



جایگاه شرکت‌های چندملیتی در چشم‌انداز اقتصادی آینده جهان

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

شرکتی که صاحبان آن چند نفر از ملیت‌های مختلف هستند، شرکت چندملیتی نامیده می‌شود. با در نظر گرفتن این نکته که کلمه چند در اینجا بر تعداد زیادی دلالت دارد، چندملیتی یعنی «شامل تعداد زیادی ملیت» این خلاصه‌ای از تعریف شرکت‌های چندملیتی است و شاید این گونه نیز بتوان تعریف کرد «شرکتی که مدیران عالی آن از ملیت‌های مختلف کشورهای گوناگونی هستند».

در چنین شرکت‌هایی احتمال کمی وجود دارد که به تأمین منافع کشور یا کشورهای خاصی توجه شود و بالاتر از آن در این گروه از شرکت‌ها یک دیدگاه کاملاً جهانی وجود دارد؛ به عبارت دیگر اگر یک شرکت در چندین کشور با چنان حجمی به فعالیت‌های تجاری بپردازد که منافع و رشدش در بیش از یک کشور تأمین شود، آن شرکت چندملیتی است.

تاریخچه پیدایش شرکت‌های چندملیتی

هر چند ایده جهانی شدن و اجرای امور تجاری و اقتصادی مشترک با سود و زیان اشتراکی با سایر کشورها از گذشته‌های دور وجود داشته، پیدایش و گسترش «شرکت‌های چندملیتی» به عنوان یکی از «انقلابی‌ترین» و «مناقشه‌برانگیزترین» پدیده‌های توسعه اقتصادی جهانی در قرن حاضر تلقی می‌شود و از جنگ جهانی دوم به بعد نیز دنیا شاهد رشد بیش از پیش این شرکت‌ها بوده است و برخی از صاحب‌نظران بر این نکته

تأکید دارند که سابقه شرکت‌های چندملیتی در جهان به سال ۱۱۳۵ میلادی بازمی‌گردد و از همان زمان نیز این شرکت‌ها دائماً با مخالفت‌های زیادی مواجه بوده‌اند. ذکر این نکته قابل توجه است که در جریان پنجاه و هفتمین شورای اقتصادی و اجتماعی سازمان ملل متحد در سال ۱۹۷۴ اصطلاح فراملی جایگزین چندملیتی شد تا مشخص شود منظور از شرکت‌های چندملیتی مؤسسه‌ای است که از مرزهای کشور مبداء فراتر می‌روند. بنابراین شرکت‌های فراملی که در واقع همان شرکت‌های

چندملیتی هستند، در طول حیات خود با نام‌های گوناگون نامیده شده‌اند: «مؤسسه بازرگانی بین‌المللی»، «بنگاه بین‌المللی»، «گروه شرکت‌های بین‌المللی»، «بنگاه چندملیتی»، «واحد بازرگانی بین‌المللی»، «شرکت چندملیتی»، «گروه همبسته بین‌المللی»، «واحد بازرگانی بین‌المللی» و حتی «شرکت‌های بسیار بزرگ ایالات متحده». امروزه عملکرد این شرکت‌ها در سطح جهان به گونه‌ای است که بندرت می‌توان کشور، ناحیه و منطقه‌ای را یافت که به شکلی در معرض نفوذ آنها

قرار نداشته باشد. این شرکت‌ها، کارخانجات و واحدهای تولیدی، نسبت به تأسیس خود در هر کشور و منطقه‌ای اقدام می‌کنند و محصولات خود را به هر صورت که مایل باشند، به فروش می‌رسانند. از هر ملیتی مدیر و کارمند استخدام می‌کنند و مبالغ هنگفت را به شکل ارزهای مختلف به جریان می‌اندازند.

ماهیت شرکت‌های فراملی و تأثیرات مثبت و منفی عملکرد و فعالیت‌های آنها در صحنه اقتصاد جهانی بویژه در ارتباط با کشورهای توسعه نیافته از همان بدو پیدایش مورد بحث و اختلاف نظر بسیار بوده است. با وجود انتقادات نظری بی‌شماری که از این شرکت‌ها انجام گرفته، در عمل شرکت‌های فراملی به رشد و گسترش خود ادامه داده‌اند، به گونه‌ای که امروز به عنوان یکی از عناصر و شاخصه‌های اصلی اقتصاد جهانی به شمار می‌آیند و حتی برخی رشد این شرکت‌ها را با روند «جهانی شدن» (globalization) اقتصاد مترادف و یکسان می‌پندارند.

این مقاله بر آن است که به اختصار تکوین، تکامل و جایگاه شرکت‌های فراملی در اقتصاد جهانی را مورد بررسی قرار دهد و ضمن اشاره‌ای گذرا به عمده‌ترین دیدگاه‌های متعارض درباره نقش این شرکت‌ها، چشم‌انداز آینده آنها را ترسیم کند.

پیش از ورود به این مباحث ذکر این نکته ضروری به نظر می‌رسد که برخی از نظریه‌پردازان میان مفهوم «شرکت‌های فراملیتی» و «شرکت‌های چند ملیتی» تمایز قائل شده‌اند. به گفته ایشان شرکت فراملی عمدتاً در یک کشور فعالیت می‌کند، ولی در کشورهای دیگر نیز شعب و کارخانجاتی دارد؛ در حالی که شرکت چند ملیتی در اطراف و کناف جهان فعالیت می‌کند، بدون آنکه در ارتباط با کشوری خاص مورد شناسایی قرار گیرد. بنابراین اشاره به پنجاه و هفتمین شورای اقتصادی و اجتماعی سازمان ملل متحد که در سال ۱۹۷۴ برگزار شد، ضروری به نظر می‌رسد. در آن جلسه مطرح شد، اصطلاح فراملی جایگزین چند ملیتی شود تا مشخص شود منظور از شرکت‌های چند ملیتی مؤسسه‌ای است که از مرزهای کشور مبداء فراتر می‌روند. بنابراین در این مقاله منظور از شرکت‌های چند ملیتی، همان شرکت‌های فراملی است.

ساختار شرکت‌های فراملیتی

شرکت‌های فراملیتی، از قدرتمندترین و تأثیرگذارترین نهادهای اقتصادی در نظام سرمایه‌گذاری جدید هستند. نظام سرمایه‌داری در گذشته در چارچوب کشورها محدود بود، اما امروزه بعد بین‌المللی یافته و دارای وحدت تجاری، مالی و صنعتی شده است. فعالیت فراملیتی‌ها در زمینه‌های تولیدی و پژوهشی نه تنها با شرایط اقتصادی کشور مادر یا کشور اصلی، بلکه با توجه به شرایط جهانی تعیین می‌شود. این شرکت‌ها از امکانات رویارویی با دولت‌های ملی برخوردارند و صاحبان آنها در واقع به مثابه سلاطین بی‌تاج و تخت هستند.

شرکت‌های چند ملیتی معمولاً دارای یک مرکز اصلی هستند و تابعیت همان کشور را دارند که مرکز اصلی در آنجا مستقر است (مدیریت شرکت، تأمین بودجه، امور حقوقی و امور اداری در کشور مادر متمرکز است) و خط مشی‌های اساسی در مرکز اصلی شرکت تعیین می‌شود. این مرکز هسته اصلی مدیریت اقتصادی و تحقیقات حساس علمی و فنی شرکت محسوب می‌شود و در واقع مرکز فرماندهی شرکت است.

غالباً سازوکار (مکانیسم) توسعه شرکت‌های چند ملیتی به

سبب دو پیشرفت فنی بوده است:

اول، رشد شرکت‌ها از نظر ساختاری و تشکیلاتی (بزرگ شدن و گسترش)

دوم، رشد وسایل ارتباطی جدید الکترونیکی و مخابراتی (تجارت الکترونیک)

کشورهای در حال توسعه به شکل فزاینده‌ای توجه این شرکت‌ها را به خود جلب می‌کنند و اهمیت اقتصادی آنها برای شرکت‌های چند ملیتی به طور روزافزون مشخص می‌شود.

علاوه بر منافع مادی و سود سرشار از سرمایه‌گذاری، وجود نیروی کار ارزان و غیرمتشکل (به دلیل نبودن سندیکاها و کارگری برای حمایت از منافع کارگران)، بازار مصرف آماده و رو به رشد، نبود محدودیت‌ها و ممنوعیت‌های محیط‌زیستی نیز بر اهمیت مورد توجه قرار گرفتن کشورهای در حال توسعه می‌افزاید و مجموعه این عوامل است که برخی از کشورها را چون بهشتی برای سرمایه‌گذاری‌های شرکت‌های جهانی آماده کرده است. منابع طبیعی سرشار، تسهیلات گمرکی و فقدان نظام مالیاتی مدون از جمله عواملی هستند که باعث سودآوری زیاد و تشویق شرکت‌های چند ملیتی برای سرمایه‌گذاری در کشورهای در حال توسعه می‌شود.

در واقع علل اساسی گسترش شرکت‌های فراملیتی، بویژه در کشورهای در حال توسعه عبارتند از:

اول، اطمینان از فراهم بودن مواد اولیه ضروری

دوم، نظارت بر بازارهای خارجی برای تسهیلات صدور کالا و در دست گرفتن نبض بازار آنها

سوم، عدم نیاز به پیش‌بینی رقابت از سوی شرکت‌ها و سازمان‌های کوچک محلی

چهارم، سود فراوان حاصل از نیروی کار ارزان.

خلاصه اینکه شرکت‌های چند ملیتی یا فراملیتی واقعیت بزرگ زمان حاضر محسوب می‌شوند که به طور روزافزون گسترش پیدا کرده و کشورها و ملت‌های مختلف را به یکدیگر نزدیک‌تر کرده‌اند و همچنین باعث رونق و توسعه اقتصادی در جهان شده‌اند.

توانمندی‌های شرکت‌های چند ملیتی

در اینجا به امتیازاتی که در صحنه اقتصاد جهانی به شرکت‌های چند ملیتی گارایی بسیار می‌بخشد، اشاره می‌کنیم:

اول، سرمایه فراوان برای سرمایه‌گذاری و دسترسی برای اعتباری تقریباً نامحدود با شرایط مناسب در بازارهای پولی داخلی و خارجی.

دوم، مدیریت ورزیده‌ای که می‌توان آن را بر اساس نیاز در هر نقطه از شبکه شرکتی به کار گرفت.

سوم، شبکه فروش عظیم و کارآمدی که در دسترس هر یک از واحدهای شرکت است.

چهارم، تأسیساتی برای تحقیق و نوآوری که برای حل هر مسئله فنی یا بازاریابی به کار می‌آید.

در مجموع، رابطه کشورهای در حال توسعه میزبان و شرکت‌های فراملی دارای دو ویژگی نفع و نیاز متقابل و تفاوت مقاصد هر یک از دو طرف است.

نکته قابل توجه اینکه شرکت‌های فراملی در تعقیب منافع خود اختیار دارند سرمایه‌گذاری و انتقال تکنولوژی خود را به کشورهای مختلف دنیا تخصیص دهند. این شرکت‌ها در عمل برای تشخیص و تعیین اینکه در کدام کشور می‌توانند برای مزیت‌های مالکانه خود بازده بیشتری به دست آورند، سراسر جهان را مورد جست‌وجو و بررسی قرار می‌دهند. لذا عملکرد نظام سیاست‌های تشویقی یک کشور تنها به عوامل داخلی آن یا صرفاً

به شرکت فراملی طرف معامله‌اش بستگی ندارد، بلکه از اوضاع و احوال کشورهای دیگر و نظام انگیزشی آنها نیز تأثیر می‌پذیرد. بنابراین یک کشور میزبان می‌تواند مزیت‌های موقعیتی خود را نسبت به سایر کشورها از طریق نظام سیاست‌هایی که بر اوضاع و شرایط داخلی تأثیر می‌گذارد، بهبود بخشد.

نقاط ضعف شرکت‌های فراملیتی

در تضاد با آنچه درباره مزیت‌ها و ویژگی‌های شرکت‌های چند ملیتی به اختصار مطرح شد، مخالفان معتقدند این شرکت‌ها به صورت مستقیم آثار سوئی بر صاحبان سرمایه‌های ملی و صنایع داخلی می‌گذارند. شرکت‌های داخلی به شکل فزاینده‌ای هویت ملی خود را بتدریج از دست می‌دهند و وضعیتی تابع گونه و مطیع در ارتباط با شرکت‌های خارجی، چند ملیتی و واسطه‌های آنها ایفا می‌کنند. «پل باران»، پژوهشگر اقتصادی، رابطه بین شرکت‌های چند ملیتی با کشورهای در حال توسعه را غیرمنصفانه می‌داند و معتقد است که منافع این بنگاه‌های اقتصادی بزرگ و غول‌آسا تنها از طریق تسلط بر منابع طبیعی و بازارهای خارجی کشورهای در حال توسعه تأمین و فراهم می‌شود. این شرکت‌ها حد اعلا بهره‌کشی را از کشورهای در حال توسعه و کمتر توسعه یافته می‌کنند و در نتیجه صنعتی شدن جهان سوم را به تعویق می‌اندازند.

نحوه عملکرد شرکت‌های چند ملیتی

به طور کلی عملکرد شرکت‌های فراملی در بعد اقتصادی از چند جنبه مهم است:

اول، تسهیل زمینه معرفی صنایع جدیدی که قبلاً وجود نداشتند. بسیاری از «مناطق پردازش صادرات» (EPZs) نسبتاً موفق در زمره مناطقی به شمار می‌روند که قبلاً بکلی با صنعت بیگانه بوده‌اند؛ مناطقی نظیر منطقه آزاد اقتصادی «شنزن» (Shenzhen) در چین، برخی از شهرهای صنعتی در طول مرز مشترک مکزیک و ایالات متحده و منطقه پردازش صادرات «باتان» در فیلیپین.

دوم، ورود انواع جدید تولید به کشورهای در حال توسعه‌ای که بسرعت در مسیر صنعتی شدن پیش می‌روند، نظیر ارتقای سطح تکنولوژی تولید و خدمات در بسیاری از کشورهای تازه صنعتی شده.

سوم، دخالت مستقیم و غیر مستقیم شرکت‌های فراملی در ساختار صنایع جهان سوم از خلال تملک شرکت‌های بومی، قیمت‌گذاری‌های ناعادلانه و اقدامات بازدارنده به منظور نابودی رقابت محلی و اقداماتی با هدف جذب کارکنان کلیدی شرکت‌های بومی از سوی شرکت‌های فراملی.

چهارم، ممکن است نوع اشتغال در شرکت‌های فراملی در شعبات صنعتی که تحت تملک کامل شرکت‌های فراملی است، در پروژه‌های مشترک صنایع دارای پروانه بهره‌برداری و سایر اشکال سرمایه‌گذاری خارجی متفاوت باشد.

یکی از تغییرات مهمی که در سالیان اخیر در جو حاکم بر روند روابط شمال-جنوب پدید آمده، دگرگونی در نگرش بسیاری از کشورهای جهان سوم نسبت به شرکت‌های چند ملیتی است. اینکه آیا شرکت‌های فراملی در مجموع برای کشورهای میزبان جنوب سودمند بوده‌اند و یا اینکه صرفاً به بهره‌کشی از آنها پرداخته‌اند، خصلت مجادله‌آمیز خود را تا حدود زیادی از دست داده و در مقابل از پیچیدگی اقتصادی و نظری برخوردار شده است. این مسئله زمانی جدی‌تر می‌شود که توجه کنیم، بیش

از دو سوم شرکت‌های خارجی وابسته به آن دسته از شرکت‌های چندملیتی که دفتر مرکزی آنها در آمریکا، اروپای غربی و ژاپن قرار دارد، نه در کشورهای جهان سوم، بلکه در جهان اول مستقرند. به علاوه تقریباً ۷۵ درصد تمامی سرمایه‌گذاری‌های خارجی کشورهای صنعتی نیز در همین کشورها صورت گرفته است. رابطه میان کشورهای توسعه نیافته جنوب و شرکت‌های فراملی و تأثیر این شرکت‌ها بر وضعیت اقتصادی جوامع توسعه نیافته، موضوعی است که از دیدگاه‌های مختلف مورد بحث و بررسی قرار گرفته و در نتیجه ابهامی چشمگیر در این زمینه به وجود آمده است که رفع آن در گرو مطالعات عمیق‌تر و دقیق‌تر است.

نقش و جایگاه شرکت‌های فراملی در تجارت جهانی
جهانی شدن (Globalization) را می‌توان چنین تعریف کرد: جهانی شدن ایجاد تغییراتی در جامعه است که در اثر ازدیاد تجارت، سرمایه‌گذاری، مسافرت و گسترش شبکه‌های کامپیوتری بین کشورهای دنیا رخ می‌دهد؛ جهانی شدن باعث تشدید تأثیر فرهنگ‌ها بر هم خواهد شد و می‌تواند شیوه‌های مدیریت سازمان‌ها در کشورهای مختلف را تا حد زیادی شبیه به هم و یکسان سازد. پیش‌بینی می‌شود در اثر موج جهانی شدن از اهمیت مرزهای جغرافیایی کشورها برای کنترل سرمایه، فناوری و کار کاسته شود. وقتی کشورها به هم نزدیک می‌شوند و مناسبات تجاری و فرهنگی بین آنها زیاد می‌شود، بناچار باید به دنبال قوانینی باشند که مشکلاتشان را حل کند. بنابراین قوانین نیز به سوی تشکل و یکپارچگی گرایش پیدا می‌کنند و فرهنگ‌ها به یکدیگر نزدیک‌تر می‌شوند. با توسعه روابط بین کشورها، شرکت‌های داخلی توسعه می‌یابند و دامنه فعالیت‌هایشان از مرزهای داخلی فراتر می‌رود و وارد بازارهای جهانی می‌شوند. بدین لحاظ افزایش ایجاد شرکت‌های چندملیتی الزامی به نظر می‌رسد و بدین ترتیب، بنگاه‌های اقتصادی جهانی روز به روز توسعه می‌یابند.

امروزه برای ورود به بازارهای جهانی، توجه دقیق و بایسته به سه عامل تفکر فراملیتی، استانداردهای جهانی و تولید رقابتی ضرورت دارد. تحت این شرایط جمله معروف «مک‌لوهان»، جامعه‌شناس معروف کانادایی، مصداق پیدا می‌کند که دنیا به یک دهکده جهانی تبدیل شده است. بر همین اساس، توسعه و وجود شرکت‌های چندملیتی راهی است برای جهانی شدن، گو اینکه وجهه غالب جهانی شدن، همان «اقتصاد» است.

جایگاه آینده شرکت‌های فراملی

افراط نظریه‌پردازان رادیکال در بزرگ‌نمایی تأثیرات سوء فعالیت‌های شرکت‌های فراملی سبب شد برخی صاحب‌نظران بیشتر مفروضات «نئومارکسیست‌ها» مبنی بر زیان آور بودن نقش شرکت‌های فراملی را نه منتج از تحلیل تجربی دقیق، بلکه حاصل قضاوت‌های «پیشین» یا پیش تجربی که خصلت تجویزی و ایدئولوژیک دارد، بدانند؛ هر چند شواهد تجربی و موارد عینی گویای آن است که جنبه‌های مثبت اقدامات فراملی کمتر از پیامدهای منفی آن نیست، برخی داده‌های تجربی باعث شده بحث درباره تأثیرات فعالیت‌های شرکت‌های فراملی رنگ مجادله‌آمیز خود را از دست دهد و بیشتر به مباحثه‌ای فنی و اقتصادی تبدیل شود. متناسب با همین گرایش، چرخشی نیز در نحوه نگرش نسبت به نقش شرکت‌های فراملی در سطوح مختلف پدید آمده است. سازمان ملل متحد که سال‌ها تلاش خود را صرف تدوین

مقرراتی برای مهار این شرکت‌ها کرده است، امروزه کشورهای در حال توسعه را راهنمایی می‌کند که چگونه شرکت‌های فراملی را در دام اندازند و به چه ترتیب از منابع و امکانات آنها در جهت اهداف رشد و توسعه اقتصادی خود بهره‌برداری کنند.

روند خصوصی‌سازی و جلب سرمایه‌گذاری خارجی کشورهای توسعه یافته اروپایی حاکی است این کشورها با تعقیب سیاست‌هایی در زمینه واگذاری شرکت‌های دولتی به بخش خصوصی و نیز اصلاح مقررات حاکم بر مشارکت خارجی راه را برای سرمایه‌گذاری و فعالیت شرکت‌های فراملی بیش از پیش باز می‌کنند. با توجه به این روندهای عینی و عمیق، این پرسش مطرح می‌شود که آینده شرکت‌های فراملی چگونه خواهد بود؟

بنا بر آمار سازمان ملل متحد، میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در جهان از سال ۱۹۸۳ تا ۱۹۹۰ با نرخ متوسط سالانه حدود ۲۹ درصد رشد یافت که این رقم سه برابر رشد سالانه صادرات جهانی و چهار برابر رشد تولید جهانی در این مدت بود. میزان کلی این سرمایه‌گذاری‌ها تنها در سال ۱۹۹۰ با ۲۲۵ میلیارد دلار افزایش، به رقم هنگفت ۱/۷ تریلیون دلار رسید. مدیریت سرمایه‌گذاری‌هایی با ارقام نجومی فوق‌گسترده‌ای به وسعت جهان، سازمان و تشکیلات بسیار وسیعی را ایجاد می‌کند. گذشته از این وسعت و پیچیدگی تکنولوژی نوین که عمده‌ترین دستمایه سرمایه‌گذاران بین‌المللی و مبرم‌ترین نیاز کشورهای سرمایه‌پذیر به شمار می‌رود، چنان است که اداره آن جز با سازماندهی کارآمد در همان حد از پیچیدگی و وسعت امکان‌پذیر نیست. شبکه وسیع و درهم تنیده شرکت‌های فراملی، دقیقاً همان وسیله و ابزاری است که می‌تواند از عهده این امر مهم برآید؛ بر این اساس، بسیاری از رشد‌فراينده این شرکت‌ها سخن به میان می‌آورند.

در مقابل، برخی از محققان نیز افول و اضمحلال نهایی دولت‌های ملی در برابر شرکت‌های چندملیتی را پیش‌بینی می‌کنند، برای مثال «کیندل برگر» از جایگزینی دولت‌های ملی به وسیله شرکت‌های فراملی به عنوان تحولی طبیعی و سودمند استقبال می‌کند. «سروان شرایبر» نیز از فقدان پاسخ سیاسی مناسب به چالش آمریکایی از سوی دولت‌های اروپایی یا جامعه اروپا ابراز نگرانی می‌کند و معتقد است: «اگر سیاست‌های جدیدی بسرعت اتخاذ نشود، سومین قدرت بزرگ صنعتی جهان در آینده نه اروپا بلکه صنایع آمریکایی مستقر در اروپا خواهند بود».

به این ترتیب، به نظر می‌رسد شرکت‌های فراملی با حرکت در جهت نگرش‌های جهان‌وطنی بتدریج به مراکز مستقل قدرت اقتصادی تبدیل شوند؛ مراکزی که قدرت و حاکمیت بسیاری از دولت‌های بزرگ را نیز به معارضه می‌خوانند و در نهایت اینکه کسب موفقیت در جذب سرمایه‌های خارجی و استفاده از شرکت‌های چندملیتی به طور جدی باید یکی از دغدغه‌های اصلی و برنامه‌های کشورهای در حال توسعه باشد.

منابع:

- جایگاه شرکت‌های فراملی در اقتصاد بین‌المللی و چشم‌اندازهای آینده، شهرام بهمن تاجانی
- شرکت‌های چندملیتی در صحنه اقتصاد جهانی، ایرج بهنام مجتهدی
- شرکت‌های فراملیتی، ابزار مدیریت جهانی، علی کاظمی