



## تأثیر متقابل فرهنگ کشور میزبان و سرمایه‌گذاری خارجی بر یکدیگر

علیرضا پوراسماعیلی \*

تاریخ دریافت مقاله: ۹۰/۴/۲

تاریخ تأیید مقاله: ۹۰/۶/۲

### چکیده:

ورود سرمایه‌گذاری خارجی و شرکت‌های چندملیتی به یک کشور همواره نگرانی‌هایی را برای کشور میزبان به همراه دارد؛ چه از طرف کشورهای پذیرای سرمایه‌گذار خارجی برای رسیدن به رشد و توسعه اقتصادی نیازمند جذب سرمایه‌های خارجی هستند و از طرف دیگر، حضور سرمایه‌گذار خارجی در کشور میزبان به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه و یا کمتر توسعه‌یافته، یادآور خاطرات تلخ دوره استعمار است و هنوز رگه‌هایی از نگرانی‌هایی مانند دخالت در امور داخلی و به‌یغما بردن منابع طبیعی کشور میزبان در کشورهای پذیرای سرمایه‌گذار خارجی دیده می‌شود.

البته برخی از این نگرانی‌ها از بین رفته است؛ ولی در بعد فرهنگی، دغدغه‌ها همچنان باقی است و ترس از تأثیرات نامطلوب فرهنگ بیگانه بر فرهنگ بومی، کشورها را بر آن داشته تا در بخش‌های فرهنگی محدودیت‌هایی را برای سرمایه‌گذاری خارجی در نظر بگیرند. این نوشتار تأثیرات فرهنگ بومی و سرمایه‌گذاری خارجی را به‌طور جداگانه بررسی می‌کند تا دریابد که سرمایه‌گذاری خارجی و فرهنگ بومی کشورهای میزبان سرمایه‌گذاری خارجی چه تأثیراتی بر یکدیگر می‌گذارند؟

واژگان کلیدی: فرهنگ، سرمایه‌گذاری خارجی، کشور میزبان، هویت ملی.

## مقدمه

(مبحث نخست)، تأثیر سرمایه‌گذاری خارجی بر فرهنگ کشور میزبان (مبحث دوم) و تأثیر فرهنگ کشور میزبان بر سرمایه‌گذاری خارجی (مبحث سوم) بررسی می‌گردد. پیش از هر چیز لازم به ذکر است که به دلیل گستردگی مقوله فرهنگ و نیز ویژگی‌های خاص این بخش و از جمله غیرملموس بودن آن مطالعات اندکی در این زمینه انجام شده است و یا مطالعات انجام شده ناظر به یک بخش خاص بوده است.

## فصل اول: مزایای سرمایه‌گذاری خارجی در کشورهای

### میزبان سرمایه‌گذاری

کشورهای پذیرای سرمایه‌گذاری خارجی بنا به دلایلی به جذب سرمایه‌گذاری خارجی روی می‌آورند و حتی مشوق‌هایی برای ورود سرمایه‌گذار خارجی در نظر می‌گیرند که میزان موفقیت آنان بسته به نوع کشور، نوع استراتژی و زیرساخت‌های لازم برای حضور سرمایه‌گذار خارجی متفاوت است. در ادامه به برخی از مهم‌ترین اهداف کشورهای میزبان برای جذب سرمایه‌گذاری خارجی اشاره می‌گردد.

۱. انتقال سرمایه و فناوری: عمدتاً کشورهای در حال توسعه و کمتر توسعه‌یافته برای رسیدن به توسعه اقتصادی منابع مالی لازم و فناوری روز را در اختیار ندارند و منابع داخلی نیز نمی‌تواند به آنان کمک کند. بنابراین با کمبود شدید سرمایه و فناوری روبرو بوده و با جذب سرمایه‌گذاری خارجی درصد حل این مشکل هستند. جذب سرمایه‌گذاری خارجی یکی از روش‌های تأمین منابع مالی پروژه‌هاست و در کنار آن با انتقال فناوری زمینه‌های پیشرفت کشور میزبان فراهم می‌گردد. البته باید توجه داشت که صرف ورود سرمایه‌گذاری خارجی موجب پیشرفت و انتقال فناوری نیست؛ چه آنچه که زمینه پیشرفت را در کشور میزبان فراهم می‌کند، انتقال مرحله تحقیق و توسعه به کشور میزبان و نیز فناوری روز است. بنابراین اگر سرمایه‌گذار خارجی از فناوری استفاده کند که با شرایط موجود کشور میزبان و به‌ویژه کشور در حال توسعه یا کمتر توسعه‌یافته، نامتناسب باشد؛ برای مثال سرمایه‌گذار خارجی، با نادیده گرفتن مؤلفه‌ها و فاکتورهای

سرمایه‌گذاری خارجی در دهه‌های اخیر رشد چشمگیری را شاهد بوده است و بسیاری از کشورها با تدوین مقررات جدید یا اصلاح قوانین راجع به سرمایه‌گذاری خارجی، بخش‌های گوناگون اقتصادی و صنایع خود را به روی سرمایه‌گذاری خارجی گشوده‌اند و پذیرای سرمایه‌گذاری‌های خارجی شده‌اند؛ هر چند که تا آزادسازی سرمایه‌گذاری خارجی و حذف همه محدودیت‌ها و موانع ورود و جذب سرمایه‌گذاری هنوز راه بسیار دشواری پیش روست.

بنا به تحلیل دانینگ<sup>۱</sup> برای این که یک بنگاه اقدام به سرمایه‌گذاری کند، سه شرط باید فراهم آید: نخست آن که باید از مزیت نسبی نسبت به سایر بنگاه‌های کشور میزبان در مالکیت دارایی‌های غیرمشهود برخوردار باشد (مزیت مالکیتی)<sup>۲</sup>؛ دوم آن که استفاده از این مزیت برای بنگاه با صرفه‌تر از فروش یا اعطای آن باشد (مزیت درونی‌سازی)<sup>۳</sup>؛ سوم این که استفاده از این مزیت‌ها با ترکیبی از عوامل تولید در کشور میزبان برای بنگاه بسیار با صرفه‌تر باشد (مزیت مکانی)<sup>۴</sup> (داودی و شاهمرادی، ۱۳۸۳: ۸۱-۱۱۳)، اگرچه برپایه این تحلیل برای ورود سرمایه‌گذاری خارجی، کشور میزبان باید از زیرساخت‌های لازم برای جذب سرمایه‌گذاری برخوردار باشد، ولی ورود سرمایه‌گذاری خارجی به کشور میزبان هم پیامدهای مثبت به دنبال دارد و هم پیامدهای منفی که نمی‌توان این‌گونه پیامدهای منفی را نادیده گرفت. به دیگر سخن، از سویی سرمایه‌گذاری خارجی موجب انتقال فناوری و ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی می‌گردد و از سوی دیگر، موجب تضعیف امنیت ملی، آلودگی محیط زیست و سلطه فرهنگ بیگانه می‌گردد (Herman, Chisholm and Leavell, ۲۰۰۴: ۱۵-۱۸، پوراسماعیلی، ۱۳۸۹: ۵۱-۸۴). نگرانی نسبت به پیامدهای منفی و به‌ویژه پیامدهای فرهنگی سرمایه‌گذاری خارجی است که سبب شده تا کشورهای پذیرای سرمایه‌گذاری خارجی از باز کردن همه بخش‌های اقتصادی و یا غیر اقتصادی خود به روی سرمایه‌گذاری خارجی خودداری ورزند که در ادامه در سه مبحث مزایا و فواید سرمایه‌گذاری خارجی

1. Dunning  
2. ownership advantage

3. internalization advantage  
4. locational advantage

می‌توانند کالای مرغوب و دلخواه خود را با قیمتی مناسب‌تر تهیه کنند، درحالی‌که در نظام‌های تجاری که دولت‌ها به حمایت از تولیدات داخلی می‌پردازند و ورود کالاها و تولیدکنندگان خارجی را ممنوع می‌کنند و یا با اعمال تعرفه‌ها، دیگر موانع واردات را محدود می‌سازند، مصرف‌کننده مجبور است کالای تولید را به مبلغی گران‌بخرد که ممکن است کیفیت مطلوبی هم نداشته باشد.

۳. ایجاد اشتغال: سرمایه‌گذار خارجی با ورود خود به کشور میزبان ارز خارجی مورد نیاز یک کشور برای اجرایی و عملیاتی کردن پروژه‌های اقتصادی را تأمین می‌کند و با اجرایی شدن هر پروژه و ایجاد اشتغال، تعدادی از نیروهای ماهر و یا نیمه‌ماهر و ... در این پروژه‌ها مشغول به‌کار خواهند شد و در نتیجه بیکاری کاهش خواهد یافت. از این روست که برخی از کشورها، سرمایه‌گذار را مکلف می‌سازند که نیروی انسانی مورد نیاز خود در پروژه را از منابع انسانی کشور میزبان استفاده کند. (اکبریان و خرم: ۱۳۹۰، ۱۵۹-۱۴۸). بنابر مطالعه «لاهی‌ری و اونو»، هنگامی که کشور میزبان مقرر کند که شرکت‌های خارجی منحصراً مواد مورد نیاز خود را باید از منابع داخلی تأمین کنند، سرمایه‌گذاری خارجی موجب افزایش اشتغال‌زایی خواهد شد. (Lahiri and ۴۴۴-Ono, p. ۴۵۷)

## فصل دوم: تأثیر سرمایه‌گذاری خارجی بر فرهنگ کشورهای میزبان سرمایه‌گذاری

۱. از بین رفتن تولیدات فرهنگی: کشورهای در حال توسعه و کمتر توسعه‌یافته که با کمبود شدید سرمایه و فناوری روبرو هستند با جذب سرمایه‌گذاری خارجی تلاش می‌کنند تا حداقل بخشی از این کمبود را برطرف سازند. بنابراین جذب سرمایه‌گذاری خارجی مشکل دسترسی کشور به ارز خارجی و فناوری روز را می‌تواند جبران کند. افزون بر این با ورود سرمایه‌گذاری خارجی، شیوه‌های نوین مدیریتی نیز به کشور منتقل می‌شود و موجب ایجاد رقابت میان شرکت‌های خارجی و شرکت‌های داخلی می‌گردد. به این ترتیب مصرف‌کنندگان نیز توان انتخاب بیشتری خواهند داشت و می‌توانند کالای مرغوب و دلخواه خود را با

کشور میزبان برای تولید به جای استفاده از فناوری کاربر از فناوری سرمایه‌بر استفاده کند که چندان موجب ایجاد اشتغال نمی‌گردد و یا حتی اگر از فناوری کاربر هم استفاده کند ممکن است فناوری روز دنیا و دستگاه‌های مدرن نباشد. در این صورت بهره‌گیری از فناوری و دستگاه‌های قدیمی نیز موجب انتقال فناوری نخواهد شد؛ چون با استفاده از این دستگاه‌ها و مستهلک شدن آن، تنها کشور میزبان متحمل هزینه اضافی (نصب و راه‌اندازی تجهیزات کهنه و از رده خارج کردن آن، آموزش کارگران برای چنین فناوری - که قابلیت کار در صنایع مدرن را نخواهند داشت - از جمله این هزینه‌هاست) شده است و حتی باید با جذب سرمایه‌گذاری مجدد به دنبال فناوری روز باشد.

افزون بر این، سرمایه‌گذار خارجی یا شرکت‌های چندملیتی ممکن است بسته کامل فناوری و تمام مراحل آن را به کشور میزبان منتقل نسازند و تنها آخرین مرحله تولید را برای تصرف بازار داخلی یا استفاده از نیروی کار ارزان به کشور میزبان منتقل کنند، در حالی که این فناوری انتقال داده شده اصلاً پیچیده نیست و اهداف مدنظر کشور میزبان را برآورده نمی‌سازد. درنهایت ممکن است سرمایه‌گذار خارجی، فعالیت تحقیق و توسعه<sup>۱</sup> را به کشور میزبان منتقل نسازد. به این ترتیب، کشور نیز به رشد و توسعه دست نیابد؛ سنگاپور از نمونه‌های موفق است که با بسترسازی‌های لازم، سرمایه‌گذاری خارجی را به سوی فناوری‌های پیشرفته ترغیب و سوق داده است و با توسل به مشوق‌های مالی و دیگر تدابیر، شرکت‌های فراملیتی یا چندملیتی را ترغیب کرده تا فعالیت‌های تحقیق و توسعه را در سنگاپور تکمیل کنند. (هادی زنون، ۴۲۷-۴۲۸). البته باید توجه داشت که عدم تکمیل یا استقرار فعالیت‌های تحقیق و توسعه ممکن است ناشی از هزینه بالای آن و در نتیجه، عدم استقبال کشور میزبان باشد.

۲. ایجاد رقابت میان تولیدکنندگان داخلی و سرمایه‌گذار خارجی: با ورود سرمایه‌گذاری خارجی، شیوه‌های نوین مدیریتی نیز به کشور منتقل می‌شود و موجب ایجاد رقابت میان شرکت‌های خارجی و شرکت‌های داخلی می‌گردد. (ساعی: ۱۳۹-۱۴۲) به این ترتیب مصرف‌کنندگان نیز توان انتخاب بیشتری خواهند داشت و

1. research and development(R&D)

آنچه گذشت در حوزه تولیدات فرهنگی نیز صادق است و به‌رغم گستردگی این حوزه که گستره‌های متنوعی از هنر، ادبیات تا معماری و موسیقی و ... را در بر می‌گیرد، تولیدات فرهنگی کشورهای در حال توسعه و یا کمتر توسعه‌یافته در خارج از مرزهای آنها خریداری ندارد و حتی در داخل کشور نیز مصرف‌کنندگان به دلیل عدم جذابیت و یا کیفیت نازل آن رغبتی به خرید این محصولات ندارند و جالب این‌که نوعی بی‌اعتمادی به محصولات فرهنگی داخلی وجود دارد و حتی مصرف‌کنندگان به تبلیغات این محصولات نیز توجه نمی‌کنند و آن را غیرواقعی و یا اغراق‌آمیز می‌دانند. بنابراین اگر در چنین محیطی به سرمایه‌گذار خارجی اجازه ورود داده شود و سرمایه‌گذار خارجی کالای فرهنگی مشابهی عرضه کند، بی‌گمان کالای مشابه خارجی با استقبال مصرف‌کنندگان روبرو خواهد شد؛ زیرا سرمایه‌گذار خارجی با توسل به شیوه‌های روان‌شناختی و جامعه‌شناختی و ... و نیز با کمک به فناوری روز دنیا تلاش می‌کند که محصول تولیدی با بهترین شیوه و کیفیت محصول منطبق با خصوصیات فرهنگی کشور میزبان و با بهای کمتری در مقایسه با محصول داخلی عرضه شود تا بتواند بازار مصرف داخلی را تسخیر کند؛ بنابراین در چنین شرایطی طبیعی است که سرمایه‌گذاری خارجی عرصه رقابت را بر تولیدکننده داخلی تنگ و بالاخره حریف را از میدان بیرون کند (کاظمی، ۱۳۸۰: ۲۷۱-۲۷۶).

۲. انتقال عناصر فرهنگی: شرکت‌های چندملیتی و فراملیتی به دو روش به فرایند انتقال عناصر فرهنگی کمک می‌کنند: الف) تأثیرگذاری آگاهانه و عمدی: در این روش سرمایه‌گذاران خارجی و شرکت‌های چندملیتی تلاش می‌کنند هنجارها و ارزش‌های کشور متبوع و یا ارزش‌های کشورهای میزبان منتقل ساخته و در آنجا رواج دهند. از آنجایی که کشورهای در حال توسعه عموماً فرهنگی ایستا و کمتر مادی‌گرایانه دارند، تحت تأثیر شرکت‌های چندملیتی و فراملیتی - که مروج فرهنگ کارآفرینانه و مادی‌گرایانه هستند - قرار می‌گیرند. این دسته از شرکت‌ها که توانایی عرضه کالاهای مادی و پرداخت دستمزد

قیمتی مناسب‌تر تهیه کنند، درحالی که در نظام‌های تجاری که دولت‌ها به حمایت از تولیدات داخلی می‌پردازند و ورود کالاها و تولیدکنندگان خارجی را ممنوع می‌کنند و یا با اعمال تعرفه‌ها و دیگر موانع واردات را محدود می‌کنند و مصرف‌کننده مجبور است کالای تولید داخل را به مبلغی گران‌تر از کالاهای مشابه خارجی و وارداتی بخرد که ممکن است کیفیت نازل و نامطلوب‌تری هم داشته باشد.

با این همه ورود سرمایه‌گذار خارجی به کشور میزبان ممکن است موجب کنار گذاردن، حذف و یا ورشکستگی شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران داخلی شود (Blomstrom and A. Kokko, ۱۹۹۷، بانک جهانی و انتشارات دانشگاه آکسفورد، ۱۳۸۷: ۱۶۲)؛ زیرا سرمایه‌گذاران خارجی و از جمله شرکت‌های چندملیتی<sup>۱</sup> و فراملیتی<sup>۲</sup> در مقایسه با شرکت‌های داخلی و محلی، توان خرید و سرمایه‌گذاری بالایی دارند و برخورداری آنان از تکنولوژی روز و مدیریت بازاریابی، امکان رقابت را از شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران داخلی می‌گیرد و آن را به حاشیه می‌راند.

البته باید توجه داشت که با ورود سرمایه‌گذاری خارجی به کشور میزبان، ممکن است دولت همه تسهیلات و منابع مالی و غیرمالی موجود را در دسترس سرمایه‌گذاری خارجی قرار دهد و سرمایه‌گذار داخلی از این منابع محروم گردد؛ بنابراین در چنین حالتی سرمایه‌گذاری خارجی، راه را به روی سرمایه‌گذاری داخلی می‌بندد و مانع شکوفایی توانایی‌های سرمایه‌گذاری داخلی می‌گردد و در نتیجه، شرکت‌های داخلی برای همیشه از صحنه رقابت کنار گذارده می‌شوند، اگرچه چنین پیامدی از کشوری به کشور دیگر متفاوت می‌نماید. (kumar, ۲۰۰۳)

افزون بر این، شرکت‌های چندملیتی به مدد توانایی بالای مالی خود در بازار، ممکن است محصولات تولیدی خود را در بازار کشور میزبان با قیمت پایین‌تر عرضه کنند و بنگاه‌های تولیدی محلی که توانایی مالی بالایی ندارند از رقابت با این دسته از شرکت‌ها باز می‌مانند و به‌این ترتیب پس از خالی شدن بازار از رقبای داخلی، ممکن است شرکت‌های چندملیتی با دست گرفتن بازار، مبادرت به بالابردن قیمت‌ها و حتی دامپینگ کنند (قره باغیان، ۱۳۷۱: ۸۴۱).

1. multinational enterprises

2. transnational enterprises

افراد می‌توانند موجبات پویایی و بالندگی زاد و بوم خود را فراهم آورند و تهی شدن روستا از چنین نیروهایی در بلندمدت می‌تواند از علل نابودی روستا به‌شمار آید و یا آن‌که شرکت محلی در اثر کمبود نیروی ماهر تعطیل گردد (دونالد لکروا و دیگران: ۴۹ و قره باغیان، ۱۳۷۱: ۸۴۲).

۲. از دست رفتن هویت ملی: همان‌گونه که اشاره شد سرمایه‌گذاران خارجی با هنجارها و ارزش‌های خاص خود در کشورها و قلمروهای بسیاری فعالیت دارند و از این کشورها یا قلمروها نیز ارزش‌ها و هنجارهایی را می‌پذیرند. بنابراین کشورهای میزبان و به‌ویژه کشورهای در حال توسعه با ورود سرمایه‌گذاران خارجی همواره نگران از دست رفتن هویت ملی و ارزش‌های خود هستند. در واقع، کشورهای میزبان سرمایه‌گذاری خارجی، همواره نگران از دست رفتن هویت ملی خود در اثر نفوذ فرهنگ بیگانه هستند، به‌ویژه این‌که فرهنگ بومی نتواند در برابر فرهنگ بیگانه مقاومت کند. با از بین رفتن هویت ملی، ارزش‌گذاری نسل‌های جدید نسبت به میراث گذشتگان و اعتقادشان به این میراث و حفظ و تقویت آن و تربیت فرزندان خود براساس الگوهای سنتی رنگ می‌بازد و در عرصه سیاسی نیز همبستگی، انسجام و مشارکت عمومی در امور سیاسی کاهش خواهد یافت و نگرش مردم به حاکمان فعلی و قبلی متفاوت می‌گردد (ابوالحسنی، ۱۳۸۷: ۱۹-۲۰). بر این اساس است که از دست رفتن هویت ملی پیامدهای جبران‌ناپذیری را به‌دنبال خواهد داشت و پیروزی در عرصه فرهنگی زمینه نفوذ سیاسی، تجاری و اقتصادی را فراهم می‌سازد. در واقع از این منظر، پیروزی در صحنه فرهنگی، زمینه برتری بیگانه در صحنه‌های سیاسی، اقتصادی و تجاری را فراهم می‌آورد (کاظمی، ۱۳۸۰: ۲۷۵).

بنابراین شرکت‌های چندملیتی و یا فراملیتی با سرمایه‌گذاری‌ها و تأسیس شعبه‌های خود در کشورهای در حال توسعه، محصولات خود را به بهایی ارزان‌تر به خریداران عرضه می‌کنند و مصرف‌کنندگان که قدرت خرید پایین‌تری دارند به سوی خرید این دسته از محصولات کشیده می‌شوند و تولیدکنندگان و فروشگاه‌های محلی که توانایی رقابت با این شرکت‌ها را ندارند به ناگزیر تعطیل می‌شوند و با تعطیلی و یا ورشکستگی تولیدکنندگان داخلی، هویت جوامع در حال توسعه

بالاتر برای تولید را دارند با توسل به تبلیغات، تلاش می‌کنند تا الگوی مصرف مردم بومی را تغییر داده بر فرهنگ محلی تأثیر بگذارند و حتی شرکت‌های چندملیتی با توسل به قدرت مالی بالای خود و در نبود مقررات و قوانین کنترل‌کننده و بالاخره عدم کمک مالی دولت مرکزی به رسانه‌ها و خدمات فرهنگی محلی، شرکت‌های چندملیتی و یا فراملیتی رسانه‌ها و خدمات فرهنگی دولت محلی را تحت سلطه خود درآورده، برپایه سیاست‌های خود آن را اداره خواهند کرد (خور، ۱۳۸۳: ۸۷ و دونالد لکروا و دیگران، ۱۳۷۳: ۴۹-۵۱).

ب) تأثیرگذاری غیرمستقیم: در این روش، شرکت‌های چندملیتی و یا فراملیتی سرمایه‌گذار نیز خود تحت تأثیر فرهنگ کشورهایی که در آنجا فعالیت می‌کنند، قرار گرفته و در نتیجه به دیگر کشورها منتقل می‌سازند؛ انتقال الگوهای مدیریتی از ایالات متحده به اروپا در دهه ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ و انتقال الگوها و روش‌های کاری از ژاپن از جمله این‌گونه انتقال‌هاست.

ورود شرکت‌های چندملیتی و سرمایه‌گذاران خارجی، آثار اجتماعی گوناگونی به‌دنبال دارد؛ از یک‌طرف موجب تبدیل جوامع کشاورزی به جوامع صنعتی می‌شوند یا بخش‌های جدید صنعتی را رونق داده و بخش‌های دیگر را مدرنیزه می‌سازند، در این بخش‌ها، فرهنگی را رواج می‌دهند که با فرهنگ دیگر بخش‌های جامعه متفاوت است و حتی ممکن است اختلاف فرهنگی را در این بخش‌ها تشدید کنند.

از سوی دیگر، سرمایه‌گذاران خارجی و شرکت‌های چندملیتی، شکل‌های جدید زندگی و الگوهای نوین کاری را به ارمغان می‌آورند و به انواع علائق و سلايق میدان می‌دهند، رسوم و هنجارهای جدیدی را رواج می‌دهند و طبقات اجتماعی جدیدی را پدید می‌آورند (Dunning and Lundan: ۶۴۷-۶۴۹). بنابراین شرکت‌های چندملیتی در محل‌های نزدیک به شهر مستقر می‌شوند و از جوامع روستایی کارکنان مورد نیاز خود را جذب می‌کنند. جذب این دسته از کارکنان از سویی موجب گسسته شدن پیوندهای آنان با روستا و منزوی شدن در شهر و بالاخره از بین رفتن همبستگی اجتماعی می‌گردد. از سوی دیگر، شرکت‌های چندملیتی، افراد جوان، هوشمند و فعال شرکت‌های محلی و یا روستا را به خدمت می‌گیرند که این

نیز از بین می‌رود (اسیگلیتز، ۱۳۸۴: ۹۵). برای مثال سال‌های متمادی کشوری تلاش می‌کند تا در زمینه تولیدات دیداری و شنیداری، رسانه‌های همگانی و یا خودرو ملی به خودکفایی برسد و انواع حمایت‌ها را به عمل می‌آورد تا خودرو ملی یا رسانه ملی پا بگیرد. حال اگر اجازه داده شود که سرمایه‌گذار خارجی به چنین بخشی‌هایی وارد شود و بخش‌های داخلی توانایی رقابت با سرمایه‌گذار خارجی را نداشته باشد، باید منتظر تعطیلی بخش و صنایع داخلی بود. بنابراین در مورد رسانه‌های همگانی، تعطیلی یا ناکارآمد شدن رسانه ملی یا سایر رسانه‌های گروهی موجب می‌شود تا فرهنگ بیگانه بیشتر قدرت تبلیغ و مانور را داشته باشد و در نبود رسانه‌های گروهی داخلی، فرهنگ بیگانه بیشتر جولان خواهد داد.

این نگرانی راجع به هویت ملی بیش از آن که جنبه واقعی و عینی داشته باشد، بیشتر پیشینه تاریخی دارد و تاریخ پر از نمونه‌هایی است که فرهنگ بیگانه و استعمارگران از راه تبلیغ، تجارت و مهاجرت بر فرهنگ‌های ملی سلطه یافته‌اند و کشورهای در حال توسعه که اغلب چنین تجربه‌ای را پشت سر گذارده‌اند اگرچه برای توسعه اقتصادی خود نیازمند ورود سرمایه‌گذاری خارجی هستند، ولی از دست رفتن فرهنگ، ارزش‌ها، هنرها و هویت ملی خود را بر نمی‌تابند. البته این نوع نگرانی و یا به عبارت دقیق‌تر بدبینی امروزه کاهش یافته است و در بیشتر موارد کشورها به دنبال توسعه اقتصادی و جذب سرمایه‌گذاری خارجی هستند و پهنه‌های دیگری وجود دارد که موجبات نگرانی آنان را فراهم آورده است از جمله اینترنت، شبکه‌های ماهواره‌ای و ...

البته برخی از نویسندگان معتقدند: «کشورهای آمریکای لاتین که قرابت فرهنگی بیشتری با اروپای غربی و آمریکای شمالی دارند و به استانداردها و سطح زندگی همسایگان مردم ایالات متحد، رشک می‌برند و از نظام سیاسی و هویت ملی خود دفاع می‌کنند و حفظ استقلال سیاسی خود را بر توسعه اقتصادی ترجیح می‌دهند و اخلاص سرمایه‌گذاران خارجی در نظام خود را بر نمی‌تابند. از این رو تمایل دارند منابعی را که سرمایه‌گذاران خارجی به همراه می‌آورند را از راه‌های جایگزین جبران کنند و در غیر این صورت شرایطی را برای حضور سرمایه‌گذاران خارجی و چگونگی فعالیت آنها در نظر می‌گیرند تا بر فعالیت

این شرکت‌ها نظارت کرده باشند. مردم آفریقا و خاورمیانه که فرهنگی غنی و میراث فرهنگی کهنی دارند نیز چنین نگاهی دارند و محدودیت‌هایی بر سر راه ورود سرمایه‌گذاران خارجی می‌گذارند» (۶۳۹: ۲۰۰۸، Dunning and Lundan-۶۴۱) این صاحب نظر روشن نمی‌سازد که چگونه کشورهای پیش گفته بدون جذب سرمایه‌گذاری خارجی اهداف توسعه اقتصادی خود را جامه عمل پوشانده‌اند؛ زیرا گرچه در همین کشورها نیز محدودیت‌هایی بر سر راه سرمایه‌گذاران خارجی ایجاد شده است، ولی جذب سرمایه‌های خارجی همچنان مورد توجه بوده است و جالب این‌که این نویسنده در ادامه بر آن شده که با شدت یافتن موج بنیادگرایی اسلامی در کشورهای اسلامی، اسلام و تعالیم آن بر روابط تجاری نیز سایه افکنده است و این کشورها تمایل چندانی به پذیرش سرمایه‌گذاران خارجی ندارند، حال آن‌که توسعه همه کشورهای پیش گفته در گرو انجام سرمایه‌گذاری خارجی است و آنان مدعی غرب ستیزی‌اند (Dunning and Lundan, ۲۰۰۸: ۶۳۹-۶۴۱) در پاسخ به چنین ادعایی باید کشورهای عربی حوزه خلیج فارس را مثال زد که به دنبال جذب سرمایه‌گذاری خارجی و فراهم آوردن محیط امن برای سرمایه‌گذاری خارجی هستند. براین اساس این گفته درباره کشورهای اسلامی، ادعایی بی‌اساس است.

نکته پایانی این‌که امروزه گسترش فرهنگ غربی در کشورهای جنوب شرق آسیا تحت تأثیر ورود شرکت‌های چندملیتی دانسته شده است یا فعالیت شرکت‌های چندملیتی در کشورهای خاورمیانه، سنت‌های بومی این کشورها را به چالش کشیده است؛ زیرا در کشورهای عربی مسلمان، نوشیدن مشروبات الکلی حرام است و از این رو در برخی از این کشورها نوشیدن مشروبات الکلی به وسیله اتباع خارجی به منازل و دفاتر آنان محدود شده است و یا در جوامع عرب، زنان با محدودیت‌هایی روبرو هستند، حال آن‌که شرکت‌های چندملیتی فعال در این کشورها، زنان را در مسئولیت‌های مدیریتی و یا اجرایی به کار گمارده‌اند (تدبیر اقتصاد، ۱۳۸۲: ۶۶).

۳. رکود و تعطیلی صنایع دستی؛ ورود سرمایه‌گذار خارجی به بخش صنایع دستی و به دنبال آن، گردش تجارت آزاد و ورود بی‌رویه کالاهای وارداتی می‌تواند آسیب‌های جدی را به دنبال

کلی می‌توان بر این نکته تأکید کرد که هر چه سطح اعتماد به سرمایه‌گذاری خارجی بالا برود، سرمایه‌گذاری خارجی بیشتری جذب کشور می‌شود و هر چه که میزان اعتماد دولت و مردم کشور میزبان به سرمایه‌گذاری خارجی کاهش یابد و یا به سرمایه‌گذار خارجی به چشم یک مهاجم یا پیشقراول مهاجمان نگریسته شود میزان سرمایه‌گذاری خارجی نیز کاهش خواهد یافت؛ زیرا در جوامعی که فرهنگ بی‌اعتمادی رایج است این ضرب‌المثل «هر چیز متفاوت خطرناک است» گویای آن است که چقدر مردم چنین جامعه‌ای احساس ناامنی از سرمایه‌گذاری خارجی دارند و تلاش می‌کنند که مانع حضور آن شوند (De Jong, Smeets and Smits, 2006: 118).

همان‌گونه که گفته شد درباره میزان تأثیر فرهنگ کشور میزبان بر سرمایه‌گذاری خارجی مطالعات میدانی کمی انجام شده است و در مطالعات انجام شده نیز بر دو مؤلفه میزان تأثیر اعتماد و بی‌اعتمادی به سرمایه‌گذاری خارجی بررسی شده است، برای مثال، بررسی انجام شده در مورد کشور چین به‌درستی نشان می‌دهد که با بالا رفتن میزان اعتماد به سرمایه‌گذاری خارجی، حجم بالای سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی وارد کشور چین شده است (Pan, 2003: 831).

مطابق دیدگاه هوفستید<sup>۱</sup>، «در جوامعی که سطح بی‌اعتمادی بالا باشد، به‌هنگام ورود سرمایه‌گذاری خارجی نیز میزان عدم امنیت بالا می‌رود و مردم تهدید خارجی را بیشتر احساس می‌کنند؛ زیرا در چنین جوامعی که بی‌اعتمادی به خارجی‌ان بالاست، مردم احساس می‌کنند به‌وسیله سازمان‌های ناشناخته مورد تعرض و تهاجم قرار گرفته‌اند؛ به‌این ترتیب در چنین جوامعی حجم سرمایه‌گذاری خارجی کاهش می‌یابد و بر عکس هرگاه میزان اعتماد به خارجی‌ان در جامعه‌ای بالا باشد، حجم سرمایه‌گذاری بالا می‌رود» (Beamish, Dietz, Bhardwaj, ۲۰۰۷: ۵۰-۲۹) که تجربه چین در سال‌های اخیر به خوبی این ادعا را ثابت می‌کند که با بالا رفتن سطح اعتماد چینی‌ها به خارجی‌ان و اعتمادسازی لازم، این کشور حجم بالای سرمایه‌گذاری‌های خارجی را جذب کرده است. پس فرهنگ بی‌اعتمادی به سرمایه‌گذاری خارجی که ریشه

داشته باشد؛ زیرا ورود بی‌رویه کالا به یک کشور می‌تواند موجب رکود تولیدات بخش صنایع دستی گردد؛ زیرا صنایع دستی کشور میزبان توانایی رقابت کمتری با محصولات وارداتی دارد. بنابراین حمایت از صنایع دستی و حفظ میراث کهن گذشتگان، کشورها را بر آن می‌دارد تا ورود سرمایه‌گذاران خارجی به بخش صنایع دستی را محدود کنند (Dunn and Mutti, ۲۰۰۰: ۱۷۳).

به‌این ترتیب میزبان سرمایه‌گذاران و شرکت‌های سرمایه‌گذاری برای جلوگیری از تأثیرات نامطلوب سرمایه‌گذاری خارجی در حوزه فرهنگ محدودیت‌هایی را برای سرمایه‌گذاری خارجی ایجاد کرده‌اند و حتی برخی از کشورها ورود سرمایه‌گذاران خارجی را به بخش‌های حساس فرهنگی مانند رادیو، تلویزیون و فیلم ممنوع کرده‌اند. برای مثال مطابق قانون سرمایه‌گذاری کانادا<sup>۲</sup>، سرمایه‌گذاری‌های خارجی در بخش‌های فرهنگی از جمله چاپ، توزیع و فروش کتاب، نشریات و مجلات و تولیدات دیداری و شنیداری باید در راستای سیاست‌های ملی فرهنگی و سازگار با آن باشد و با محدودیت‌هایی روبروست. (<http://www.pch.gc.ca/>) اتحادیه اروپا به رهبری فرانسه نیز در مذاکرات دوراروگوئه خواستار معافیت بخش‌هایی مانند فیلم و محصولات دیداری و شنیداری و خدمات مربوط به این بخش شد که به «معافیت فرهنگی»<sup>۳</sup> معروف است (Dunning and Lundan: ۶۴۳).

سخن پایانی این که نباید نادیده انگاشت که حضور شرکت‌های سرمایه‌گذاری خارجی ممکن است تنها یکی از عوامل تغییر فرهنگی باشد و در کنار دیگر عوامل تغییر تأثیر بگذارد.

مبحث دوم: تأثیر فرهنگ کشور میزبان بر سرمایه‌گذاری خارجی

۱. اعتماد یا عدم اعتماد به سرمایه‌گذاری خارجی: سرمایه‌گذاری خارجی ترجیح می‌دهد به محلی برود که دارای مزایای مهمی باشد و در این زمینه نیز انتخاب محل سرمایه‌گذاری با وسواس و دقت انجام می‌گیرد که جاذبه‌های فرهنگی می‌تواند یکی از مؤلفه‌های جذب سرمایه‌گذاری خارجی باشد که کمتر مطالعه دقیقی بر روی تأثیر فرهنگ کشور میزبان بر سرمایه‌گذاری خارجی انجام شده است. با این همه به‌طور

1. Investment Canada Act

2. Cultural Exception

3. Hofstede

انجام شده نشان می‌دهد که تنوع فرهنگی کشور میزبان سرمایه‌گذاری خارجی، سرمایه‌گذاران را بر آن داشته تا در قالب سرمایه‌گذاری مشترک<sup>۱</sup> فعالیت کنند. این دسته از صاحب‌نظران معتقدند سرمایه‌گذاران فرانسوی و ژاپنی برای سرمایه‌گذاری در ایالات متحده ترجیح می‌دهند که به صورت مشترک سرمایه‌گذاری کنند. بنابراین تنوع فرهنگی در کشور میزبان و نیز تفاوت‌های فرهنگی در انتخاب شیوه سرمایه‌گذاری تأثیر دارد. (Fisher and Ranasinghe, 2001:343-345)

افزون بر این در جوامعی که فرهنگ بی‌اعتمادی به خارجیان سیطره دارد، انتخاب شیوه سرمایه‌گذاری مشترک می‌تواند باعث کاهش میزان بی‌اعتمادی گردد، اگرچه در برخی موارد نیز سرمایه‌گذار خارجی برای سرمایه‌گذاری در بخش دولتی باید با یک سرمایه‌گذار داخلی، سرمایه‌گذاری کند و مجبور به تحمل یک شریک داخلی است. برای مثال مطابق ماده (۳) قانون حداکثر استفاده از توان فنی و مهندسی تولیدی و صنعتی و اجرایی کشور، سرمایه‌گذار خارجی در بخش دولتی ایران باید در قالب مشارکت تجاری سرمایه‌گذاری کند و جالب آن که سهم خارجی نیز ۴۹ درصد و سهم طرف ایرانی ۵۱ درصد خواهد بود. بنابراین در این دسته کشورها مشارکت تجاری بنا به خواست سرمایه‌گذار خارجی نیست (پوراسماعیلی، ۱۹۴-۱۹۷).

بنابراین مشارکت تجاری شیوه‌ای است که برپایه آن سرمایه‌گذاران خارجی که شناختی نسبت به بازار داخلی، فرهنگ و سیاست‌های کشور میزبان ندارند با مشارکت دادن یک شریک داخلی در سرمایه‌گذاری تلاش می‌کنند تا با هزینه کمتری، شناخت خود نسبت به کشور میزبان را کامل کنند. یافته‌های فیشور و همکارش در بخش صنعت ساختمان‌سازی نشان می‌دهد که بی‌اعتمادی به خارجیان از جمله عواملی بوده که سبب شده تا سرمایه‌گذاری مشترک به‌این بخش وارد شود (Fisher and Ranasinghe, 2001:343-353).

نکته دیگر این که سرمایه‌گذار خارجی در بخش‌هایی می‌تواند وارد شود که چالشی در آن بخش پیش‌رویش نباشد و بتواند به آسانی کالای تولیدی خود را در بازار داخلی عرضه کند. برای مثال در کشورهای اسلامی به دلیل رواج فرهنگ استفاده از نوشیدنی‌ها

در پیشینه تاریخی مردم یک کشور و تجربه تلخ استعمار دارد موجب می‌شود تا کشور میزبان یا دولت آن کشور موانع و محدودیت‌های بیشتری بر سر راه حضور سرمایه‌گذاری خارجی بگذارد و این موانع و محدودیت‌ها در عمل موجب می‌شود تا میان سرمایه‌گذاری خارجی و داخلی تبعیض گذاشته شود و فرصت‌های سرمایه‌گذاری به صورتی نابرابر میان سرمایه‌گذار داخلی و خارجی توزیع گردد و در نتیجه سرمایه‌گذار خارجی تمایل چندانی به سرمایه‌گذاری در چنین کشوری نداشته باشد، در حالی که در نقطه مقابل اعتماد به خارجیان و سرمایه‌گذاری خارجی و داشتن روابط حسنه با آنان از عوامل بالا رفتن حجم سرمایه‌گذاری خارجی و در نتیجه رشد و شکوفایی یک کشور خواهد بود (Beamish, Dietz, Bhardwaj, 2007: 29-50).

ممکن است گفته شود که تأثیر فرهنگ تا این اندازه اغراق‌آمیز است و مزیت‌های نسبی یا مطلق کشورها از عوامل بسیار تأثیرگذار در جذب سرمایه‌گذاری خارجی است. با این همه باید گفت درست است که مزیت‌های یک کشور از عوامل جذب سرمایه‌گذاری خارجی است، اولاً مزیت‌های فرهنگی را نباید از یاد برد. ثانیاً باید به یاد داشت که اگر یک سرمایه‌گذاری خارجی به کشوری که میزان بی‌اعتمادی به خارجیان در آن بالاست جذب شود، بی‌گمان هزینه‌های مالی بالایی به‌هنگام جذب این سرمایه‌گذاری بر کشور تحمیل خواهد شد که به کشورهای دیگر چنین هزینه‌های سرمایه‌گذاری تحمیل نمی‌کند و یا ممکن است سرمایه‌گذاری خارجی پس از اجرای پروژه، سود حاصله را از آن کشور به جای دیگر منتقل کند و رغبتی به سرمایه‌گذاری دوباره در همان کشور نداشته باشد، مگر آن که امتیازات بیشتری از کشور میزبان بگیرد. در واقع در کشورهایی که میزان اعتماد به سرمایه‌گذاری خارجی کم است، ریسک سرمایه‌گذاری نیز بالاست قدرت چانه‌زنی کشور میزبان به‌شدت کاهش می‌یابد، در حالی که در کشورهایی که میزان اعتماد به سرمایه‌گذاری خارجی و حضور خارجیان بالاست، سرمایه‌گذاری خارجی بیشتری جذب می‌گردد. بنابراین، اعتماد یک عامل تعیین‌کننده در توسعه روابط تجاری میان کشورهاست (Beamish, Dietz, Bhardwaj, 2007: 29-50).

۲. تعیین نوع و شیوه سرمایه‌گذاری خارجی: برخی مطالعات



### منابع:

- ابوالحسنی، سیدرحیم. (۱۳۸۷). «مؤلفه‌های هویت ملی با رویکردی پژوهشی»، فصلنامه سیاست، دوره ۳۸، شماره ۴، صفحات ۱-۲۲.
- اسیگلنیز، جوزف. (۱۳۸۴). جهانی‌سازی و مسائل آن، ترجمه حسن گلریز، تهران، نشر نی.
- اکبریان، رضا و زهره خرم. (بهار ۱۳۹۰). جذب سرمایه‌گذاری خارجی، اطلاعات سیاسی-اقتصادی، شماره ۲۸۳.
- بانک جهانی با همکاری انتشارات دانشگاه آکسفورد. (۱۳۸۷). جهانی‌شدن، رشد و فقر، پژوهشی در طراحی اقتصاد همبسته جهانی، ترجمه صابر شیبانی اصل، تهران، نشر نی.
- پوراسماعیلی، علیرضا. (۱۳۸۹). تأثیر الحاق ایران به سازمان تجارت جهانی بر مقررات راجع به سرمایه‌گذاری خارجی، رساله دکترای حقوق خصوصی، دانشگاه تهران: پردیس قم.
- خور، مارتین. (۱۳۸۳). جهانی‌شدن و جنوب، ترجمه دکتر احمد سعایی، تهران، قومس.
- داوودی، پرویز و اکبر شاهمرادی. (۱۳۸۳). «بازشناسی عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (FDI) در اقتصاد ایران و ۴۶ کشور جهان در چارچوب یک الگوی تلفیقی»، پژوهش‌های اقتصادی ایران، ش ۲۰.
- سعایی، احمد. (۱۳۸۵). مسائل سیاسی-اقتصادی جهان سوم، تهران، سمت، چاپ هشتم.
- قره‌باغیان، مرتضی. (۱۳۷۱). اقتصاد رشد و توسعه، تهران، نشر نی، ج ۲.
- کاظمی، سیدعلی‌اصغر. (۱۳۸۰). جهانی‌شدن فرهنگ و سیاست، تهران، نشر قومس.
- لکروا، دونالد و دیگران. (۱۳۷۳). تدوین و اجرای سیاست‌های سرمایه‌گذاری خارجی، ترجمه غلامحسین رهبری، تهران، مؤسسه چاپ و انتشارات وزارت امور خارجه.
- مؤسسه تحقیقاتی تدبیر اقتصاد. (۱۳۸۲). جایگاه شرکت‌های چندملیتی در فرایند جهانی‌شدن و تأثیر آنها بر امنیت اقتصادی جمهوری اسلامی ایران، تهران، مؤسسه تحقیقاتی تدبیر اقتصاد.
- هادی زینوز، بهروز، سرمایه‌گذاری خارجی. (مصاحبه). مجلس و پژوهش، سال ۱۱، شماره ۴۳.
- Beamish, Paul W, Dietz, Joerg, Bhardwaj, Arjun(2007), "Host Country Cultural Influences on Foreign Direct Investment", Management International Review, vol. 47, Issue. 1, p. 29-50.
- Blomstrom, M. and A. Kokko(1997), "the Impact of Foreign Investment on Host Countries: A Review of the Empirical Evidence", World Policy Research Working Paper No. 1745, Washington, D.C, World Bank, Available at:[http://www-wds.worldbank.org/servlet/WDSContentServer/WDSP/IB/2000/02/24/000009265\\_3971110141252/Rendered/PDF/multi\\_page.pdf](http://www-wds.worldbank.org/servlet/WDSContentServer/WDSP/IB/2000/02/24/000009265_3971110141252/Rendered/PDF/multi_page.pdf), 2011/07/15.
- De Jong, Eelke, Roger Smeets and Jeroen Smits(2006), Culture and Openness, Social Indicators Research, Vol.78, No.1, p.111-136.
- Dunn, Robert M & John H. Mutti(2000), International Economics, London & New York, Routledge, fifth edition.
- Dunning, John H and Sarianna M. Lundan(2008), Multinational Enterprises and the Global Economy, Cheltenham UK and

و خوراکی‌های حلال، سرمایه‌گذار خارجی ممکن است به‌رغم وجود مزیت در یک کشور اسلامی و حتی بر فرض ممنوع نبودن مشروبات در کشور میزبان تمایل به سرمایه‌گذاری در این بخش نداشته باشد؛ زیرا به‌دلیل اشباع بودن بازار داخلی از کالاهای مشابه حلال و نیز رواج فرهنگ استفاده از نوشیدنی‌ها و خوراکی‌های حلال، فروش محصولات حرام رونق نخواهد داشت و سرمایه‌گذار نیز چنین ریسکی را تحمل نخواهد کرد و یا اگر در فرهنگ یک کشور ربا و فعالیت‌های ربوی حرام باشد، سرمایه‌گذاری در بخش بانکداری و یا تأسیس بانک به‌وسیله سرمایه‌گذاری جای خود را به مشارکت در پروژه‌های دیگر می‌دهد که هم سوددهی داشته باشد و هم منع شرعی و قانونی نداشته باشد (Kwok and Todesse, 2006:227).

### نتیجه‌گیری

آزادسازی سرمایه‌گذاری خارجی و گشودن همه بخش‌های و صنایع یک کشور به روی سرمایه‌گذاری خارجی نگرانی‌های بسیاری را به‌بار آورده است؛ اگرچه از سویی، جذب سرمایه‌گذاری خارجی می‌تواند به رشد اقتصادی یک کشور کمک کند. از طرف دیگر، گشودن همه صنایع و بخش‌های اقتصادی به‌ویژه بخش‌های فرهنگی به روی سرمایه‌گذاری خارجی نگرانی‌های بسیاری حتی در میان کشورهای توسعه یافته ایجاد کرده است؛ به‌گونه‌ای که این نگرانی‌ها سبب شد کشور کانادا خود را از مذاکرات راجع به «موافقت‌نامه چندجانبه سرمایه‌گذاری» کنار بکشد و این مذاکرات در اثر اختلافات به‌وجود آمده میان اعضا نافرجام ماند.

سرمایه‌گذاری خارجی و فرهنگ تأثیرات متقابلی بر یکدیگر دارند و البته تأثیرات فرهنگ بر سرمایه‌گذاری خارجی شاید کم‌رنگ‌تر باشد، درحالی که سرمایه‌گذاری خارجی بر فرهنگ می‌تواند تأثیرات بیشتری بگذارد، به‌ویژه اگر فرهنگ بومی کشورهای میزبان نتواند با تحولات روز منطبق گردد و یا نتواند واکنش‌های درستی در برابر فرهنگ بیگانه نشان بدهد. در این صورت فرهنگ بومی مغلوب فرهنگ بیگانه خواهد شد و هویت ملی یک کشور از بین خواهد رفت و از بین رفتن هویت ملی یک کشور مهم‌ترین نگرانی است که در میان کشورهای میزبان سرمایه‌گذاری به چشم می‌خورد.

org.in, 2010/05/30.

- Herman, Michelle and darla Chishlom and Hadley Leavell(2004), Proceeding for Academy for Studies in the International Business, Vol. 4, No.1, p.15-18.

- Lahiri, Sajal and Yoshiyasu Ono(March 1998), Foreign Direct Investment, Local Content Requirement and Profit Taxation, the Economic Journal, 108.

- Pan, Yigang(2003), "the inflow of foreign direct investment to China: the impact of country-specific factors", journal of business research, 56, p.829-833.

- <http://www.pch.gc.ca/pc-ch/org/sectr/ac-ca/eiic-csir/index-eng.cfm>, Available at: 2011/07/15.

Northampton USA, Edward Elgar publishing limited, second edition.

- Fisher, Timothy F and Malik Ranasinghe (2001), cultural and foreign companies choice of entry mode: the case of the Singapore building and construction industry, Construction Management and Economics, No. 19, p.343-353.

- Kwok, Chuck and Solomon Todesse, National Culture and Financial systems(2006), Journal of International Business studies, 37, p. 227-247.

- Kumar, Nagesh(2003), Investment on the WTO Agenda: a Developing Countries Perspective and the Way Forward for the Cancun Ministerial Conference, RIS Discussion paper#56/2003, New Delhi: RIS, Available at: <http://www.ris>.

