

در این سرفصل همچنین می‌خوانید:

- ۵۶ تولد مجدد طالبان
- ۵۶ تابوت‌های رنگارنگ
- ۶۱ مهاراجه‌های مال اندوز
- ۶۲ نعمت شن‌های نفتی
- ۶۲ برج‌های مرکز تجارت جهانی تا سال ۲۰۱۲ بازسازی می‌شوند
- ۶۳ انتظارات عقاب از اژدها
- ۶۳ طرح ماه
- ۶۴ تحولات عمده جهان
- ۶۴ قطری‌ها صاحب ۸۰ فروند ایرباس A350 می‌شوند



مشکلات شرکت‌های خارجی در چین

پایان جوینت ونچرها

شرکت‌های بین‌المللی دیگر مثل گذشته، علاقه‌مند به مشارکت با شرکت‌های چینی نیستند.

(WTO)، مزیت‌های قانونی بیشتری برای سرمایه‌گذاری خارجی فراهم کرده، هرچند اکنون عطش این کشور برای جذب سرمایه‌گذاری خارجی فروکش کرده است. ضمن این که هم‌اکنون در چین، دسترسی به زمین و نیروی کار متخصص و ارزان، مشکل شده است. در عین حال، منابع مالی ارزان به وفور در داخل این کشور یافت می‌شود و بازار داخلی چین به نظر بسیاری از کارشناسان، یکی از جذاب‌ترین بازارهای مصرف جهان است. به موازات، افزایش احساسات ملی‌گرایانه و روحیه خودکفایی، جملگی باعث شده‌اند تا تقاضا برای شراکت با مؤسسات خارجی در چین کاهش یابد.

به عنوان نمونه، وقتی شرکت فرانسوی Danone با شرکت چینی Wahaha جوینت شدند، شرکت Wahaha اطلاعات و تجربیات تجاری و اقتصادی اندکی داشت. به همین دلیل، از شراکت با یک واحد خارجی استقبال کرد. اما اکنون که این شرکت چینی به موفقیت‌های مالی و تجاری قابل توجهی دست یافته، از این که باید برنامه و استراتژی خود را با شریک خارجی - که شاید اهداف و برنامه‌های متفاوتی داشته باشد - هماهنگ کند، ناراضی است. ناراحتی دیگر Wahaha این است که شرکت Danone پیشنهاد خرید کل این شرکت را داده است. در شرایطی مشابه، بانک HSBC نیز که توانسته سهام کامل شریک چینی خود را بخرد، به دنبال سرمایه‌گذاری در سایر مؤسسات محلی چینی نظیر بانک شانگهای و یک مؤسسه بیمه است.

البته هم‌اکنون برخی شرکت‌های خارجی نیز در بازار چین حضور دارند که توانسته‌اند با بهره‌گیری از شرایط مناسب و قانونی و به طور مسالمت‌آمیز، فعالیت‌های خود در این کشور را گسترش دهند. برای مثال، شرکت‌های کوکاکولا و Starbucks توانسته‌اند سهم شرکای چینی خود را به صورت کامل خریداری نمایند. با این وجود، به گفته یک مشاور سرمایه‌گذاری، قبل از ورود به بازار چین باید برنامه‌ریزی جامعی انجام داد و استراتژی خاصی را برگزید. ■

Fletcher Challenge در صنعت فولاد، مؤسسه News Corporation در صنعت رسانه و بسیاری از شرکت‌های مخابراتی بین‌المللی در این لیست قرار می‌گیرند. اما به موجب نظریات علمی، تشکیل جوینت ونچرها همچنان باید دنبال شود، زیرا شرکت‌های خارجی در این همکاری سرمایه، دانش فنی و دسترسی به مشاغل و بازارهای بین‌المللی را به ارمغان می‌آورند و شرکای چینی، نیروی کار ارزان، آشنایی با قوانین محلی و داخلی و همچنین دسترسی به بازار نه چندان مهم داخلی را عرضه می‌کنند. در این میان، دولت چین با این که مخالف تملک کامل شرکت‌های داخلی توسط شرکای خارجی است، اما در عوض، جهت تحقق این مشارکت‌ها و جذب سرمایه‌گذاری، تکتون زمین و معافیت‌های مالیاتی و برخی تسهیلات و خوشامدگویی‌ها را ارابه کرده است. ولی علیرغم تمامی تلاش‌های انجام شده در این زمینه، مشارکت شرکت‌های خارجی با چینی‌ها، به سه دلیل عمده با شکست مواجه شده است. دلیل اول اینکه، شرکت‌های چینی از این که فقط یک شریک آرام، در حاشیه و بی‌ارزش برای شرکای خارجی به حساب بیایند، ناراضی هستند، در حالی که برخی از آنها برای خود، آرزوها و اهداف جهانی ترسیم کرده‌اند. به علاوه، نحوه تقسیم سود میان دو طرف، شفاف نبوده و همین موضوع به جر و بحث‌های فراوان می‌انجامد. اما شاید مهمترین دلیل شکست جوینت ونچرها در چین، این باشد که این کشور هم‌اکنون تغییر نموده و نسبت به گذشته تفاوت‌های بسیاری کرده است.

چین بعد از پیوستنش به سازمان تجارت جهانی

در ابتدا همه فکر می‌کردند این یک موفقیت بزرگ است. وقتی شرکت دنون (Danone)، غول مواد غذایی فرانسوی، بالغ بر ۵۱ درصد سهام شرکت چینی واهاه بورج (Wahaha Beverage) را در سال ۱۹۹۶ خرید، همه آن را یک پیروزی بزرگ تلقی کردند. در سال ۲۰۰۴ نیز وقتی بانک HSBC توانست ۱۹/۹ درصد از سهام کوچک‌ترین بانک دولتی چین یعنی بانک ارتباطات که به موجب قانون، تنها بانک چینی است که امکان واگذاری تمام سهام آن به خارجی‌ان وجود دارد را خریداری کند، بسیاری از بانک‌های رقیب به آن حسادت کردند.

اما این دو شرکت خارجی فعال در چین، امروز با مشکلات متعددی مواجه هستند. در همین راستا، همکاری شرکت فرانسوی Danone با شرکت چینی Wahaha Beverage به یک مجادله عمومی شدید تبدیل شده است. به موازات، با رشد شدید منابع مالی بانک ارتباطات چین، دولتمردان این کشور راضی به فروش کامل آن به مؤسسات خارجی نیستند. البته این دو شرکت خارجی، اولین شرکت‌هایی نیستند که در چین به مشکل برخورد کرده‌اند، زیرا اگرچه بازار چین وسیع و بسیار جذاب است، اما قوانین پیچیده و گاه متناقض این کشور باعث شده تا بسیاری از مؤسسات خارجی که به صورت جوینت ونچرز (Joint Ventures) - که به معنای مشارکت سهامی میان شرکت‌های خارجی با شرکای داخلی است - وارد این بازار شده‌اند، با مشکلات متعددی روبه‌رو شوند. چنین مشکلی در بسیاری از صنایع چین قابل مشاهده است. شرکت‌هایی چون پژو در صنعت خودرو، شرکت Remy Martin در صنعت نوشیدنی‌ها، شرکت