

المحاضرة الخامسة: بيئة المفاوضات التجارية الدولية

أهداف المحاضرة: نرغب من خلال مجموعة من المحاضرات اللاحقة لمعرفة عناصر البيئة الخارجية للمفاوضات وأول هذه العناصر هي الإيديولوجية وتأثيرها على المفاوضات من خلال ما يلي:

- التعريف بالإيديولوجية؛
- إبراز أنواع وعناصر الإيديولوجية؛
- علاقة الإيديولوجية بالمفاوضات.



تمهيد:

من بين المتغيرات المعلومة المؤثرة بشكل كبير في المفاوضات التجارية الدولية ما يعرف بالإيديولوجية، والتي ستكون محور هذا الموضوع من خلال دراسة مفهومها وآلية تأثيرها في المفاوضات.

أولاً- تعريف الإيديولوجية:

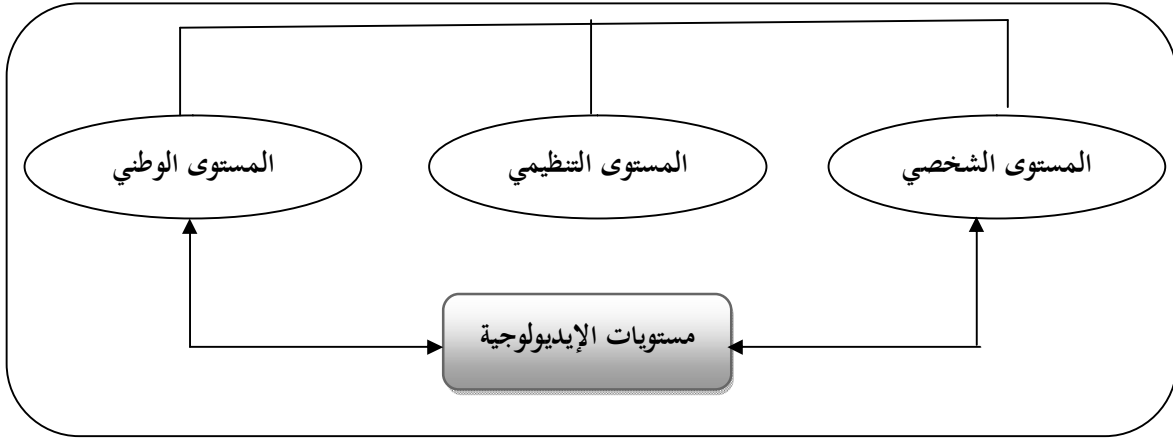
هي مجموعة من المبادئ والمعتقدات المنظمة والتي تفسر كيف يعمل المجتمع وما هو برنامج العمل السياسي الذي يجب أن يتبعه المجتمع، فالإيديولوجية هي التي تحدد الصواب والخطأ في السلوك الإنساني المتبنى من قبل المجتمع.

وتعتبر البيئة السياسية والقانونية من العناصر العامة ذات التأثير في المفاوضات الدولية، وتتكون هذه البيئة من مؤسسات النظام الحكومي وسياسات الدولة المالية والنقدية والخارجية وسياسة الدولة بالنسبة للاستثمار، كما تشمل أيضاً التشريعات والقرارات الإدارية وأحكام المحاكم واللوائح والإجراءات المنظمة للعمليات، هذه المتغيرات هي المحددة للإيديولوجية.

ثانياً- أنواع الإيديولوجيات:

هناك العديد من التصنيفات الخاصة بالإيديولوجية ولكن التصنيف الشائع هو التصنيف الاجتماعي الذي يقسم الإيديولوجية إلى ثلاثة تقسيمات أساسية تتمثل فيما يلي:

الشكل رقم (01): مستويات الإيديولوجية



1- الإيديولوجية على المستوى الشخصي: وهي الإيديولوجية التي يتبناها الأشخاص المفاوضين والتي تحددها مجموعة القيم والعادات والتقاليد التعليم التي يكتسبها الأفراد المفاوضين من البيئة الاجتماعية.

2- الإيديولوجية على المستوى التنظيمي: وهي الإيديولوجية التي يكتسبها الأفراد من البيئة الخاصة بالمؤسسة، حيث أنه من المعروف أن لكل مؤسسة ثقافتها أو إيديولوجيتها الخاصة والتي تحدد في كثير من الأحيان ثقافة العمل لدى الأشخاص العاملين، من حيث المهارة والالتزام وغير ذلك.

3- الإيديولوجية الوطنية (القومية): وهي الإيديولوجية التي تحددها إرادة الدولة في التعامل مع الشركات الأجنبية والتي تعكسها القوانين السياسية والاقتصادية، حيث نرى الكثير من الدول تشجع الاستثمار الأجنبي وعقد الصفقات والتفاوض مع الشركات الأجنبية بعكس دول أخرى التي تحد من الاستثمارات الأجنبية بحجة حماية اقتصادياتها ومؤسساتها المحلية.

ثالثا. عناصر الإيديولوجيات:

تتكون هذه البيئة من مؤسسات النظام الحكومي وسياسات الدولة المالية والنقدية والخارجية وسياسة الدولة بالنسبة للاستثمار، كما تشمل أيضا التشريعات والقرارات الإدارية وأحكام المحاكم واللوائح والإجراءات المنظمة للعمليات، إضافة لكافة الجماعات والمؤسسات والأفراد التي تملك القوة في التأثير على قرارات المؤسسة، حيث أن المؤسسات تسعى لأن تحصل على تأييد كافة الجماعات التي لها تأثير عليها مثل المنافسون والمستهلكون والموردون وجماعات المستهلكين.

فالمستهلكون والمنافسون والموردون وإن كانوا جزءا من النظام الاقتصادي إلا أنهم يعتبرون أيضا جزءا من النظام السياسي نظرا للتفاعل الذي يحدث بين مختلف الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والسياسية،

فجماعات المستهلكين مثلا تحاول التأثير على مؤسسات الأعمال من خلال الجهاز الحكومي والتأثير عليه لسن قوانين الخاصة بجمعيات المستهلكين والمستهلك.

من هنا يمكن القول أن الأشخاص المفاوضين لا يأخذون ثقافتهم إلى مائدة المفاوضات فقط وإنما معتقداتهم السياسية أيضا، وعلى المؤسسة أن تتفهم أن هناك إيديولوجيات تحكم الأشخاص المفاوضين حتى لو لم يكن لديهم أية اهتمامات سياسية.

رابعاً- العوامل المؤثرة في الإيديولوجيات:

إضافة للعناصر السابقة الذكر فإن هناك عناصر أخرى تؤثر في الإيديولوجية وتشكلها والتي تعد كعناصر مكملية لعملية التفاوض والتي تتمثل فيما يلي:

1- المساومة: تعرف المساومة على أنها عملية الأخذ والعطاء وتنافس بين طرفين أو أكثر حول قضية متنازع عليها، وفي المفاوضات التجارية الدولية تتم المساومة حول قضايا الأسعار وشروط التسليم أو التأمين أو حسم النزاع حول بند معين في العقد.

وعادة ما تعتمد المساومة على قدرات سلوكية معينة يتمتع بها أطراف المفاوضات مثل نوعية الشخصية والإصرار والصبر والإدراك والدراية بالغير والإقناع والتأثير والمعرفة والخبرة والمناخ المحيط بالمفاوضات مثل تعدد البدائل بالنسبة للمشتري.

2- التحالف: يقصد بالتحالف إتحاد مؤسسة أو أكثر لتحقيق أهداف عامة ولمواجهة التحديات الصادرة من متغيرات البيئة الأخرى ذات التأثير المشترك وبالتالي زيادة قدرة أعضاء التحالف على التكيف مع البيئة، ويوجد التحالف عندما يعتقد كل فريق في المفاوضات أن فائدته (منفعته) تتحقق بطريقة أفضل عندما يكون عضوا في التحالف.

ويستخدم التحالف للأسباب التالية:

- ✓ معارضة أو تأييد التشريعات الحكومية أو التأثير عليها أثناء فترة الإعداد؛
- ✓ تنمية أو تشجيع بعض المنتجات أو الخدمات؛
- ✓ إنشاء التسهيلات التي لا تستطيع المؤسسة إقامتها بمفردها؛
- ✓ تمثيل مصالح بعض الجماعات أو الدفاع عنها.

وعلى الرغم من أن سياسة التحالف توسع صلاحيات وقوة المؤسسة والمنظمات إلا أنها تضع قيودا على استقلالية بعض المؤسسات والتنظيمات، حيث أن بعض القرارات لا تتخذ إلا بالاشتراك مع الأطراف الأخرى للتحالف والموافقة عليها من قبلهم، ومن أمثلة سياسة التحالف ظهور التكتلات الاقتصادية المختلفة مثل السوق الأوروبية المشتركة ودول الأوبك للدول المصدرة للبترول ودول الكمونولث وإتحاد دول الخليج... وغيرها.

3- الاستقطاب (الاحتواء): يستخدم هذا المفهوم عندما تسعى المؤسسة إلى أن يشمل اتخاذ القرارات والقيادات العناصر التي ترى أنها تهدد وجودها أو استقرارها أو تعوق نشاطها. بمعنى القرارات المتخذة تأخذ بعين الاعتبار الأشخاص والمنظمات وأصحاب النفوذ الذين يؤثرون على مفاوضات المؤسسة وصفقاتها التجارية.

خامسا. علاقة الإيديولوجية بالمفاوضات التجارية الدولية:

تتميز البيئة التفاوضية الداخلية والخارجية بالتغير المستمر والاختلاف بين مختلف الدول، حيث تتعرض النظم السياسية والاقتصادية للتطور والتغيير المستمر، كما أن البيئة الثقافية المتكونة من القيم والعادات والتقاليد أصبحت أكثر تغييرا نتيجة لتطور وسائل الاتصال الحديثة وتقارب الثقافات، فقد تكون البيئة المحيطة بالمؤسسة من عوامل نجاح المؤسسة أو فشلها، كما أن عوامل البيئة الداخلية للمؤسسة تعد مصدرا للفشل في تحقيق الأهداف إذا توفر عامل أو أكثر من العوامل التالية بحيث تشكل عائقا أمام المفاوضات الدولية:

أ- انخفاض مستوى مهارة والكفاءة للإدارة والعاملين.

ب- عدم توفر الدافع للتفاوض.

ج- سوء تصميم الأنشطة والأعمال الخاصة بالعملية التفاوضية أو عدم ملاءمتها.

د- جمود النظم والسياسات وعدم تطورها.

هـ- تخلف المستوى التكنولوجي السائد في المنطقة.

و- العلاقات التنظيمية بين أعضاء الفريق التفاوضي.

أما بالنسبة للبيئة الخارجية فتظهر أهميتها في التأثير على سلوك المؤسسة وأدائها من حيث أنها تمثل المصدر الأساسي الذي يمد المؤسسة بالموارد والإمكانيات المختلفة ومنها تستمد المؤسسة القيم والأهداف التي تسترشد بها في مجال التفاوض التجاري الدولي، كذلك تتحكم البيئة الخارجية للمؤسسة في سلوكها وأدائها من خلال قدرتها على قبول أو رفض ما تنتجه باعتبار البيئة التي تنشأ فيها تمثل المصدر الوحيد الذي يتلقى هذا الإنتاج أو يرفضه وهذا محدد أساسي إبرام الصفقات التجارية وتسويق المنتجات، أي أن البيئة الخارجية المحيطة بالمؤسسة يحدد من خلالها ما يلي:

أ- أنواع ومستويات الأهداف التي يجب تحقيقها في التفاوض.

ب- أنواع وكميات الموارد التي يمكن الحصول عليها من الصفقة.

ج- القيود والاعتبارات التي يجب عليها الالتزام بها في المفاوضات.

د- القيم والمعايير التي يجب مراعاتها عند كتابة عقد الصفقة.

وبناء على ذلك فإن البيئة الخارجية قد تكون سببا في فشل المؤسسة في تحقيق أهدافها التفاوضية وذلك لأسباب عديدة أهمها:

- ✓ عدم تحديد الأهداف التفاوضية بدقة ووضوح أو عدم واقعيتها؛
- ✓ ضالة الموارد والإمكانيات التي يتيحها المناخ لفريق التفاوض؛
- ✓ زيادة القيود المفروضة على المؤسسة مما يحد من قدرة فريق التفاوض على اتخاذ القرارات المناسبة للمواقف التفاوضية؛
- ✓ زيادة القيود المفروضة على المؤسسة مما يحد من قدرة فريق التفاوض على اتخاذ القرارات المناسبة للمواقف التفاوضية؛
- ✓ تهاون الإدارة واتكائها على مستويات تنظيمية أعلى تستمد منها المعونة والرأي فيما يجب أن يمارسه فريق التفاوض من مهام وواجبات.

وما يمكن أن نستنتجه أن للإيديولوجيات تأثير مزدوج على إتمام العقود التجارية، فهي تؤثر على عملية التفاوض وتؤثر على طبيعة المعاملات التي يتفق عليها في النهاية بين الطرفين المتفاوضين، ويظهر ذلك من خلال ما يلي:

- الإيديولوجية تحدد أنواعا مختلفة من الأشخاص المتفاوضين: حيث أن الإيديولوجية تحدد طبيعة الأشخاص وسماتهم في التفاوض، فنجد المتشددين والمتساهلين والأصدقاء والأعداء، وهو ما يعني وجود فجوة عدم ثقة بين الأطراف والشكوك حول نوايا الجانب الآخر المتفاوض معه.
- تعقد الاتصالات: إن الاختلافات في الإيديولوجيات يمكن أن تعقد من الاتصالات بين الأطراف المتفاوضة فعلى سبيل المثال الأشخاص الذين يتبنون أفكار الرأسمالية أكثر حرية في التعامل فيما يخص المواصفات المطلوبة، بعكس الأطراف الاشتراكية الذين يراعون الكثير من الجوانب تخص المجتمع فيما يخص الفائدة من الصفقات التجارية.
- إن الإيديولوجيات قد تؤدي إلى اتخاذ المتفاوضين مواقف صارمة: هذه المواقف تكون نتيجة للإيديولوجيات وما ينتج عنها من قوانين سياسية واقتصادية لخدمة الشركات المحلية، مثل القانون الجزائري الخاص بالشراكة مع الشركات الأجنبية حيث تفرض الدولة نسبة امتلاك الحصص الوطنية لنسبة تساوي أو تفوق 51%.
- الإيديولوجية هي المحددة للصفقات التجارية والاستثمارات: فالإيديولوجية هي المحددة لحجم الاستثمارات والأرباح والحقوق الفردية، فبعض الإيديولوجيات تنظر للاستثمارات الأجنبية بنوع من الحذر بعكس إيديولوجيات أخرى والتي تشجع على الاستثمار وتحقيق فرص الربح والحقوق الفردية للطرف الأجنبي.