الجنسيات.....
118.....	الاطار الثاني: المناطق الحرة.....
118.....	مفهوم المناطق الحرة.....
118.....	اهمية المناطق الحرة.....
119.....	الاطار الثالث: التجارة الالكترونية.....
119.....	مفهوم التجارة الالكترونية.....
120.....	الخصائص العامة للتجارة الالكترونية.....
120.....	اهداف التجارة الالكترونية.....
121.....	خدمات شبكة الانترنت.....
123.....	الفصل العاشر: الخصخصة والشراكة بين القطاعين العام والخاص.....
125.....	مقدمة.....
125.....	مفهوم الخصخصة.....
126.....	مبررات الخصخصة.....
126.....	اهداف الخصخصة.....

127.....	الخصخصة بين المعارض والمؤيد
128.....	مقومات نجاح برامج الخصخصة
129.....	العوامل التي تؤدي الى فشل الخصخصة
129.....	أساليب خصخصة المنظمات العامة
129.....	نبذة عن الخصخصة والشراكة بين القطاعين العام والقطاع الخاص
132.....	اهداف ومزايا الشراكة بين القطاعين العام والخاص
132.....	التحديات التي تواجه الشراكة بين القطاعين العام والخاص
133.....	الفرق بين الخصخصة والشراكة بين القطاعين العام والخاص
139.....	المراجع

الفصل الأول

مفهوم الأعمال الدولية وطبيعتها

مقدمة :

ان التقدم التكنولوجي والتطور السريع في عالم الاقتصاد وانفتاحه، ادى الى ظهور المفاهيم الحديثة المعاصرة كالعولمة والتجارة الالكترونية والمعرفة وغيرها في بيئة الاعمال، وما رافق ذلك من مرحلة الانتاج الكبير من خلال استخدام الآلات والمعدات المتطورة من جانب، ومن جانب اخر ظهور الدول الحديثة التي اصبحت تهتم في الحياة الاقتصادية في كل جوانبها سواء في السوق المحلي والسوق الخارجي، وسوق المنتجات وسوق النقد، جعل موضوع التجارة الخارجية والاعمال الدولية من المواضيع بالغة الاهمية فلا تقل اهميتها عن التجارة الداخلية.

ان التجارة الخارجية تلعب دوراً هاماً وتأثيراً كبيراً في تحقيق كفاءة الاقتصاد ورفاهية المجتمعات ، فهي توفر ما يحتاج اليه الاقتصاد من سلع ومواد لا تستطيع المنظمات العاملة في السوق المحلي توفيرها، وتساعد المنظمات العاملة في السوق المحلي ذات الانتاج الكبير في تصريف فائض الانتاج من خلال تصديره للأسواق الخارجية التي لها تأثير كبير على كفاءة النشاط الانتاجي ومستوى الاسعار ودخل الافراد، كما ولها تأثير على الاسواق النقدية من خلال التعامل بالعملات الاجنبية وتحركات رؤوس الاموال.

ان التجارة الخارجية هي من اوجدت الاعمال الدولية التي يجب العمل فيها بعلم ومهارة واتقان من خلال تطبيق وظائف الادارة على الصعيد الدولي، والتي تساعد المنظمات في المقدرة على اختيار السوق الخارجي الناجح، وتحديد له كيفية ووقت الدخول بعد اجراء الدراسة بالسوق الخارجي ووضع الخطط لذلك، وفي هذا الفصل سنوضح بعض الامور المتعلقة بالعمل الدولي.