شرکت های چند ملیتی در آسیا

این باور که برای شرکتهای خارجی بسیار دیر است تا به بازار چین نفوذ پیدا کننند،ظاهرا بی‏اساس است.چرا که این کشور سالانه تقریبا به 100 نیروگاه کوچک،ایجاد 10 میلیون خط تلفن و صدها مایل راه‏آهن و جاده نیاز دارد.

با افزایش قدرت خرید 2/1 میلیارد جمعیت این‏ کشور شمار متقاضیان وسایلی همچون تلویزیون، یخچال،اتومبیل نیز بالا می‏رود.با این‏ حال،این نگرانی که ورود به برخی بازارها امکان ندارد افزایش یافته است بویژه اکنون که‏ پکن به شرکتتهائی که قبلا در این کشور مشغول‏ بکار بوده‏اند،کمک می‏کند.

نخستین شرکتهای خارجی در دههء 1980، عموما از طریق سرمایه‏گذاری‏های مشترک به‏ چین راه یافتند.اینک،این شرکتها از مزایای‏ سیاستهای دولت که برای حمایت از تولید کنندگان داخلی ارائه شده استفاده می‏کنند.نمونهء بارز آن این است که چین در روز 11 آوریل‏ گفته بود که این کشور نمی‏تواند تا سه سال آینده‏ سرمایه‏گذاری مشترک دیگری را در صنایع‏ خودروسازی بپذیرد و از آن پس،کارخانه‏های‏ مزبور باین شرایط تائید شدند که بتوانند 40 درصد قطعات یدکی خود را از داخل کشور تأمین نمایند و تا سه سال آینده نیز بتوانند این میزان را به‏ 60 درصد برسانند.بدین ترتیب به تولید- کنندگان خودرو که اکثر آنان کوچک هستند فرصت داده می‏شود که بیشتر رقابت کنند.

احتمالا دولت از اینکه سرعت تولید خود به‏ نسبت جاده‏های چین بسیار زیاد است نگران می‏باشد.

این تحریم برای سرمایه‏گذاران فرصت طلائی‏ بوجود می‏آورد تا در این رقابت از امتیاز بهتری‏ برخوردار باشند.

بهنرین موقعیت را کارخانهء فولکس واگن آلمان‏ دارد که اتومبیلهای سانتانا را در شانگهای تولید می‏کند.پیش از این لوازم فولکس واگن‏های‏ شانگهای 80 درصد داخلی بودند و تولید سالانهء گذشتهء آن 100000فقره،یعنی در حدود 3/1 کل اتومبیلهای ژاپن بوده است.

شرکت پژوی فرانسه،کرایسلر،همچون‏ شرکتهای ژاپنی در ساخت کارخانه‏ها نسبت به‏ رقبای بزرگتر خود،سریعتر عمل کرده‏اند.صنایع‏ سنگین فوجی،یکی از انواع اتومبیلهای سوباروی‏ خود را با همکاری شریک چینی خود می‏سازد، در حالی که سوزوکی یک کارخانهء با سرمایه‏گذاری‏ مشترک در چونگ کینگ را که تا سال 1996 باید سالانه 50000 اتومبیل بسازد توسعه می‏دهد.

اما خودروی محبوب در بین ژاپنی‏ها دائی‏ ماتسوی کوچک است.این کارخانه در یتان‏ژین‏ سرمایه‏گذاری مشترک داشته و سال گذشته در حدود 100000 وسیلهء نقلیه به شکل خودروهای‏ مینی که در چین بویژه به صورت تاکسی بسیار فراوان است را به بازار عرضه کرده است.

این سیاست جدید ضربهء هولناکی به شرکتهای‏ خودروسازی که هنوز به خارج از کشور فکر می‏کنند،وارد می‏آورد.چین حتی پیش از تحریم کارخانه‏های جدید خودرو،سازندگان‏ آتی خودرو را تشویق میکرد تا فعالیت خود را بیشتر به ساخت لودر،اتوبوس و قطعات آن‏ اختصاص دهند.اکنون چارهء دیگری نخواهند داشت.قرار است کارخانه‏های اتومبیل سازی‏ جنرال موتورز و فورد امریکا،رنوی فرانسه، نیسان ژاپن و دووی کره قطعات یدکی تولید کنند.هم اینک جنرال موتورز و نیسان کامیونهای‏ کوچک در چین می‏سازند،اما مانند سایر کارخانه‏ها علاقمند به تولید خودروهای سواری‏ هستند.

آنان باید بیشتر مواظب باشند.روزنامهء رسمی دیلی چاینا هشدار داده است که در مورد هر واحد جدید تولیدکننده قطعات نظارت دقیق‏ صورت می‏گیرد زیرا چنین پروژه‏هائی طی مدتی‏ کوتاه می‏تواند به خط تولید خودرو مبدل شود.

جریانی که در بخش خودرو سازی بوجود آمده‏ ممکن است در سایر صنایع نیز به راحتی اتفاق‏ بیافتد.برای مثال،انتظار می‏رود دولت پکن‏ شمار سازندگان بالقوهء تجهییزات مخابراتی را کاهش دهد.این حرکت ممکن است به نفع‏ شرکتهائی باشد که نخستین سرمایه‏گذاران در چین‏ بوده‏اند و به رغم هزاران مشکل تجای در کشور پایدار هستند.

سازندگان عمده تجهییزات مخابراتی عبارتند از شرکتهای الکاتل آلستوم فرانسه که در حدود نیمی از بازار سیستمهای ارتباط تلفنی دیجیتالی‏ را در چین در اختیار دارند،آریکون سوئد و موتورولای امریکا که هر دو بازار تلفنهای جیبی‏ را بدست گرفته‏اند.

برخی شرکتها بدون توجه به اقدامات‏ سیاستمداران در سایر بخشهای این کشور موفق‏ بوده‏اند.پرزیدنت انترپرایزز،یک شرکت‏ ائتلافی تایوان،بازار مواد غذائی را از دست‏ شرکتهای غربی خارج کرده است و هم اینک‏ دهها کارخانه در سراسر کشور دارد و پیش‏بینی‏ می‏کند که طیطی ده سال آینده فروشش در چین‏ بیش از تایوان باشد.

موفقیت سایر شرکتهای خارجی نیز در چین‏ چشمگیر بوده است از جمله شرکت اون امریکا در جنوب گوانگ دنگ که شبکه‏ای از واحدهای تولید کنندهءلوازم شخصی بانوان دایر کرده است.

شرکت زیراکس شانگهای که در سال 1987 توسط زیراکس امریکا،تأسیس شد و شرکتهای مووی‏ شانگهای و فتوگراف اینداستریال و نیز یک بانک‏ محلی چین که گفته می‏شود 45 درصد از بازار دستگاههای کپی را اشغال کرده است.شرکت‏ مشترک چینی شانگهای یااوهاپیلکینگتون،یک‏ کارخانهء انگلیسی تولید شیشه و یک شرکت‏ تجاری اسرائیلی شیشه سازی بنام یونایتد دیولوپمنت،در صدر سایر شرکتهای تولید کنندهء شیشه‏های تخت قرار دارند.

در بررسی شرکت مشاورهء مدیریت مکنزی از شرکتهای چند ملیتی چین آمده است که سود بیش از نیمی از شرکتهای بررسی شده 10 درصد به بالا بوده است.اگرچه این مقدار چشمگیر نیست،اما این شرکتها قصد دارند تا میانگین‏ سرمایه گداری خود را در چین از 50 میلیون دلار امروزه را در سه سال آینده به بیش از 200 میلیون‏ دلار افزایش دهند.

طرز فکر جدید

در مورد عظمت شرکتهائی که توسط این تازه‏ واردین اولیه ایجاد شوند براحتی می‏توان‏ اغراق کرد.چین سرزمین پهناوری است که‏ صنایع تولیدی بزرگ و بیشماری دارد از جمله‏ لامپ تلویزیون و تجهییزات نیروگاههای برق‏ که بازار آن نیز بسیار فراگیر است.مسئله‏ مهمی را که می‏توان از شرکتهای موفق خارجی‏ در چین آموخت،اهمیتی است که به تعهدشان‏ نسبت به چین از خود نشان می‏دهند.

شرکتهای موفق چند ملیتی براحتی از امتیاز موقتی پائین بودن هزینهء نیروی کار استفاده‏ نمی‏کنند.در واقع آنها به سختی زحمت‏ می‏کشند.گرود مکنزی معتقد است که این شرکتها به روش سودآوری و همچنین حفظ آن در بلند مدت‏ پی‏برده‏اند،و بسختی تلاش می‏کنند تا رقیبان‏ ضعیفتری را کنار بزنند.واحهای موفق پس از اطمینان از استحکام موقعیت خود فعالیتشان‏ را در سراسر چین در جهت فائق آمدن برمشکلات‏ بزرگ حمل و نقل و نیز برای پاسخگویی به‏ نیازهای مناطق مختلف این کشور توسعه می‏دهند.

شرکتهای زیراکس شانگهای و شانگهای یا اوهاپیلکینگتون،تکنولوژی را از کشورهای‏ خودشان یعنی انگلستان و امریکا وارد و استفاده‏ کرده‏اند.فولکس واگن می‏توانست خودروهای‏ خود را با استفاده از قطعات خریداری شده از خارج تأمین کند:ولی در عوض تنها تولیدکنندگان‏ بزرگ اتومبیل‏سازی بود که توانست مهارتهای‏ مدیریتی،تکنولوژی و پژوهش و توسعه را به‏ چین منتقل کند.این موضوع مطمئنا دولت‏ پکن را تحت‏تأثیر قرار داده است.به‏طوری که‏ اکنون،تصمیم گرفته است که هر شرکت‏ خودروسازی خارجی که به چین می‏آید نیز همین کار را بکند.

مأخذ:اکونومیست 16 آوریل 1994