

بررسی الگوهای اقتصادی در توسعه مدیریت بازرگانی بین الملل

بهنام شجاعی اسعدیه

کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد تهران مرکز، تهران، ایران

چکیده

این مقاله به بررسی الگوهای اقتصادی در توسعه مدیریت بازرگانی بین الملل می‌پردازد. در این مقاله، ابتدا به تعریف و اهمیت مدیریت بازرگانی بین الملل پرداخته شده و سپس الگوهای اقتصادی که در توسعه این حوزه نقش دارند، مورد بررسی قرار گرفته‌اند. این الگوها شامل نظریات و مفاهیم مختلف اقتصادی هستند که در تحلیل و پژوهش‌های مختلف در زمینه بازارهای جهانی و تجارت بین الملل، به کار گرفته می‌شوند. با توجه به شرایط کنونی اقتصاد کشور و تحریم‌های ظالمانه و همه جانبه دشمنان، لزوم بازننگری در روشها و مدل‌های کسب و کار و تعمیق ادبیات اقتصاد مقاومتی برای نهادینه کردن و استفاده از قابلیت‌های بالقوه آن بیش از پیش دیده می‌شود. روش تحقیق حاضر توصیفی است و گردآوری داده‌ها در این تحقیق به روش میدانی و به صورت کتابخانه‌ای و از طریق استفاده از نخبگان و مدیران صورت می‌گیرد. نقش مدیریت بازرگانی در موفقیت یک کسب و کار، اشتیاق به اداره و مدیریت کردن یک کسب و کار برای موفقیت یک شرکت یا سازمان کافی نیست و برای رسیدن به اهداف به چیزی مهم از علاقه و احتیاج نیاز است. مدیریت بازرگانی در حقیقت مدیریت یک کسب و کار است که شامل تمام جنبه‌های نظارت و رسیدگی به فعالیت یک کسب و کار می‌شود. نتایج پژوهش نشان می‌دهد فعالیت تامین مالی و کارگزاری، کسب و کار سرمایه‌گذاری در زنجیره تامین، تامین مالی صادرات، کسب و کار مبتنی بر بازرگانی بین المللی الگوهای اقتصادی در توسعه مدیریت بازرگانی بین المللیه شمار می‌آیند.

واژه‌های کلیدی: اقتصاد مقاومتی، توسعه بازرگانی خارجی، مدل‌های کسب و کار، الگوهای اقتصادی، مدیریت بازرگانی

۱- مقدمه

در دنیای امروز، توسعه مدیریت بازرگانی بین الملل یکی از مهمترین عوامل موفقیت و رشد شرکتها و سازمانها در بازارهای جهانی است. با توجه به پیچیدگی و تغییرات پویا در محیط کسب و کار، شناخت الگوهای اقتصادی کلان و نقش آنها در توسعه مدیریت بازرگانی بین الملل امری حائز اهمیت است [3].

در این مقاله، قصد داریم به بررسی الگوهای اقتصادی کلان مانند رشد اقتصادی، تجارت جهانی، سرمایه‌گذاری خارجی و نظام پولی-بانکی پرداخته و نقش آنها در توسعه مدیریت بازرگانی بین الملل را بررسی کنیم. همچنین، به بررسی تأثیرات فعال سازمان‌های بین المللی مانند سازمان جهانی تجارت (WTO)، صندوق بین المللی پول (IMF) و بانک جهانی (WB) بر توسعه مدیریت بازرگانی بین الملل خواهیم پرداخت. [1]

بنا به تعریف برخی از اقتصاددانان از اقتصاد مقاومتی، این نوع اقتصاد معمولاً در رویارویی و تقابل با اقتصاد وابسته و مصرف کننده یک کشور قرار می‌گیرد که منفعل نیست و در مقابل اهداف اقتصادی سلطه، ایستادگی نموده و سعی در تغییر ساختارهای اقتصادی موجود و بومی سازی آن بر اساس جهانیابی و اهداف دارد. [5]

در همه کشورهای جهان، یکی از اقدامات مهم رهبران برای جهت دهی به ارکان مختلف کشورشان اعم از مسئولین، سیاستگذاران، کارشناسان، دانشگاهیان، فعالان اقتصادی و عموم مردم، برای حرکت در راستای منافع ملی، طرح یک گفتمان و ترسیم یک چشم انداز است. این مهم گاه در قالب یک کلیدواژه، گاه در قالب یک اقدام ملی و گاه در قالب نهادسازی اتفاق می‌افتد. [4]

مفهوم اقتصاد مقاومتی در قالب تاب آوری اقتصادی در ادبیات اقتصادی کشورهای دیگر نیز وجود دارد بخصوص در این سالهای اخیر با تکانه های شدید اقتصادی که در دنیا بوجود آمده و با توجه به اینکه اقتصاد کشورها ارتباطی منسجم با هم دارند، کشورها در صدد مقاوم سازی اقتصاد خود درمقابل این تکانه ها هستند. [2]

اولین اثر تقویت تولید ملی، افزایش موجودی کالا در اقتصاد است. همان طور که قبلاً نیز بیان شد یکی از اهداف عملیاتی دشمنان ایران در حوزه اقتصاد، کمبود کالا و قحطی است و طبیعی است با تقویت تولید ملی نیازمندی های جامعه در داخل کشور تولید می شود و آن وضعیت کمبود کالا و قحطی محقق نخواهد شد. [3]

۱-۱- بیان مسئله

مدیریت بازرگانی بین الملل یک حوزه مهم در عصر جهانی شده است که تأثیر زیادی بر اقتصاد جهانی دارد. در این حوزه، الگوهای اقتصادی مختلف وجود دارند که تأثیر زیادی بر توسعه و مدیریت کسب و کارهای بین المللی دارند. این الگوها شامل عوامل مختلفی مانند نرخ ارز، قوانین تجارت بین الملل، رقابت بازار، فناوری، سرمایه گذاری خارجی و ... است.

با توجه به اینکه بازار جهانی همچنان در حال تغییر و رشد است، بررسی الگوهای اقتصادی در توسعه مدیریت بازرگانی بین الملل امر ضروری به نظر میرسد. به عنوان مثال، نحوه تأثیر نرخ ارز بر صادرات و واردات یک کشور، چگونگی استفاده از فناوری در بهبود فروش و بازاریزهش، چالش های قانونی در رقابت بازار جهانی و ... همگام با پژوهش های جدید در حوزه مدیریت بازرگانی بین الملل قابل بحث است. [4]

در دنیای امروز هر کشور برای پیشرفت باید از امکانات روز دنیا جهت رشد خود در همه زمینه ها استفاده کند. این موضوع در کشور ما نیز حائز اهمیت است ولی متأسفانه همیشه بیشترین توجه به درآمدهای نفتی بوده است تا صادرات غیر نفتی. صادرات موضوع مهمی برای کشور است و هیچ تردیدی در آن نیست. راه خروج از اقتصاد تک محصولی و وابستگی به نفت و درآمدهایش از فروش نفت را فقط در توسعه صادرات غیرنفتی میتوان دید. [1]

امروزه بازرگانی کمتر توسط اشخاص حقیقی یا تجار منفرد انجام گرفته و برخلاف گذشته، بخش عمده تجارت جهان توسط شرکتها و سازمانهای بازرگانی صورت می‌پذیرد. فلذا هدف از رشته مدیریت بازرگانی تربیت متخصصانی است که بتوانند با دید نوین و توأم مدیریتی و تجاری، امور کسب و کارها را به بهترین نحو اداره نمایند. سازمانها و بنگاههای بازرگانی نهادهایی

هستند که به قصد انجام فعالیت‌های تجاری و اغلب در حوزه خرید و فروش محصولات و خدمات به کسب و کار می‌پردازند. در کشورهای گوناگون انواع متفاوتی از این سازمان‌ها در قوانین تجاری تعریف شده‌است. [8]

۲- مبانی و پیشینه پژوهش

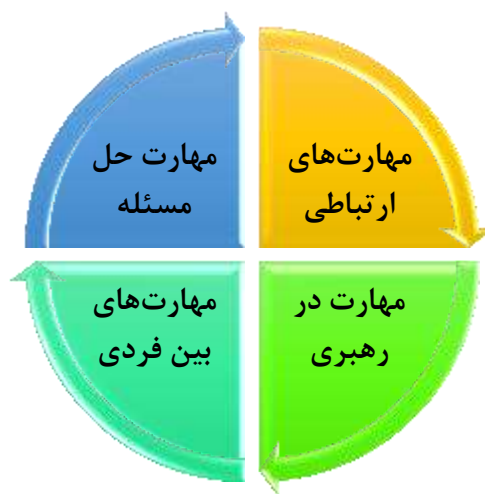
توسعه مدیریت بازرگانی بین الملل یکی از موضوعات کلیدی در حوزه تجارت جهانی است که تأثیر زیادی بر رشد و پیشرفت اقتصاد جهانی دارد. در این راستا، بررسی الگوهای اقتصادی در توسعه مدیریت بازرگانی بین الملل می‌تواند به شناخت بهتر عوامل مؤثر در این حوزه و ارائه راهکارهای مناسب برای بهبود عملکرد شرکت‌ها و سازمان‌ها کمک کند. الگوهای اقتصادی مختلف، شامل نظام‌های تجاری، سطح تجارب و دانش فنی، سطح تأمین منابع، نظام‌های پول و بانکداری، سطح قابلیت دستیابی به بازار جدید و ... مورد بحث قرار گیرند. همچنین، تأثیر الگوهای اقتصادی بر تصمیمات استراتژیک و عملکردهای مختلف شرکت‌ها و سازمان‌ها نیز قابل بحث است.

۲-۱- مدیریت بازرگانی

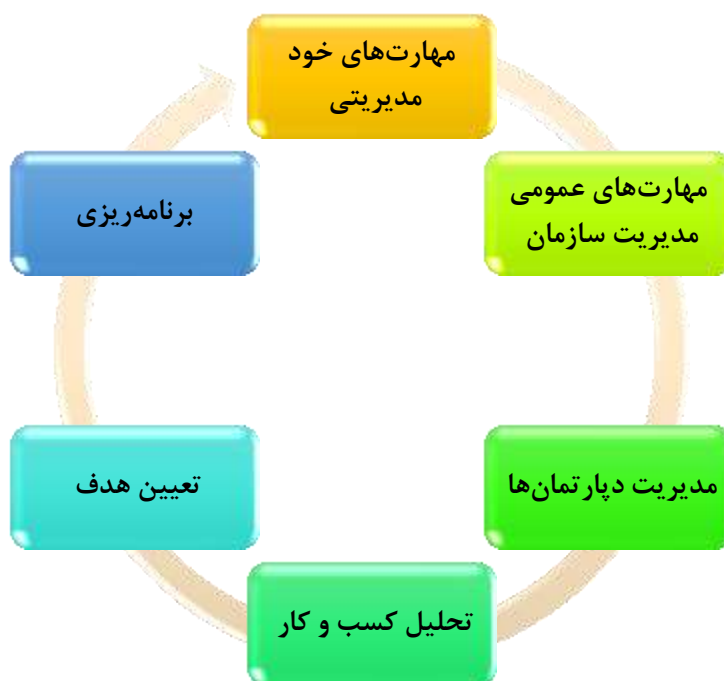
در یک تعریف کلی مدیریت بازرگانی را می‌توان اینطور تعریف کرد که مدیریت بازرگانی در حقیقت مدیریت یک کسب و کار است که شامل تمام جنبه‌های نظارت و رسیدگی به فعالیت یک کسب و کار می‌شود. مدیریت عملی است که در آن منابع برای بدست آوردن اهداف مورد نظر تخصصی داده می‌شود و این کار شامل برنامه ریزی، سازماندهی، مدیریت منابع انسانی، رهبری، هدایت و کنترل یک سازمان و یا گروهی از افراد است که برای رسیدن به یک هدف مشخص تلاش می‌کنند. مدیران بازرگانی حرفه‌ای از اصلی‌ترین عوامل تأثیرگذار در موفقیت یک سازمان یا شرکت محسوب می‌شوند، چرا که به واسطه مهارت‌های خود بین کارمندان و مشتریان یک تعادل قوی به وجود می‌آورند و همین موضوع باعث به موفقیت رسیدن یک سازمان می‌شود. به عبارت دیگر یک مدیر بازرگانی نقش قابل توجهی در سود و زیان یک شرکت ایفا می‌کنند [2].

”مدیریت بازرگانی، بعد از مدیر کل، یکی از مهم‌ترین مدیران یک شرکت محسوب می‌شود. در واقع یک مدیر بازرگانی تمام مسئولیت‌های مربوط به خرید، فروش، ارزیابی تأمین‌کنندگان، پیگیری قرار دادها و رسیدگی به امور مشتریان یک مجموعه رو انجام می‌دهد.

طرح اقتصاد مقاومتی این مسئله را به ذهن متبادر می‌کند که اقتصاد باید در مقابل تهدید اقتصادی خارجی مقاومت کند. با وجود تحریم‌های اقتصادی، ما در حال حاضر به نوعی درگیر جنگ اقتصادی هستیم و با وجود اقتصاد مقاومتی است که می‌توان در مقابل تهدیدها مقاومت کرد و از مسائلی همچون از هم پاشیدگی اقتصاد جلوگیری کرد [7]:



نمودار شماره ۱: مهارت‌هایی که هر مدیر بازرگانی [7]



نمودار شماره ۲: حوزه‌های کاربردی مدیریت [6]

در یک تعریف کلی مدیریت بازرگانی را می‌توان اینطور تعریف کرد که مدیریت بازرگانی در حقیقت مدیریت یک کسب و کار است که شامل تمام جنبه‌های نظارت و رسیدگی به فعالیت یک کسب و کار می‌شود. مدیریت عملی است که در آن منابع برای بدست آوردن اهداف مورد نظر تخصصی داده می‌شود و این کار شامل برنامه‌ریزی، سازماندهی، مدیریت منابع انسانی، رهبری، هدایت و کنترل یک سازمان و یا گروهی از افراد است که برای رسیدن به یک هدف مشخص تلاش می‌کنند. مدیران بازرگانی حرفه‌ای از اصلی‌ترین عوامل تاثیر گذار در موفقیت یک سازمان یا شرکت محسوب می‌شوند، چرا که به واسطه مهارت‌های خود بین کارمندان و مشتریان یک تعادل قوی به وجود می‌آورند و همین موضوع باعث به موفقیت رسیدن یک سازمان می‌شود. به عبارت دیگر یک مدیر بازرگانی نقش قابل توجهی در سود و زیان یک شرکت ایفا می‌کنند.

۲-۱-۱- وظایف و ویژگی‌های مدیر بازرگانی

وظایف یک مدیر بازرگانی رسیدگی و نظارت بر اجرای امور مربوط به قراردادها، ارتباط کارمندان با مشتری، میزان فروش و بازاریابی و کلیه اموری است که باعث می‌شود یک شرکت به بالاترین بهره‌وری خود برسد. علاوه بر این آموزش و نظارت بر کار کارمندان جدید نیز به عهده یک مدیری بازرگانی است. [9] از جمله این ویژگی‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

مهارت مذاکره: یک مدیر باید بداند چگونه و چه موقع دیگران را متقاعد کند تا به آنچه می‌خواهید برسد. مهارت مذاکره در بسیاری از موقعیت‌های حرفه‌ای ضروری است، به خصوص زمانی که موضوع درخواست افزایش حقوق یا یک پیشنهاد شغلی، یا سایر مزایای شغلی مانند پاداش و برنامه کاری مطرح می‌شود این مهارت‌ها جلوه دیگری پیدا کرده و بسیار به شما کمک می‌کند. [10]

مهارت مدیریت زمان: وقت طلا است و در نتیجه چگونگی رسیدن به حداکثر بهره‌وری یکی از مهمترین مهارت‌های یک مدیر است که باید آن را بلد باشد. کیفیت کار مسلماً مهم است اما کمیت نیز اهمیت دارد و یک مدیر علاوه بر اینکه باید وقت

خود را مدیریت کند، باید در مورد برنامه های افرادی که زیر دست او کار می کنند به نحوی برنامه ریزی کند که هدر رفتن انرژی در آنها را به حداقل برساند. [10]

مهارت صحبت کردن: یک مدیر هر روز باید با افراد مختلف صحبت در مورد مسائل متفاوت صحبت کند. در بسیاری از موارد شما به عنوان یک مدیر باید جلوی جمع و تعداد زیادی از افراد صحبت کنید و این توانایی را داشته باشید که پیام و دیدگاه خود در مورد موضوع مورد نظرتان را به درستی به دیگران انتقال دهید. اگر این مهارت در شما کم رنگ باشد، بدون شک دچار مشکل می شوید، بنابراین اگر می خواهید یک مدیر موفق باشید باید توانایی رساندن پیام خود به دیگران را داشته باشید، چرا این مهارت یک توانایی حیاتی برای یک مدیر محسوب می شود. [10]

مهارت کار تیمی و ارتباط با افراد: شاید بتوان گفت که اگر یک مدیر توانایی و مهارت لازم برای ارتباط با ساری افراد را نداشته باشد و کار تیمی را به خوبی بلد نباشد، به احتمال بسیار زیاد با مشکلات زیادی در مسیر حرفه ای کار خود روبرو خواهد شد. اساساً یک مدیر علاوه بر اینکه خود باید کار تیمی و ارتباط با افراد را به خوبی بلد باشد، باید به افرادی که زیر دست او کار می کنند نیز این موضوع را در صورت لزوم آموزش دهد [10]

۲-۲- الگوهای اقتصادی

رتبه بندی الگوها بر اساس اقتصاد در تعامل با صنایع مختلف با در نظر گرفتن اقتصاد مقاومتی به قرار زیر است: [12]

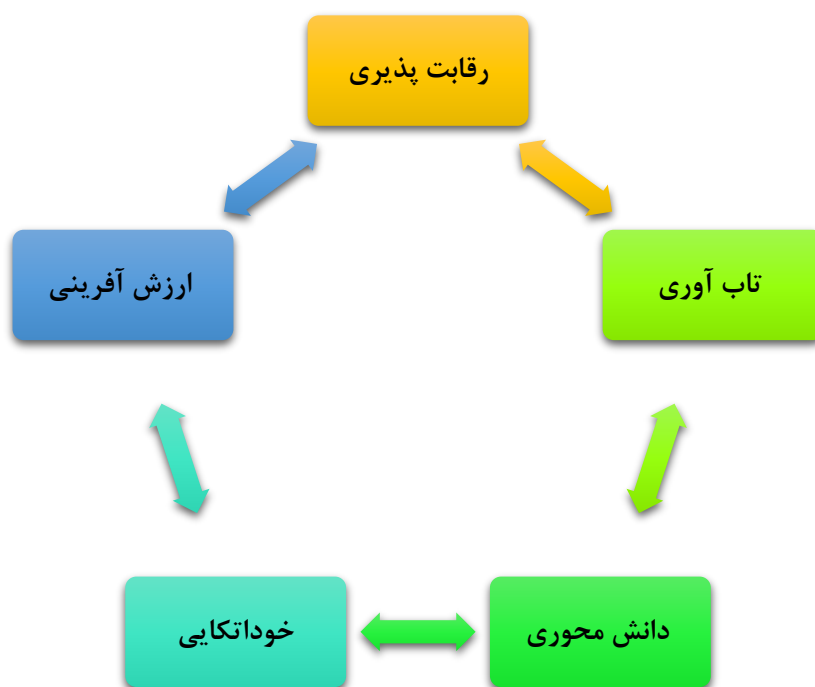
- ✓ الگوی فعالیت تامین مالی و کارگزاری صادرات
- ✓ الگوی کسب و کار مدیریت کارگزاران صادراتی
- ✓ الگوی مدیریت EMC های بازارهای هدف
- ✓ الگوی کسب و کار سرمایه گذاری در زنجیره تامین صادرات
- ✓ الگوی تامین مالی و کارگزاری واردات
- ✓ الگوی تامین مالی صادرات
- ✓ الگوی فعالیت واردات
- ✓ الگوی فعالیت صادراتی ماموریتی
- ✓ الگوی تامین فعالیت واردات
- ✓ الگوی کسب و کار مبتنی بر بازرگانی بین المللی

۳- یافته های تحقیق

بررسی الگوهای اقتصادی در توسعه مدیریت بازرگانی بین الملل یک موضوع مهم و پرکاربرد در عرصه تحقیقات اقتصادی است. این پژوهش ها به بررسی روابط بین عوامل اقتصادی و توسعه مدیریت بازرگانی بین الملل می پردازند و الگوهای مختلف را برای تبیین این روابط ارائه می دهند. با تحلیل داده های اقتصادی و مدیریت بازرگانی بین الملل، پژوهشگران به چالش ها و فرصت های مختلف در این حوزه پرداخته و الگوهای جدید برای بهبود عملکرد شرکت ها و سازمان ها در بازار جهانی را شناسایی می کنند. همچنین، آنها به تحلیل تأثیر عوامل اقتصادی نظیر نرخ ارز، قیمت کالا، رشد اقتصادی و سطح تجاربات قبلی در تصمیم گیری های مدیران در زمینه بازار جهانی پاسخ داد.

توسعه مدیریت بازرگانی بین الملل به وجود الگوهای اقتصادی مختلف نیاز دارد که به شکل موثر در فرآیندهای تجاری بین المللی اعمال شوند. برخی از الگوهای اقتصادی که در توسعه مدیریت بازرگانی بین الملل مورد استفاده قرار می گیرند عبارتند از:

۱. الگوی تجارت جایگزین: در این الگو، کشورها به جای تولید کالاها و خدمات خود، آن‌ها را از سایر کشورها وارد می‌کنند. این الگو باعث افزایش تبادلات تجاری بین المللی و گسترش بازارهای جهانی می‌شود.
۲. الگوی تجارت منطقه‌ای: در این الگو، کشورها با همسایگان خود روابط تجاری برقرار می‌کنند و تبادلات تجاری را در دستور کار قرار می‌دهند. این الگو باعث تقویت همکاری منطقه‌ای و رشد اقتصاد منطقه مورد نظر می‌شود.
۳. الگوی سرمایه گذاری خارجی: در این الگو، شرکت‌ها سعی دارند سرمایه گذاری های خود را در کشور های دیگر صورت داد و به عنوان یک شکاف کامپیروسی کالبدی عمل کنند.
۴. الگوی نظام پولی: کشور ها به منظور حفظ پرستیژ خود و حفظ استحکام نظام پولی خود، سعی دارند .



نمودار شماره ۳: شاخص های کلیدی شرکت ها [11]

۴- بحث و نتیجه گیری

در این مقاله، الگوهای اقتصادی در توسعه مدیریت بازرگانی بین الملل مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که عوامل مختلفی از جمله تجارت بین الملل، سرمایه گذاری خارجی، تکنولوژی و فناوری، نظام های مالی و اقتصادی و سایر عوامل اقتصادی تأثیر زیادی بر توسعه مدیریت بازرگانی بین الملل دارند. همچنین، الگوهای اقتصادی مختلف نشان داد که کشورها با استفاده از راهکارهای مناسب و بهبود فضای کسب و کار خود، می‌توانند بهبود قابل توجه در عملکرد بازار خود داشته باشند. همچنین توسعه خدمات پایه در توسعه رویکرد صادراتی کشور مشتمل بر موارد ذیل میباشد:

- ۱- شناسایی و گزارشگری از بازارهای هدف صادراتی و الزامات دسترسی به آن
- ۲- ایجاد میزهای تخصصی کشوری/بازار هدف و گزارشگری از مشخصه ها و الزامات دسترسی به آن در تمامی سطوح
- ۳- ایجاد میز تخصصی محصول بازار هدف و گزارشگری از مشخصه ها و الزامات دسترسی به آن در تمامی سطوح
- ۴- شناسایی شرکتهای خارجی فعال در بازارهای هدف صادراتی
- ۵- شناسایی شرکتهای هدف فعال در بازارهای هدف صادراتی

- ۶- عرضه انواع خدمات مشاوره در حوزه تامین مالی، نقل و انتقال وجوه، ضمانت نامه ای، بیمه‌های
- ۷- عرضه انواع خدمات مشاوره در حوزه حقوقی (قرارداد) و دعاوی حقوقی
- ۸- عرضه انواع خدمات مشاوره در حوزه رایزنی و همفکری با متخصصین بازرگانی بین المللی
- ۹- بررسی و گزارشگری از سوابق و قابلیت‌های شرکتهای خارجی
- ۱۰- توسعه امکان عرضه خدمات اخذ مجوزها و گواهینامه های مورد نیاز
- ۱۱- توسعه امکان عرضه خدمات تهیه برنامه تطبیق محصول با بازار هدف صادراتی
- ۱۲- توسعه امکان عرضه خدمات تامین مالی، پوشش بیمه ای و نقل و انتقال ارز

منابع

- ۱- آذر . عادل و فرجی . حجت . ۱۳۹۱ . مرکز مطالعات مدیریت و بهره وری ایران . چاپ اول .
- ۲- ترابی، تقی، قوی، صالح، رشادتجو، حمیده "کارگاه اقتصاد مقاومتی"، اسفند ماه ۱۳۹۴ .
- ۳- حائری یزدی، مهدی، حکمت و حکومت، چاپ اول، شادی، ۱۳۹۵ م .
- ۴- حسینی مازندرانی، العقد المنیر ... ج ۱، ص ۳۵؛ المقریزی، النقود الاسلامیة، ص ۳ و ۶ .
- ۵- زنجیرچی . محمود . ۱۳۹۰ . تحلیل سلسله مراتبی فازی . انتشارات شه میرزادی . چاپ اول .
- ۶- سخنرانی حضرت آیت الله خامنه ای رمضان ۸۹، اقتصاد مقاومتی، تنها تبدیل کننده تهدید تحریم به فرصت، گزارش سرویس سیاسی بی باک مورخه ۱۳۹۱ / ۰۱ / ۱۱
- ۷- سروش، عبدالکریم، مدارا و مدیریت، صراط، تهران / ۵۴ . ۱۳۷۶ مروج الذهب، المسعودی، دارالفکر، بیروت ۱۴۰۹
- ۸- شاهین، مهندس آرش، امنیت اقتصادی، زمینه حمایت از تولید ملی مجله فرهنگ و تعاون مورخه ۱۳۹۱ / ۰۳ / ۰۱
- ۹- شمشیری، محسن، حمایت از تولید ملی نیازمند سیاستهای مکمل کنترل واردات روزنامه خبر اقتصادی مورخه ۱۳۹۱
- ۱۰- شهیدی، ترجمه جعفر، نهجالبلاغه، چاپ یازدهم، انتشارات علمی و فرهنگی، تهران / ۱۳۷۶
- ۱۱- صارمی . محمود و صفری . حسین و فتحی . حبیبه و حسینی . فرشید . ۱۳۹۵ . ارائه مدلی برای رتبه بندی شرکت های انفورماتیکی . فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی / شماره ۴ .
12. Kiani, M. (2010) The Impact of Automation on the Efficiency and Cost Effectiveness of the Couayside and container Yard Cranes and the selection Desicion for the Yard Operatiny Systems, ph.D. Thesis, Liverpool John Moores uni

Examining economic patterns in the development of international business management

Behnam Shojaei Asadiyeh

Master of Business Administration, Tehran Azad University, Tehran, Iran

Abstract

This article examines economic patterns in the development of international business management. In this article, firstly, the definition and importance of international business management is discussed, and then the economic patterns that play a role in the development of this field are examined. These models include various economic theories and concepts that are used in the analysis and various researches in the field of global markets and international trade. Considering the current conditions of the country's economy and the cruel and comprehensive sanctions of the enemies, the need to review business methods and models and deepen the literature of resistance economy to institutionalize and use its potential capabilities is seen more than ever. The current research method is descriptive and data collection in this research is done by field method and in library form and through the use of elites and managers. The role of business management in the success of a business, the desire to run and manage a business is not enough for the success of a company or organization, and something important of interest and need is needed to achieve the goals. Business management is actually the management of a business, which includes all aspects of monitoring and handling the activity of a business. The research results show that financing and brokerage activities, investment business in the supply chain, export financing, business based on international trade are economic models in the development of international trade management.

Keywords: Resistance economy, foreign trade development, business models, economic models, business management
