

نقدی بر شرکت‌های چند ملیتی

بابک کاظمی



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

تجارت، سرمایه‌گذاری، مسافرت و گسترش شبکه‌های کامپیوتری مابین کشورهای دنیا رخ می‌دهد و باعث تشدید تأثیر فرهنگ‌ها بر هم خواهد شد و می‌تواند شیوه‌های مدیریت سازمان‌ها در کشورهای مختلف را تا حد زیاد شبیه به هم و یکسان سازد. در اثر موج جهانی شدن پیش‌بینی می‌شود که 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، به ناچار باید به دنبال قوانینی باشند که مشکلات را حل کند. بنابراین قوانین هم به سوی تشکل و یکپارچگی گرایش پیدا می‌کنند و فرهنگ‌ها به یکدیگر نزدیک می‌شوند. با توسعه روابط بین کشورها، شرکت‌های داخلی توسعه می‌یابند و دامنه فعالیت‌ها از مرزهای داخلی گسترش پیدا کرده و فراتر می‌رود و وارد بازارهای جهانی می‌شوند.

پدیده جهانی شدن، متولد اواخر قرن بیستم است اما با وجود عمر کوتاهش تا اقصی نقاط عالم اشاعه یافته و به عمق مباحث متفکران و اندیشمندان امروز جهان راه یافته است. گو اینکه وجهه غالب جهانی شدن اقتصاد است. گرایش به جهانی شدن، خواه ناخواه نظم اجتماعی معاصر را تغییر خواهد داد و از هم اکنون نتایج آن در همه جا قابل مشاهده است. در بازار جهانی امروز، معنای مرزهای جغرافیایی سیاسی کشورها به معنای مرزهای بسته و دیوارهای آهنین پنجاه سال قبل نیست. امروزه اخبار

در دنیای امروز نیازها و خواسته‌ها متنوع و نامحدودند و هیچ کشوری رانمی‌توان یافت که به تنهایی بتواند کلیه نیازهای خود را اعم از کالاها و خدمات تولید کند. همه کشورها به یکدیگر محتاج هستند و دنیا یک نظام متشکل از اجزای به هم پیوسته است، حتی باید گفت که کشورهای صنعتی و فرصت‌طلبی خیلی بیشتر به کشورهای در حال توسعه و جهان سوم وابسته و محتاج هستند. عوامل تولید به طور نابرابر روی کره زمین توزیع شده‌اند و کشورهای به لحاظ منابع طبیعی و معدنی، موهبت‌های الهی، آب و هوا، اقلیم، منابع مادی و انسانی، توانایی‌های فناوری (تکنولوژی) و مهارت‌های مدیریتی و دیگر عوامل تعیین کننده، با یکدیگر متفاوت هستند. این تفاوت‌ها باعث می‌شود که برخی کشورها بتوانند بعضی کالاها و خدمات را با بیشترین کارایی و بهترین کیفیت و کمیت در مقایسه با سایرین تولید کنند و در اختیار کشورهای دیگر که خواهان آنها هستند قرار دهند و اینجاست که نظریه «برتری نسبی» دیوید ریکاردو اقتصاد دان معروف مطرح می‌شود. برای ارائه تولید بهتر، کشورها به سمت تولید بر اساس مزیت نسبی سوق پیدا می‌کنند و مبادرت به ساخت محصولات می‌کنند که خود نیاز مصرفی به آن محصولات نداشته باشند. در واقع باید گفت که کشورها ناچارند با هم ارتباط داشته باشند و از این رو دنیا به سوی جهانی شدن تجارت حرکت می‌کند.

جهانی شدن (Globalization) ایجاد تغییراتی در جامعه است که در اثر ازدیاد

تولیدی و فروش دارند. معمولاً بخش عمده‌ای از عملیات شرکت‌های چند ملیتی در خارج از کشور مبداء صورت می‌گیرد و سهم بازارهای خارجی آنان در مقایسه با بازار موطن اصلی، به مراتب بیشتر است.

شرکت‌های چند ملیتی مجموعه‌ای یکپارچه و سازمان یافته از عوامل تولید هستند که تحت یک مرکز واحد اداره می‌شوند و بر فعالیت‌های تولیدی و بازرگانی در نقاط مختلف جهان نظارت دارند. ترکیب حقوقی شرکت‌های چند ملیتی شامل موسسین و سهامداران اصلی و سهامداران عام می‌شود. شرکت‌های چند ملیتی از وحدت نظر درونی برخوردارند اما نگرشی برون‌گرا و جهانی دارند.

هدف نهایی شرکت چند ملیتی توسعه روز افزون و کسب سود بیشتر در هر گوشه از جهان است. شرکت چند ملیتی جستجوگر خستگی ناپذیر افزایش بهره‌وری و سود است. چنین شرکتی هر جا که تولید ارزان‌تر و کارایی بیشتر باشد به فعالیت می‌پردازد. این شرکت‌ها همواره در پی تحصیل سود، آن هم در سطح جهان هستند. پایگاه مرکزی آنها در موطن اصلی شان است، اما همه جای دنیا وطن اقتصادی آنها به شمار می‌آید. هدف راهبردی (استراتژیکی) این شرکت‌ها وحدت اقتصادی و جهانی کردن اقتصادی‌های ملی کشورهاست. بدیهی است، شرکت چند ملیتی کسب حداکثر سود برای شرکت مادر را در اولویت اهداف خود قرار می‌دهد و سودآوری شرکت‌های تابعه می‌تواند در مرحله بعدی واقع شود.

در گذشته سرمایه‌گذاری‌های خارجی به شکل سرمایه‌گذاری در سهام شرکت‌ها انجام می‌شد، لکن امروزه «سرمایه‌گذاری مستقیم» درصد قابل توجهی از سرمایه‌گذاری‌های خارجی را تشکیل می‌دهند و این پدیده جدید، شرکت‌های فراملیتی را تقویت می‌کند که کنترل صنایع ضروری را در اختیار داشته باشند و از این لحاظ این شرکت‌ها بر اهمیت و گسترش بازارهای جهانی و صادرات در سطح بین‌المللی تکیه می‌کنند. شرکت‌های آی، تی، تی، کوکاکولا، رایس و زیمنس از آلمان، فیلیپس از هلند، تویوتا از ژاپن، رنو و پژو از فرانسه، شل از انگلیس، از جمله شرکت‌های بزرگ چند ملیتی هستند.

شرکت‌های فراملیتی از قدرتمندترین و تأثیرگذارترین نهادهای اقتصادی در نظام سرمایه‌گذاری جدید هستند. نظام سرمایه‌داری در گذشته در چهارچوب کشورها محدود بود و امروزه بعد بین‌المللی یافته و دارای وحدت تجاری، مالی و صنعتی شده است. فروش سالانه شرکت‌های چند ملیتی در حدی است که تولید ناخالص بزرگترین کشورهای جهان سوم در برابر آن بسیار ناچیز به نظر می‌رسد.

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 آن کشور متمرکز است) و خط مشی‌های اساسی 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 ساز و کار (مکانیسم) توسعه شرکت‌های چند ملیتی به سبب دو پیشرفت فنی بوده است: ۱- رشد شرکت‌ها از نظر ساختاری و تشکیلاتی (بزرگ شدن و گسترش)، ۲- 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 روز افزون مشخص می‌شود. علاوه بر منافع مادی و سود سرشار و کلاً از سرمایه‌گذاری وجود نیروی کار ارزان و غیر متشکل (نبودن سندیکاهای کارگری برای حمایت از منافع کارگران)، بازار مصرف آماده و رو به رشد، نبودن محدودیت‌ها و ممنوعیت‌های آلودگی محیط زیست نیز بر اهمیت مورد استفاده قرار گرفتن این کشورها می‌افزاید و مجموعه این عوامل است که برخی از کشورها را به سان بهشتی برای سرمایه‌گذاری‌های شرکت‌های جهانی آماده ساخته است. منابع طبیعی سرشار، تسهیلات گمرکی، فقدان نظام مالیاتی مدون از جمله عواملی هستند که باعث سودآوری زیاد و تشویق شرکت‌های چند ملیتی به سرمایه‌گذاری در کشورهای در حال توسعه می‌شوند. در واقع علل اصلی گسترش شرکت‌های فراملیتی به ویژه در کشورهای در حال توسعه، متکی به این ابعاد است: اول؛ اطمینان از فراهم بودن مواد اولیه ضروری، دوم؛ نظارت بر بازارهای خارجی برای

و اطلاعات رخداده‌ها از طریق شبکه اینترنت با سرعت بسیار زیاد و تقریباً در لحظه از مرزهای جغرافیایی و سیاسی کشورها عبور کرده و به مخاطبان می‌رسد این پدیده نو می‌تواند به عامل خطر ساز و تهدیدکننده حاکمیت ملی کشورها تبدیل شود. بدین لحاظ باید با تعاریف، راهکارها و تعاملات اقتضایی و نو، آماده رویارویی با این چالش جدید شد.

ارتباطات الکترونیکی فقط شیوه انتقال سریع اخبار و اطلاعات نیست، بلکه بافت و ترکیب زندگی ملت‌ها را نیز تا حد زیادی تغییر می‌دهد. ماهواره‌ها آخرین اطلاعات کشورها را به دورترین نقاط دنیا منتقل می‌کنند و برای نخستین بار، ارتباط فوری و همزمان (on line) را در سراسر جهان امکان‌پذیر می‌سازند. امروزه میلیون‌ها نفر از مردم جهان از کامپیوترهای شخصی استفاده می‌کنند و به یاری آن با اتصال به شبکه جهانی اینترنت این امکان را دارند که با یکدیگر ارتباط داشته باشند. در امور تجاری، انقلابی تحت عنوان تجارت الکترونیک (E-Commerce) رخ داده و عملیات تجاری را بسیار تسهیل کرده و به شدت توسعه بخشیده است. امروزه برای ورود به بازارهای جهانی سه عامل تفکر فراملیتی، استانداردهای جهان و تولید رقابتی ضرورت دارد.

تعاریف و ویژگی‌های شرکت‌های چند ملیتی

پس از جنگ جهانی اول پدیده‌ای در عالم حقوق، سیاست و اقتصاد تحت عنوان شرکت‌های چند ملیتی ظاهر شده که در زبان انگلیسی به آن National Companies Multi-می‌گویند. طبق تعریف فرهنگ‌های حقوقی، شرکت‌هایی هستند که در دو یا چند کشور به امور تجاری می‌پردازند و در واقع دامنه فعالیتشان به خارج از مرزهای یک کشور گسترده است. طبق تعریف، یک شرکت زمانی می‌تواند فراملیتی باشد که به جز کشور متبوع در یک یا چند کشور خارجی نیز به فعالیت مشغول باشد. تعاریف دیگر از این قرار است:

شرکت چند ملیتی شرکتی است که به منظور گسترش فعالیت‌های خود در سراسر جهان و سرمایه‌گذاری در قطب‌های صنعتی کشورهای در حال توسعه و رو به رشد و استفاده از امکانات این شرکت‌ها، در کشورهای مختلف اقدام به تأسیس یک شرکت فرعی (یعنی شرکتی که قسمت اعظم سهامش متعلق به شرکت اصلی است) می‌کند. بنابراین در شرکت‌های چند ملیتی با یک شرکت مادر (اصلی) که تابعیت کشور محل ثبت خود را داراست و مرکز محسوب می‌شود و چندین شرکت فرعی که این شرکت‌های فرعی نیز هر کدام تابعیت کشور محل ثبت خود را خواهند داشت متوجه هستیم، این شرکت‌ها که در اصل شعبه شرکت اصلی ولی در کشورهای دیگر مستقر هستند، خواهر یکدیگر یا دختر شرکت اولیه نامیده می‌شوند.

موسسه‌ای تجاری است که با ایجاد مجتمع‌ها و کارخانه‌های متعدد در ممالک گوناگون و عرضه تولیداتشان به بازارهای جهانی در سطح بین‌المللی فعالیت دارد. شرکت چند ملیتی طبق قانون تجارت یک کشور تأسیس می‌شود و لذا می‌توان گفت که شرکت چند ملیتی مشخص‌کننده کشور مادری است که شرکت در آن تأسیس شده است. شرکت چند ملیتی به منظور گسترش فعالیت خود در جهان و سرمایه‌گذاری در قطب‌های صنعتی کشورهای پیشرفته (توسعه یافته) و کشورهای در حال توسعه (توسعه یابنده) و استفاده از امکانات آنها، اقدام به تأسیس شرکت‌های فرعی در کشورهای دیگر می‌کند که هر یک طبق مقررات کشور پذیرا (میزبان) عمل می‌کنند. در واقع شرکت‌های چند ملیتی به سبب داشتن شرکت‌های فرعی در کشورهای مختلف یا به لحاظ تابع بودن سهامداران و اعضای هیأت مدیره خود، چند ملیتی تلقی می‌شوند.

اصطلاح شرکت‌های چند ملیتی ناظر بر شرکت‌هایی است که هر چند در ابتدا در یک کشور شروع به فعالیت می‌کنند، ولی بعداً فعالیت خود را به شرکت‌های مختلف تسری می‌دهند. این امر به صورت صدور سرمایه‌انجام می‌شود، یعنی به جای اینکه حاصل و بازده کار شرکت اصلی را به کشورهای دیگر صادر کنند، مستقیماً سرمایه‌ها را به کشور مورد نظر انتقال داده و با، یا بدون، سرمایه‌های داخلی محلی در آنجا فعالیت می‌کنند.

شرکت‌های چند ملیتی، بنگاه‌های بزرگ صنعتی تجاری هستند که مرکز و پایگاه اصلی آنها در یک کشور واقع است، ولی علاوه بر کشور اصلی خود در چند کشور خارجی نیز از طریق شبکه‌ای از واحدها و سازمان‌ها و شرکت‌های تابع، فعالیت

توسعه (جهان سوم) را به قیمت نازل می‌خرند و استخراج می‌کنند، قیمت کمی برای حمل آنها می‌پردازند ولی با سود سرشار به فروش می‌رسانند. غالباً این مواد اولیه تبدیل به کالاهایی می‌شود و مجدداً به همین کشورهای در حال توسعه به قیمت‌های کلان به فروش می‌رسد. در نتیجه، این کشورها به دو صورت مورد بهره‌ر قرار می‌گیرند: نخست وقتی که منابع طبیعی‌شان به ثمن بخش خریداری می‌شود و دوم اینکه کالاهای ساخته شده‌ای که به آنها برگرداند به قیمت‌های بالاتر از کشورهای توسعه یافته (که رقابت در آنها فشرده‌تر و محسوس‌تر است) به آنها فروخته می‌شود. برای نمونه قهوه خام به قیمت نازل از برزیل خریداری و نسکافه به چند برابر قیمت قهوه خام به برزیل فروخته می‌شود. از این جهت وضع اقتصادی و معیشتی این کشورها نه تنها در پرتو وجود این شرکت‌ها بهتر نمی‌شود، بلکه روز به روز بدتر هم می‌تواند بشود.

از یک سو، عمیق‌تر شدن شکاف بین شهر و روستا و نابسامانی بیشتر اوضاع کشاورزی، مهاجرت روستائیان را به شهرها به دنبال داشته است و این خود معلول تقسیم کار جدید جهانی است، بر اساس آن کشورهای در حال توسعه که زمانی خود تأمین‌کننده اصلی مواد غذایی خودشان بودند، اکنون به صورت واردکنندگان اصلی این فرآورده‌ها درآمده‌اند. در روستاهای اغلب این کشورها، دهقانان بر اثر ایجاد واحدها و مجتمع‌های بزرگ زراعی و دامپروری مکانیزه، به سرعت بیکار و به شهرها رانده می‌شوند و صنایع دستی و روستایی هم به زوال می‌گریند. این گروه آدم‌ها در زاغه‌های اطراف شهرهای بزرگ و به اصطلاح در حاشیه جامعه زیست می‌کنند و از هیچ یک از مزایای رشد صنعتی نیز بهره‌مند نمی‌شوند. در شهرها با وجود رشد صنایع، این بخش قادر به جذب نیروی کار رانده شده از روستاها نیست و تنها پاره‌ای از این نیروهای آماده به کار می‌توانند به شکل کارگر ساده یا نیمه ماهر جذب صنایع شوند.

از سوی دیگر، شرکت‌های چند ملیتی ممکن است با پایان دادن به فعالیت‌های سرمایه‌گذاران داخلی و محلی و بکارگیری دانش برتر خود، بکارگیری ارتباطات جهانی، مهارت‌های تبلیغاتی و یک رشته خدمات ضروری حمایتی (و در مجموع امکانات و اقدامات خود) رقابتی داخلی را از بازار فروش خارج کرده و از پیدایش سرمایه‌گذاران کوچک محلی جلوگیری به عمل آورند و بدین گونه خسارت‌های به کشور میزبان وارد سازند.

شرکت‌های چند ملیتی به رغم بهره‌گیری از نیروی کار ارزان محلی، از سپردن پست‌های پردرآمد فنی و اداری در تشکیلات خود به اتباع کشور میزبان خودداری می‌کنند. همچنین با اسکان و استقرار در مناطق مشمول مالیات‌های ملی پایین‌تر نسبت به کشورهای متبوع خود، به سود بیشتری دست می‌یابند. به جای خرید محصولات محلی به وارد کردن کالاهای شرکت‌های وابسته خود در کشورهای مادر می‌پردازند و بالاخره تفاوت‌های بین‌المللی در زمینه قیمت‌ها، اعطای پروانه، نرخ‌های بهره و سایر عوامل اقتصادی را به نفع خود شکار می‌کنند، بدون آنکه توجه چندانی به منافع اقتصادی و مادی کشور میزبان داشته باشند.

شرکت‌های چند ملیتی به راحتی می‌توانند به طور مستقیم و غیرمستقیم در زندگی اقتصادی و سیاسی کشورهای میزبان دخالت کرده و حتی سلطه خود را بر کشورهای فقیرتر جهان اعمال دارند و به منافع خارجی دولت‌های میزبان خدمت کنند. حتی گاهی به فعالیت‌های اطلاعاتی و جاسوسی می‌پردازند و به طور قانونی یا غیرقانونی در امور سیاسی و داخلی کشور میزبان مداخله می‌کنند و با اینکه با اعمال فشار بر روند قانون‌گذاری و سیاست‌گذاری کشور مادر، آن کشور را وادار می‌سازند سیاست خارجی خود را در راستای افزایش منافع کشورهای سیاسی بعضی کشورهای میزبان و استثمار آنها از نتایج فعالیت‌های شرکت‌های چند ملیتی به شمار می‌آید.

امروزه عملکرد این شرکت‌ها به گونه‌ای است که به ندرت می‌توان کشور، ناحیه یا منطقه‌ای را یافت که به طریقی در معرض اثرات آنها قرار نگرفته باشند. این شرکت‌ها به دنبال کسب منفعت و رشد و گسترش عملیات خود هستند و بیش از هر چیز سودآوری بین‌المللی مورد توجه آنان است.

انتقال فناوری

نظر صاحب‌نظران در مورد جنبه‌های منفی فناوری (تکنولوژی) و انتقال آن توسط شرکت‌های چند ملیتی به طور خلاصه به شرح زیر است:

۱- میزان انتقال فناوری: منتقدین مدعی‌اند که کشورهای میزبان به دو دلیل از فناوری‌های خارجی سود قابل توجهی حاصل نمی‌کنند. اول اینکه چند ملیتی‌ها به قدر

تسهیلات صدور کالا و نبض آنها را در اختیار داشتن، سوم؛ عدم نیاز به پیش بینی رقابت از سوی شرکت‌ها و سازمان‌های کوچک محلی، چهارم؛ سود فراوان حاصل از نیروی کار ارزان

خلاصه اینکه شرکت‌های چند ملیتی یا فرا ملیتی 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. سابقه تأسیس شرکت‌های چند ملیتی به اوایل قرن نوزدهم برمی‌گردد. بعد از جنگ جهانی دوم، شرکت‌های چند ملیتی از رشد چشمگیر و روزافزونی برخوردار شدند، در سال‌های پس از جنگ جهانی دوم و طی دهه‌های اخیر بسیار توسعه یافته و معنای جدیدی به اقتصاد جهانی بخشیده‌اند. حدود یک چهارم کلیه شرکت‌های فراملیتی به ایالات متحده آمریکا و یک چهارم دیگر به انگلستان و آلمان تعلق دارند.

ارزیابی اثرات اقتصادی و اجتماعی شرکت‌های چند ملیتی بر کشورهای در حال توسعه

در بررسی منافع و زیان‌های عملیات شرکت‌های چند ملیتی در کشورهای دیگر، برداشت‌ها و نظرات متفاوتی ابراز شده است که در زیر به پاره‌ای از آنها اشاره می‌شود:

الف - دیدگاه‌های موافقان

طرفداران شرکت‌های چند ملیتی استدلال می‌کنند که این شرکت‌ها یکی از عوامل اصلی برای برآوردن آرزوی اکثر کشورهای جهان سوم در دسترسی و جذب دانش فنی و سرمایه خارجی محسوب شده و آن را نشانه‌ای از بشردوستی و همکاری می‌دانند. اقتصاددانان مشهوری از جمله شومپیتر و گالبرایت این شرکت‌ها را به دلیل کارایی بالای فناوری، ثمربخشی و مدیریت‌های کارآفرینشان به خوبی ستوده و آنها را مهم‌ترین نردبان توسعه و رفاه و کامیابی برای مردم جهان تصویر کرده‌اند.

برخی اقتصاد دانان مدعی هستند این شرکت‌ها به طرز تحسین آمیزی مجهز به عوامل تولید هستند و می‌توانند به کشورهای در حال توسعه کمک کنند. آنها معتقدند آنچه که کشورهای در حال توسعه از آنها برخوردارند نیروی کار و به درجات متفاوت مواد اولیه است. از سوی دیگر، آنچه که این کشورها فاقد هستند، سرمایه، فناوری، بازار و مدیریت است و اینها امکاناتی هستند که شرکت‌های چند ملیتی می‌توانند به کشورهای نیازمند ارزانی دارند.

ب - دیدگاه‌های مخالفان

مخالفان معتقدند که این شرکت‌ها بر صاحبان سرمایه‌های ملی و صنایع داخلی مستقیماً آثار سوئی بر جای گذارند. شرکت‌های داخلی به شکل فرایندهای هویت ملی خود را به تدریج از دست داده و وضعیتی تابع گونه و مطیع را در ارتباط با شرکت‌های خارجی و چند ملیتی و واسطه‌های آنها ایفا می‌کنند.

پل باران پژوهشگر اقتصادی رابطه بین شرکت‌های چند ملیتی با کشورهای در حال توسعه را غیرمنصفانه دانسته و معتقد است که منافع این بنگاه‌های اقتصادی بزرگ و غول آسا، تنها از طریق تسلط بر منابع طبیعی و بازارهای خارجی کشورهای در حال توسعه تأمین و فراهم می‌شود. این شرکت‌ها از کشورهای در حال توسعه و کمتر توسعه یافته، حد اعلا بهره‌کشی را اعمال داشته و در نتیجه صنعتی شدن جهان سوم را به عقب می‌اندازند.

ایجاد تغییر در ساختار اقتصادی و سیاسی

عملیات شرکت‌های چند ملیتی اثرات عمیقی بر ساختار اقتصادی و سیاسی کشورهای در حال توسعه باقی می‌گذارد. یک بررسی نشان می‌دهد که در آمریکای لاتین ۳۶ درصد از شرکت‌های وابسته به شرکت‌های چند ملیتی، از طریق خرید شرکت‌های بومی ایجاد شده‌اند. در بسیاری موارد، شرکت‌های بومی و داخلی به سبب آنکه یارای رقابت با شرکت‌های خارجی را ندارند، با سرمایه خارجی (یا با سرمایه‌گذاری خارجی) حاضر به مشارکت می‌شوند و این می‌تواند به منزله از دست دادن استقلال شرکت داخلی باشد.

دیگر انتقاد وارد بر شرکت‌های چند ملیتی همواره چنین بوده است که این شرکت‌ها، کشورهای در حال توسعه را مورد استثمار قرار می‌دهند. شرکت‌های چند ملیتی منابع زیرزمینی کشورهای در حال

می‌شود. یکی از عوامل موثر در ایجاد آلودگی، خود انسان است که برای ادامه حیات و تأمین امکانات زیستی به جنگل‌ها، رودخانه‌ها، معاونان و سایر منابع و ذخایر طبیعت که بعضاً تجدید نشدنی هستند دست‌اندازی می‌کند و طبیعی است که با تقلیل میزان آنها امکانات زیست محیطی نابود یا آلوده می‌شوند. عامل دیگر، بروز حوادث طبیعی و غیرقابل کنترل مانند سیل، زلزله و آتش فشان است که می‌تواند تخریب منابع طبیعی را در سطحی گسترده به دنبال داشته باشد و خسارت‌های جبران ناپذیری برای محیط زیست به بار آورد.

با توجه به مراتب فوق ملاحظه می‌شود که شرکت‌های چندملیتی، همچون صنایع داخلی در تخریب و آلودگی محیط زیست بدون تأثیر نیستند و کم و بیش باعث ایجاد آلودگی محیط زیست می‌شوند. گفتنی است که فرایند عملیات تولیدی در همه جا علاوه بر تأمین کالاها و خدمات مورد نیاز بشر، آثار و نتایج دیگری نیز دارند که علمای اقتصادی به آن آثار منفی و خارجی می‌گویند یعنی آثار و نتایج ناخواسته و در نظر گرفته نشده‌ای از فرایندهای تولید و مصرف. این آثار جانبی و خارجی عبارتند از: دود و فضولات کارخانه‌ها، از بین رفتن لایه‌های اوزن، بارش باران‌های اسیدی، ذوب شدن یخ‌های قطب‌های شمال و جنوب، تغییرات ناگهانی در دمای هوا و تغییر مدت فصل‌های سال، آلودگی هوا و سمی شدن محیط زیست، آلودگی‌های صوتی و همچنین شامل مصرف منابع طبیعی محدود و شاید غیرقابل جایگزین نیز می‌شود. وظیفه بسیار مهم بشر در زندگی، حذف این آثار منفی یا دست کم محدود کردن آنهاست.

اما چگونه می‌توان در عین محدود کردن این نتایج منفی خارجی، کالاها و خدمات مورد نیاز جامعه را نیز تأمین کرد؟ بر فرض چنانچه بتوان کاری کرد که فضولات یک صنعت یا کارخانه به عنوان مواد اولیه برای محصول دیگری استفاده شود، هم میزان فضولات در جامعه و محیط زیست کمتر می‌شود و هم در مصرف منابع صرفه جویی می‌شود. از طریق صرفه جویی در مصرف منابع، به طور کلی بهره‌وری در جامعه افزایش می‌یابد و در عین حال مسأله کاهش میزان فضولات نیز حل می‌شود. پس در کل، فرآیند تولید آثار جانبی، ناخواسته، خارجی و منفی نیز دارد. از جمله دود، سر و صدا، فضولات، آلودگی هوا و محیط زیست و آب‌ها، نقصان منابع طبیعی که در مجموع باعث کاهش رضایت بشر می‌شود. عوامل مخرب محیط زیست که آلودگی‌هایی ایجاد می‌کنند کم نیستند، از جمله آنها می‌توان به دود، گرما، انواع گازهای سمی و معلق در هوا، مواد رادیواکتیو و فضولات سمی کارخانجات اشاره کرد.

انواع آلودگی‌ها:

آلودگی (Pollution) انواع مختلف دارد که عمده‌ترین آنها چهار دسته به شرح زیر است:

آلودگی هوا: گازهای حاصل از سوخت موتور خودروها، کارخانجات تولید نیروی برق، گازهای ناشی از سوخت کارخانه‌ها هوا را آلوده می‌کنند. فاجعه بوپال هند در سال ۱۹۸۵ میلادی که نشت گاز سمی باعث کشته شدن هزاران نفر هندی توسط کارخانه یونیون کارباید (یک شرکت چند ملیتی) شد، مثال بارز و مشخص این مورد است.

آلودگی آب: فاضلاب‌ها و آب‌های آلوده مصرفی کارخانجات آب‌ها را آلوده می‌کنند. برای مثال آب گرم خروجی از رادیاتور نیروگاه‌ها که به رودخانه یا دریا وارد می‌شود، می‌تواند باعث آسیب‌های جدی به آبزیان شود.

آلودگی رادیواکتیو: تشعشعات اتمی (پرتوهای یونزا) و فضولات کاخانه‌هایی هستند که از انرژی هسته‌ای استفاده می‌کنند، مانند نیروگاه‌های برق اتمی، آلودگی‌های رادیواکتیو را به دنبال دارد. دیگر آلودگی‌های رادیواکتیو، گاه بر اثر حوادثی چون انفجار در کارخانه‌هایی مانند تری مایل آیلند در آمریکا یا چرنوبیل در روسیه ایجاد شده‌اند.

آلودگی محیط زیست: اصولاً صنعت و کارخانه می‌تواند خشن و بی‌رحم باشد و در مواردی ایجاد تأسیساتی همچون خطوط انتقال نیرو در صحراها، دشت‌ها و جنگل‌ها، زیبایی‌های طبیعت را تخریب و مظاهر زیربنایی طبیعی را از حالت بکر و دست نخورده خارج می‌سازد.

تحلیل مسائل اجتماعی اخلاقی در شرکت‌های چندملیتی

و در مدیریت بین‌المللی

همیشه انتظار می‌رود امور تجاری با در نظر گرفتن رهنمودهای اخلاقی و ارزشی اجرا شوند. باید توجه داشت که آثار، تعهدات و مسوولیت‌های شرکت‌های داخلی،

کافی متخصصین و کارشناسان محلی را تربیت نمی‌کنند. دوم اینکه اکثر تحقیقات توسط کشورهای مادر نظیر آمریکای شمالی و اروپای غربی انجام می‌شود. آنها در پرتو امکانات وسیع در تحقیق و توسعه (R&D) به دانش جدید دست می‌یابند و فناوری بهبود و تکامل می‌یابد، ولی راز و رمز و فرمول‌های پایه این فناوری‌ها را همواره برای خود نگه می‌دارند و به دیگر کشورها منتقل نمی‌کنند.

۲- انتقال فناوری نامناسب: از آنجا که تحقیق و توسعه، بیشتر در کشورهای انجام می‌شود که دارای سرمایه‌فراوان هستند و امکانات لازم برای تحقیقات را دارا هستند، طرح‌ها و فناوری‌هایی مورد پذیرش شرکت‌های چند ملیتی قرار می‌گیرد که بیشتر متکی بر سرمایه (دانش بر و سرمایه‌بر) است و از روش‌های کارطلب استفاده نمی‌کنند تا از نیروی کار محلی به طور گسترده‌تر بهره‌مند شوند. لذا این روش‌ها مناسب کشورهای میزبان و منطبق با نیاز و فرهنگ و روحیه آنها نیستند. در واقع این فناوری‌ها برای کشورهای صنعتی طراحی شده‌اند و کاربردشان در جهان سوم تا حدودی افزایش بیکیاری می‌تواند باشد.

در نهایت این عوامل می‌توانند دست به دست هم داده و موجبات افزایش بیکیاری و توسعه فقر را در جهان فراهم سازند و در شرایط فقدان زیرساخت غنی فرهنگی، نظام‌های مردمی پایگاه خود را از دست داده و از جامعه جدا خواهند شد و در برابر دولت‌های استعماری و شرکت‌های چند ملیتی آسیب پذیرتر خواهند شد. تقریباً تمام فناوری‌های مورد استفاده در جهان سوم از منافع خارجی یا به عبارت دیگر از طریق شرکت‌های چند ملیتی تأمین و توسط آنها کنترل می‌شود. در مجموع منتقدین شرکت‌های چند ملیتی معتقدند که این شرکت‌ها تا حد زیاد به منزله ابزارهایی برای سرمایه‌داری نو و استعمار و سودجویی هستند و از کشور میزبان منفعی به مراتب بیش از آنچه به آنها می‌دهند، خارج می‌سازند.

شرکت‌های چند ملیتی و آلودگی محیط زیست

شرکت‌های چند ملیتی همانند شرکت‌های داخلی دارای مسوولیت‌های اجتماعی هستند. هر شرکتی اعم از شرکت داخلی (درون کشوری) یا شرکت چند ملیتی با فعالیت بین‌المللی، تعهداتی نسبت به مردم کشور خود یا کشورهای دیگر داراست. برای مثال، علاوه بر تأمین اشتغال و ارائه کالاها و خدمات مناسب و سودمند برای مصرف‌کنندگان، باید حفاظت محیط زیست را رعایت کند. محصولات ایمن وارد بازار کند، با کارکنانش عادلانه رفتار کند و با مشتریان صادق باشد.

با توجه به اینکه مدیریت بین‌الملل از جایگاه خاصی در نظام جهانی امروز برخوردار است، توجه به محیط زیست بزرگترین مسأله برای همه کشورها به شمار می‌رود و در اولویت همه مسائل در کشورها قرار دارد. کره زمین و منابع آن متعلق به همه انسان‌هاست و همه کشورها و دولت‌ها در حفظ آن مسوولیت دارند. صنعتی شدن کشورها و تأثیر صنعت بر محیط زیست، بزرگترین مسأله مدیریت بین‌المللی در جهان امروز است. جریان صنعتی شدن و توسعه اقتصادی آثار زیان آور و مخربی بر محیط زیست باقی می‌گذارد. فعالیت‌های مختلف انسان اساساً روابط بین جو، خاک، آب، گیاهان، حیوانات، انسان و در مجموع نظام زیست محیطی را بر هم زده و مغشوش کرده است. توسعه بیابان‌ها و کویرها بر اثر نابودی جنگل‌ها، آلودگی هوا و آب‌ها و فقدان گونه‌های مختلف گیاهی و حیوانی، تغییر در میزان بارندگی در نقاط مختلف کره زمین، انواع بلاها و مصائب روزافزون را برای حیوان و انسان و در مجموع نظام زیست محیطی کره زمین ایجاد کرده است. افزایش مواد شیمیایی سمی و آب‌های مسموم و اسیدی، کشورهای دنیا را با مشکلات و تهدیدهای جدیدی روبه‌رو ساخته است. امروزه به سبب افزایش آگاهی‌های مربوط به تأثیر صنعتی کردن بر محیط، درخواست‌ها و فشارهای زیادی برای جلوگیری از تخریب محیط زیست در سطح جهان به وجود آمده است. در این راستا، شرکت‌های چند ملیتی می‌توانند با استقرار تجهیزات باعث لطمه کمتر به محیط زیست شوند.

اصولاً صنایع همیشه و همه جا باید برای حفظ محیط زیست رعایت لازم را بنمایند. صنایع مختلف باید عملیات خود را به گونه‌ای اجرا کنند که باعث تخریب محیط زیست (هوا طبیعت آب‌ها موجودات زنده) و به مخاطره انداختن سلامت جسمانی و روانی انسان‌ها نشوند.

معمول‌ترین حالت تخریب محیط زیست ایجاد آلودگی است. آلودگی‌های مختلف باعث ایجاد صدمات و لطمات مستقیم و غیرمستقیم به محیط زیست

کنترل‌های خاصی دارد. امروزه هیچ راهنمای جامعی برای نظارت بر عملیات و هدایت رفتار شرکت چندملیتی وجود ندارد و هیچ سازمان جهانی هم مسوول این کار نیست. البته تا حدودی استانداردهایی برای شیوه‌های رفتاری و عملیات شرکت‌های جهانی وجود دارد، اما هیچ ضمانت اجرایی برای پذیرفتن و اجرای این ضوابط وجود ندارد. زمینه‌هایی که شامل این قوانین و ضوابط می‌شوند عبارتند از روابط بین شرکت‌های چند ملیتی با دولت‌ها و با مردم، حفاظت از محیط زیست، حمایت از مصرف‌کنندگان، ایجاد اشتغال و رعایت حقوق بشر. البته تا حدودی دستورالعمل‌های سری ایزو (ISO) و دیگر استانداردها این نقش را ایفا می‌کنند. شرکت‌های چند ملیتی اخلاقاً موظف به اطلاع از این قوانین و ضوابط و عمل به آنها در عرصه فعالیت‌های بین‌المللی هستند. انگیزه اجرای این قوانین و ضوابط، هم جنبه اخلاقی دارد هم جنبه رقابت اقتصادی و امروزه همبستگی مثبتی بین سودآوری و احساس مسوولیت اجتماعی وجود دارد.

نتیجه:

ارتباط و همبستگی بین شرکت‌های مادر و شرکت‌های دختر (اقرار شرکت مادر که در کشورهای در حال توسعه قرار دارند، باید به نحو صحیح و مناسب باشد. مقررات حقوقی در کشورهای پذیرنده (میزبان) باید به خوبی موجب تکامل نظام سرمایه‌داری در آن کشورها شود و در عین حال جلوی رشد سرطانی شرکت‌های چند ملیتی را که باعث تضعیف اقتصاد داخلی می‌شوند را بگیرد.

کشورهای در حال توسعه کم و بیش در معرض هجوم سرمایه‌های خارجی هستند، لذا از حیث قانون‌گذاری در نظام حقوقی، باید تمهیداتی بیندیشند که حقوق سه بخش خصوصی مختلط (عمدتاً تعاونی‌ها) و دولتی با جذب سرمایه‌های خارجی، آن را به اهرمی برای توسعه اقتصادی و اجتماعی تبدیل کند و برایشان بهترین فرصت را برای توسعه و پیشرفت اقتصادی فراهم آورد. بسیاری مواقع این کشورها برای جبران فرصت‌های از دست رفته و توسعه اقتصادی به سرمایه‌گذاری‌های وسیع شرکت‌ها و واحدهای بزرگ اقتصادی خارجی نیازمندند. اما این کار باید به نحوی صورت پذیرد که این شرکت‌ها دانش فنی و تجربیات خود را همراه با تکنولوژی به کشورهای در حال توسعه انتقال دهند و هر چه سریعتر و بیشتر نیروهای متخصص را در فنون و صنایع تربیت کنند. به نفع خود شرکت‌های چند ملیتی هم است که چنین عمل کنند. باید کاری کرد که سرمایه‌گذاری شرکت‌های چند ملیتی در کشورهای در حال توسعه فقط برای بهره‌برداری، بهره‌کشی، استثمار، منافع مالی یک طرفه نباشد، بلکه از حیث توسعه انسانی نیز به این کشورها کشاورزی پیشرفته، بهداشت، فرهنگ و تکنولوژی بدهد، به نحوی که روابط آنها به تدریج از حالت یک طرفه و استثمارگرانه خارج شود و هر دو طرف از این ارتباط سود برند.

حضور شرکت‌های چند ملیتی در یک کشور باید همچون یک کلاس آموزشی با کار گروهی برای تربیت نیروی متخصص درآید و فعالیت‌های آنها برای کشور پذیرنده (میزبان) مولد و مثمر ثمر باشد. دنیای امروز دنیای علوم، فنون و تخصص هاست و برای تسریع حرکت چرخ‌های اقتصادی جامعه و ریشه کن کردن فقر و عقب ماندگی نمی‌توان از شرکت‌های بین‌المللی برای سرمایه‌گذاری چشم پوشید و آنها را دعوت به همکاری نکرد. یک کشور نمی‌تواند انزوا پیشه کند و فقط ناظر وقایع تجاری و تولیدی باشد. باید با تفکرات و رفتارهای مفید و جدید اقتصاد آزاد آشنا باشد و ابزارهای لازم را در اختیار گیرد و در تعاملات بین‌المللی حضور موثر و سازنده داشته باشد. در عین حال دولت‌های میزبان باید به دقت هوشیار باشند و بر اجرای امور نظارت کنند. آنها لازم است در فرایند اقتصادی سرمایه‌گذاری‌های خارجی، قوانین جدید و پیشرفته داشته باشند تا در مقابل اثرات مخرب و منفی هجوم سرمایه‌های خارجی از لحاظ حقوقی ایستادگی کنند. باید دادگاه‌های مناسب و قضات مجرب و متخصص داشته باشند تا به بهترین نحو منافع کشور را در برابر عوارض منفی و ناخواسته شرکت‌های چند ملیتی حفظ کنند و از منافع بر حق دفاع کنند زیرا که با سازمان‌های فضایی کهنه، با قوانین قدیمی و با طرزتفکر و ابزار گذشته نمی‌توان مسائل و مشکلات امروز و آینده را بررسی و حل کرد. در نهایت کسب موفقیت در جذب سرمایه‌های خارجی و استفاده از شرکت‌های چند ملیتی به طرز صحیح، باید یکی از دغدغه‌های اصلی و برنامه‌های کشورهای در حال توسعه باشد.

منبع: ماهنامه صنعت نفت

تقریباً محدود به مرزهای یک کشور می‌شود. حال آنکه در تجارت بین‌المللی، این مسائل محدود به مرزهای یک کشور نیست و منطقه وسیع و شاید تمام کره زمین را شامل شود. هیچ موردی مانند مسائل اجتماعی اخلاقی و زیست محیطی برای مدیران بین‌المللی چالش ساز نیست. مدیران بین‌المللی با نقشه سیاسی، مرزهای کشورها شفاف و مشخص هستند حال آنکه در نقشه رقابت برای کسب سود و بر روی نقشه‌ای که نشان دهنده وفور مالیات‌های مالی و صنعتی بین کشورهاست، بسیاری از مسائل زیست محیطی سر و کار دارند که برخاسته از فعالیت‌های صنعتی در سطح جهانی هستند و زندگی را در کره زمین تهدیدآمیز کرده‌اند.

شرکت‌های چند ملیتی همانند شرکت‌های داخلی دارای مسوولیت‌های اجتماعی هستند. به سبب سر و کار داشتن با بازارها و فرهنگ‌های مختلف، شرکت‌های چند ملیتی با مشکلات بیشتری برای ایفای مسوولیت‌های اجتماعی خود دست و پنجه نرم می‌کنند. این شرکت‌ها نه فقط مجبور به رعایت قوانین محلی هر کشور میزبان هستند، بلکه باید جنبه‌های اجتماعی رفاه و نیکبختی را برای تمام مردم سیاره زمین رعایت کنند. آنها باید به فرهنگ کشور میزبان احترام گذارند و استانداردهای اخلاقی کلی را در نظر بگیرند. اگرچه اصول اساسی اخلاقی بین کشورها عمدتاً با هم تفاوتی ندارند، لکن برخی عملیات باید با توجه و در قالب شرایط خاص هر منطقه، اقلیم و کشور حل و فصل شود. در حالی که پیروی از قوانین ملی و معیارهای اخلاقی جنبه محلی دارد، موارد دیگر نظیر مسائل زیست محیطی، استفاده از ذخایر اقیانوس‌ها، بهره‌برداری از منابع قطبی و بهره‌برداری از فضای بیرون از جو زمین، جنبه جهانی می‌یابند.

مسوولیت اجتماعی یک شرکت به تعهدات آن شرکت در قبال جامعه بر می‌گردد. اجتماع، سازمان‌ها را مجبور می‌کند که طبق ضوابط خاص فعالیت کنند. شرکت‌ها غیر از تعهدات اقتصادی، تعهدات غیراقتصادی هم نسبت به کشوری که در آن به فعالیت مشغولند دارا هستند. گرچه دامنه مسوولیت اجتماعی شرکت‌ها به خوبی تعریف و مشخص نشده است، ولی خوشبختانه در مورد بسیاری تفاهم و همدلی وجود دارد. در برخی موارد از سازمان‌ها انتظار می‌رود که علاوه بر ادای وظایفی که قبلاً ذکر شد، به کارکنانشان تعلیمات لازم ارائه دهند. در آموزش دانش، هنرها و فنون همکاری کنند و برای احیای مجدد منابع تجدید شندی کمک کنند. جامعه انتظار دارد شرکت، همچون یک همسایه خوب رفتار کند و نسبت به دیگران احساس مسوولیت داشته باشد و دین خود را به طرز صحیح به دولت و جامعه ادا کند. مردم همچنین خواستار آن هستند که شرکت از نظام زیست محیطی، با ارائه و انجام عملیات صحیح و سالم، محافظت کند. لذا در این ابعاد که خواست هر ملتی است، مسوولیت اجتماعی یک شرکت چند ملیتی و یک شرکت داخلی، یکسان است. البته با توجه به تعریف، اهداف و وظایف مسوولیت اجتماعی شرکت چند ملیتی بسیار وسیع تر و پیچیده‌تر از مسوولیت اجتماعی یک شرکت داخلی و در ابعاد جهانی است.

شرکت‌های چند ملیتی در دنیای بدون مرز فعالیت می‌کنند، بر روی مرزهای جغرافیایی به مقدار زیادی ناپدید و کمرنگ می‌شوند. به گفته اقتصاد دان «استفن هایمر» (Stephan Heimer) برای یک شرکت فراملیتی مرزها با مرکب نامرئی ترسیم شده‌اند. رییس سابق آی. بی. ام گفته است: از نظر تجاری مرزهایی که کشوری را از کشور دیگر جدا می‌کند، خطوط فرضی مثل خط استوا هستند، اینها چیزهایی نیستند جز علامت گذاری‌های مصلحتی که مردمان را به اعتبار قومیت، زبان و هویت فرهنگی از یکدیگر جدا می‌سازند. وقتی که اختلاف در سلیقه‌ها افزایش می‌یابد، وفور دستیابی سریع به اطلاعات، مردم دنیا را به اهل دنیا شدن و تابعیت جهانی پیدا کردن تغییر می‌دهد. مردم همواره در جستجوی بهترین‌ها می‌شوند. آنها از کسی خرید می‌کنند که بهترین‌ها را برای آنها فراهم سازد، فارغ از آنکه سوئیسی، ژاپنی یا انگلیسی باشند. تهیه کالاها و خدمات برای اهالی دنیا و کسانی که تابعیت جهانی دارند، وظیفه شرکت‌های چند ملیتی است و روز به روز این وظیفه گسترده‌تر می‌شود. مخاطبان شرکت‌های چند ملیتی مردم دنیا و خودشان اجزاء شرکت جهانی هستند. در حالی که این شرکت‌ها از نظر تابعیت مدیون و مرهون کشور خاصی نیستند، آنها مدیون و مرهون مردم دنیا و دنیای مادر هستند.

بدیهی است که برای حصول اطمینان از اینکه شرکت‌های چند ملیتی وظیفه اجتماعی خود را نسبت به مردم دنیا ادا می‌کنند، این شرکت‌ها ناگزیر از پیروی از سرمشق‌ها، راهنمایی‌ها و نحوه رفتار خاصی هستند و همچنین این امر نیاز به نظامات و