

التسويق الدولي المستوى المتقدم





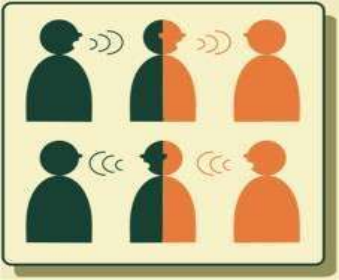
المحاضرة الأولى

القرارات الرئيسية في التسويق الدولي



تحديد ما إذا كنت ستذهب إلى العالمية

- العمل محلياً أسهل وأكثر أماناً.
 - لا نحتاج لتعلم لغة وقوانين أجنبية.
 - لا نحتاج للتعامل مع العملات غير المستقرة التي تواجه عدم الثبات السياسي والقانوني.
 - قد تكون أسواق الوطن راكدة ومتقلصة، حينها تقدم الأسواق الأجنبية مبيعات أعلى وفرص ربح.
- يجب أن تزن الشركة المخاطر وتجيب على العديد من الأسئلة حول قدرتها على العمل على مستوى العالم.



خطط التصدير

تحسين فعالية عملية تخطيط الصادرات

التخطيط الاستراتيجي عملية صعبة ولكنها تستحق.

النظر في الأسئلة التالية طوال العملية يحسن جودة التحليل:

- هل التصدير متناسق مع رؤيتنا ورسالتنا؟
- هل نعتبر أنفسنا مصدرين متقطعين أم منتظمين؟
- هل سيتم استخدام مواردنا بشكل أفضل في تطوير أعمالنا المحلية؟
- هل سيضع التصدير مطالب غير ضرورية على الإدارة والإنتاج والتمويل والتسويق (إنشاء أقسام جديدة)؟
- هل تدعم مزايانا الداخلية أنشطة التصدير (الجودة وأوروبا)؟

خطط التصدير

تحسين فعالية عملية تخطيط الصادرات

التخطيط الاستراتيجي عملية صعبة ولكنها تستحق.

النظر في الأسئلة التالية طوال العملية يحسن جودة التحليل:

- هل توفر أسواق التصدير المستهدفة مزايا الموقع (إلى أمريكا)؟
- هل يتناسب التصدير مع المزيج الحالي من قدرات وكفاءات الموارد؟
- ما هو أداء السعر النسبي للمنتجات المنافسة (التركي والثلاجات)؟
- ما هي تكلفة توصيل المنتج إلى الأسواق الخارجية (الخضار إلى فنلندا)؟
- هل تتجاوز الفوائد الاستراتيجية المالية للتصدير تكلفتها المباشرة وغير المباشرة؟

التجارة المكافئة Counter Trade

تعريف التجارة المكافئة:

تستخدم الأطراف للمتاجرة في المنتجات عبر المعاملات (التي تستخدم عملة أو ائتمان محدود) أو بدون عملة

لقد بادلت كوكا كولا بشرابها

• الجبن من الاتحاد السوفياتي

• البرتقال من مصر

• معجون الطماطم من تركيا

• البيرة من بولندا

• زجاجات المشروبات الغازية من المجر

التجارة المكافئة Counter Trade

- تبادل ماليزيا زيت النخيل بالأسمدة والآلات مع كوريا الشمالية وكوبا وروسيا.
- تفاوضت على صفقات مماثلة مع المغرب والأردن وسوريا وإيران.
- تستخدم تايلاند أكبر مصدر للأرز في العالم، صفقات الأرز مقابل النفط مع دول الشرق الأوسط.
- وبادلت بوينج عشر طائرات 747 مقابل 34 مليون برميل من النفط السعودي.

التجارة المكافئة

Counter Trade

أنواع التجارة المكافئة

- المقايضة: يتم تبادل المنتجات مباشرة لمنتجات ذات قيمة متساوية دون استخدام النقد أو الائتمان (الأمثلة السابقة).
- الشراء المضاد: تبيع الشركة منتجات إلى بلد أجنبي، وتتعهد بإجراء شراء مستقبلي لمنتج معين مصنوع في ذلك البلد.
- إعادة الشراء Buy Back: يوافق مورد المعدات على قبول الناتج المستقبلي الناتج عن الاستثمار كدفعات مالية.

التجارة المكافئة Counter Trade

على سبيل المثال: قد يتم سداد مصدر المعدات لمصنع كيميائي مع إخراج المصنع الذي "باع" الجهاز لمالكه (السيراميك).

- العوض / الإزاحة: يبيع المٌصدر المنتجات نقداً، ثم يقوم بمساعدة المستورد على إيجاد فرص لكسب العملة الصعبة.

- التبديل: تبيع شركة إلى أخرى التزامها بشراء شيء ما في بلد أجنبي. عادة يتضمن الترتيب تبادل الوثائق ووجهة البضائع أثناء نقلها.

تحديد الأسواق التي تدخل إليها



يجب على الشركة تحديد:

- أهدافها وسياساتها التسويقية.
- حجم المبيعات الأجنبية التي تريدها.

عملية المسح

لماذا استخدام المسح؟

دراسة ومقارنة الدول حول المؤشرات العامة للفرص والمخاطر.

المسح والتحليل التفصيلي

أولاً: أنواع المعلومات التي تم جمعها نعم أم لا:

- هل تسمح الدولة بملكية الاستثمار الأجنبي المباشر FDI بنسبة 100%؟
- الإحصاءات المباشرة: "ما هو أعلى معدل ضرائب هامشية؟"
- تتوفر المعلومات المباشرة من جداول الضرائب.

المسح والتحليل التفصيلي

- مؤشرات غير مباشرة: "ما هي المبيعات المحتملة لمنتجي؟"
يجب أن تستخدم التقديرات مؤشرات غير مباشرة، مثل تلك التي تعتمد على نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي وحجم السكان.
- التقييم النوعي: "ما هي فلسفة القادة السياسيين المستقبليين بشأن التجارة الدولية؟"
تحليل مفصل (اليمن الراديكالي / ترامب مع الصين)



المحاضرة الثانية

الفرص: توسيع المبيعات

- العوامل الديموغرافية (مصر - المنتج الاقتصادي).
- العوامل الاقتصادية (الخليج - المنتج الغالي).
- عندما يكون التفاوت في الدخل مرتفعاً؛ تكون أرقام الناتج المحلي الإجمالي للفرد أقل معنى.

الفرص: توسيع المبيعات

- تقدير الطلب في بلد ما بناءً على الحالة في دول أخرى مماثلة.
- الطلب على الضروريات مقابل الكماليات (مصر قبل 2010).
- يشتري الناس الضروريات (الطعام) أولاً، وبالتالي تؤثر تكلفة الضروريات على الطلب على الاختيارات.
على سبيل المثال: اليابان.

الفرص: توسيع المبيعات

- **الاستبدال:** يمكن للمستهلكين استبدال منتجات أو خدمات معينة بشكل مختلف في بلد ما عن البلدان الأخرى.
في الهند أجبرت زيادة أسعار البنزين نسبة إلى أسعار الديزل شركات (مثل سوزوكي وتويوتا وجنرال موتورز) على تغيير مزيج إنتاجها من المركبات لتشمل نسبة أعلى من السيارات التي تعمل بالديزل.

الفرص: توسيع المبيعات

العوامل الثقافية والذوق

- مثل القيود الهندوسية على اللحوم في الهند.
- ولكن يحتاج المرء إلى فحص الأقسام الثقافية الفرعية، فهناك سوق كبير لبيع اللحوم الهندية بين الأشخاص الذين ليسوا هندوساً ولا نباتيين.

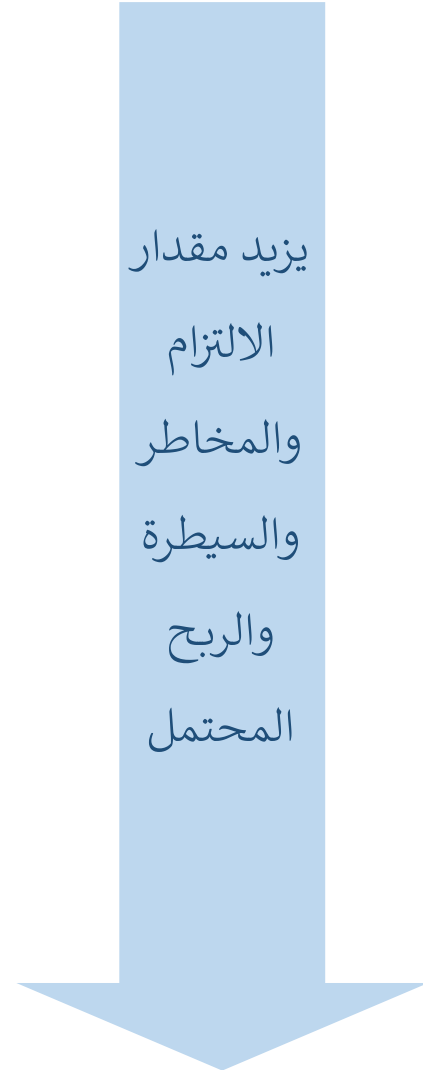
عوامل التحليل فيما يتعلق بالمخاطر

- قد تكون مخاطر إحدى الشركات فرصة لشركة أخرى (ثورة 25)
- المخاطر السياسية العالية: التي قد تترك الشركة أكثر عرضة للمخاطر التنافسية
- مثل إذا حققت شركة أخرى أرباحاً جيدة هناك (ليبيا).
- مثل نجيب ساويرس وكوريا الشمالية.

طريقة الانخراط في الأسواق الخارجية

- بعد اتخاذ قرار الاستثمار يجب تحديد طريقة التشغيل الدقيقة.
 - غالباً ما تعتمد المخاطر المتعلقة بالعمل في الأسواق الأجنبية على مستوى السيطرة التي تمتلكها الشركة، إلى جانب مستوى الإنفاق الرأسمالي الذي تجاوزه.
- فيما يلي طرق المشاركة الرئيسية:

استراتيجيات دخول السوق العالمية



يزيد مقدار
الالتزام
والمخاطر
والسيطرة
والربح
المحتمل

1. التصدير (مباشر / غير مباشر)
2. الوكيل / أو الموزع
3. الترخيص / أو الامتياز
4. التحالفات الاستراتيجية
5. المشروع المشترك Joint Venture
6. الدمج (Sony Ericson) والاستحواذ (fb)
7. الاستثمار المباشر (FDI)

تحديد كيفية دخول السوق

وضع دخول السوق "التصدير": أبسط طريقة لدخول السوق الأجنبية.

تصدير الفائض من وقت لآخر، أو الالتزام النشاط لتوسيع الصادرات إلى سوق معينة.

- التصدير غير المباشر: العمل من خلال وسطاء تسويق دوليين مستقلين (الخبرة والخدمات) مخاطر أقل.
- التصدير المباشر: يتعامل البائع مع الصادرات الخاصة بهم.

يمكن إعداد قسم للتصدير، أو فرع مبيعات خارجي أو إيجاد وكلاء أجنبى للقيام بالنيابة عن الشركة.

تصدير

- ينطوي التصدير المباشر على شحن البضائع بشكل مباشر إلى السوق الأجنبية، تستخدم الشركة التي تستخدم التصدير غير المباشر قناة / وسيطاً، والذي بدوره سينشر المنتج في السوق الخارجية.
- من وجهة نظر الشركة يتكون التصدير من أقل المخاطر، وذلك لأنه لم يحدث بالضرورة إنفاق رأسمالي، أو إنفاق أموال الشركة على الأصول الجديدة غير الجارية.
- وبالتالي فإن احتمال غرق التكاليف أو الحواجز العامة للخروج ضئيلة.
- على العكس من ذلك، قد تمتلك الشركة سيطرة أقل عند التصدير إلى سوق أجنبي بسبب عدم التحكم في توريد السلعة داخل السوق الأجنبية.

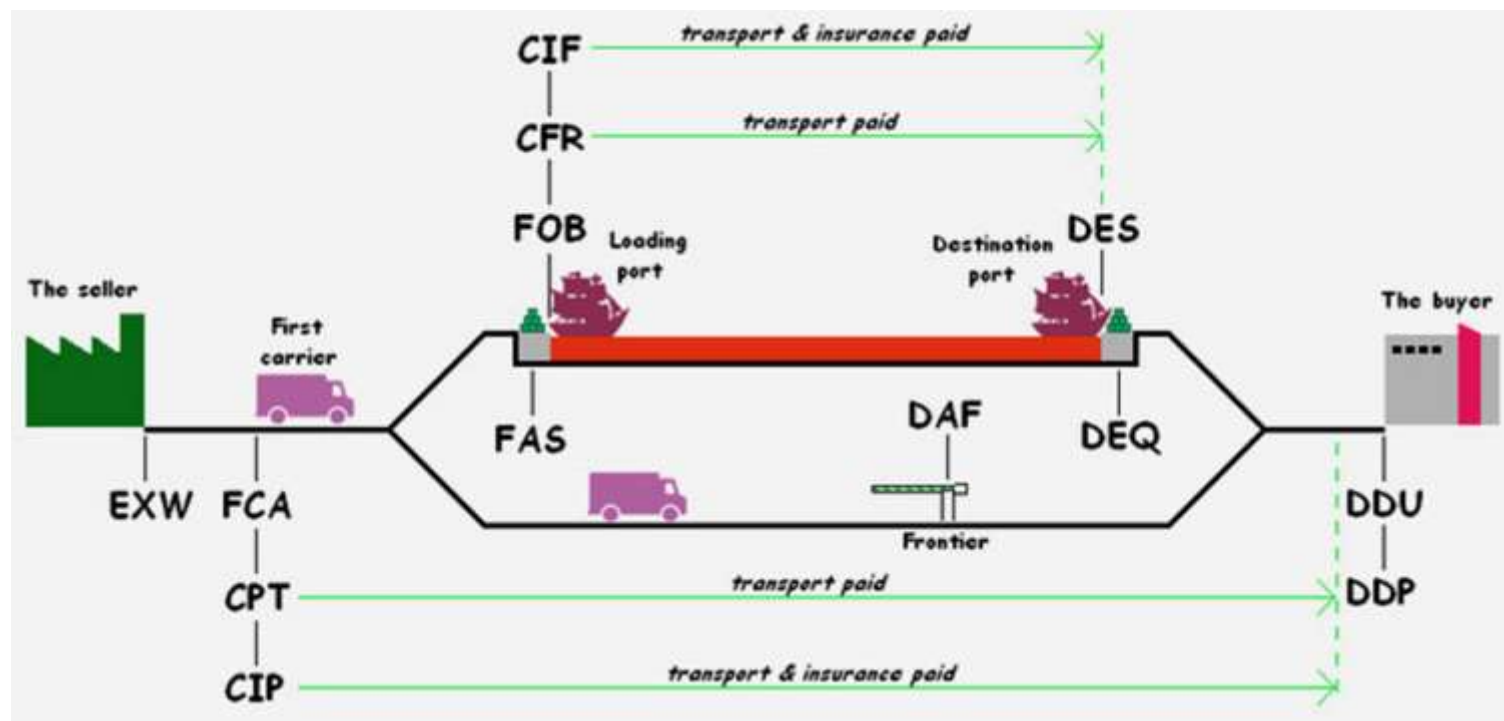
مناهج التصدير

- التصدير المباشر تباع مباشرة إلى وسيط مستقل: وكيل أو موزع أو بائع تجزئة.
- التصدير غير المباشر: تباع الشركة منتجاتها إلى وسيط مستقل في السوق المحلية، والذي يقوم بعد ذلك بتصدير المنتج إلى وكلائه الأجانب.

أي نهج نستخدم؟

- يمكن للشركة استخدام طرق مختلفة لتداول المنتجات المختلفة لخدمة الأسواق المختلفة.
- الإنترنت يجعل التصدير المباشر أسهل من أي وقت مضى.

مصطلحات التجارة الدولية





المحاضرة الثالثة

المستندات التجارية المطلوبة للتصدير

- هناك مخاوف كثيرة تحفز الحكومة على مراقبة أنشطة التصدير التي تتراوح من تتبع المعاملات إلى حماية الأمن القومي.
- هم عبء الإبلاغ عن التدفقات التجارية يقع إلى حد كبير على التاجر.
- نرى هنا مجموعة فرعية صغيرة من النماذج التي يكملها المصدرون للامثال للولايات المتحدة (الجمارك وحماية الحدود والأمن الداخلي).

المستندات التجارية المطلوبة للتصدير

- بوليصة الشحن: إيصال بالبضائع المسلمة للناقل المشترك ووثيقة ملكية- يحتاج العميل عادة إلى المستند الأصلي كدليل على الملكية قبل توليه الملكية.
- شهادة المنشأ: يشير إلى نشأة المنتجات، وعادة ما يتم التحقق من صحتها من قبل وكالة معينة محلياً، مثل غرفة التجارة- يساعد موظفي الجمارك على تحديد جدول التعريفات الجمركية المناسب.
- فاتورة تجارية: فاتورة للبضائع من المشتري إلى البائع تصف البضائع وعناوين المشتري / البائع والتسليم وشروط الدفع- تستخدمه الحكومات لتحديد قيمة البضائع عند تقييم الرسوم الجمركية.

المستندات التجارية المطلوبة للتصدير

- فاتورة القنصلية: في بعض الأحيان تطلب الدول مراقبة الواردات التي تستخدمها الحكومات لتتبع التدفقات التجارية.
- معلومات التصدير الإلكترونية: مستند التصدير الأكثر شيوعاً، حيث يصرح المصدر عن العناصر الرئيسية للمعاملات مثل الأطراف المعنية، والتواريخ، والمرسل إليه النهائي، ووكيل الشحن، والتدمير النهائي، ورصيف التحميل - يوفر إحصاءات التصدير ويثبط الرقابة على الصادرات.

المستندات التجارية المطلوبة للتصدير

- قائمة التعبئة التصدير: يقوم بتفصيل المادة في كل عبوة فردية، ويشير إلى نوع العبوة، ويتم إرفاقه بالخارج من العبوة - تستخدم من قبل الشاحن ومسؤولي الجمارك للتحقق من البضائع.
- الفاتورة الأولية: مستند من المصدر إلى المستورد يوضح شروط البيع والسعر والتسليم كما لو كانت البضاعة قد شحت بالفعل.
- إذا قبل المستورد الشروط والأحكام؛ فإنه يرسل طلب شراء ويرتب الدفع في تلك المرحلة، ويصدر المصدر فاتورة تجارية.

الحد من مخاطر التصدير

إجراء واستلام المدفوعات الدولية: هناك طرق دفع مختلفة متاحة لإعداد معاملة تجارية دولية:

- الدفع مقدماً: مخاطر عالية على المستورد
- فتح حساب (علاقة جيدة وطويلة)
- مخاطر عالية على المصدر
- النقد مقابل المستندات (CAD)
- DAP خطاب الاعتماد (تدفق المستندات والمدفوعات) التنازل عن المخاطر التي تواجه المستورد والمصدر، ولكن لا يضمن جودة السلع

ملخص عملية الدفع

- نحن MT799 : (جاهز لإصدار) RWA : MT760
- (جاهز لإصدار) MT 760 : (POP / PB شمال غرب) سعادة POP / PB : البنك:
- O. LC دفع سعادة: شيب. المستندات. البنك MT103 :

لماذا قد لا يكون التصدير والاستيراد كافيين

- تحديد موقع الإنتاج في بلد آخر - على عكس التصدير
- تمنع الحكومات استيراد المنتجات الأجنبية
- يفضل المشترون المنتجات القادمة من بلد معين
- يجب تغيير المنتجات والخدمات بشكل كبير
- تكاليف النقل مرتفعة للغاية
- الإنتاج في الخارج أرخص من المنزل

استراتيجيات دخول السوق العالمية

يزيد مقدار
الالتزام
والمخاطر
والسيطرة
والربح
المحتمل

1. التصدير (مباشر / غير مباشر)

2. الوكيل / أو الموزع

3. الترخيص / أو الامتياز

4. التحالفات الاستراتيجية

5. المشروع المشترك Joint Venture

6. الدمج (Sony Ericson) والاستحواذ (fb)

7. الاستثمار المباشر (FDI)

الوكيل والموزع

الوكيل (J&J & Blink)

شركات صغيرة / لا ملكية / تقوم على العمولة / لديك المزيد من التحكم / تأتي طلبات المبيعات / العملاء إلى المصدر من خلال الوكيل، ولكنهم سيقومون بعد ذلك بتسليم الفواتير وتحصيلها مباشرة من العملاء.

الموزع (توفير الوقود / ناغي)

شركات أكبر / يضع اسمه على المنتج / لديه مخزون حيث يدفع هو قيمة البضاعة / يتولى تحديد السعر / يتولى التسويق والبيع.

الترخيص والامتياز

الترخيص والامتياز التجاري

- مقابل رسوم أو حقوق ملكية المرخص له الحق في استخدام عملية التصنيع الخاصة بالشركة، والعلامة التجارية، وبراءة الاختراع، والأسرار التجارية، وما إلى ذلك.
- تقوم شركة كوكا كولا بتسويق منتجاتها دولياً من خلال ترخيص عبوات تعبئة الزجاجات حول العالم وتزويدها بالشراب اللازم لإنتاج المنتج.

الترخيص والامتياز

الامتياز التجاري	رخصة	
عادة ما يكون لمانح الامتياز ضوابط تشغيلية أكثر صرامة ويصف (باستخدام دليل العمليات) كيف يقوم الممنوح له بإدارة أعماله التجارية	عادةً ما يكون للمرخص القليل من التحكم التشغيلي أو معدوم فيما يتعلق بكيفية تسويق المرخص له وتوزيعه أو استخدامه للمنتج المرخص	السيطرة على العمليات
يقدم مانح الامتياز تدريباً مكثفاً على تشغيل الأعمال ككل، كما يتم تقديم الدعم المستمر، وعادة ما يأخذ شكل زيارة شهرية من ممثل الامتياز	يقتصر التدريب والدعم عادةً على معرفة المنتج	التدريب والدعم
رسوم الامتياز المبدئية والمستمرة المستحقة: رسوم الامتياز مقدماً، رسوم خدمة الإدارة الشهرية، مساهمة صندوق التسويق الوطني على أساس شهري	عادة ما يتم دفع رسوم الترخيص المستمر	الرسوم

التحالف الاستراتيجي

التحالف الاستراتيجي Apple و IBM على حد تعبير IBM كل شيء جديد

- "Apple تجمع بين التحليلات والحوسبة على مستوى المؤسسة من IBM مع تجربة المستخدم الأنيقة لأجهزة iPhone و iPad لتقديم مستوى جديد من القيمة للشركات".
- جوجل والاندرويد.

المشروع المشترك Joint Venture

- المشروع المشترك هو جهد مشترك بين كيانيين تجاريين أو أكثر بهدف تحقيق المنفعة المتبادلة من نشاط اقتصادي معين، غالباً ما تفرض بعض الدول أن تكون جميع الاستثمارات الأجنبية داخلها من خلال مشروعات مشتركة (مثل الهند وجمهورية الصين الشعبية).
- **عقد تصنيع:** حيث تتعاقد الشركة مع الشركات المصنعة في السوق الخارجية لإنتاج المنتج أو تقديم الخدمة.

المشروع المشترك Joint Venture

- التعاقد الإداري: حيث تتعاقد الشركة مع الشركات المصنعة في السوق الخارجية لإنتاج المنتج أو تقديم الخدمة.
- ملكية مشتركة: التي تنضم فيها الشركة إلى المستثمرين في السوق الأجنبية لإنشاء شركة محلية تشارك الملكية والسيطرة المشتركة على سبيل المثال: كنتاكي اليابان.

• May involve more than 2 companies / not equal percent (Maraa3i + Pepsi = Baity)

الاندماج والاستحواذ

- الاندماج: سوني إريكسون هي مشروع مشترك بين Sony وشركة Ericsson السويدية.
- إريكسون في 16 فبراير 2012: حصلت شركة Sony على حصة Ericsson في المشروع، وأعادت تسمية الشركة تصنيع سويدية لمعدات الاتصالات، بينما سوني هي شركة تصنيع هواتف محمولة.
- اعتادت شركة Ericsson على الحصول على الرقائق من Philips ولكن في مارس 2000 دمر حريق منشأة إنتاج Philips.
- وفي مواجهة النقص الحاد في الرقائق طُلب من Ericsson تشكيل مشروع مشترك مع Sony (Sony-Ericsson).

الاندماج والاستحواذ

- الاستحواذ: شركة باسم Sony Mobile Communication
الاستحواذ: للحصول على بعض الموارد الحيوية التي قد تكون نادرة أو يصعب تأمينها (السويدي)
أو للتنوع / أو للتكامل الأفقي.
- التأجير: تأجير بعض الأصول في الخارج شائع في صناعة الضيافة، وعقد الإيجار هو عقد يحدد الشروط التي بموجبها يوافق أحد الطرفين على تأجير الممتلكات المملوكة لطرف آخر، والمدفوعات المنتظمة لفترة محددة في التبادل.

الاستثمار الأجنبي المباشر FDI

دخول السوق الأجنبية من خلال تطوير منشآت تجميع أو تصنيع في الخارج.

مزايا

قد يكون للشركة تكاليف أقل في شكل عمال أو مواد أولية، وحوافز حكومية أجنبية، ومدخرات شحن. الشركة قد تحسن الصورة عن طريق خلق فرص عمل.

سلبيات

قد تواجه الشركة العديد من المخاطر مثل القيود أو انخفاض قيمة العملات أو هبوط الأسواق أو التغيرات الحكومية. الشركة ليس لديها خيار سوى قبول المخاطر.

الاستثمار الأجنبي المباشر FDI

في هذا الوضع ستقوم الشركة ببناء أصل ثابت / غير متداول مباشرة داخل بلد أجنبي بهدف تصنيع منتج داخل السوق الخارجية.

- التصنيع: غالباً ما يصنع مصنعو السيارات جميع الأجزاء داخل مصانعهم.
- التجميع: يشير التجميع إلى تجميع الأجزاء لبناء منتج نهائي.

الاستثمار الأجنبي المباشر FDI

- شركة Dell تمتلك مصانعها في دول خارج الولايات المتحدة الأمريكية، إلا أنها تجمع أجهزة كمبيوتر شخصية ولا تصنعها من الصفر، حيث تحصل على أجزاء من شركات أخرى، وتجمع الأجزاء المكونة للكمبيوتر الشخصي داخل مصانعها (مثل اللوحة الأم، والشاشة، ووحدة المعالجة المركزية، وذاكرة الوصول العشوائي، والبطاقة اللاسلكية، والمودم، وبطاقة الصوت، وما إلى ذلك).
- كما هو الحال مع أي نفقات رأسمالية يجب التحقق من عائد الاستثمار (المحدد بفترة الاسترداد، وصافي القيمة الحالية، ومعدل العائد الداخلي، إلخ) بالإضافة إلى تقدير أي تكاليف غارقة ذات صلة مع النفقات الرأسمالية.

الاستثمار الأجنبي المباشر FDI

عقود الإدارة

- Co. pay for managerial assistant that can manage its operation more efficiently than it can

• ريد بلوك للتصاريح / قناة السويس زمان

استلام على المفتاح

- usually industrial-equipment manufacturers, construction companies, or consulting firms. or when they are disallowed to invest

• شركة ايجوس المصرية تبني الفندق وتسلمه للماريوت



برامج التسويق العالمي

برامج التسويق العالمي

توحيد المزيج التسويقي

استراتيجية تسويق دولية لاستخدام نفس
المنتج والإعلان وقنوات التوزيع وعناصر
المزيج التسويقي الأخرى في جميع الأسواق
العالمية للشركة

المزيج التسويقي المعدل

استراتيجية تسويق دولية لضبط عناصر المزيج
التسويقي لكل سوق مستهدف دولي يتحمل
المزيد من التكاليف، ولكن على أمل الحصول
على حصة أكبر من السوق والعودة

برامج التسويق العالمي

الدولي والعالمي

- يمكن للشركات اعتماد نفس استراتيجية الاتصال التي استخدمتها في السوق المحلية أو تغييرها في كل سوق.
- مثل تغيير الألوان في بعض الأحيان لتجنب المحرمات في بلدان أخرى:
- يرتبط اللون الأرجواني بالموت في معظم أمريكا اللاتينية.
 - والأبيض لون حداد في اليابان.
 - والأخضر هو مرض الغابة في ماليزيا.

برامج التسويق العالمي

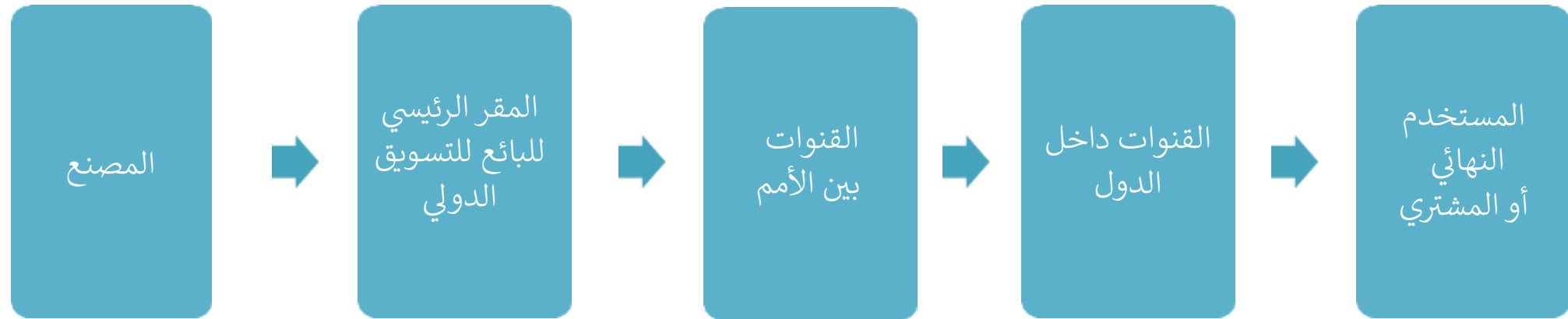


السعر

- قد تباع حقائب غوتشي مقابل 60 دولاراً في إيطاليا و240 دولاراً في الولايات المتحدة الأمريكية.
- الإغراق: سعر أقل من تكلفته.

البت في التسويق العالمي برنامج

قناة توزيع



مفهوم القناة الكاملة للتسويق الدولي

تحديد منظومة التسويق العالمي

تدير الشركات أنشطتها التسويقية الدولية بثلاث طرق مختلفة على الأقل:

- قسم التصدير
- التسويق الدولي
- ثم تصبح منظمة التسويق العالمية



شكراً لكم