

شرکتهای چندملیتی و تاز جهانی شدن

ترجمه و تألیف محمدحسین حکیمیان
کارشناس بخش تحقیق و مشاوره سازمان مدیریت صنعتی

چکیده: جهانی شدن، که در ادبیات اقتصاد و روابط بین الملل تحت تأثیر پیشرفتهای عظیم فناوری جایگاه ویژه‌ای را به خود اختصاص داده، موجب مطرح شدن فرضیه‌های گوناگونی در عرصه‌های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی از سوی برخی صاحب‌نظران شده است. در این مقاله، نویسندگان تلاش می‌کنند تا از طریق بررسی و کنکاش در جهت‌گیری سرمایه‌گذارانه‌های شرکتهای چندملیتی (که از بازیگران عمده پهنه اقتصاد جهانی هستند) فرضیه کم‌رنگ شدن نقش دولت را به زیر سؤال ببرند.

کلیدواژه‌ها: ۱. جهانی شدن ۲. شرکت چندملیتی ۳. شرکت فراملیتی ۴. سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی.

مقدمه

به حدود ۱۹۶۰ برمی‌گردد. در ۱۹۶۱، فرهنگ لغت وبستر، تعاریفی از جهان‌گرایی (globalism) و جهانی شدن ارائه می‌کند. انتشار روزانه کتابهای متعدد در خصوص جهانی شدن که از وجوه فرهنگی، سیاسی و اقتصادی این پدیده را مورد بررسی قرار می‌دهند گواهی است بر اهمیت موضوع جهانی شدن و می‌توان آن را با رواج موضوع مدیریت راهبردی در دهه ۸۰ قابل مقایسه دانست.

از بازیگران اصلی پهنه اقتصاد جهانی، شرکتهای چندملیتی (MNCs) و یا فراملیتی (TNCs) هستند که در ادبیات پژوهش عمدتاً آنها را معادل یکدیگر به کار می‌گیرند. گزارشهای

«اقتصاد جهانی»، «تفکر جهانی»، «شرکتهای جهانی»، «جهانی شدن»، «رقابت پذیری جهانی»، «فرهنگ جهانی» و... جملگی اصطلاحاتی هستند که به کرات در متون مختلف اقتصادی، سیاسی و اجتماعی به چشم می‌خورند. در واقع کمتر کسی است که در شرایط کنونی این واژه‌ها را نشنیده باشد. یکی از دلایل مهم گسترش این اصطلاح مد روز در دهه ۹۰ و شروع هزاره سوم میلادی آن است که جهانی شدن و آزادسازی تجارت دو روند اساسی و مسلط است که فضای اقتصاد جهانی را رقم می‌زند. گرچه واژه «جهانی» از قدمت ۴۰۰ ساله برخوردار است، کاربرد عام چنین اصطلاحی

به باور کلیه صاحبان نظران نیروی محرکه اصلی پدیده جهانی شدن در شکل جدید خود است و به آن ابعاد ویژه‌ای بخشیده است، در میان برخی صاحبان نظران فرضیه کم‌رنگ شدن نقش دولت - ملت^۲ قوت گرفته است.*

مقاله حاضر که ترجمه فصل چهارم کتاب *Globalization in question* نوشته پسال هیرست و گراهام تامسون چاپ سال ۱۹۹۶ است، فرضیه فوق را زیر علامت سؤال می‌برد و براساس تحقیق تجربی صورت گرفته مدعی است که دولتها همچنان از نقش مهمی در کنترل و نظارت شرکتهای چندملیتی برخوردارند.

گرچه اطلاعات این مقاله به حدود ۷-۸ سال قبل برمی‌گردد، لیکن از اعتبار ادعای مطرح شده نخواهد کاست مگر آنکه بپذیریم طی این مدت تغییری اساسی در اطلاعات مورد استفاده رخ داده باشد. به هر حال این مقاله را می‌توان به عنوان

1. Foreign Direct Investment (FDI)

2. nation-state

* طرح این موضوع در شرایط اقتصادی - سیاسی ایران قابل توجه است. خصوصاً آنکه طی دو دهه قبل علی‌رغم تسامیل فراوان شرکتهای چندملیتی آمریکایی و وجود فرصتهای جذاب در ایران جهت سرمایه‌گذاری، تاکنون به دلیل ملاحظات امنیت ملی از حضور و اقدام این شرکتهای جلوگیری به عمل آمده است. لذا همچنان منافع ملی در قالب تقسیم‌بندی دولت - ملتها (واحدهای اقتصادی - سیاسی موجود) علی‌رغم کم‌رنگ شدن مرزهای جغرافیایی معنادار است و به نظر نمی‌رسد با رشد اتحادیه‌های منطقه‌ای نیز این پدیده رنگ ببازد و این نکته می‌تواند قابل توجه کسانی باشد که هرگونه دفاع از نفع ملی و «ناسیونالیسم» را طی قرن اخیر جلوه‌ای از گرایشات مبتنی بر «جمع‌گرایی قبیله‌ای» در کشور تلقی کرده‌اند.

سازمان ملل متحد، واقعیت‌های مهمی را در خصوص این شرکتهای بازناب می‌دهند که از جمله آنها می‌توان از موارد زیر نام برد:

● در سال ۱۹۹۵، ۴۴۵۰۸ شرکت چندملیتی وجود داشته است که شامل ۲۷۶۶۶۰ شرکت تابعه خارجی در جهان بوده‌اند. تعداد این شرکتهای در دهه ۶۰، ۷۰۰۰ بوده است.

● پایگاه اصلی ۸۲ درصد این شرکتهای کشورهای توسعه‌یافته و ۱۸ درصد آنها کشورهای تازه صنعتی شده بوده است.

● بیش از نیمی از این تعداد، در ۵ کشور عمده صنعتی آمریکا، انگلستان، ژاپن، آلمان و فرانسه قرار داشته است.

● ارزش فروش شرکتهای تابعه در قالب کالاها و خدمات از صادرات جهانی در سال ۱۹۹۵ (۶۱۰۰ میلیارد دلار) بیشتر بوده است.

● در سی سال گذشته، اکثراً جریانان مربوط به سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی FDI^۱ با نرخهای بالاتر از تولید ناخالص داخلی و صادرات جهانی رشد کرده است. این موضوع تأییدی بر بازتاب رشد بالای جریان تجارت (trade flows) ناشی از جریان سرمایه (capital flows) است.

● شرکتهای چندملیتی بین ۳۰-۲۵ درصد تولید ناخالص جهانی و حدود ۶۰ درصد تجارت غیرکشاورزی را به خود اختصاص می‌دهند.

● این شرکتهای مستقیماً حدود ۷۳ میلیون شاغل یا ۱۰ درصد اشتغال در فعالیتهای غیرکشاورزی در سطح جهان را به خدمت می‌گیرند.

با پیشرفتهای محیرالعقول فناوری در عرصه‌های ارتباطات، حمل و نقل و ارتباطات که

طور گسترده‌ای مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است که همین موضوع، اساس بحث فصل قبل را تشکیل داد. همان‌طور که خواهیم دید، تجزیه و تحلیل این فصل بسیاری از نتایج به دست آمده از این ادبیات را تأیید می‌کند. اما تا آنجایی که می‌دانیم در ارتباط با اطلاعات کسب شده از شرکتها، کار منظم کمی انجام شده است. استفاده از اطلاعات شرکتها نسبت به داده‌های تراز پرداختها از مزیت عمده‌ای برخوردار است: می‌توانیم ببینیم چه میزان از فعالیت شرکت چندملیتی در سرزمین خودی (اصلی) در مقایسه با خارج انجام می‌شود.

در پیوست، منابع اطلاعاتی مورد استفاده برای استخراج داده‌ها و نحوه تولید دو مجموعه داده‌ها توصیف شده است. مجموعه اول، شامل اطلاعاتی در خصوص فروش، دارایی، سود و شرکت‌های تابعه و وابسته (تحت پوشش) مربوط به بیش از ۵۰۰ شرکت چندملیتی در ۵ کشور کانادا، آلمان، ژاپن، انگلستان و آمریکا می‌شود. این داده‌ها برای سال ۱۹۸۷ ارائه می‌شود. مجموعه دوم، اطلاعاتی در زمینه فروش و داراییهای مربوط به ۵۰۰۰ شرکت چندملیتی را در ۶ کشور فرانسه، آلمان، ژاپن، هلند، انگلستان و آمریکا دربرمی‌گیرد که برای سال ۱۹۹۲-۹۳ ارائه شده است. در نتیجه هدف اصلی ما، مقایسه توزیع

طرح یک دیدگاه انتقادی نسبت به فرضیه مزبور خصوصاً در شرایط رو به رشد شرکت‌های چندملیتی در نظر گرفت.

این مقاله^۱ به این موضوع می‌پردازد که شرکت‌های چندملیتی کشورهای صنعتی پیشرفته از کجا فعالیتهای مربوط به کسب و کار خود را هدایت می‌کنند. این بررسی مهم است به این دلیل که تا ندانیم در کجا و چرا شرکت‌های چندملیتی در مکانهای مشخصی فعالیت می‌کنند، در موقعیتی نخواهیم بود تا ارزیابی درستی از این موضوع داشته باشیم که آیا گرایشهای قوی و شدیدی به سوی جهانی شدن وجود دارد - آن‌طور که توسط هم طرفداران سفت و سخت این فرایند و هم توسط کسانی که آن را یک تهدید نامطلوب تلقی می‌کنند، ادعا می‌شود.

در اینجا به سه سوال عمده توجه می‌شود: اول، این موضوع که شرکت‌های چندملیتی از کجا فعالیتهای مربوط به کسب و کار خود را هدایت و رهبری می‌کنند. دوم اینکه، آیا تفاوت نظام‌مندی در گسترش فعالیتهای بین شرکت‌های چندملیتی مستقر در کشورهای مختلف وجود دارد؟ سوم اینکه، تا چه اندازه‌ای بین فعالیتهای شرکت چندملیتی در بخشهای تولید و خدمات تفاوت وجود دارد؟

تجزیه و تحلیل برپایه اطلاعات کسب شده از شرکتهاست و از دو مجموعه وسیع داده که در پیوست این کتاب آمده است، استخراج می‌شود. واضح است که اطلاعاتی با تکیه بر جریان تراز پرداختها بین کشورها در این زمینه که شرکت‌های چندملیتی کجا فعالیت می‌کنند موجود است و به

۱. بخشی از این مقاله مبتنی بر مقاله مشترک گراهام تامسون و جان آکن زیر عنوان شرکت‌های فراملیتی و تز جهانی شدن است که یک تحقیق تجربی است و در انجمن اروپایی جهت کنفرانس سالانه اقتصاد سیاسی که در ۲۷-۹ اکتبر ۱۹۹۴ در کننهایگ دانمارک برگزار شد ارائه شده است.

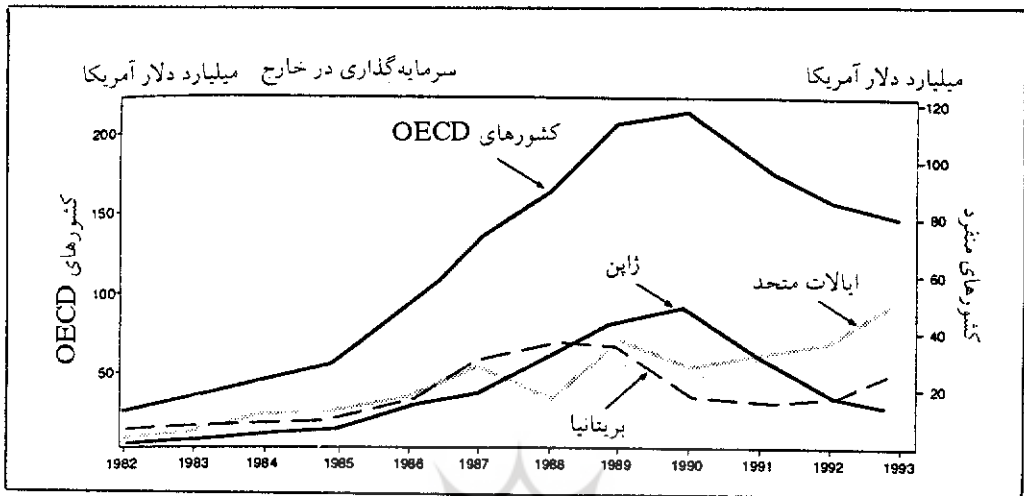
وسیع و گسترده Dunning در مورد شرکتهای چندملیتی در چشم‌انداز اقتصاد جهانی زیر عنوان «شرکتهای چندملیتی و اقتصاد جهانی» (۱۹۹۳) پرداخته می‌شود. در اینجا مختصری در مورد تفاوتها و شباهتهای موجود بین روش ما که در اینجا آمده است و آنچه از این منابع در دسترس قرار می‌گیرد، توضیح می‌دهیم.

کلید این سه منبع، به طور کاملاً مستدل بر گسترش FDI و فعالیتهای شرکتهای چندملیتی در خارج تأکید دارند. تمایل آنها بر تکیه بر این گرایش (رشد سرمایه‌گذاری در خارج یا جریانهای سرمایه‌گذاری به داخل) براساس اطلاعات مربوط به جریان تراز پرداختهاست. این موضوع به ویژه در مطالعه سازمان ملل متحد مصداق دارد که به جزئیات مربوط به جریانهای سرمایه‌گذاری در کشورهایی که در اینجا مطالعه می‌شوند می‌پردازد. اما به اهمیت این جریانها در مقایسه با فعالیتهایی که توسط این شرکتهای در کشور خودی می‌شود توجه کمی شده یا اصلاً توجهی نشده است. در نتیجه آنچه فقدان آن محسوس است، آگاهی از اهمیت نسبی فعالیتهای داخلی و خارجی شرکتهای چندملیتی است. این موضوع شکافی است که تجزیه و تحلیل حاضر قصد دارد آن را برطرف سازد. تجزیه و تحلیل پیتر دیکن، اطلاعات جالبی در مورد فعالیت شرکتهای چندملیتی آلمانی و ژاپنی برحسب بخشهای اقتصادی و توزیع جغرافیایی دارد. همان‌طور که در اینجا ملاحظه خواهد شد ما استخراج اطلاعات قابل فهم برای این دو کشور را از مجموعه اطلاعات مربوط به شرکتهای مشکل‌یافتیم. به هر حال تجزیه

جغرافیایی فعالیتهای شرکتهای چندملیتی بین این دو سال است. بخش عمده‌ای از این فصل به تجزیه و تحلیل مقدماتی از این منبع دوگانه اختصاص دارد و با سایر تجزیه و تحلیلهای مبتنی بر اطلاعات کسب شده از شرکتهای به خصوص آنهایی که با مخارج تحقیق و توسعه و فعالیت فناوری مرتبط هستند تکمیل می‌شود. در قسمت بعد نکات مختصری راجع به تعاریف مهم مطرح و روش خود را با سایر تجزیه و تحلیلهای مقایسه می‌کنیم. قسمت عمده تجزیه و تحلیل این فصل با استفاده از دو مجموعه داده‌های جدید است. در پایان به نتایج و نقاط قوت این نوع تجزیه و تحلیل پرداخته می‌شود.

رویکرد موجود

بررسی ادبیات موجود مرتبط با توزیع جغرافیایی سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (FDI) و فعالیت شرکتهای چندملیتی/فراملیتی غیرممکن است. در عوض آنچه در اینجا انجام می‌دهیم انتخاب سه منبع عمده موجود اطلاعاتی است که بازتاب‌دهنده این ادبیات است. اولی، از انتشارات واحد شرکتهای فراملیتی وابسته به سازمان ملل متحد (UNCTC) زیر عنوان راهنمای سرمایه‌گذاری جهانی ۱۹۹۲، جلد سوم: کشورهای در حال توسعه (ملل متحد ۱۹۹۳d) است که آمار و اطلاعات روزآمد مربوط به سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی را برحسب کشورها دربرمی‌گیرد. دومین منبع، متن پرترفرداری است زیر عنوان «جهانی‌شدن» از کتاب Global Shift که نویسنده آن پیتر دیکن (۱۹۹۲) است. در نهایت به مطالعه



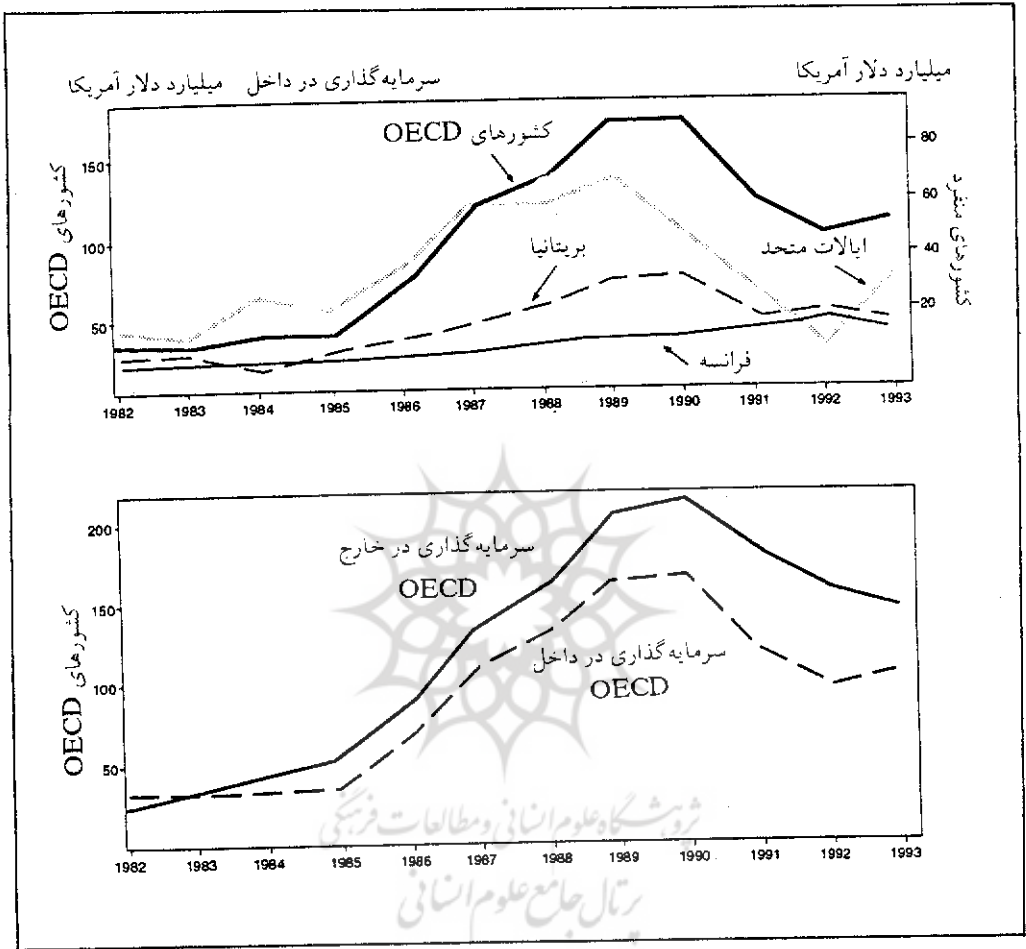
نمودار ۱. جریان سرمایه‌گذاری مستقیم در کشورهای OECD طی سالهای ۱۹۸۲-۱۹۹۳.

منبع: OECD Financial Market Trends, no. 58, June 1994, p. 18.

سرزمین خودی توسط همان شرکتهایی سازماندهی می‌شوند که در خارج فعالیت می‌کنند مقایسه نمی‌شود. این موضوع را نیز ما در این فصل مورد توجه قرار می‌دهیم.

چون این منابع، جملگی از اطلاعات تراز پرداختها استفاده می‌کنند، ارائه آخرین روندها در این موضوع مفید خواهد بود. نمودار ۱، روندهای اخیر جریان FDI را برای کشورهای OECD نشان می‌دهد و قسمتی از بحث ما در این فصل است. این نمودار نشان می‌دهد که تنزل فعالیت‌های FDI در OECD ظاهراً در طول سال ۱۹۹۳ به پایین‌ترین حد خود رسیده است و این موضوع تجزیه و تحلیل فصل قبل ما را تأیید می‌کند. جریانهای خروج سرمایه در ژاپن در ۱۹۹۳ به کاهش خود ادامه دادند ولی جریانهای سرمایه‌گذاری خارجی مربوط به آمریکا و انگلستان مجدداً افزایشی

و تحلیل دیکن با آنچه ما مد نظر داریم یعنی بررسی اهمیت سرزمین خودی (اصلی) در فعالیتهای اقتصادی شرکتهای چندملیتی کاری ندارد. این نکته در مورد سایر کشورها نیز در مجموعه اطلاعات ما مصداق دارد که برخی از آنها توسط دیکن هم مورد توجه قرار می‌گیرد. توجه دunning در این مورد که شرکتهای چندملیتی فعالیت خود را از کجا هدایت می‌کنند، به کمک اطلاعات مربوط به جریان تراز پرداختها و سرمایه‌گذاری در داخل و خارج کشور بررسی می‌شود. در فصل ۲ از کتاب وی، اطلاعاتی در زمینه شکل‌گیری شرکتهای تابعه و تحت پوشش برای برخی از کشورها وجود دارد و به رشد آنها از لحاظ تعداد و اهمیت این شرکتهای در اقتصادهای مشخص توجه شده است، لیکن این جنبه‌ها با اهمیت تعدد شرکتهای تابعه و تحت پوشش که در



نمودار ۱. (ادامه)

اقتصادی نشان می‌دهند که در حال حاضر خدمات، بیشترین سهم جریانهای خروجی سرمایه‌گذاری مستقیم را به خود جذب می‌کند، گرچه وقتی در مقابل میزان GDP بخش مقایسه شود، بخش تولید (ساخت) هنوز مهمترین دریافت‌کننده است، به طوری که نفوذ خارجی در اینجا بیش از خدمات است. توزیع FDI در بخش

بودند. واضح است که با وجود این واقعیت که جریانهای ورودی در ۱۹۹۳ افزایشی بودند (حال آنکه جریانهای خروجی به آرامی رو به کاهش بودند) تأییدکننده این موضوع است که کشورهای OECD، جذابیتهای خود را به عنوان مکانهای سرمایه‌گذاری دوباره حفظ می‌کنند. روندهای وسیع و گسترده براساس بخشهای

کنونی «جهانی» است، آن چیز بازار است: لذا شرکتها گرایش دارند تا حداقل فعالیت فروش خود را در خارج گسترش دهند. البته شرکتهای چندملیتی لزوماً نیاز ندارند نمونه کلیدی از این روند را به نمایش بگذارند، چرا که این شرکتها می‌توانند به جای اینکه خود را به یک مکان تولیدی مجزا، محدود و از آنجا صادر کنند، می‌توانند در خارج به تولید و عملیات پردازند. با توجه به این موضوع، نتایج در اینجا به یک نظر جالب اشاره دارد. نمودار ۲، توزیع درصد فروش تولیدات کارخانه‌ای را برای مجموعه‌ای از شرکتهای مربوط به ۵ کشور در اواخر دهه ۸۰ میلادی نشان می‌دهد.

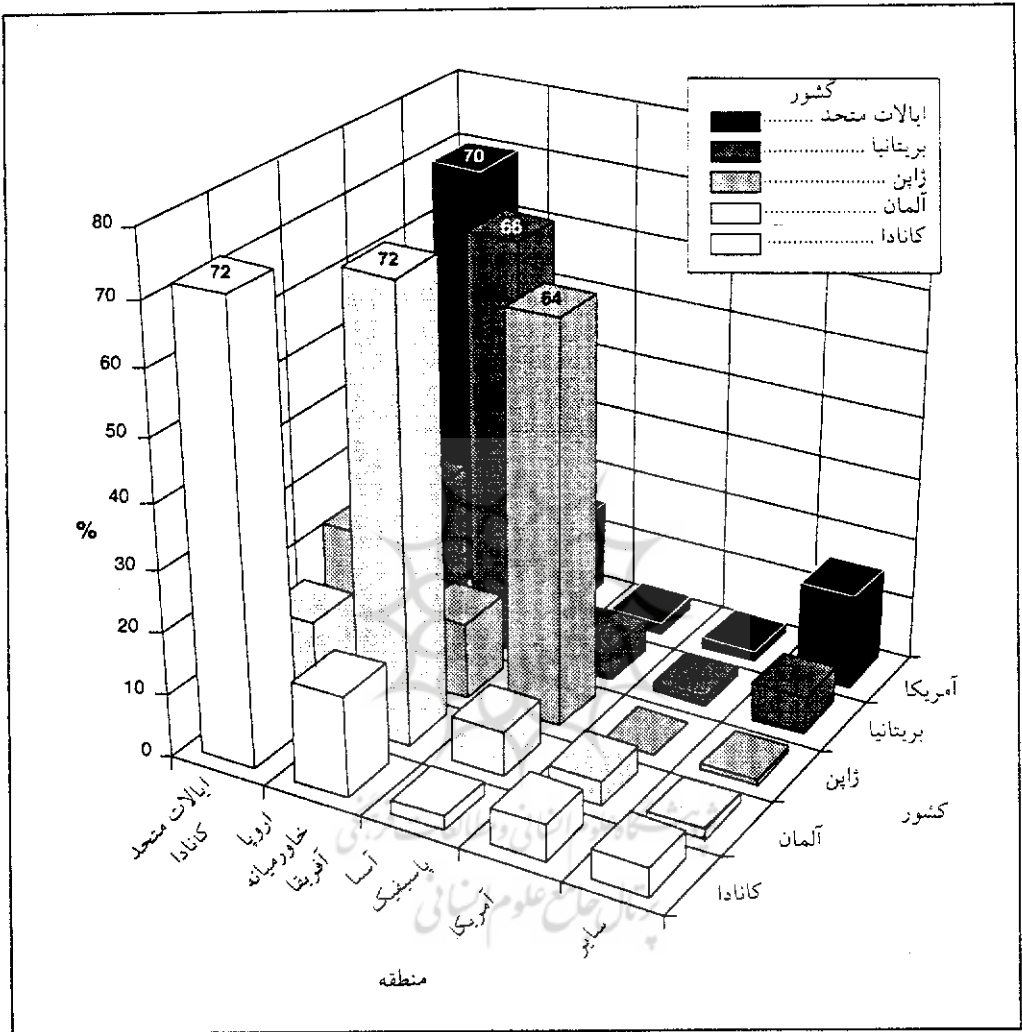
آنچه از روی این نمودار واضح است آن است که فروش در «کشور خودی» هنوز در فعالیت شرکت چندملیتی نقش مسلط دارد. در مورد هر کشوری، فروش «کشور/منطقه خودی» دو سوم کل فروش شرکت یا بیشتر را تشکیل می‌دهد. در واقع اگر اطلاعات را ریزتر کنیم، معلوم می‌شود که در مورد شرکتهای ژاپنی، آلمانی، انگلیسی و آمریکایی، این جهت‌گیری «منطقه‌ای» اصلاً به معنای «جهت‌گیری به سوی کشور خودی» است. به عنوان مثال، برای شرکتهای انگلیسی و آلمانی، مقوله اروپا/خاورمیانه/آفریقا به معنای کشورهای اروپایی اصلی است، حال آنکه برای شرکتهای ژاپنی، مقوله آسیا/پاسیفیک به معنای خود ژاپن است (به تجزیه و تحلیل شرکتهای تابعه و تحت پوشش در پایین هم که این نکته را تأیید می‌کند و تجزیه و تحلیل بعدی در زمینه مجموعه اطلاعات مربوط به ۱۹۹۲-۹۳ که برحسب کشور خودی کاملاً به ریز آمده است، توجه کنید). اما از روشی

تولید نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری به طور فزاینده‌ای به سمت ساخت پیچیده با ارزش‌افزوده بالا در رشته‌های صنعتی مثل شیمیایی، خودرو و الکترونیک و به دور از صنایع کاربر با ارزش‌افزوده پایین مثل نساجی، چرم و پوشاک و فراوری غذایی در حال جهت‌گیری است. راهبردهای سرمایه‌گذاری مبتنی بر ادغامهای افقی، در دستور روز قرار دارد. در سال ۱۹۹۳، شش تا از مهمترین سرمایه‌گذاران در خارج عبارت بودند از: آمریکا (۲۴۴٫۵۰ میلیون دلار)، انگلستان (۲۵۳۳۲٫۲۵ میلیون دلار)، ژاپن (۱۳۶۰۰ میلیون دلار)، فرانسه (۱۲۱۶۶ میلیون دلار)، آلمان (۱۱۶۷۳ میلیون دلار) و هلند (۱۰۴۰۴ میلیون دلار) [OECD، ۱۹۹۳، جدول ۱، ص ۱۶].

نتایج ۱۹۸۷

در این قسمت و قسمت بعد، تجزیه و تحلیل دو مجموعه اطلاعات به طور مجزا توصیف می‌شود. سپس بر فصل مشترک آنها تاکید و برخی نتایج از آن استخراج می‌شود. علت آنکه این تجزیه و تحلیلها به طور مجزا آورده می‌شود آن است که دو مجموعه اطلاعات کاملاً با یکدیگر انطباق و سازگاری ندارند. همان‌طور که در پیوست توضیح داده می‌شود، اولین مجموعه اطلاعات به سال ۱۹۸۷ و دومین مجموعه، به سال ۱۹۹۲-۹۳ مربوط می‌شود. نتایج سال ۱۹۸۷ ابتدا در نظر گرفته می‌شود.

با توزیع فروش بین کشورها و مناطق شروع می‌کنیم. غالباً ادعا می‌شود که اگر چیزی در عصر

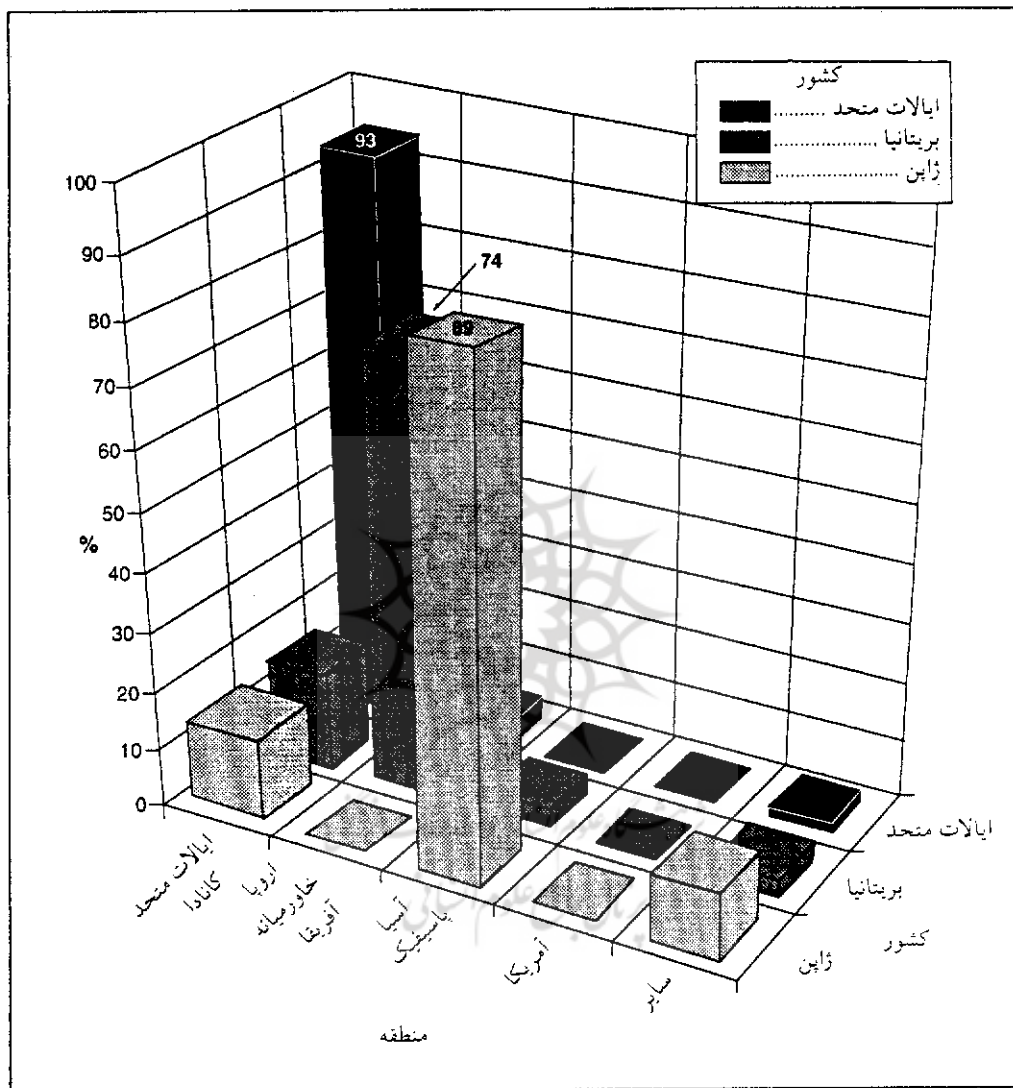


نمودار ۲. توزیع درصد فروش شرکت‌های چندملیتی تولیدی برحسب منطقه و کشور محل استقرار ستاد مرکزی، ۱۹۸۷.

جهت‌گیری «کشور/منطقه خودی» حتی افراطی‌تر است. متأسفانه برای تجزیه و تحلیل فروش و دارایی‌های مربوط به شرکت‌های بخش خدمات، فقط جمع‌آوری اطلاعات جهت سه کشور از پنج کشور امکان‌پذیر بود. اهمیت مقوله «سایر» در اینجا

که این نمودارهای مشخص ارائه می‌شوند، حداکثر، تنها «منطقه‌ای بودن» بازارها واضح می‌شود.

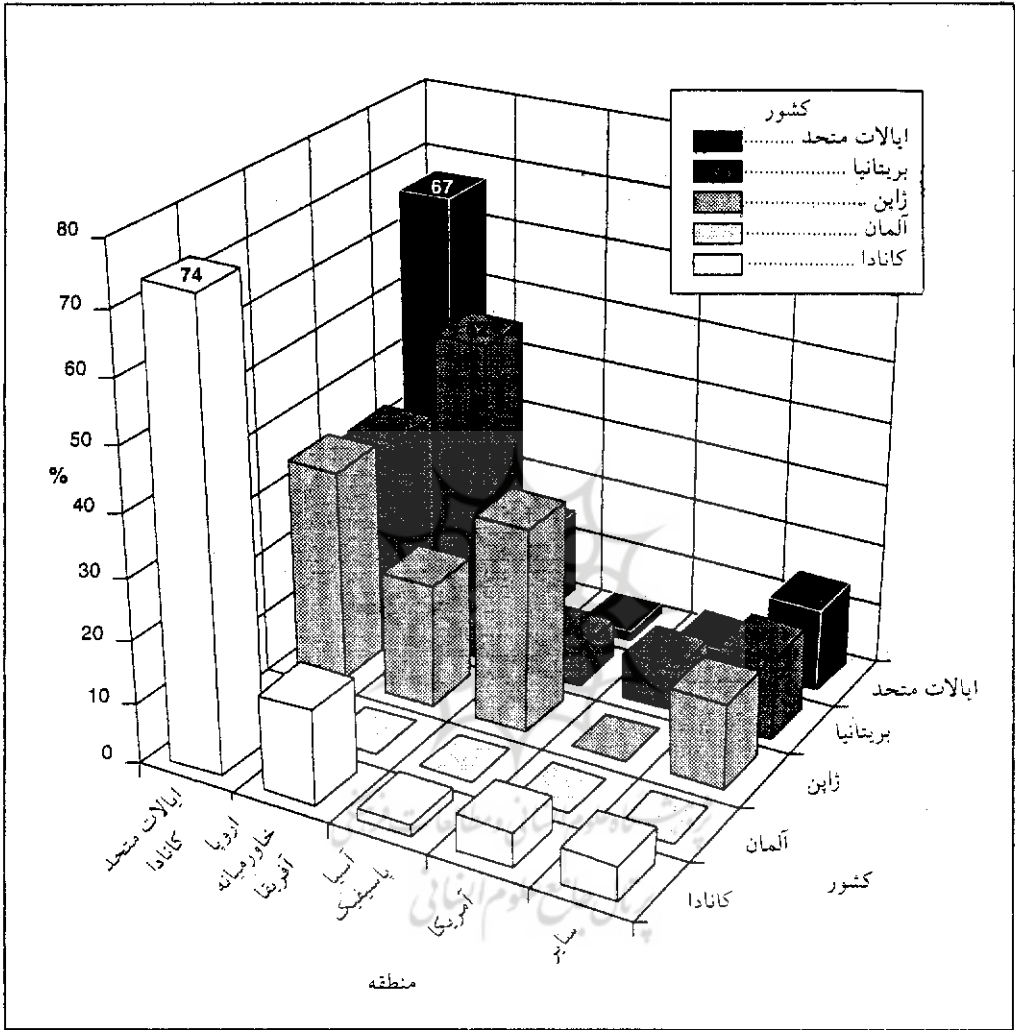
نمودار مشابه دیگر در مورد شرکت‌های بخش خدمات در نمودار ۳ دیده می‌شود. در اینجا،



نمودار ۳. توزیع درصد فروش شرکت‌های چندملیتی برحسب منطقه و کشور محل استقرار ستاد مرکزی، ۱۹۸۷.

ثبت شود (برمودا نمونه مهمی در بخش خدمات برای شرکت‌های آمریکای شمالی است، زیرا این کشور نه زیر عنوان آمریکای شمالی و نه زیر عنوان مناطق کارائیب طبقه‌بندی شده است).

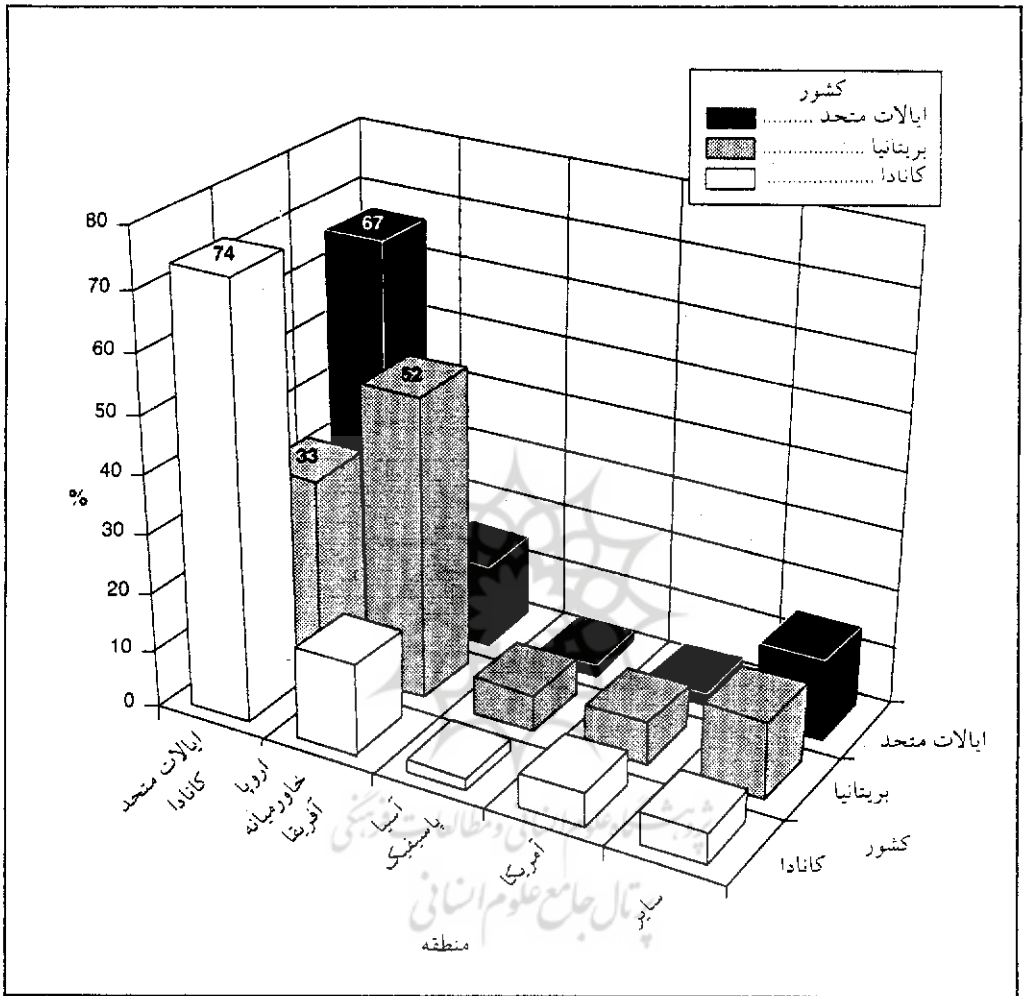
او در مورد بخش تولید (نمودار ۲)، روشی که برخی از فعالیتهای مربوط به بخش خدمات و تولید در مناطق برون‌ساحلی ثبت می‌شوند را نشان می‌دهد. فروش می‌تواند در یک منطقه برون‌ساحلی



نمودار ۴. توزیع درصد داراییهای شرکتهای چندملیتی تولیدی برحسب منطقه و کشور محل استقرار ستاد مرکزی، ۵ کشور، ۱۹۸۷.

پراکنده است. نمودار ۴ نسبتها را برای مجموعه شرکتهای تولیدی مربوط به ۵ کشور نشان می دهد. شرکتهای آلمانی، اطلاعاتی در زمینه داراییها گزارش نکرده اند و نمودار مربوط به ژاپن براساس

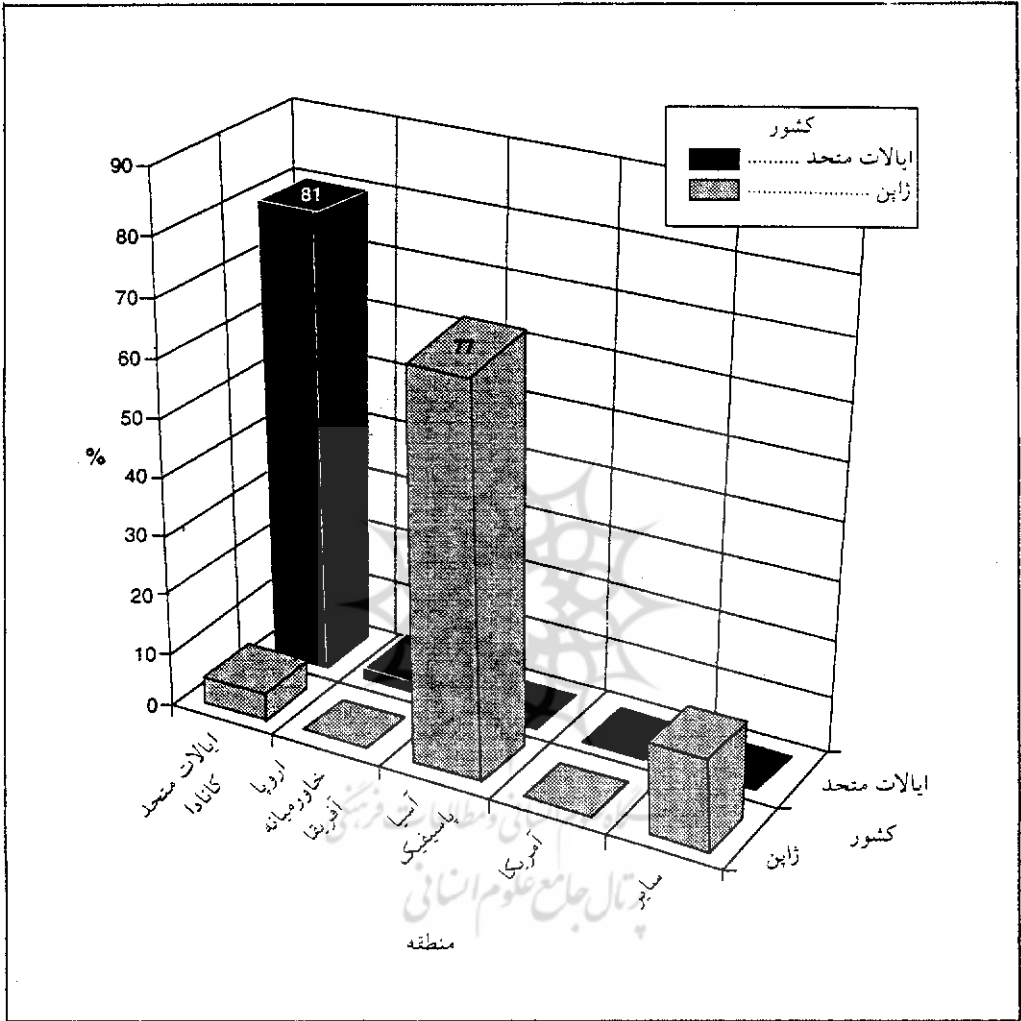
با پرداختن به سایر جنبه های فعالیت شرکتهای انتظار داشتیم که توزیع داراییها گواه روشنی بر تز «جهانی شدن» باشد. همان طور که نمودارهای ۴، ۵ و ۶ نشان می دهند، اطلاعات در این زمینه ناقص و



نمودار ۵. توزیع درصد داراییهای شرکتهای چندملیتی تولیدی برحسب منطقه و کشور محل استقرار ستاد مرکزی، سه کشور، ۱۹۸۷.

«کشور/منطقه خودی» مشهود است، هر چند به اندازه اطلاعات مربوط به فروش نیست. اطلاعات مربوط به انگلیس، توزیع متنوعتر داراییها را نشان می دهد و برای شرکتهای انگلیسی، آمریکای شمالی مکانی است که در میان سایر مکانها

فقط چهار شرکت مشخص شده است که شاید قابلیت اعتبار آنها را کاهش می دهد. از این رو، نمودار ۵ در حد فقط سه کشور یعنی جایی که اطلاعات قابل اطمینان در دسترس هستند، محدود می ماند. در اینجا مجدداً تسلط



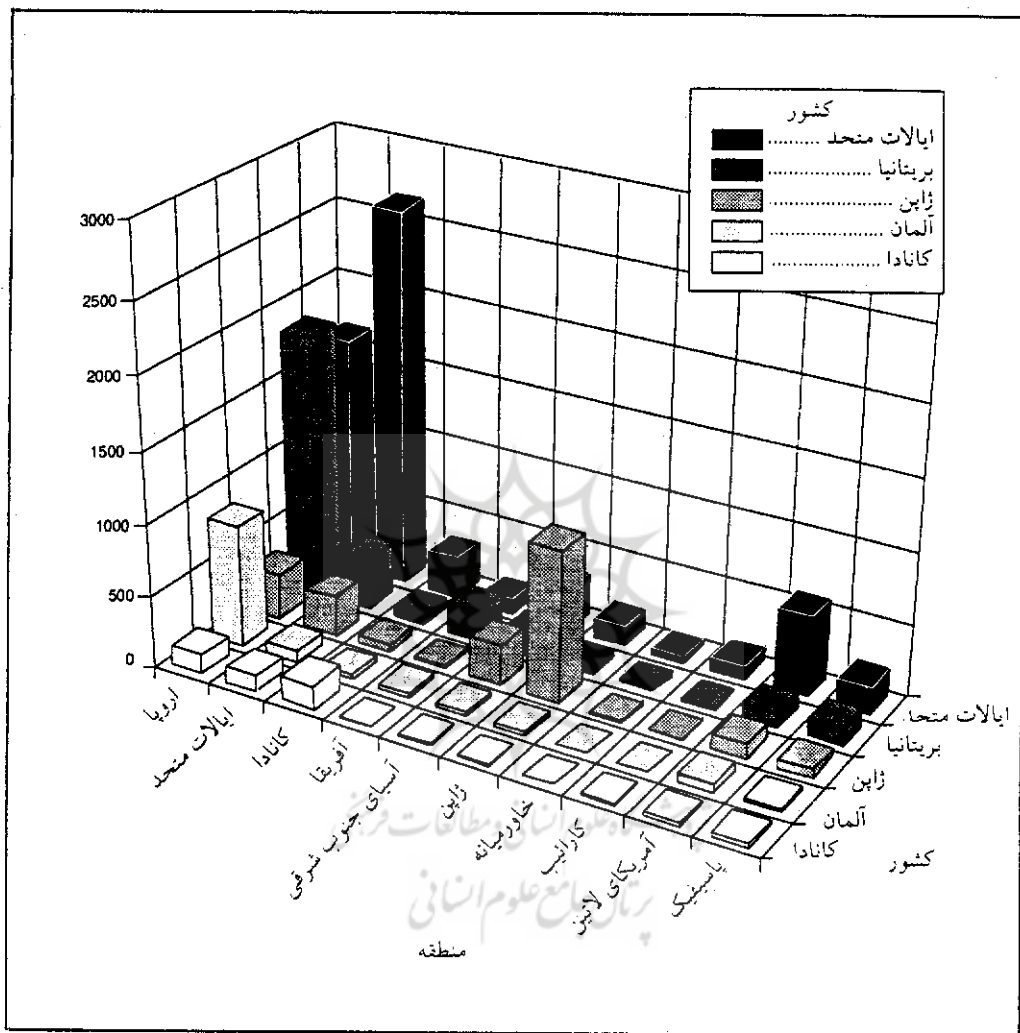
نمودار ۶. توزیع درصد داراییهای شرکتهای چندملیتی خدماتی برحسب منطقه و کشور محل استقرار ستاد مرکزی، ۱۹۸۷.

کشوری که اطلاعات قابل اتکا موجود بودند، تسلط کشور خودی شدید است. این نتایج در نمودار ۶ نشان داده شده است.

حالا به شرکتهای تابعه و تحت پوشش (وابسته) بروی گردیم. در اینجا اطلاعات وسیع و

فعالیت بیشتر وجود دارد. اینجا مقوله «سایر» نسبتاً مهمتر می شود که به مشکلات مربوط به تخصیص مرتبط است.

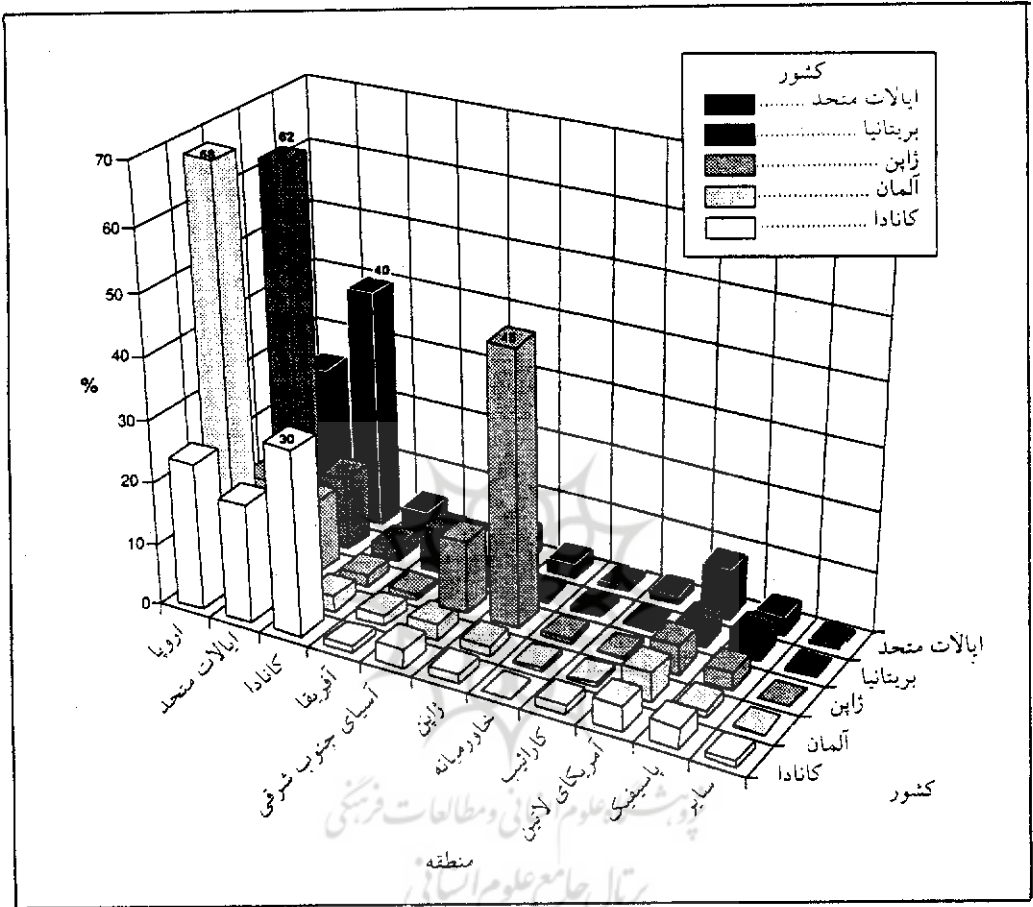
اطلاعات مربوط به داراییهای شرکتهای خدماتی حتی محدودتر است، اما برای دو



نمودار ۷. توزیع شرکت‌های تابعه و تحت پوشش شرکت‌های چندملیتی تولیدی برحسب منطقه و کشور محل استقرار ستاد مرکزی، ۱۹۸۷.

نمودارهای ۷، ۸، ۹ و ۱۰ آمده است. نمودار ۷، تعداد مطلق شرکت‌های تابعه و تحت پوشش تولیدی را نشان می‌دهد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود اهمیت شرکت‌های مربوط به آمریکا و

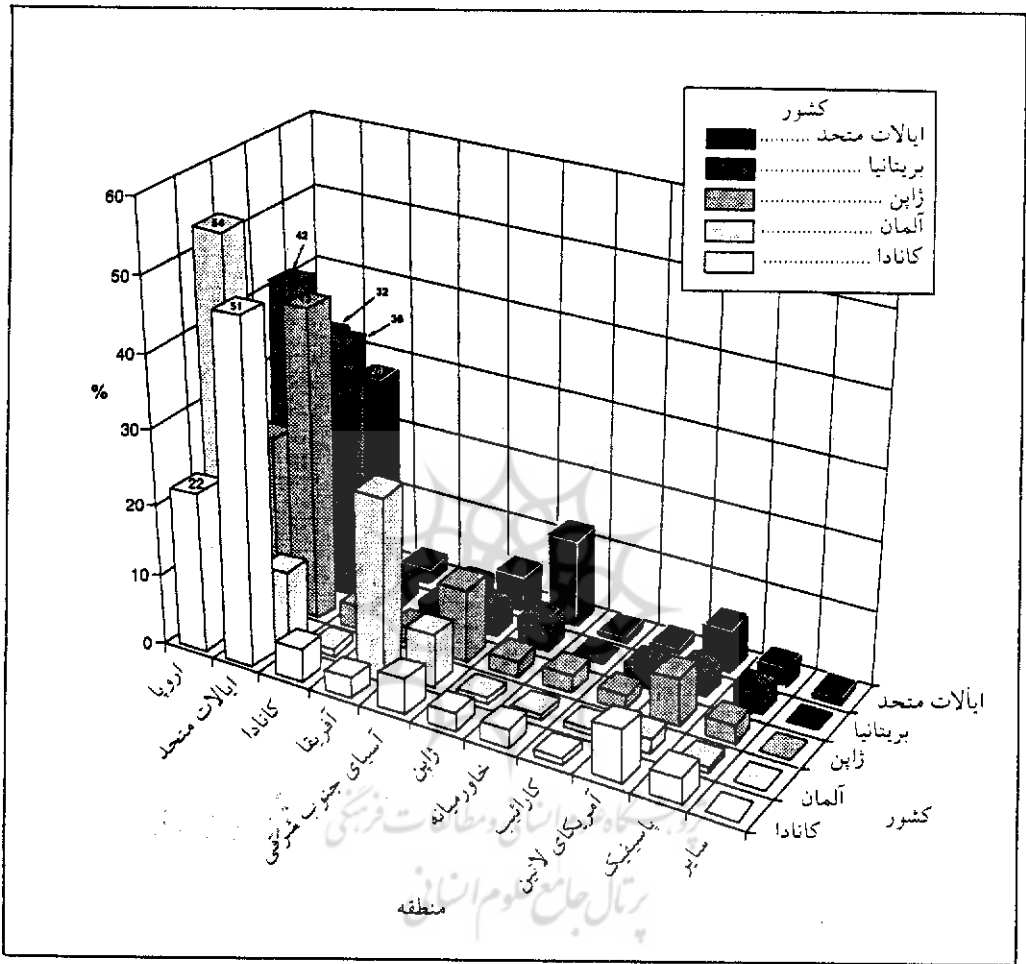
با کیفیت خوب برای شرکت‌های هم تولیدی و هم خدماتی و برای کلیه کشورهای مورد مطالعه موجود است. ضمناً توانستیم پراکندگی جغرافیایی این شرکت‌ها را اصلاح کنیم. نتایج در



نمودار ۸. توزیع درصد شرکتهای تابعه و تحت پوشش شرکتهای چندملیتی تولیدی برحسب منطقه و کشور محل استقرار ستاد مرکزی، ۱۹۸۷.

این تفاوت، شرکتهای تابعه و وابسته که محل آن در سرزمین خودی است، مجدداً مشهود هستند گرچه برای شرکتهای آمریکایی و کانادایی، اروپا یک محل مشخصاً مهم است. انگلستان هم در آمریکا نقش بازرسی ندارد. نمودار مربوط به آمریکای لاتین، مقصد نسبتاً مهمی برای کلیه کشورها در این مورد است.

انگلیس از لحاظ تعداد مشهود است. اما اگر نمودار ۸ مورد توجه قرار گیرد که توزیع آنها نشان داده می‌شود، بعضی از تفاوت‌های جالب بین کشورها ظاهر می‌شود. اول اینکه فقط ۴۵ درصد شرکتهای تابعه و وابسته ژاپنی، پایگاهشان در ژاپن است، در حالی که ۶۸ درصد شرکتهای تابعه و وابسته آلمانی در اروپا قرار دارند. به جز



نمودار ۹. توزیع درصد شرکتهای تابعه و تحت پوشش شرکتهای چندملیتی خدماتی برحسب منطقه و کشور محل استقرار ستاد مرکزی، ۱۹۸۷.

وابسته خدماتی آلمانی در آفریقا مهم هستند: در واقع عمدتاً در آفریقای جنوبی مستقر هستند (به طور کلی فعالیت در آفریقا برای کلیه کشورها توسط عملیات در فقط دو کشور برجسته می شود: زیمبابوه و آفریقای جنوبی). ویژگی دیگر این شواهد آن است که ژاپن مکان مهمی برای

با مشاهده شرکتهای بخش خدمات، درمی یابیم که توزیع گرچه به سمت مقر خودی است، همان طور که در نمودار ۹ نشان داده شده است، در حال حاضر نسبتاً از پراکندگی بیشتری برخوردار است. برخی چیزهای غیرعادی (عجیب) جالب وجود دارد. شرکتهای تابعه و

توزیع سود نیز از الگوی مشخص شده توسط سایر شاخصها تبعیت می‌کند: یعنی مرکزیت «منطقه/کشور خودی» به عنوان مکان جمع‌آوری سود، نه تولید سود (این اطلاعات به ما این امکان را نمی‌دهد که دو مسئله «کجا سود تولید می‌شود» و «کجا جمع‌آوری می‌شود» را از یکدیگر تشخیص دهیم). واضح است که در مورد آمریکا و تا حد کمتری انگلستان، شرکت‌های تولیدی در رابطه با ابراز سود نسبت به سایر مناطق غیر خودی بازتر عمل می‌کنند. مقوله سایر برای آمریکا در اینجا مهم است.

تجزیه و تحلیل مجموعه اطلاعات مربوط به ۹۳-۱۹۹۲

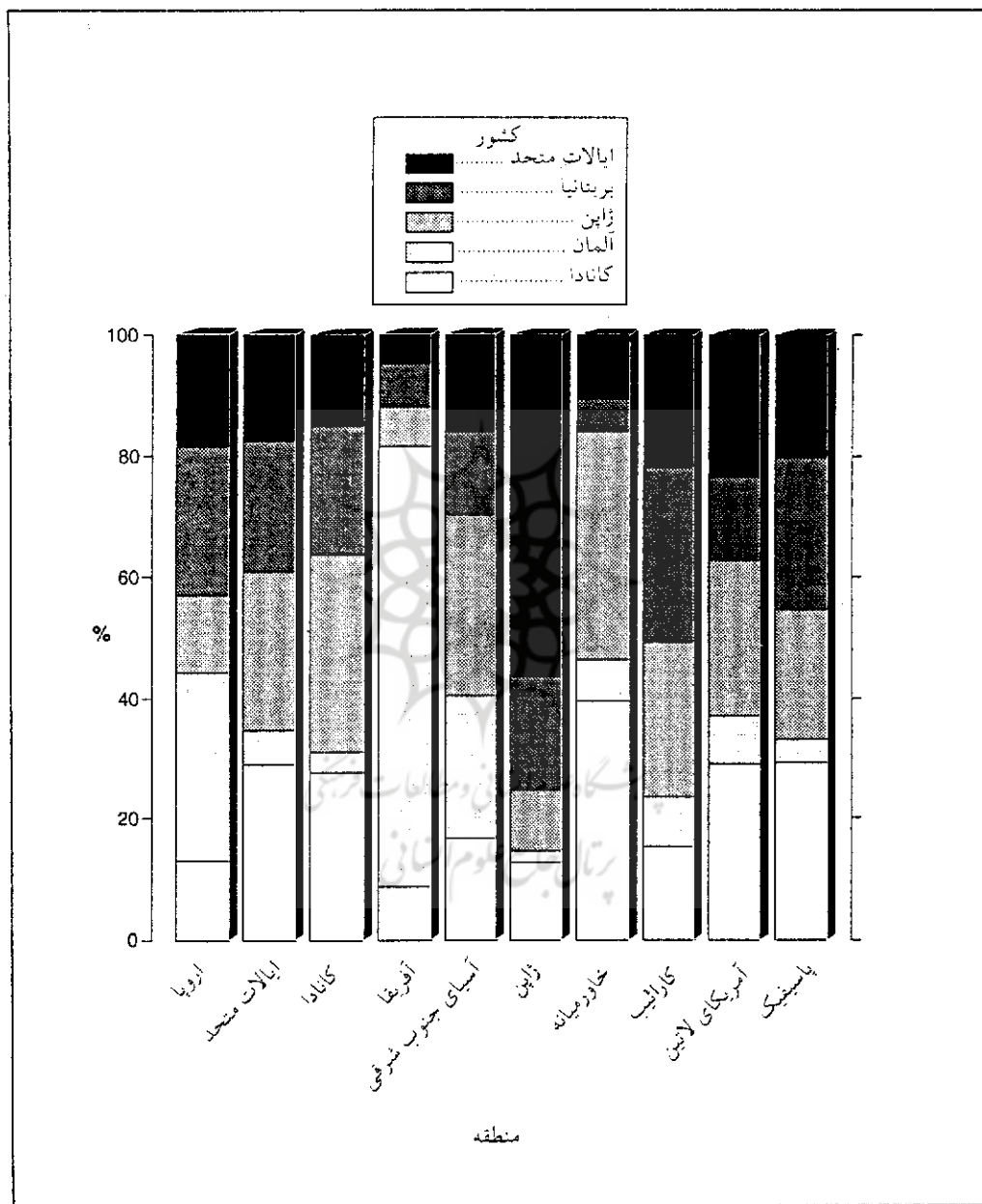
در این قسمت، به نتایج ناشی از تجزیه و تحلیل مجموعه اطلاعات مربوط به ۹۳-۱۹۹۲ دقیقتر توجه می‌کنیم. این موضوع، فقط به اطلاعات فروش و دارایی محدود شد و هدف حصول اطمینان از این موضوع است که آیا آنچه از مجموعه اطلاعات ۱۹۸۷ به دست آمده است تأیید می‌شود یا نه.

به دلایل گوناگون می‌توان در مورد کیفیت اطلاعات مربوط به ۹۳-۱۹۹۲ نسبت به ۱۹۸۷ کمتر مطمئن بود. عمده دلیل این مسئله، مشکل تخصیص یکنواخت از لحاظ جغرافیایی اطلاعات تهیه شده بین گروه شرکت‌هایی است که مقر آنها در کشورهای مختلف است. پوشش، ناقص بود، تعاریف، متفاوت بود و محدوده مناطق تعیین شده متغیر بود و غالباً تداخل داشت. اطلاعات ذخیره شده روی دیسک اصلی اطلاعات باید

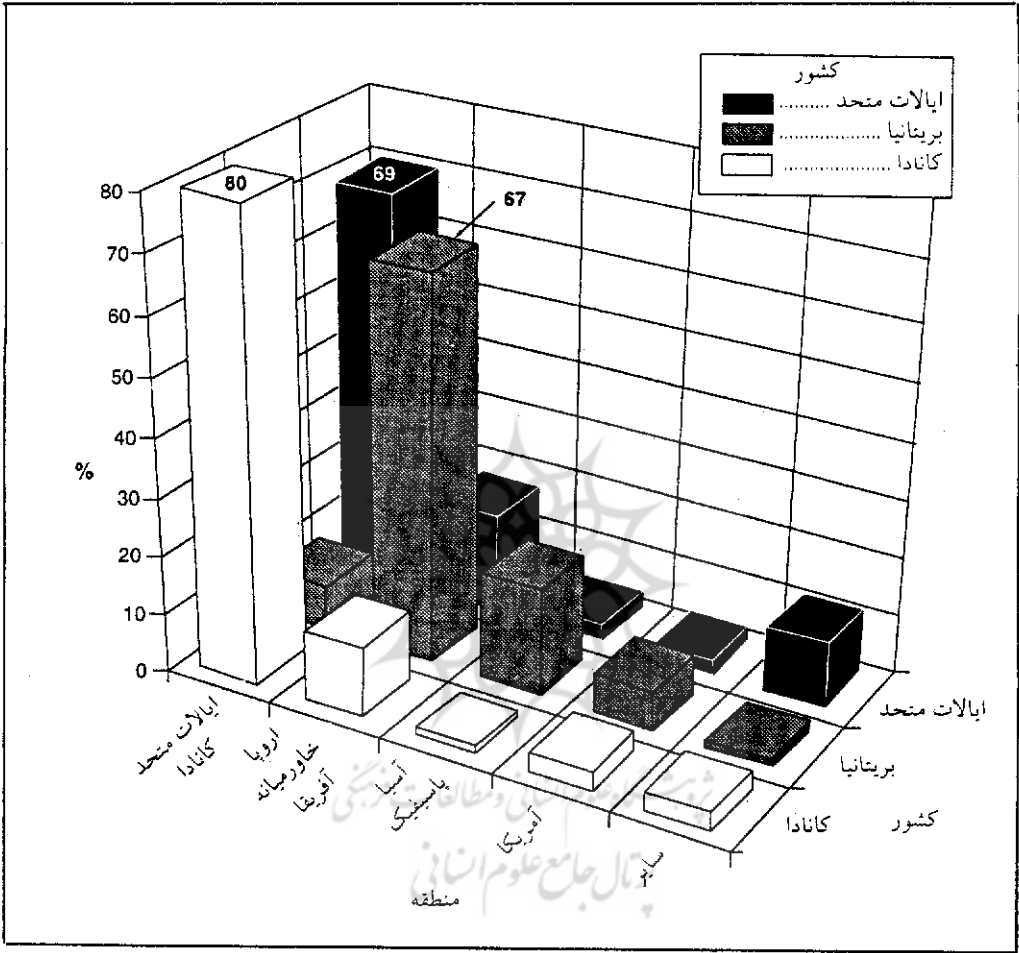
شرکت‌های تابعه و وابسته خدماتی به جز برای شرکت‌های آمریکایی نیست. شاید این موضوع، عقیده عمومی را که ژاپن برای شرکت‌های آمریکایی یک اقتصاد بسته است، متزلزل و سست کند: ممکن است در مورد فعالیت شرکت‌های خدماتی، ژاپن به نفوذ شرکت‌های تابعه و وابسته بیش از مورد شرکت‌های تولیدی بازتر باشد. همان‌طور که انتظار می‌رفت شرکت‌های ژاپنی نه تنها در آسیای جنوب شرقی بلکه در آمریکای لاتین و اروپا نیز فعال بودند. این شرکت‌ها به ویژه مقرشان در سرزمین خودی نیست و این ویژگی به دلیل وجود ساختار داخلی صنایع و شرکت‌های ژاپنی تا حد زیادی قابل تردید است. آلمان به طرز مشهود و بارزی، از بالاترین سهم شرکت‌های موجود در «منطقه/کشور خودی» در میان کشورهای نشان داده شده برخوردار است. شرکت‌های کانادایی بیشتر به سوی آمریکا تا کشور خود گرایش دارند.

راه دیگر نمایش اطلاعات مربوط به کشورهای بخش خدمات در نمودار ۱۰ آمده است. این نمودار، اهمیت نسبی هر یک از ۵ کشور را در توزیع شرکت‌های تابعه و وابسته خدماتی برای مناطق مختلف نشان می‌دهد. اهمیت آلمان در آفریقا مشهود است، همان‌طور که آمریکا در رابطه با ژاپن.

بالاخره می‌توانیم به اطلاعات مربوط به سود برگردیم. این حوزه از دیدگاه در دسترس بودن اطلاعات رضایتبخش نیست و فقط نتایج نشان داده شده در نمودار ۱۱ می‌تواند تولید و استخراج شود. فقط برای گروه شرکت‌های تولیدی مربوط به سه کشور، توزیع سود ناخالص مشخص است.



نمودار ۱۰. توزیع درصد شرکت‌های تابعه و تحت پوشش درون مناطق شرکت‌های چندملیتی خدماتی برحسب کشور محل استقرار ستاد مرکزی، ۱۹۸۷.



نمودار ۱۱. توزیع درصد سود ناخالص شرکت‌های چندملیتی تولیدی برحسب منطقه و کشور محل استقرار ستاد مرکزی، ۱۹۸۷.

را بجز اطلاعاتی که در چارچوب سرزمین داخلی خود ثبت شده است، گزارش نکرده‌اند حذف کند. لذا برای تجزیه و تحلیل در این قسمت، یک شرکت چندملیتی به عنوان شرکتی که حداقل یک مکان دیگر برای فعالیت کسب و کار خود گزارش کرده است تعریف می‌شود. ضمناً باید به‌خاطر

مفروض تلقی می‌شد بدون آنکه دقیقاً بدانیم چگونه ابتدا به‌دست آمده یا کدبندی شده است. به‌منظور تجزیه و تحلیل این قسمت، در مجموعه اطلاعات توصیف و تجزیه و تحلیل شده در پیوست، تغییراتی داده شد تا کلیه شرکت‌های چندملیتی که هیچ اطلاعات جغرافیایی

اطلاعات ثبت شده است شک کمی می توان داشت. هلند، انگلستان و آمریکا گسترده ترین توزیع را به لحاظ جغرافیایی دارند که شاید دلالت بر باز بودن نسبی اقتصاد آنها از لحاظ روابط با دنیای خارجی دارد.

براساس این ارقام ویژگی مهم دیگر، عدم اهمیت نسبی ژاپن به عنوان یک مکان برای فعالیت فروش به غیر از شرکتهای ژاپنی است. در حالی که واضح است در اینجا باید تا حدودی کمتر از واقع گزارش شده باشد (مقوله «بقیه دنیا» بدون شک علت برخی از مغایرتهاست). اما هنوز طبیعت نسبتاً بسته اقتصاد ژاپن را در مقابل فعالیت فروش شرکتهای چندملیتی خارجی نشان می دهد. راجع به تفاوت های موجود در بخشهای مختلف اقتصاد کشورها چه می توان گفت؟ حاکمیت کامل فروش در سرزمین خودی برای شرکتهای بخش خدمات کلیه کشورها مشهود است. این تصویر برای بخش تولیدی متغیرتر است، حال آنکه بخش مواد اولیه، جهت گیری شدید به سوی سرزمین اصلی را نشان می دهد، لیکن این بخش، مطلقاً بخش مهمی نیست.

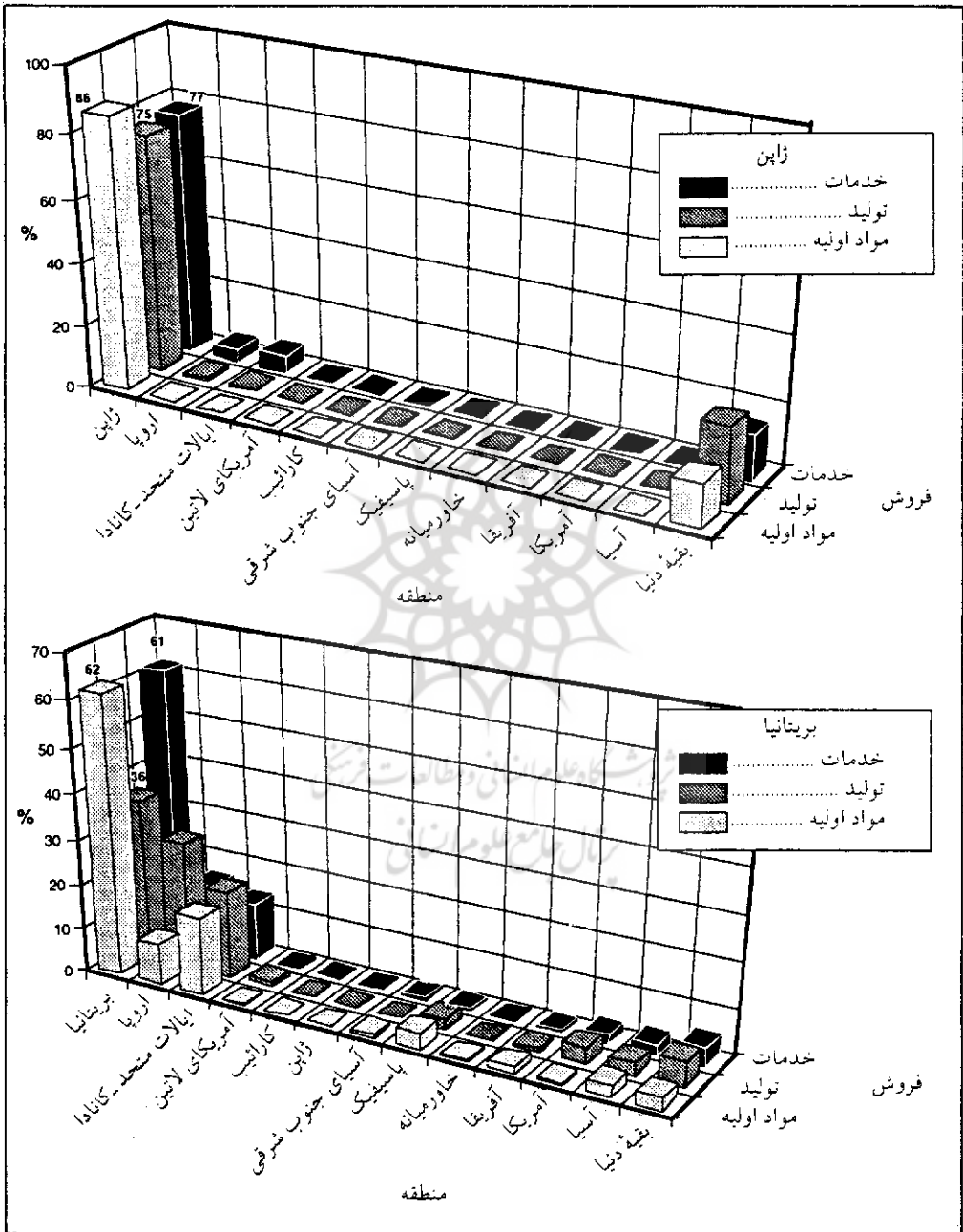
نکته دیگر آن است که فروش شرکتهای آمریکایی در آمریکا و کشورهای همسایه (آمریکا، کانادا، آمریکای لاتین و بقیه کشورهای منتسب به آمریکا) متمرکز و اروپا تنها مکان دیگر فروش است. قدرتهای اروپایی، در حالی که در سایر کشورهای اروپایی متمرکز هستند گستره جغرافیایی کمی وسیعتر دارند و به طور مشهود به شکل منطقه ای عمل نمی کنند.

در نهایت به اطلاعات مربوط به دارایی در

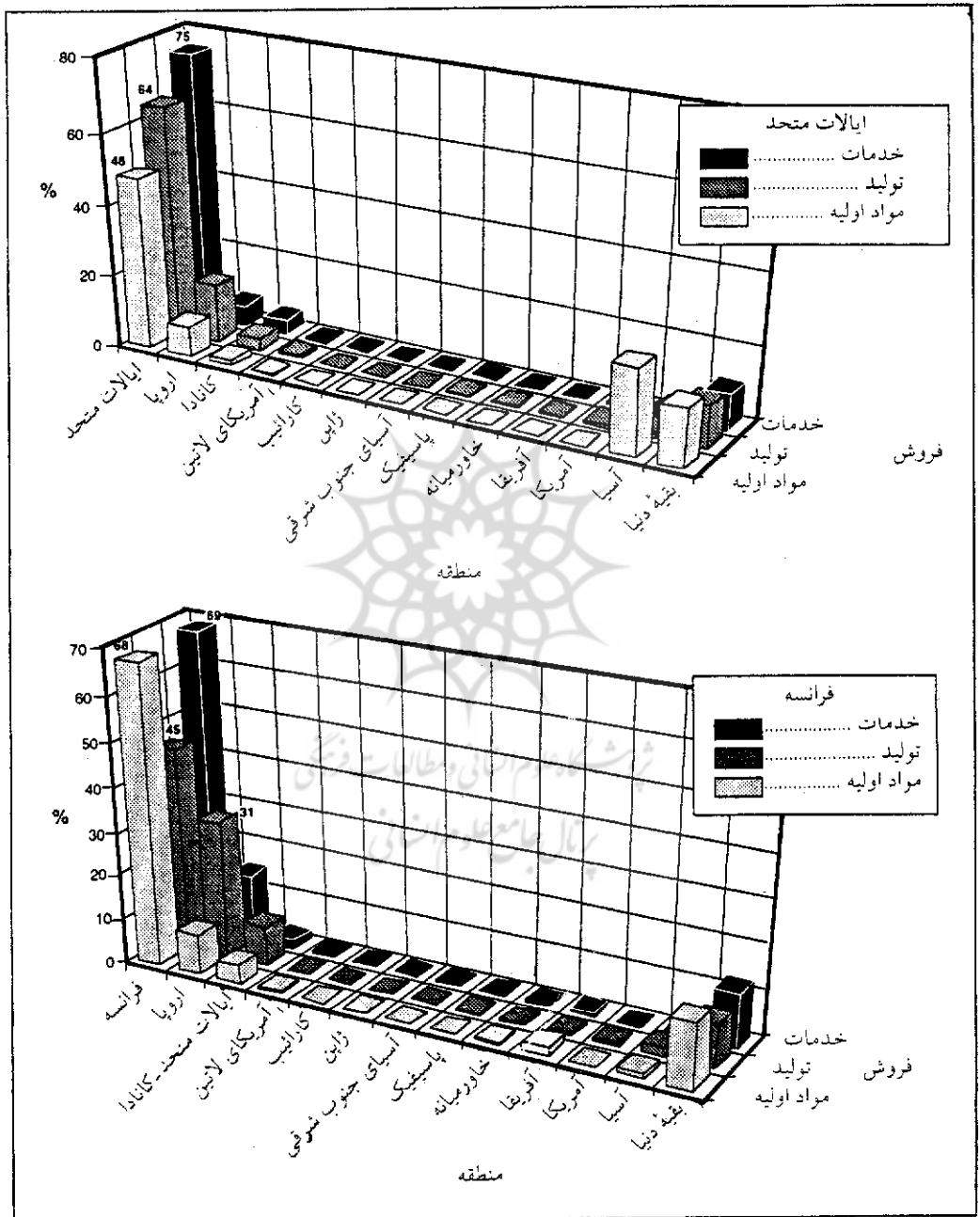
سپرد که این دو مجموعه اطلاعات دقیقاً قابل مقایسه نیستند به دلیل اینکه تعداد شرکتهای کشورهای اصلی، گسترش دقیق جغرافیایی مناطق و نیروی انسانی شرکتهای جملگی فرق می کنند. با توجه به این خصوصیات، برخی روندهای گسترده قابل مقایسه وجود دارد که می تواند مورد شناسایی قرار گیرد.

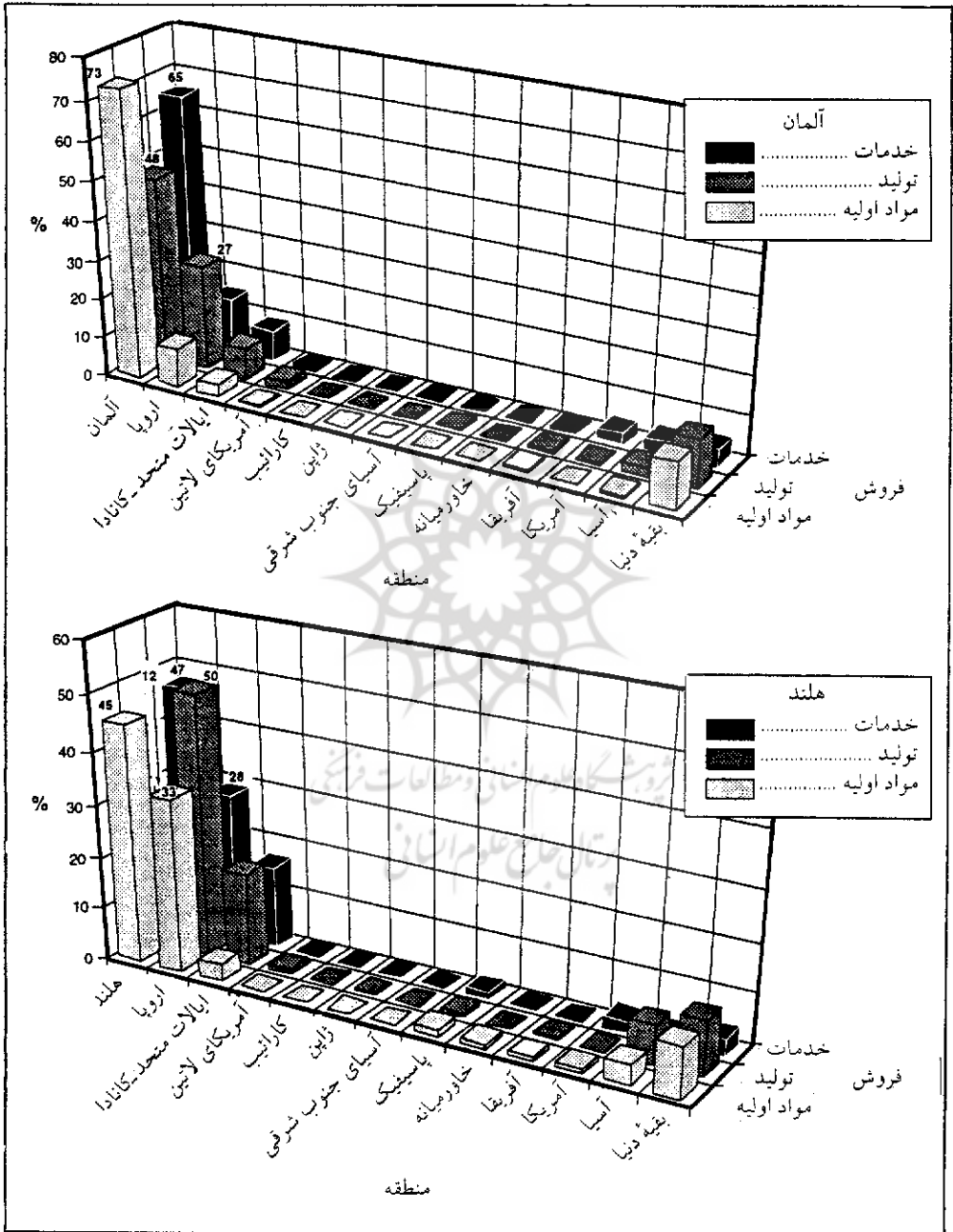
ابتدا با در نظر گرفتن اطلاعات فروش، نمودار ۱۲ حاکمیت فروش را در کشور اصلی یک بار دیگر تأیید می کند. این موضوع به خصوص در مورد بخشهای مواد اولیه و خدمات مصداق دارد، گرچه برای بخش تولیدی به ویژه در مورد کشورهای اروپایی کمتر مصداق دارد. هلند یک استثناست: در مورد فروش بخش تولیدی آن، بقیه اروپا مهمتر از اقتصاد داخلی هلند است. این موضوع برای یک کشور نسبتاً کوچک قابل درک است و ممکن است نشانی از روند گسترده تر برای شرکتهای چندملیتی اقتصادهای کوچکتر به ویژه در اروپا باشد.

بجز حاکمیت سرزمین اصلی، ویژگی قابل ملاحظه دیگر، تجمع فروش در مناطق جغرافیایی بسیار محدود است. مثال افراطی در این زمینه شرکتهای ژاپنی هستند که اطلاعات فقط برای خود ژاپن، اروپا، آمریکا، کانادا و «بقیه دنیا» گزارش می شوند. سایر اطلاعات ملی، گستره وسیعتری از این دارند که حداقل به صورت فروش در اکثر مناطق ارائه می شود، هرچند همیشه برای ثبت به صورت یک رقم درصدی کفایت نکند. در نتیجه در مورد تمرکز بسیار بالای فروش شرکت چندملیتی به شکلی که توسط این مجموعه



نمودار ۱۲. توزیع درصد فروش شرکتهای چندملیتی برحسب کشور، منطقه و بخش اقتصادی، ۱۹۹۲-۹۳.





بین‌المللی، هنوز چندملیتی هستند نه فراملیتی، به صورتی که در فصل ۱ تعریف کردیم. مرکزیت سرزمین اصلی دو جنبه دارد. یکی نقش «کشور اصلی» و دیگری «منطقه اصلی» است. تا جایی که اطلاعات می‌تواند به تفصیل درآید، در ۱۹۹۲-۹۳، اهمیت جهت‌گیری به سوی کشور اصلی به میزان جهت‌گیری به سوی منطقه اصلی در ۱۹۸۷ است. به فرض آنکه مشخص کردن تقسیم‌بندی برحسب منطقه در ۱۹۸۷ ممکن باشد، آنگاه برای آنکه دقیق صحبت کنیم تنها تجزیه و تحلیل مقطعی دو سال می‌تواند بر این اساس مقایسه شود.

جدول ۱، ارقام مربوط به فعالیت فروش را نشان می‌دهد. این جدول، توزیع درصد فروش شرکت چندملیتی را برای مجموعه شرکت‌های مربوط به کشور که در دو سال ۱۹۸۷ و ۱۹۹۲-۹۳ اطلاعات برای آنها وجود دارد مقایسه می‌کند («منطقه اصلی» برای این اطلاعات مشترک است که شامل «کشور اصلی» است). واضح است که گرچه این اطلاعات باید با احتیاط در نظر گرفته شود لیکن راهنمای مناسبی برای درک اهمیت

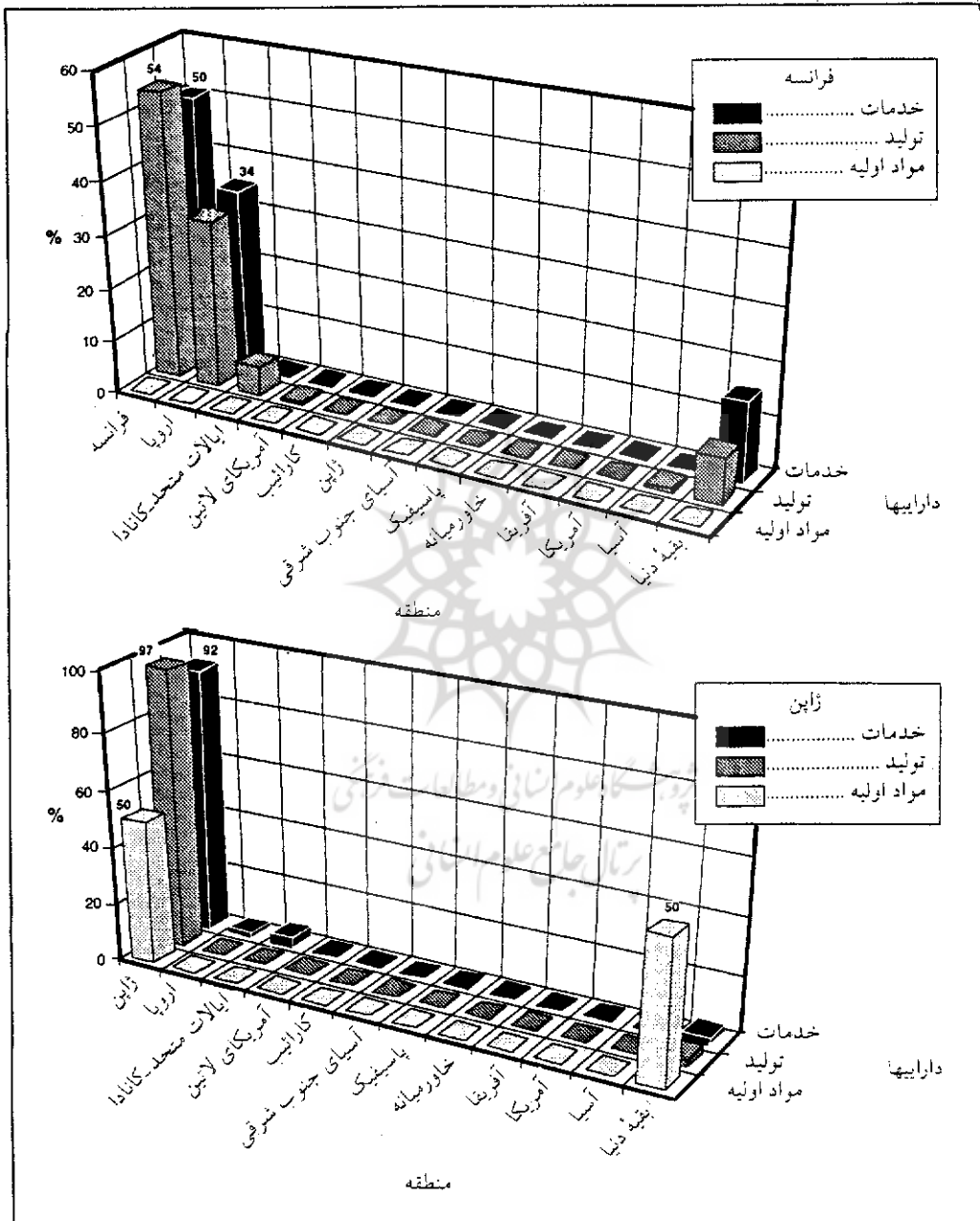
جدول ۱. توزیع درصد فروش شرکت در منطقه/کشور اصلی، ۱۹۸۷ و ۱۹۹۲-۹۳.

کشور	تولید		خدمات	
	۱۹۸۷	۱۹۹۲-۹۳	۱۹۸۷	۱۹۹۲-۹۳
آلمان	۷۲	۷۵	م.ن.	م.ن.
ژاپن	۶۴	۷۵	۸۹	۷۷
انگلستان	۶۶	۶۵	۷۴	۷۷
آمریکا	۷۰	۶۷	۹۳	۷۹

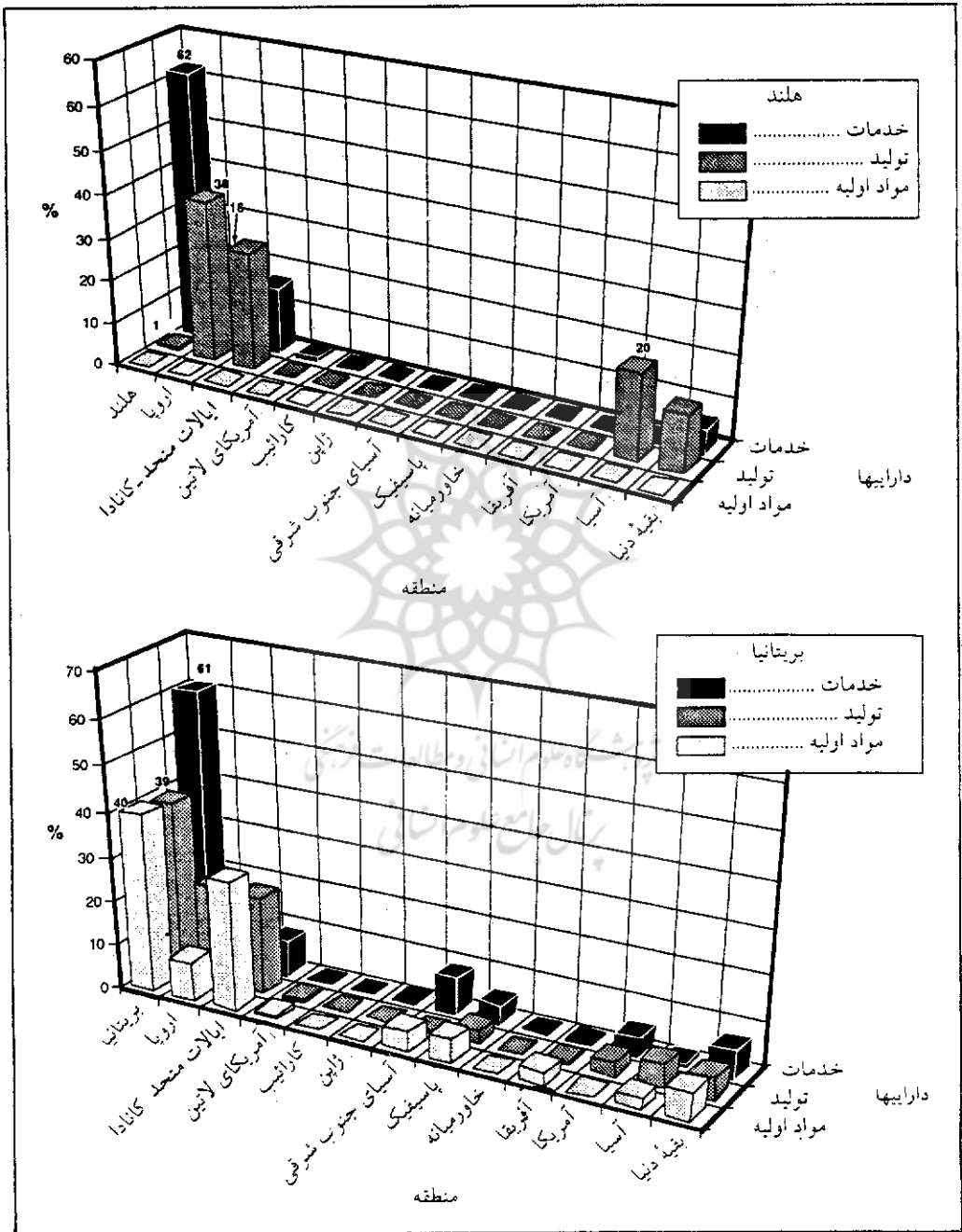
۱۹۹۲-۹۳ برمی‌گردیم. نتایج در نمودار ۱۳ نشان داده شده است. از این اطلاعات، تمرکز شدید داراییها در کشور اصلی برای ژاپن و آمریکا مشهود است. برای کشورهای اروپایی، سایر مکانهای اروپایی مهم است و اهمیت نسبی تمرکز در سرزمین اصلی کاهش یافته است. فرانسه از یکنواختترین توزیع بین بخشهای تولید و خدمات برخوردار است. داراییهای مربوط به انگلستان، وسیعترین پوشش جغرافیایی را دارد. شاید هلند به مفهوم چندملیتی شدن پایگاههای تولیدی از همه نزدیکتر باشد با فقط یک درصد سهم داراییها در کشور خود و ۳۸ درصد در بقیه اروپا (فکر می‌کنیم در مورد سرزمین اصلی کمتر از واقع گزارش شده باشد). اما بخش خدمات در هلند با روند مسلط‌تری در زمینه جهت‌گیری آشکار به سوی سرزمین اصلی تطابق دارد. به طور کلی داراییهای موجود در بخش خدمات، بیشتر از داراییهای موجود در بخش تولید در سرزمین اصلی مستقر هستند.

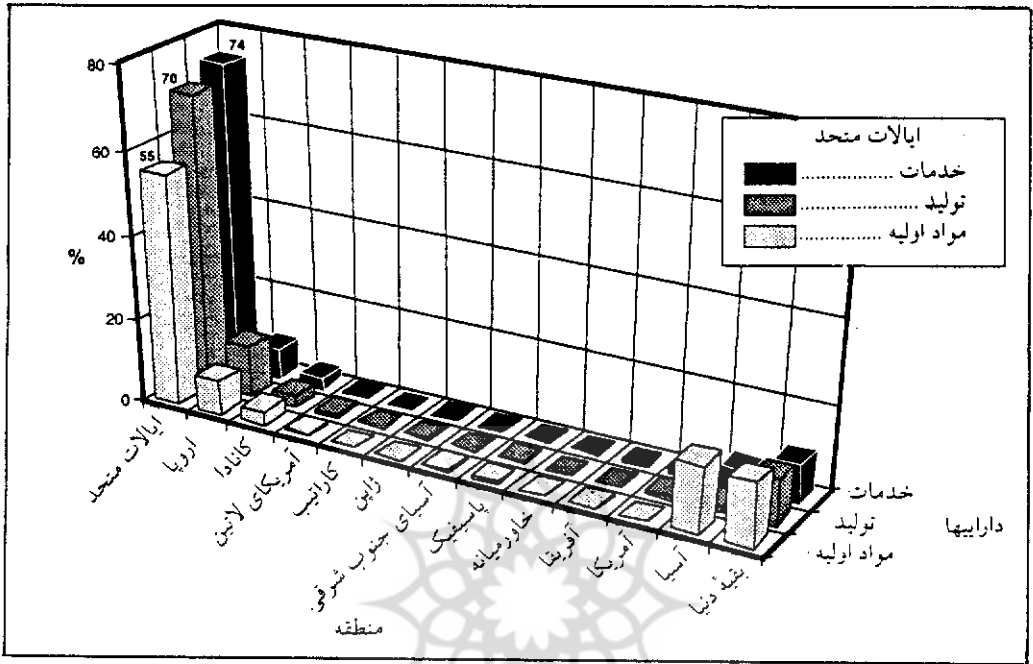
مقایسه‌ها و نتایج

نتیجه عمده‌ای که از این تجزیه و تحلیل به دست می‌آید، یک نتیجه آشکار است. طبیعت فعالیت شرکت‌های چندملیتی با گرایش به سوی سرزمین اصلی همراه با کلیه ابعاد مطالعه شده دیگر به نظر می‌رسد طبیعت غالبی باشد. لذا علی‌رغم کلیه تأملات در خصوص جهانی شدن، هنوز شرکت‌های چندملیتی بر «مکان اصلی» خود به عنوان مرکز فعالیتهای اقتصادی‌شان تکیه می‌کنند. از این نتایج مطمئن هستیم که در مجموع شرکت‌های



نمودار ۱۳. توزیع درصد داراییهای شرکتهای چندملیتی برحسب کشور، منطقه و بخشهای اقتصادی، ۱۹۹۲-۹۳. اطلاعاتی از بخش مواد اولیه در فرانسه و هلند موجود نیست.





نمودار ۱۳ (ادامه)

جدول ۲. توزیع درصد داراییهای شرکت چندملیتی در منطقه اکشور اصلی، ۱۹۸۷ و ۱۹۹۲-۹۳.

کشور	خدمات		تولید	
	۱۹۹۲-۹۳	۱۹۸۷	۱۹۹۲-۹۳	۱۹۸۷
ژاپن	۹۲	۷۷	۹۷	-
انگلستان	۶۹	-	۶۲	۵۲
آمریکا	۷۷	۸۱	۷۳	۶۷

بخواهد از این ارقام، نتایجی را تعمیم بدهد، به نظر می‌رسد توزیع داراییهای مربوط به بخش تولید بین اواخر دهه ۸۰ و اوایل دهه ۹۰، بیشتر به سوی منطقه اکشور خودی جهت‌گیری داشته است، در حالی که شرکتهای آمریکایی در بخش

آنهاست. با قبول این موضوع، احتمالاً مناسب است بگوییم که در آلمان، انگلستان و آمریکا بین سالهای ۱۹۸۷ و ۱۹۹۲-۹۳، جهت‌گیریهای فروش در بخش تولید به سوی سرزمین اصلی یکسان بوده است در حالی که در مورد ژاپن شاهد افزایش هستیم، در بخش خدمات در ژاپن و آمریکا، کاهش و در انگلستان اندکی افزایش را می‌بینیم.

در ارتباط با اطلاعات مربوط به داراییها، نتایج مشابهی در جدول ۲ ارائه می‌شود. این ارقام نسبت به ارقام فروش، جهت‌گیری کمی ضعیفتر را به سوی منطقه اکشور اصلی نشان می‌دهد (که شاید تعجب‌آور باشد). اگر کسی

نمودارهای ۷ تا ۱۰ مشاهده می‌شود نکته کمی هشداردهنده را به یافته‌های کلی اضافه می‌کند. یکی از ویژگیهای عمده تز جهانی شدن، آن است که کلیه اشکال همکاری بین شرکتهای از جمله شرکتهای مختلط (Joint Ventures)، اتحادهای راهبردی و دفترهای رابط (liaisons) شرکتهای را به درون شبکه بین‌المللی فعالیت که وابستگی متقابل بین آنها افزونتر می‌شود می‌کشاند، نکته‌ای که در فصل قبل راجع به آن بحث کردیم. مشکلی که با داده‌های کمی در این فصل ظاهر شد، آن است که این تغییر کیفی در راهبردهای فعالیت شرکتهای مشاهده نمی‌شود. واقعیتی که فقط ۳۰ درصد فعالیت شرکت در خارج هدایت می‌شود به خودی خود چیزی در مورد اهمیت راهبردی نسبت آن ۳۰ درصد به کل فعالیت کسب و کار شرکتهای نمی‌گوید. ممکن است بر موفقیت عملکردی شرکت در صحنه داخلی و بین‌المللی دلالت کند. این واقعیت که ما پراکندگی گسترده‌تری از شرکتهای تابعه و وابسته را در سطح بین‌المللی مشاهده کرده‌ایم می‌تواند به عنوان نشانه‌ای از این روند «شبکه‌بندی» در عملیات تلقی شود.

ما شبکه‌بندی روزافزون بین‌المللی که توسط شرکتهای انجام می‌شود را در فصل قبل مورد بحث قرار دادیم و تجزیه و تحلیل کردیم و استدلال کردیم که این روند، هیچ نشان روشن و واضحی از تز جهانی شدن نیست. در این فصل جهت تکمیل آن ارزیابی کیفی‌تر، تجزیه و تحلیلی صورت

خدمات کمتر متمرکز شده‌اند (در مورد اخذ نتایج محکم و مستدل برای شرکتهای ژاپنی در بخش خدمات زیاد مطمئن نیستیم).

لذا از این ارقام و ارقام قبلی، به نظر نامعقول نمی‌رسد که توصیه کنیم بین ۷۰ تا ۷۵ درصد ارزش‌افزوده شرکت چندملیتی در سرزمین اصلی ایجاد می‌شود. این نتیجه‌گیری با استدلالهای تایسون^۱ (۱۹۹۱) و کاپشتاین^۲ (۱۹۹۱) در بحث خود با رایج^۳ (۱۹۹۲، ۱۹۹۰) در مورد طبیعت کسب و کار بین‌المللی همخوانی دارد. دو مؤلف اول با سومی در زمینه این فرض وی که شرکتهای آمریکایی فراملیتی شده‌اند و این موضوع اهمیت ندارد بحث می‌کنند. در مقابل، تایسون خاطرنشان می‌کند که در بخش تولید، شرکتهای مادر آمریکایی، ۷۸ درصد کل داراییها، ۷۰ درصد کل فروش و ۷۰ درصد کل اشتغال شرکتهای چندملیتی آمریکا را در ۱۹۸۸ در اختیار دارند. تجزیه و تحلیل ماکه در اینجا آمد با این یافته‌ها در سطح وسیعتری از کشورها تطابق دارد.

دومین نتیجه‌گیری عمده ما این است که علی‌رغم خاصیت مشترک مرکزیت سرزمین اصلی مابقی فعالیتهای گروه کشورها کاملاً متنوع است. یعنی شرکتهای چندملیتی کشورهای مختلف در مناطق گوناگون به درجات مختلف فعالیت می‌کنند. شرکتهای چندملیتی همگی از لحاظ گستره جغرافیایی فعالیتهای خارج از سرزمین اصلی خود مشابه نیستند. در اینجا نکته دیگری را نمی‌توان اضافه کرد.

پراکندگی نسبتاً «باز» شرکتهای تابعه و وابسته به ویژه در مورد بخش خدمات مطابق آنچه در

1. Tyson

2. Kapstein

3. Reich

برخوردار بودند. کشوری که از لحاظ تعداد شرکتها و کل آزمایشگاهها در رأس قرار داشت، آمریکا با نسبت ۳۱ درصد بود که این موضوع را تأیید می‌کند که از این لحاظ کشور نسبتاً بسته‌ای است. کشورهایی مثل ژاپن و سوئد خیلی بسته هستند. به علاوه، مقالات نوشته شده توسط Cantwell (۱۹۹۲) و Patel و Pavitt (۱۹۹۲) نشان می‌دهند که از جنبه دیگر فعالیت فناوری یعنی ثبت حق اختراع، کمتر از ۱۰ درصد ثبت اختراعات که توسط اداره ثبت اختراع آمریکا به شرکت‌های بین‌المللی داده شده است، منشأ آن از شرکت‌های وابسته خارج بوده است و سهم ثبت اختراعاتی که از سوی شرکت‌های وابسته خارجی آمده است، بین سالهای ۱۹۶۹ و ۱۹۸۶ افزایش نیافته است. لذا حداکثر بین ۱۰ تا ۳۰ درصد فعالیت فناوری شرکت‌های چندملیتی، احتمالاً در شرکت‌های وابسته خارجی مستقر است.

از این موضوع چه نتیجه‌ای به دست می‌آید؟ آن طور که معلوم می‌شود کاری که در اینجا انجام شد، چیزی بیش از یک تلاش مقدماتی برای مشروعیت بخشیدن به یک جنبه از تز جهانی شدن نیست. نتیجه ما در این مرحله باید این باشد که در مورد این تز تا جایی که به تمرکز فعالیت شرکت‌های چندملیتی مربوط است، شدیداً مبالغه می‌شود. کسب و کارهای بین‌المللی هنوز تا حد زیادی محدود به سرزمین اصلی خود از لحاظ فعالیتشان هستند، آنها شدیداً نشان ملی دارند و چندملیتی هستند تا اینکه فراملیتی باشند. این موضوع به معنای آن است که نظارت بر این شرکتها، فراسوی قدرت دولتهای ملی نیست.

گرفت و هیچ دلیلی به نفع گرایش قوی جهانی شدن مشاهده نمی‌شود. در واقع ماکماکان بر استمرار حاکمیت فعالیت کسب و کار در سرزمینهای اصلی به عنوان یک مزیت نه محدودیتی بر عملکرد کلی شرکت تأکید می‌کنیم. مرکز بودن فعالیتها در سرزمین خودی باید در چارچوب خود به عنوان یک گواه روشن از طبیعت بین‌المللی شرکت‌های چندملیتی تلقی شود. در نهایت و در دفاع از نکته‌ای که هم اکنون بیان کردیم، می‌توانیم به طور مختصر بعد دیگری را به همراه رشد فرایند بین‌المللی کردن شرکت بیان کنیم که اغلب برای حمایت از استدلال جهانی شدن به کار گرفته می‌شود، یعنی پیشرفتهای فناوری و مخارج تحقیق و توسعه. مجدداً شواهد نظام‌مند کمی وجود دارد. در این زمینه که چه میزان از این مخارج در کشور ما در تمرکز دارد و چه میزان در خارج از کشور، لیکن شواهدی که وجود دارد، به طرز بارزی از نتیجه عمده‌ای که در این فصل به دست آمد، حمایت می‌کند. در یک تجزیه و تحلیل راجع به توزیع بین‌المللی آزمایشگاههای تحقیق و توسعه ۵۰۰ شرکت عمده، Casson و دیگران (۱۹۹۲) درجه‌ای از وابستگی متقابل را به دست آوردند اما میزان آن تا حد زیادی بین شرکت‌های مادر متغیر است. شرکت‌های هلندی، سوئیسی، آلمان غربی و انگلیسی، گرایش زیادی به خارج (نسبت بین‌المللی به سرزمین خودی جملگی بیش از ۶۰ درصد بود) نشان می‌دادند، در حالی که نه کشور یا گروه کشور دیگر به طور قابل ملاحظه‌ای از نسبت‌های پایینتری (متوسط نسبت ۳۹ درصد بود)