

# شرکت چند ملیتی

قسمت اول: نظریه پیدایش شرکت چند ملیتی

سهراب بهداد

## مقدمه

شرکت چند ملیتی تجلی تازه‌ای از تحول اقتصاد مبتنی بر بازار است. تجلی‌ای که تازگی آن به دهه‌های اول قرن بیستم برمی‌گردد، اما چند سالی بیشتر نیست که این جوانه نورسته. که اکنون شاخه‌ای تنومند و پرشاخ و برگ شده است. توجه محافل مختلف را به خود جلب کرده است. در قسمت اول این مقاله کوشش خواهد شد تا خصوصیات بارز شرکت چند ملیتی عنوان گردد و چگونگی پیدایش آن تبیین شود. در قسمت دوم، اثرات فعالیت شرکت چند ملیتی بر اقتصاد کشورهای توسعه یافته و توسعه نیافته مبتنی بر بازار و نظام سیاسی جهان، مورد بررسی قرار خواهد گرفت. انجام این همه در مقاله‌ای کوتاه، لاجرم، سخت خلاصه باید باشد. از این جهت این هشدار لازم می‌آید که بحث در باره بسیاری از مطالب ممکن است به عمق لازم نرسد و حتی شاید برخی نکاتی که باید مورد توجه قرار گیرند اصلاً مطرح نشوند. همین مسأله، تا حدودی، در توجه به آثاری که در این زمینه ارائه شده‌اند، وجود دارد. اگر پژوهشگری ۷ یا ۸ سال پیش قصد سروری در این زمینه را داشت، پیش از چند اثر محدود که اکثر آنها هم فقط اجمالاً و بطور غیر مستقیم به این موضوع پرداخته بودند، نمی‌یافت. لیکن اکنون تعداد این آثار بحدی زیاد است که می‌توان کتابخانه‌ای کوچک را به آنها اختصاص داد، و با چنان سرعتی رو به افزایش است که گوئی همبستگی مستقیمی با نرخ رشد شرکت‌های چند ملیتی دارد. با این حال انتخاب در میان این آثار مسأله چندان دشواری نیست. اغلب آثار منتشر شده، بحث خود را بدون ارائه تبیینی اساسی در باره چگونگی پیدایش شرکت‌های چند ملیتی، یا تحلیل دقیقی از نتایج اقتصادی و اثرات سیاسی آن، به توصیف خصوصیات شرکت‌های چند ملیتی محدود می‌سازند [مانند ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰]. برخی دیگر تبیین نارسائی را در چهارچوب تحلیل‌های اقتصادی سنتی متعارف به دست می‌دهند [مانند ۱۱، ۱۲، ۱۳]. نوشته‌های معدودی - بغیر از آثار قدیمی که بطور خیلی کلی به این مسأله پرداخته‌اند - می‌توان یافت که تحلیلی عمیق و بنیادی را در این زمینه دنبال کرده‌اند [مانند ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷]. این مقاله بر آثار گروه سوم تکیه دارد و در مواردی آثار گروه اول مورد استفاده قرار گرفته‌اند، تا وضع شرکت‌های چند ملیتی توصیف شود. لیکن ارزیابی آثار گروه دوم کلاً از محدوده این بحث خارج است.

\* منابع ذکر شده در متن در آخر مقاله آمده‌اند.

### شرکت چند ملیتی: گونه‌های تازه از جریان سرمایه

در آستانه جنگ جهانی اول، سه کشور عمده‌ای که سرمایه‌گذاری خارجی داشتند، انگلستان، آلمان و ایالات متحد آمریکا بودند. موجودی سرمایه‌گذاری خارجی این سه کشور، به ترتیب، در حدود ۴۰۰۰ میلیون پوند، ۱۲۰۰ میلیون پوند و ۶۰۰۰ میلیون پوند بود [۱۴، ص ۳۰ و ۳۱]. به این ترتیب موجودی کل سرمایه‌گذاری خارجی در اقتصاد جهانی به رقمی در حدود ۲۰۰۰۰ میلیون دلار بالغ می‌شد. اما خصوصیت بارز این سرمایه‌گذاری‌ها این بود که قسمت عمده آن به صورت سهام و اوراق قرضه بود. این گونه سرمایه‌گذاری‌ها را سرمایه‌گذاری غیرمستقیم، سرمایه‌گذاری گنجینه‌ای<sup>۱</sup> یا جریان سرمایه مالی<sup>۲</sup> می‌نامند. تنها ۱ درصد از موجودی سرمایه‌گذاری انگلستان، در این زمان، سرمایه‌گذاری مستقیم در امر تولید بود و آنهم به فرآوری مواد اولیه محدود می‌شد [۱۴، ص ۳۱]. این خصوصیت سرمایه‌گذاری دیگر کشورهای نیز بود. لیکن، طبق برآورد سازمان ملل متحد، موجودی کل سرمایه‌گذاری مستقیم در اقتصاد جهانی، در ۱۹۷۱، ۱۶۵۰۰۰ میلیون دلار بوده است، که بیش از نیمی از آن متعلق به ایالات متحد آمریکا و در حدود ۲۰ درصد آن متعلق به انگلستان، فرانسه و آلمان غربی است. [۱۵، پیوست ۳، جدول ۵]. نکته‌حائز توجه این است که بیشترین افزایش در سرمایه‌گذاری مستقیم کشورهای عمده غربی در دو دهه اخیر صورت گرفته است. موجودی کل سرمایه‌گذاری خارجی کشورهای مبتنی بر بازار توسعه یافته از ۱۰۸ میلیارد دلار در ۱۹۶۷ به ۱۶۵ میلیارد دلار رسیده است\*.

بدین ترتیب، جریان سرمایه‌گذاری خارجی که از اوایل قرن بیستم ابعاد وسیعی یافته است و در سالهای دهه ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ با سرعت قابل توجه و حتی شگفت‌آوری روبه افزایش نهاده

#### 1. Portfolio Investment.

#### 2. Finance Capital.

\* ارزش دفتری سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی ایالات متحد آمریکا برای سال‌های منتخب

به‌قرار زیر بوده است :

سال ۱۹۲۹	۷/۵ میلیارد دلار
» ۱۹۵۰	» ۱۱/۸
» ۱۹۶۰	» ۳۲/۷
» ۱۹۷۰	» ۷۸/۲
» ۱۹۷۲	» ۹۴/۰

ماخذ: [۱۲، ص ۳۲].

است، دو خصوصیت بارز دارد که در تبیین پوییش تکاملی آن باید مورد توجه خاص قرار گیرد. نخست اینکه نقشی سرمایه‌گذاری مستقیم در مقایسه با سرمایه‌گذاری غیرمستقیم بیش از پیش رو به افزایش بوده است. تفاوت اساسی که در خصوصیت سرمایه‌گذاری غیرمستقیم و مستقیم وجود دارد، این است که در حالت اول سرمایه‌دار سرمایه را، در مقابل اوراق سهام یا اوراق قرضه، در اختیار سرمایه‌داری که در کشوری دیگر قرارداد می‌گذارد و در نتیجه بر آن و برپوییش تولید نظارت مستقیم ندارد. در صورتیکه در حالت دوم سرمایه‌دار خارجی مستقیماً برپوییش تولید نظارت دارد. به کلامی دیگر، در این حالت سرمایه‌دار در یک یا چند کشور دیگر، بغیر از کشور موطن خود، تأسیسات تولیدی برپای می‌کند، کارگراستخدام می‌کند، مواد اولیه می‌خرد و آنگاه کالا یا کالاهائی را به دست می‌آورد تا در بازار آن کشور، یا در بازار کشور موطن خود، یا در بازارهای ثالث، به فروش برساند و از این راه کسب منفعت کند.

فعالیتی چنین گسترده، الزاماً باید همراه با سازمان پیچیده و پیشرفته‌ای برای نظارت بر پوییش تولید باشد. شرکت چندملیتی واحد تولیدی نوینی است که چنین سازمانی را در خود دارد و این وجه تمایز اساسی است که میان شرکت‌های چندملیتی قرن بیستم و شرکت‌های عظیمی مانند کمپانی هند شرقی، که در قرن هیجدهم ثروت‌های هنگفتی را به مادر شهر اقتصادی جهان، انگلستان، منتقل ساختند، وجود دارد. آن شرکت‌ها، به قول «استفن هایمر»، «دینوسورهائی» بودند که بدنه‌ای عظیم و مغزی کوچک داشتند. شرکت چندملیتی قرن بیستم واحد تولید تکامل یافته‌ای است که مغزی پیچیده، به صورت مرکز مجهز و پیشرفته‌ای برای نظارت، و سلسله اعصاب گسترده و حساسی به صورت شبکه ارتباطی و نظارتی، در اختیار دارد. این خصوصیتی نیست که شرکت چندملیتی یک‌باره به دست آورده باشد، بلکه نتیجه تحولات تدریجی و پیوسته‌ای است که در نظام تولیدی مبتنی بر بازار به وجود آمده است، که در این مقاله به آن خواهیم پرداخت.

خصوصیت دیگری که در جریان سرمایه‌گذاری خارجی در اقتصاد جهان مشاهده می‌شود و این چندان متفاوت با آنچه در قرن نوزدهم هم مشاهده می‌شد نیست، این است که این جریان عموماً از کشورهائی سرچشمه می‌گیرد که اقتصاد مبتنی بر بازار آنها در مرحله‌ای نسبتاً پیشرفته‌تر از بقیه قرار دارد. لیکن تفاوتی که از این جهت میان جریان سرمایه در قرن نوزدهم و در قرن بیستم وجود دارد این است که در قرن بیستم، برخلاف قرن گذشته، جریان سرمایه تنها به طرف کشورهای توسعه نیافته جهان نیست، بلکه قسمت عمده آن در کشورهای قراردادی که آنها هم خود اقتصادی

۱. طبق برآورد وزارت بازرگانی ایالات متحد آمریکا، ۷۳ درصد از موجودی کل

سرمایه‌گذاری این کشور در خارج، در ۱۹۷۲، به صورت سرمایه‌گذاری مستقیم بوده است

توسعه یافته و مبتنی بر بازار دارند<sup>۱</sup>.

اگرچه سرمایه‌گذاری غیرمستقیم قرن نوزدهم و سرمایه‌گذاری مستقیم قرن بیستم که نظارت، مدیریت و تکنولوژی‌باخود به همراه دارد، هر دو مراحل مختلفی از تحولات اقتصاد مبتنی بر بازار در کشورهای پیشرفته و ارتباط متقابل آن با اقتصاد کشورهای دیگر جهان هستند، اما سرحد کنونی مسلماً پیشرفته‌تر و پیچیده‌تر است و درحالی‌که با فراهم آوردن یکپارچگی و فراگرفتنی بیشتر به پویای تولید جنبه‌ای جهانی می‌دهد، تضادهای عمیق‌تر و برخورد‌های شدیدتری را ایجاد می‌کند. جریان سرمایه‌های مسالی از کشورهای پیشرفته قرن نوزدهم به خارج که مستقیماً سوجب انتقال ثروت از کشورهای دیگر به موطن سرمایه بود، تنها بطور غیرمستقیم بر ساخت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی کشورهای خارجی تأثیر می‌گذاشت. درحالی‌که سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی ضمن انتقال ثروت، بطور مستقیم‌تر و شدیدتری بر ساخت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی کشورهای خارجی تأثیر می‌گذارد. در این حالت سرمایه خارجی مستقیماً بر پویای تولید نظارت می‌کند، قشر بندی جامعه را دگرگون می‌سازد، تحول یا انتقال تکنولوژی را در اختیار می‌گیرد، در نتیجه انگاره توسعه اقتصادی و اجتماعی جامعه را شکل می‌دهد و معین می‌سازد، و آنچه بیش از همه برای حکومت‌ها گران می‌آید فرسایشی است که بر حاکمیت دولت‌های ملی بر اقتصاد داخلی‌شان وارد می‌آورد. بنابراین، در نظر انداختن به مسأله شرکت‌های چند ملیتی باید بکوشیم تا آن را در چارچوب انباشتگی سرمایه و بین‌المللی شدن آن، یعنی انتقال سرمایه به فراسوی مرزها، و در رابطه با توسعه کلی اقتصاد مبتنی بر بازار کشورهایی که صادرکننده سرمایه هستند، بررسی کنیم.

از آنجا که در اقتصادهای مبتنی بر بازار سرمایه در مالکیت و اختیار اشخاص حقیقی یا حقوقی است و برای کسب سود در پویای تولید به کار گرفته می‌شود، مسأله اساسی در تبیین انتقال سرمایه بررسی شرایط سودآوری برای صاحبان آن در چارچوب اقتصادی و امکانات افزودن به این سود در اقتصادهای دیگر است. و بازم از آنجا که در قرن بیستم که سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی ابعاد بسیار وسیعی یافته است و شرکت چند ملیتی وسیله اساسی برای این انتقال سرمایه بوده است، می‌توانیم بررسی چگونگی پیدایش شرکت چند ملیتی را وسیله‌ای برای تبیین جریان سرمایه به خارج قرار دهیم.

در اینجا هشدار در باره واژه شرکت چند ملیتی بجا است. شرکت چند ملیتی شرکتی است که انتقال سرمایه از کشوری به کشور دیگر، در چارچوب آن انجام می‌شود. در کشورهای گوناگون شعبه یا شرکت تابع دارد و بر قسمتی از پویای تولید در آن کشورها نظارت می‌کند. خصوصیت بارز

۱. طبق برآورد بخش اقتصادی و امور اجتماعی سازمان ملل متحد، دو سوم از ارزش

دفتری موجودی کل سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در کشورهای توسعه یافته مبتنی بر بازار

قرار دارد. [۱۵، صفحه ۱۸].

این شرکت‌ها، همانطور که گفتیم، تمرکز بخش تصمیم‌گیری آنها در مرکزی است که همواره در کشور سوطن قرار دارد.

مدیران بالارتهبه (یا به عبارتی، تصمیم‌گیران) این شرکتها و همچنین سهامداران عمده آنها نیز از کشور سوطن شرکت هستند. اگرچنین شرکت‌هایی، تحت فشار حکومت‌هایی که این شرکتها در اقتصاد آنها فعالیت دارند، مجبور شوند که افراد محلی را به کار مدیریت به‌گمارند، در واقع، تعداد این افراد بسیار اندک بوده و اغلب نقشی ناچیز و یا تنها نقشی نمایشی برعهده دارند<sup>۱</sup>. یا اگر ملاحظه شود که افرادی با ملیت‌های مختلف مقدار ناچیزی از سهام این شرکت‌ها را خریداری کرده‌اند، این نه به معنای سهیم‌شدن این افراد در تصمیم‌گیری شرکت و نظارت بر فعالیت‌های آن است، بلکه به معنای گذاشتن سرمایه‌ای با ملیت دیگر در اختیار شرکت چندملیتی است. نکته اساسی در فعالیت شرکت نه مالکیت اصلی سرمایه، بلکه اعمال نظارت بر آن است و این نظارت برعهده همان مرکز تصمیم‌گیری و نظارت شرکت است که در کشور سوطن قرار دارد و تحت مدیریت همان مدیران بالارتهبه‌ای است که ملیت کشور سوطن را دارند. بنابراین، به قول «گیل‌پین»<sup>۲</sup>، «این شرکت‌ها به همان اندازه چندملیتی هستند که ارتش هند در دوره استعماری انگلیس هندی بود. سربازان همه هندی بودند، در حالیکه فرماندهان همگی انگلیسی» [۵، صفحه ۱۵]. چندملیتی بودن این شرکت‌ها تنها این صورت را دارد که این شرکت‌ها در نقاط مختلف جهان، در میان ملیت‌های مختلف، بر قسمتی از پویش تولید نظارت دارند و می‌کوشند تا سودی که به دست می‌آورند برای تمامی شبکه فعالیتشان، کلاً به حداکثر برسد. بنابراین این واژه را به این دلیل که عمومیت وسیع یافته است، تنها با در نظر داشتن این هشدار به کار می‌بریم و توجه داریم که شرکت چندملیتی به معنای شرکتی که از ملیت‌های مختلف تشکیل شده باشد، نیست

### پیدایش شرکت چندملیتی

در قرون هیجدهم و نوزدهم واحد تولیدی در اقتصاد مبتنی بر بازار کشورهای توسعه یافته کنونی که در آن زمان یا «انقلاب صنعتی» را پشت سر گذاشته بودند و یا در حال گذر از آن بودند، به صورتی بود که امروز در اقتصاد خرد متعارف بنگاه رقابتی نامیده می‌شود. این بنگاه‌ها که مارشال «بنگاه نمونه» آن را مورد بررسی قرار داد و از این رو بنگاه نمونه یا بنگاه مارشالی نیز نامیده می‌شوند- واحدهای تولیدی‌ای بودند که سرمایه‌دارهای منفردی برپای ساختند. سرمایه‌دار، کارگر و مواد اولیه را به کار می‌گرفت و با فراهم آوردن ابزار تولید و استفاده از فنون متداول و تقسیم کار، کارآئی

۱. طبق برآورد بارنت و میولر، تنها ۱/۶ درصد از ۱۸۵۱ نفر مدیران بالا رتبه شرکت‌های چندملیتی عمده ایالات متحده آمریکا، غیر آمریکائی هستند [۳، صفحه ۱۷].  
 ۲. برای بحث بیشتری در این زمینه رجوع کنید به [۱۳، صفحات ۸۹ تا ۹۳].

تولید را نسبت به آنچه افراد می‌توانستند بدون تقسیم کار و ابزار تولید پیشرفته به دست آورند، افزایش می‌داد. مازاد تولیدی که از این طریق بدست می‌آمد صاحب بنگاه به عنوان برگشت به سرمایه یا سود در اختیار می‌گرفت. وظیفه اساسی کارفرما، بنابراین، فراهم ساختن ابزار تولید، مواد اولیه و ایجاد هم‌آهنگی در پویش تولید بود.

اگرچه در ظاهر اسرار تفاوتی اساسی میان این گونه بنگاه‌ها و شرکت‌های چندملیتی کنونی وجود دارد، اما همین بنگاه‌ها بودند که بتدریج و طی تحول نظام اقتصادی مبتنی بر بازار، به صورت شرکت چندملیتی تغییر شکل دادند، در حالیکه در این پویش تغییری در ماهیت آنها وارد نیامده است. بدین معنا که هم آن بنگاه‌های مارشالی و هم این شرکت چندملیتی امروزی، هر دو در چارچوب یک مجموعه روابط معین تولیدی و در جهت یک هدف، کسب سود از راه فراهم آوردن محصول در پویش کار، کوشش دارند. آنچه در این مدت دستخوش تغییر قرار گرفته است، مقیاس و شکل فعالیت واحد تولیدی است. و چگونگی این تغییرات است که موضوع مورد بررسی ما را تشکیل می‌دهد.

تکامل واحد تولیدی از بنگاه مارشالی تا شرکت چندملیتی، پویشی است که بر تراکم سرمایه مبتنی است. کارفرما در بنگاه مارشالی سودی (مازاد تولید) را که به دست می‌آورد برای گسترش فعالیت خود به کار می‌گرفت. این عمل اجتناب ناپذیر بود، زیرا خصوصیت برجسته بازار پویایی است که فعالیت‌های آن را در بر می‌گیرد. کارفرما برای آن که بتواند سود بیشتری به دست آورد، و مهم‌تر از آن برای آن که بتواند در بازار دوام یابد، باید سودی را که در دوره تولیدی گذشته بدست آورده است، به کار اندازد تا مبادا از دیگر بنگاه‌ها که در تلاش برای کسب حداکثر سود هستند، عقب بماند. عقب ماندن از قافله رقیبان در بازار، به معنای نیستی و زوال در بازار است. بنابراین، سرمایه‌گذاری مجدد سودهای به دست آمده راه دوام و بقا در بازار است. اما این تحرك درون‌زا در بازار، بتدریج شکل و خصوصیات بازار و بنگاه را دستخوش تغییر قرار داد.

رفتار بنگاه مارشالی در بازار به همان صورتی بود که در الگوی رقابت کامل اقتصاد خرد مورد تحلیل قرار می‌گیرد. یک بنگاه بازرگانی که کالای معینی را تولید می‌کند خود را در کنار بنگاه‌های بی‌شمار دیگری می‌بیند که آنها هم کالائی را عرضه می‌کنند که کاملاً مشابه با محصول اوست. (ایجاد تنوع در گروه کالاهای معین پدیده‌ای تازه است که با از میان رفتن بنگاه مارشالی پدید آمد و در زیر به آن خواهیم پرداخت).

بنابراین، بنگاه مورد نظر، و به عبارتی هیچ یک از بنگاه‌ها، به علت کمی مقدار محصول در قیاس با کل محصولی که از نوع معینی به بازار عرضه می‌شود، نمی‌توانست با کم و زیاد کردن مقدار تولید بر قیمت کالا در بازار تأثیر گذارد. قیمت کالا در بازاری که خریداران و فروشندگان بی‌شماری وجود داشتند، توسط عرضه و تقاضا تعیین می‌شد.

بنابراین، حدود آزادی‌ای که برای بنگاهی معین از نوع مارشالی باقی می‌ماند این بود که، نخست، آن مقدار کالائی را به بازار عرضه کند که با توجه به قیمت داده شده توسط بازار، حداکثر سود را به دست آورد. لازم به تأکید است که در این شرایط بنگاه به خوبی می‌دانست که زیاد و کم کردن مقدار عرضه کالایش در بازار بر قیمت تأثیری ندارد. لذا، آزادی کامل داشت تا هر مقداری را که با توجه به هزینه‌های تولید به سود خود می‌دانست، به بازار عرضه کند. اما، علاوه بر این، راه دیگری هم برای بنگاه باز بود و آن این بود که بکوشد تا هزینه‌های خود را کاهش دهد و بدین ترتیب علی‌رغم عدم توانائی بنگاه در تغییر دادن قیمت بازار به سود خود بیفزاید.

با افزایش مداوم مقیاس فعالیت بنگاه‌های پیشرو دو تغییر کیفی و اساسی در انگاره فعالیت بنگاه بازرگانی پدید می‌آید. نخست اینکه ساخت درونی بنگاه تحول می‌یابد.

وسعت یافتن فعالیت بنگاه باید همراه با تکامل یافتن انگاره مدیریت آن باشد تا هم‌آهنگی لازم برای بالانگه داشتن کارائی تولید تأمین شود. این بدان معناست که صاحب سرمایه که در بنگاه مارشالی خود مدیر و ناظر عالی بر پویش تولید است دیگر نمی‌تواند به تهانی از عهده مسائل پیچیده مدیریت تولید گسترده برآید. باید فعالیت عده‌ای به اسر نظارت و مدیریت بر پویش تولید، تخصیص یابد. به کلامی دیگر، همراه با وسعت یافتن مقیاس فعالیت بنگاه، مغز فرماندهی آنهم باید تکامل یابد. باید شبکه تخصیصی و گسترده‌ای ایجاد شود تا پیام‌های اطلاعاتی از قسمت‌های مختلف پویش تولید، که تا این مرحله تقسیم کار عمودی در آن افزایش یافته است، به مرکز تصمیم‌گیری رسانده شود، و از طرف دیگر پیام‌های فرمانی به قسمت‌های مختلف خط تولید ابلاغ گردد. این سازمان مدیریت، لاجرم، همراه با مرتبه بندی عمودی در اسر مدیریت و نظارت است. (همان‌طور که خواهیم دید در شرکت چندملیتی این مرتبه بندی به تکامل یافته‌ترین شکل خود می‌رسد) دیگر اینکه، در این مرحله تغییری در وضع بنگاه، نسبت به بازار، به وجود می‌آید. اگر در ابتدای پیدایش بنگاه‌های بازرگانی می‌شد فرض کرد که مقدار محصول یک بنگاه نسبت به کل بازار برای آن کالا، به حدی ناچیز است که بنگاه نمی‌تواند بر قیمت کالا تأثیر گذارد، پس از انباشت یافتن سرمایه حاصل از سودها و وسعت گرفتن حدود فعالیت بنگاه‌های پیشرو، این وضع دیگر برقرار نخواهد ماند.

در حدود دهه ۱۸۷۰، ۲۰۰ شرکت بزرگ اسرکائی سهمی ناچیز در کل دارائی‌های

شرکتی این کشور داشتند. در دهه ۱۹۲۰ این سهم به ۳۳ درصد رسیده بود و در ۱۹۲۹، ۱۰۰ شرکت بزرگ اسرکائی ۴۴ درصد از دارائی‌های سرمایه‌ای تمام شرکت‌ها را در این کشور در اختیار داشتند [۶، صفحات ۱۵۱ و ۱۵۲]. به کلامی خلاصه، با فرارسیدن قرن بیستم شرایط بازار آن چنان تغییر یافت که دیگر فرض‌های الگوی رقابت کامل نمی‌توانست عمومیت داشته باشد. در این وضع بنگاه‌ها در شرایطی قرار داشتند که هر یک بخوبی می‌دانستند تسلطی، اگرچه نه تسلط

کامل، بر بازار کالائی که تولید می‌کردند (بازار انحصاری چند قطبی<sup>۱</sup>)، دارند. این بدان معنی بود که بنگاه‌های معین اگر بیشتر یا کمتر کالا به بازار عرضه می‌کرد، قیمت آن کالا پائین یا بالا می‌رفت. این مسلماً همان وضعی است که هر بنگاه‌ی طالب آن است، زیرا تحت تسلط داشتن قیمت بازار به معنای امکان اعمال قدرت برای کسب سود بیشتر در بازار است. لیکن این وضع بدان تیغهٔ دولبه‌ای است. قدرت یک بنگاه در تغییر دادن قیمت کالا در بازار عاملی است که سبب می‌شود بنگاه‌های دیگر، که آنها هم به علت وسعت فعالیتشان چنین قدرتی دارند، متضرر شوند و در مقابل سیاست بنگاه اول واکنش نشان دهند. واکنش‌هایی که می‌تواند بسیار شدید باشد. تاریخ اقتصادهای توسعه یافتهٔ مبتنی بر بازار در اوائل قرن بیستم، شواهد بسیاری را در این زمینه ارائه می‌دهد. بسا بنگاه‌هایی که در چنین مبارزاتی بر سر به دست آوردن سهم بیشتری در بازار، تمامی هستی خود را از دست دادند. بسا افرادی که در این کشمکش‌ها جان خود را باختند. طی این مبارزات بنگاه‌های بسیاری در بنگاه‌های بزرگ‌تری ادغام شدند. اسروگفته‌ای عامیانه در زبان امریکائی‌هاست که منشاء آن به همان سال‌ها برسی گردد: «ماهی بزرگ ماهی کوچک را می‌خورد».

و بسیار بودند ماهی‌های کوچکی که خورده شدند. آنچه باقی ماند نهنگ‌های عظیم‌الجثه بود. این گرایش به طرف بزرگ‌تر شدن واحدهای بازرگانی توسط قوانینی که در این دوره در این کشورها تصویب شد، بیشتر تسریع گشت. با فرارسیدن دهه‌های اول قرن بیستم، در اغلب کشورهای آن که اقتصاد مبتنی بر بازار داشتند، شرکت‌های سهامی با مسئولیت محدود، به عنوان یک شخصیت حقوقی، به رسمیت شناخته شده بود. این بدان معنی بود که هر کسی به میزان سهمی که در شرکت داشت در مقابل زیانهای احتمالی شرکت مسئول بود و نه بیشتر. نتیجهٔ این قانون این بود که شرکت‌ها بتوانند سرمایه‌های کوچک را مشکل سازند و بدین ترتیب به سرمایه و قدرت خود در بازار بیفزایند.

بتدریج شرکت‌ها وسعت یافتند و بازار چندقطبی به صورتی یکپارچه درآمد، و این شرکت‌ها خود را در مقابل بازار ملی یافتند. بنگاه‌ها، دیگر بنگاه‌های کوچک مارشالی نبودند که فقط به بازار محلی خود نظر داشته باشند. شرکت‌های ملی غول آسا پدید آمدند و خود را در مقابل حریفانی چون خود یافتند. رقابت حاد و ادغام‌های منتج از آن، شرکت‌ها را با زهم غول آسار ساخت. لیکن ادامه فعالیت در بازاری که رقابت به صورت تلاش میان سرگ وزندگی برای شرکت درآمده بود، سخت ناگوار می‌نمود. در این مرحله بود که کارتل‌سازی و تبانی میان تولیدکنندگان بزرگ رواج یافت. بر سر یک مسأله توافقی عمومی به وجود آمد و آن این بود که جنگ بر سر قیمت‌ها بس است.



اما این توافق‌ها در بازار چندقطبی به این معنا نبود که شرکت‌ها برای به دست آوردن سود بیشتر تلاش نکنند. تلاش ادامه داشت، لیکن در مجراهای پذیرفته شده‌ای که، برخلاف رویه رقابت بر سر قیمت‌ها، سبب تلاطمات شدید در بازار نمی‌شد. شرکت می‌توانست بدون تغییر دادن قیمت، در دو جهت برای کسب سود تلاش کند:

۱- سعی به کاهش هزینه‌های تولید مبذول دارد. ۲- سعی کند تا بدون تغییر دادن قیمت کالا، سهم خود را در بازار افزایش دهد.

### کاهش هزینه‌های تولید و جریان سرمایه به خارج

در این بازار چندقطبی، تلاش برای کاهش هزینه‌های تولید در دو جهت عمده ادامه یافت. الف- به دست آوردن نیروی کار و مواد اولیه ارزان. ب- بالابردن باروری تولید با به کار گرفتن روش‌های نوین تولید.

شرکت‌هایی که وابستگی شدید به مواد اولیه داشتند یکی از اولین گروه شرکت‌هایی بودند که به سرزمین‌های دیگر روی آوردند تا این مواد را که قسمت عمده هزینه آنها را تشکیل می‌داد به قیمتی ارزان به دست آورند. مورد شرکت‌های نفتی امریکائی بارزترین نمونه گسترش جهانی شرکت‌های مصرف‌کننده مواد اولیه است. خصوصیت‌های فنی استخراج، تصفیه و پخش مواد نفتی ایجاب می‌کرد که شرکت‌ها با گسترش مقیاس فعالیت خود بتوانند به میزان قابل توجهی، هزینه متوسط تولید را کاهش دهند، و بدین ترتیب به سود خود بیفزایند. حاصل این تلاش، که سهمناک‌ترین پیکارهای رقابتی را به همراه داشت این بود که تا فرارسیدن دهه ۱۸۷۰ بازار نفتی ایالات متحد به صورتی چند قطبی درآمد [۱۷، صفحه ۲۸].

در این مرحله مشی شرکت‌های نفتی این بود تا با حفظ انحصار بر مجراهای فروش موقعیت انحصاری خود را حفظ کنند. لیکن پس از آنکه در دهه ۱۹۱۰ هلندی‌ها در سوماترا و روس‌ها در رومانی، به ذخائر عمده نفت دست یافتند، شرکت‌های نفتی ایالات متحد که دوسوم از تولید خود را به خارج صادر می‌کردند، متوجه سستی وضع انحصاری خود شدند. از آن پس شرکت‌های نفتی ایالات متحد مشی خود را در جهت ادغام عمودی و تأمین خودکفائی شرکت تغییر دادند. حاصل این تغییر مشی، تلاشی سخت برای به دست آوردن منابع نفت خام بود. آنچه مورد نظر شرکت‌های نفتی بود تنها در اختیارداشتن منابع نفت خام ارزان نبود، بلکه مهمترین بود که شرکت بر منابع گوناگون، در شرایط مختلف سیاسی و جغرافیائی تسلط یابد تا بدین وسیله بتواند در افق زمانی طولانی‌تری نسبت به فراهم بودن نفت خام ارزان اطمینان داشته باشد.

پراکندگی منابع نفت تحت تسلط شرکت خود عامل اطمینانی بود در مقابل خطرهایی مانند بسته شدن کانال سوئز و تحولات سیاسی محتمل، و حتی امکان به دست آوردن منبع نفتی غنی‌تری

توسط شرکت های رقیب<sup>۱</sup> . بدین ترتیب بود که شرکت های نفتی ایالات متحد و همگام با آنها شرکت های نفتی انگلیسی ، هلندی و فرانسوی ، راهی مناطق مختلف جهان شدند و مراکز استخراج و تصفیه و شبکه های توزیع در نقاط مختلف جهان ایجاد کردند<sup>۲</sup> . علی رغم تغییرات و تحولاتی که در ساخت اقتصادی کشورهای سوطن شرکت های نفتی ، و تغییراتی که در رابطه این شرکت ها با کشورهای تولید کننده نفت خام در طی نیم قرن گذشته و بخصوص در دهه اخیر رخ داده است ، بیش از یک چهارم موجودی سرمایه گذاری مستقیم خارجی ایالات متحد و انگلستان در ۱۹۷۰ به استخراج و صنایع نفتی مربوط می شده است .

این روند در مورد شرکت های تولید کننده آلومینیوم ، مس ، قلع و دیگر مواد کانی که صنایع کمتر پراکنده ای دارند ، کم و بیش به چشم می خورد<sup>۳</sup> . به دست آوردن نیروی کار ارزان ، عاملی دیگر بود که شرکت های امریکائی و اروپائی را راهی کشورهایائی کرد که در آنها مزد

- ۱ . در مواردی شرکت های نفتی بدون اینکه واقعا قصد اکتشاف و استخراج نفت در منطقه ای را داشته باشند ، اجازه اکتشاف و قرارداد های طویل المدتی برای استخراج نفت به دست می آورند تا مانع تسلط شرکت های رقیب بر ذخائر احتمالی شوند .
- ۲ . جدول (۱) نشان دهنده حدود گسترش فعالیت نه شرکت نفتی ایالات متحد در نقاط مختلف جهان طی سال های ۱۹۱۰ تا ۱۹۶۷ است .

(جدول ۱)\*

مراکز تولید نفت خام	۱۹۱۰	۱۹۲۰	۱۹۳۰	۱۹۳۸	۱۹۵۷	۱۹۶۷
کانادا	۰	۰	۱	۱	۷	۹
انگلستان و اروپا	۱	۲	۳	۸	۹	۱۱
استرالیا ، زلاندنو ، رودزیا	۰	۰	۰	۰	۰	۳
و آفریقای جنوبی	۰	۰	۰	۰	۰	۳
امریکای لاتین	۰	۶	۱۵	۱۸	۱۸	۲۸
دیگر	۰	۱	۵	۱۳	۲۹	۴۵
جمع	۱	۹	۲۴	۴۰	۶۳	۹۶
شرکت های فرعی در استخراج ، تصفیه و فروش	۷۳	۱۰۲	۲۱۲	۳۵۱	۷۸۶	۱۴۴۲

\* ماخذ: [۱۷] ، صفحه ۳۲ .

۳ . برای بحثی بیشتر در این زمینه رجوع شود به [۱۷] ، فصل ۲ .

(نسبت به باروری) پائین تر بود. در طول قرون هیجدهم و نوزدهم انتقال جمعیت از روستا به شهر (از کشاورزی به صنعت)، در نتیجه افزایش باروری تولید در بخش کشاورزی، عرضه لازم برای تقاضای رو به افزایش صنعت برای نیروی کار را در کشورهای توسعه یافته کنونی اروپا تأمین می‌کرد. این عاملی بود که سبب شد مزدهای واقعی به نسبتی متناسب با گسترش فعالیت‌های صنعتی افزایش نیابد. این انتقال، در ایالات متحد، در اواخر قرن نوزدهم و اوائل قرن بیستم رخ داد.<sup>۱</sup>

همراه با تحلیل رفتن تدریجی این منبع ذخیره کارگر برای بخش صنعت، گرایشی در جهت افزایش نرخ مزد پدید آمد. بالا رفتن نرخ مزد از یک سو، و برقراری انحصار چند قطبی در بازار، که شرکت را در وضع ناامن رقابتی شدیدی قرار داده بود، از سوی دیگر، عموماً موجب شدند که شرکت راه گریزی برای کاهش هزینه تولید، و در نتیجه راهی برای افزایش حاشیه سود، بجوید.

کشورهای توسعه نیافته جهان، و حتی کشورهای توسعه یافته اروپائی برای ایالات متحد، ذخیره غنی کارگر ارزانی بود که این شرکت‌ها می‌توانستند از آن بهره‌برند. این شرکت‌ها بایه کارگرفتن این نیروی کار ارزان، کالاهائی را که قبلاً تنها در بازار داخلی خود تولید می‌کردند، می‌توانستند در این کشورها تولید کنند و به بازار محلی، به بازار داخلی خود و به بازارهای ثالث عرضه نمایند، و به علت ارزان‌تر بودن هزینه مزد به حاشیه سود خود بیفزایند.

در سال‌های پس از جنگ جهانی دوم، ابتدا شرکت‌های امریکائی، و سپس شرکت‌های اروپائی راهی این بازارها شدند. از سال‌های دهه ۱۹۵۰ به بعد، امریکای لاتین (بخصوص مکزیک، به علت نزدیکی آن به ایالات متحد) و آسیای جنوب شرقی به صورت مراکز مونتاز محصولات شرکت‌های امریکائی درآمدند.

ارقام مربوط به درصدیکاری در کشورهائی که این کارخانه‌های مونتاز در آنها برپا شده‌اند (جدول ۲)، همراه با مقایسه نرخ مزد برای انجام وظائف یکسان، در این کشورها و در ایالات متحد (جدول ۳)، در سال‌های اخیر، تأییدی است بر اینکه هنوز هم ذخیره کارگر ارزان انگیزه مهمی در انتقال سرمایه به این کشورها است.

بعلاوه، انگیزه دیگری که در این زمینه برای انتقال سرمایه شرکت‌های امریکائی و اروپائی به کشورهای توسعه نیافته وجود داشته است، ناتوانی یا حتی عدم وجود اتحادیه‌های کارگری در این کشورها بوده است. بدین ترتیب، این شرکت‌ها که در کشور خود با قدرت عظیم اتحادیه‌های کارگری مقابل هستند، و هر چند یکبار با تقاضاهای سنگین این اتحادیه برای بالا بردن نرخ مزد و سزایای کار مواجه می‌شوند، و حتی در مواردی به علت اعتصابات کارگری مجبور می‌شوند

۱. در دو دهه اول قرن بیستم، علی‌رغم افزایش چشمگیری که در فعالیت‌های صنعتی و

باروری کار در ایالات متحد روی داد، مزدهای واقعی افزایشی چندانی نیافتند [۴، صفحه ۱۹۲].

## (جدول ۲)

درصد بیکاری در منتخبی از کشورهای امریکای لاتین و آسیا در ۱۹۷۰

کشور	درصد بیکاری
آرژانتین	۱۹
پاکستان	۲۰
پاناما	۲۸
پورتوریکو	۲۸
شیلی	۱۳
فیلیپین	*۲۷
کره جنوبی	۱۷
کلمبیا	۲۰
ونزوئلا	۲۵

ساخت: سالنامه آمار کار سازمان بین المللی کار، به نقل از [۳، صفحه ۱۲۸].  
\* برای سال ۱۹۶۹.

## (جدول ۳)

تفاوت میانگین نرخ مزد برای انجام کارهای یکسان در برخی از صنایع میان منتخبی از کشورهای توسعه نیافته و ایالات متحد (مزدها به دلار امریکائی)

نوع صنعت	کشور	مزد در کشورهای توسعه نیافته	مزد در ایالات متحد
محصولات مصرفی الکترونیکی:	هنگ کنگ	۰/۲۷	۳/۱۳
	مکزیک	۰/۵۳	۲/۳۱
	تایوان	۰/۱۴	۲/۵۶
قطعات ماشین آلات اداری:	هنگ کنگ	۰/۳۰	۲/۹۲
	تایوان	۰/۳۸	۳/۶۷
	مکزیک	۰/۴۸	۲/۹۷
نیمه هادی ها:	کره	۰/۳۳	۳/۳۲
	سنگاپور	۰/۲۹	۳/۳۶
	جامائیکا	۰/۳۰	۲/۲۳

ساخت: [۳، صفحه ۱۲۷].

تولید را برای مدتی کاملاً متوقف سازند، بازار کار بدون اتحادیه<sup>۱</sup> و با نرخ مزد ارزان کشورهای توسعه نیافته را راهی مناسب برای گریز از فشار مداوم نرخ مزد برحاشیه سود می یابند. این انگیزه دیگری است برای چندملیتی شدن شرکت های امریکائی و اروپائی .

### تلاش برای افزایش باروری و تضاد حاصل از آن

گفتیم که شرکت انحصاری در بازار چند قطبی، مانند بنگاه مارشالی حتی بیشتر از آن به علت آسیب پذیری بیشتر در مقابل پیشروی رقیبان معدود آن، می کوشد تا برای افزودن به حاشیه سود خود هزینه تولید را کاهش دهد. علاوه بر تلاشی که در جهت به دست آوردن مواد ارزان می شود، شرکت می کوشد تا به باروری کار بیفزاید. در این زمینه، راه مبارزه شرکت با رقیبان، دست یافتن و به کار گرفتن روش های تولیدی برتر و نوین تر است. این تلاش در بازار چند قطبی، نسبت به بازار رقابت آمیز مارشالی، تلاش بسیار سودآورتری است. زیرا در این شرایط شرکت می تواند برای مدتی نسبتاً طولانی انحصاراً از روش تولیدی جدید استفاده کند و باین ترتیب از اجاره ای (رانت) که به تکنولوژی جدید تعلق می گیرد بهره برد. اگر چه دریافت اجاره برای نوآوری خصوصیتی است که در بازار رقابت آمیز مارشالی نیز وجود داشته است، لیکن عموماً انحصار بر نوآوری در بازار چند قطبی قرن اخیر شدیدتر است. این امر ناشی از تحول و تکامل تکنولوژی کارخانه ای و روش های معمول لازم برای نوآوری در قرن اخیر است. در قرون هیجدهم و نوزدهم، اگرچه در مواردی نوآوری هائی مانند داربست آب چرخ<sup>۲</sup> (اختراع ۱۷۶۸)، جنبه ای کاملاً اختصاصی در فن تولید داشت و بهمین دلیل هم ساختن و به کار گرفتن آن برای مدتی وضعی انحصاری داشت، لیکن اغلب نوآوری ها، مانند به کار گرفتن زغال سنگ در ذوب آهن (در حدود ۱۷۰۹)، یا حتی بیشتر از آن، استفاده از ابزار آهنی، جنبه ای عمومی داشت و بدین علت حفظ وضع انحصاری برای فرد یا بنگاه نوآور بسیار دشوار و حتی در مواردی غیر ممکن بود. لیکن، تکامل تکنولوژی تولید کارخانه ای و ایجاد و توسعه رشته های بسیار تخصصی، مانند تولید مواد شیمیائی پیچیده و ابزارهای مکانیکی و الکترونیکی پیشرفته، به نوآوری در فن تولید جنبه ای کاملاً اختصاصی داد. در نتیجه حفظ انحصار بر نوآوری بسیار آسان تر شد.

اختصاصی شدن فنون تولید، از جهتی دیگر نیز به انحصار در نوآوری و استفاده از آن شدت بخشید. در بسیاری از زمینه ها نوآوری تنها با پژوهش های منظم، طولانی و پرهزینه در رشته های

۱. مورد جالب در این زمینه، تبلیغاتی است که اخیراً سنگاپور برای جلب سرمایه خارجی به آن دست زده است و در آن بر عدم وجود اتحادیه های کارگری تأکید کرده و پنج سال مصونیت از هرگونه اعتصاب را برای شرکت های چندملیتی تضمین می کند [۳، صفحه ۳۸].

کاملاً اختصاصی و توسط پژوهشگران بسیار زنده در آزمایشگاه‌های بسیار مجهز اسکان پذیراست. (مثال: شرکت آی. بی. ام ه میلیارد دلار صرف ابداع نسل سوم کامپیوترهای خود کرد). بدین ترتیب، نوآوری وضعی کاملاً انحصاری یافته‌است و بنابراین اجاره برگشتی به آن نیز هنگامت تر و پایدارتر شده‌است. از این روست که شرکت‌های انحصاری در بازار چندقطبی سخت‌می‌کوشند تا با نوآوری به باروری کار بیفزایند و در رقابت با حریفان سود بیشتری به دست آورند، تا بتوانند با آن سود به امکانات خود برای پیشرفت بیفزایند، تا باز هم سود بیشتری به دست آورند و...

این خطه‌شی شرکت را وامی دارد تا پیوسته و هرچه بیشتر از تکنولوژی جدید ( ابزار تولید و ماشین‌های تکامل یافته) استفاده کند. (نمایشی نه چندان افراطی از این وضع: ماشین تغذیه خود کار «چاپلین» در «عصر جدید» است). در اینجا است که تضادی در زمینه اقتصاد کلان روی می‌نماید. تلاش هرچه بیشتر برای افزایش باروری با به کارگرفتن هرچه بیشتر تکنولوژی جدید، در اصطلاحات فنی اقتصادی به معنای افزایش نسبت افزایش در ارزش سرمایه‌گذاری فیزیکی « $\Delta K$ » به افزایش در پرداختی‌سزدها « $\Delta W$ » است، (یعنی افزایش  $\frac{\Delta K}{\Delta W}$ ). افزایش در این نسبت موجب کاهش در نسبت افزایش در تقاضا برای کالاهای مصرفی « $\Delta C$ » به افزایش در ظرفیت تولید « $\Delta Y$ » خواهد شد، (یعنی کاهش  $\frac{\Delta C}{\Delta Y}$ ). زیرا که پرداختی‌سزدها عامل اصلی تعیین‌کننده مقدار و رشد تقاضا برای کالاهای مصرفی است. (اگر به خواهیم دقیق‌تر به مسئله به پردازیم باید توجه داشته باشیم که تقاضائی که از درآمدهای حاصل از سود در بازار ظاهر می‌شود، اگر چه ممکن است مقدار مطلق آن قابل توجه باشد، لیکن از آنجا که دریافت‌کنندگان سود گروه پر درآمدتر جامعه را تشکیل می‌دهند پیوسته نسبت کمتری از درآمد رو به افزایش خود را صرف افزایش مصرف می‌کنند، به کلامی فنی‌تر سیل نهائی به مصرف برای درآمدهای حاصل از سود، بسیار کمتر است از سیل نهائی به مصرف از مزد که نزدیک به یک است).

این پویش متضاد به صورت ظرفیت اضافی در کارخانه‌ها در اقتصاد مبتنی بر بازار روی می‌کند و از یک سو، باعث نوسانات متوالی در فعالیت تولیدی می‌شود، و از سوی دیگر، تلاش برای بقا را برای شرکت دشوارتر می‌کند. در اینجا شرکت، در واقع، بدرستی در میان دو لبه تیز قیچی مارشالی قرار گرفته‌است. از یک طرف نمی‌تواند دست به رقابت بر سر قیمت‌ها بزند، و به این ترتیب ظرفیت اضافی خود را کاهش دهد. یا به عبارتی دیگر سود بالقوه‌ای را که انتظار دارد به دست آورد - زیرا از تلفاتی

۱. اقتصاد کینزی نسخه‌ای است برای سداوای این مسأله، که اگر چه بررسی آن

شایسته توجهی بسیار است، اما، از حوصله این مقاله خارج است.

شدید رقیبان درهراس است و خود را مجبور می بیند که شبه تعادل بازار چندقطبی را حفظ کند. از سوی دیگر، اگر بکوشد تا با به کارگرفتن بازهم ابزار و ماشین های جدید وضع خود را نسبت به رقیبان بهبود بخشد، ناخودآگاه این مسئله را تشدید کرده است. (هریک از شرکت ها می کوشد تا پیوسته یک قدم از رقیبان پیش تر باشد، که در نتیجه، همگی پیوسته در حال پیش رفتن هستند و ظرفیت اضافی دائماً روبه افزایش است).

### تلاش برای فروش

هم این مساله و هم راه حل آن در دو سطح خرد و کلان مطرح هستند. در سطح کلان، همانطور که اشاره شد مساله وجود نوسانات اقتصادی متناوب است، و راه متداول برای حل آن هم سیاست های اقتصادی کینزی برای افزودن به تقاضای کلی، با نرخ برابر با نرخ افزایش در ظرفیت تولید، بوده است.

در سطح خرد راه فرار از این تنگنا برای هر یک از شرکت ها در این است که بکوشد تا تقاضای بازار برای محصول - یا محصولات - خود را افزایش دهد و در واقع پیوسته سعی کند تا تقاضائی جدید برای محصول - یا محصولات - خود «خلق» کند. برتری این راه حل در این است که در حالی که شرکت از جنگ با رقیبان بر سر قیمت احتراز می جوید، می تواند بکوشد تا به سهم خویش در بازار بیفزاید و بدین ترتیب، از ظرفیت اضافی خود کاسته و به سود خود اضافه کند. این تلاش شرکت در عرضه کالاهای جدید، متنوع و متعدد به بازار تجلی می یابد. تازگی و تنوع کالا ممکن است کاسه لاجنبه صوری داشته باشد، لیکن تلاش تبلیغاتی وسیع این شرکت ها (که در ضمن تأمین کننده ساده حیاتی برای وسائل ارتباط جمعی است) به این تفاوت های ظاهری در ذهن مصرف کننده واقعیت می بخشد.

شرکت های اتوبیل سازی ایالات متحد که هر سال اتوبیل های گوناگون و ظاهراً تازه ای را به بازار عرضه می کنند، در حالی که قیمت نسبی برای محصولات مشابه یکسان است، یکی از نمونه های بارز و نخستین پیروی از این خط مشی در ساخت صنعتی این کشور است.

در واقع، پیدایش تنوع کالائی در یک گروه کالای معین پدیده ای است که در این مرحله از تکامل شرکت های تولیدی از اقتصادهای مبتنی بر بازار به وقوع می پیوندد. هر یک از شرکت ها کوشش می کنند که کالای متنوعی را به بازار عرضه کنند و در ذهن مصرف کننده آن را نسبت به کالاهای مشابه متمایز جلوه گسازند، و بدین ترتیب سهم بیشتری از بازار را به دست آورند. لیکن، شرکت، در بازاری انحصاری و سواچه با تقاضائی که به سرعت ظرفیت تولید افزایش نمی یافت، خود را مجبور می دید که پیوسته کالاهای جدیدتر به بازار عرضه کند. اما، تقاضا برای کالاهای جدید بزودی اشباع می شد، و گذشته از آن رقیبان فوراً راه او را تقلید می کردند و کالای مشابهی

را به بازار عرضه می‌کردند. بدین ترتیب تقاضا به سرعت بیشتری اشباع می‌شد. در واقع، برای کالاهای عرضه شده، دور عمری به وجود آمد. ابتدا شرکت نوآور کالائی را عرضه می‌کرد و توسط تبلیغات وسیع تقاضائی برای آن ایجاد می‌کرد، سپس رقیبان راه او را دنبال می‌کردند و بتدریج تقاضا برای آن کالا تحلیل می‌رفت.

در نتیجه، شرکت برای از میان بردن ظرفیت اضافی بایستی پیوسته چندین کالای متعدد را، در مراحل مختلف دور عمر برای عرضه به بازار آماده می‌داشت و همواره برای ارائه کالاهای جدید می‌کوشید. بدین ترتیب بود که شرکت چند شاخه‌ای پدیدار شد، شرکتی که هم اتومبیل می‌ساخت هم اطوری برقی و هم ماهواره فضائی و هم... این ساخت جدید شرکتی به توانائی شرکت در مقابله با مسأله ظرفیت اضافی و شرایط انحصار چند قطبی افزود و در ضمن به آن انعطاف پذیری قابل ملاحظه‌ای داد. لیکن شرط لازم برای وجود شرکت چند شاخه‌ای ساخت مدیریت متمرکز و تقسیم کار عمودی و افقی وسیعی در نظارت بر آن بود. تصمیمات مربوط به برنامه ریزی و توسعه شرکت، با توجه به اهمیت نسبی شاخه‌های مختلف آن برای کل ساخت شرکتی، در شرایط مختلف و برای آینده، در مرکز تصمیم‌گیری که اغلب در مراکز بازرگانی کشور قرار داشت اتخاذ می‌شد. هر یک از شاخه‌ها، در چارچوب کلی تعیین شده توسط مرکز می‌بایستی با تأمین حداکثر کارائی ممکن به کار تولید می‌پرداختند. مدیریت هر یک از شاخه‌ها اطلاع یا نظارتی بر چگونگی فعالیت شاخه‌های دیگر و نیز نقشی در تعیین برنامه توسعه‌ای شاخه مربوط به خود نداشت. در این وضع الزامی برای تجمع این شاخه‌ها در یک منطقه واحد نبود. در واقع، انتخاب موقعیت جغرافیائی برای هر شاخه، در بازاری ملی، به نیازهای شاخه بخصوص بستگی داشت. هر یک از شاخه‌ها، بدون ارتباط مستقیم با شاخه‌های دیگر، با ارتباط مستقیم و نزدیک با مرکز به فعالیت خود ادامه می‌داد.

تحول دیگری که در این میان رخ داد ادغام عمودی شرکت‌ها برای دربرگرفتن مراحل بالا دست و پائین دست تولید بود. بدین ترتیب، شرکت می‌توانست با داشتن خود کفائی بیشتر، و بدون وابستگی به شرکت‌های تولیدکننده مواد اولیه و نیم‌ساخته در بازار انحصاری چند جانبه چند قطبی، به موقعیت خود در بازار چند قطبی تحکیم بخشد. شرکتی که به ساخت مدیریت متمرکز و پیچیده‌ای دست یافته بود می‌توانست با ادغام عمودی وسیع‌تری به کارائی خود بیفزاید.

شرکت که در بازار چند قطبی نمی‌توانست فروش خود را با کاهش قیمت افزایش دهد، و در عین حال ظرفیت اضافی و عدم وجود مجراهای برای سرمایه‌گذاری مجدد - به علت اشباع نسبی تقاضا در بازار - مانعی اساسی‌تر برای گسترش آن شده بود، روی به بازارهای خارجی آورد. در این مرحله شرکت تکامل یافته هم نیاز به چند ملیتی شدن را احساس می‌کرد، و هم شرط لازم برای گسترش جهانی را در خود داشت. سازمان مدیریت متمرکز و کارائی، توانائی ایجاد هماهنگی در



شبکه‌ای جهانی را برای شرکت چندملیتی فراهم می‌ساخت. شرکتی که می‌توانست بر مراکز تولیدی متعددی در سرزمین گسترده‌ای مانند ایالات متحده، از اداره مرکزی که در نیویورک یا دترویت قرار داشت، نظارت کند، دشواری چندانی در نظارت بر واحدهای تولیدی در امریکای لاتین، آسیا و آفریقا نمی‌یافت.

گسترش شبکه ارتباطی جهانی و بهبودی شگفت‌انگیزی که در دودهمه اخیر در کیفیت آن حاصل شده است، در حالیکه خود متأثر از نیاز شرکت به امکان نقل و انتقال سریع اطلاعات و فرمان‌ها است، شرط لازم برای گسترش بین‌المللی شرکت نیز بود. شبکه جهانگیر تلفن، ایجاد ارتباط آنی میان مرکز و شرکت‌های فرعی آن را در سراسر جهان فراهم می‌سازد. پیشرفت‌های فنی در صنایع الکترونیکی امکانات وسیع و متنوعی را در اختیار شرکت چندملیتی می‌گذارد. (نمونه‌ای از این پیشرفت‌ها نوآوری نسبتاً جدیدی است برای تبدیل تصویر به صوت و انتقال آن توسط شبکه تلفنی). لیکن، شاید مهمترین ابزاری که به خدمت مدیریت شرکت درآمده، و بر امکانات ارزیابی شرایط و تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی بطور شگفت‌آوری افزوده است، کامپیوتر باشد. با استفاده از شبکه ارتباط آنی الکترونیکی و ظرفیت عظیم کامپیوتر برای نگهداری داده‌های مورد نظر و سرعت بسیار زیاد آن برای آمادسازی داده‌ها برای تصمیم‌گیری، شرکت می‌تواند وضع هر یک از واحدهای خود را در هر نقطه از جهان، با وضع کلی و مورد نظر شبکه جهانی در هر لحظه بسنجد و در مورد هر مسأله جزئی و دقیقی مانند میزان تولید، خرید، فروش، جریان نقدینگی، وضع اعتباری، موجودی انبار، قیمت‌ها، ... تصمیم‌فوری بگیرد.

بدین ترتیب، شرکت چندملیتی، با ساخت متمرکز و توانائی ایجاد هماهنگی، که در نتیجه تحول ساخت شرکتی در اقتصاد ملی به وجود آمده است، به منظور رقابت با شرکت‌های بزرگ انحصاری ملی و بین‌المللی، ابتدا برای بدست آوردن مواد اولیه و در اختیار گرفتن منابع مواد اولیه و کسب اطمینان نسبت به فراهم بودن این مواد، برای شرکت‌هایی که وابستگی شدیدی به این مواد داشتند، با سرمایه‌گذاری‌های هنگفت در کار استخراج معادن و بخصوص نفت در کشورهای مختلف جهان مستقر شدند. در مرحله بعدی شرکت‌های تولیدکننده کالاهای صنعتی که با مسأله ظرفیت اضافی و انحصار چندقطبی در بازار ملی و جهانی روبرو بودند، برای بدست آوردن بازار و کارگر ارزان، آغاز به پیمودن این راه کردند.

عامل دیگری که پویش بین‌المللی شدن سرمایه امریکائی را تسریع کرد، قدرت‌یابی سرمایه‌های اروپائی و ژاپنی در دودهمه بعد از جنگ جهانی دوم بود. شرکت‌های امریکائی، بخصوص از آغاز دهه ۱۹۶۰، خود را با رقیبان قدرتمند و تازه نفسی در بازار جهانی مقابل یافتند.

ایجاد بازار مشترک، براساس قرار داد ۱۹۵۷م، که واکنشی به نیاز روزافزون سرمایه های روبه گسترش سلی اروپائی برای راه یافتن به بازار وسیع تری بود، رقابت از راه صادرات را در بازار اروپائی برای شرکت های امریکائی بسیار دشوار ساخت. این انگیزه دیگری بود که شرکت های ملیسی امریکائی را برآن داشت تا واحدهای تولیدی در داخل بازار مشترک اروپا به وجود آورند، و بدین سان چند ملیتی و یا چند ملیتی تر شوند [رجوع کنید به ۹].

بطور خلاصه، از اوائل قرن بیستم و بخصوص از آغاز دهه ۱۹۵۰ صدور کالا و سرمایه مالی از کشورهای توسعه یافته ای که اقتصاد مبتنی بر بازار دارند، جای خود را به سرمایه گذاری مستقیم، در قالب شرکت های چند ملیتی دادند، تا بحدی که با فرارسیدن دهه ۱۹۷۰، تولید بین المللی این شرکت ها به حدود ۴۰۰ میلیارد دلار، یا ۱۵ درصد از کل تولید ناخالص جهان\* و سرمایه گذاری مستقیم شرکت هائی که موطن خود را در اقتصاد های مبتنی بر بازار توسعه یافته دارند در ۱۹۷۱، ۱۶۵ میلیارد دلار رسیده بود [جدول ۵]. این شرکت ها دارائی نقدی ای در حدود ۱۶۰ تا ۲۷۰ میلیارد دلار در اختیار دارند که برابر با ۱/۵ تا ۲ برابر مجموع ذخائر نقدی ای است که در اختیار حکومت کشورهای مختلف جهان است [۳، صفحه ۸۶]. این شرکت ها بانرخ بسیار سریع، بخصوص از آغاز دهه ۱۹۶۰، گسترش یافته اند\*\*، به ترتیبی که اگر این روند ادامه یابد

\* بنایه گزارش جادپولک (Judd Polk) رئیس شورای اطاق بازرگانی بین المللی ایالات متحد، به سوکمسیون سیاست اقتصادی خارجی این کشور [۱۱، صفحه ۷۷۶]، تولید بین المللی شرکت های چند ملیتی، در مقایسه با تولید ناخالص ملی مناطق مختلف جهان، برای ۱۹۷۰، با تخمینی ابتدائی به قرار زیر بوده است:

تولید ناخالص ملی ایالات متحد	۱۰۰۰
دیگر کشورهائی که اقتصاد	» » ۱۰۰۰
مبتنی بر بازار دارند	
شوروی، اروپای شرقی، چین	» » ۶۵۰
کشورهای توسعه نیافته	» » ۳۵۰

تولید ناخالص ملی جهان  
سهم شرکت های چند ملیتی در آن

برای بحث مختصری درباره روشهای مختلف محاسبه تولید بین المللی شرکت های چند ملیتی رجوع کنید به [۱۰، صفحه ۱۴، پانوشته ۱۶].

\*\* نرخ رشد سرمایه گذاری این شرکت ها در دوره ۱۹۶۷-۱۹۶۲ سالیانه ۱۰/۱ درصد بوده است، در حالیکه حدوداً در همین دوره رشد واقعی سالیانه تولید ناخالص ملی کشورهای توسعه نیافته ۴/۵ درصد، کشورهای توسعه یافته ۵/۱ درصد و کشورهای سوسیالیستی ۶/۸ درصد بوده است [۱۲، صفحه ۵].

تاسان . . . ۲، به قول جاد پولک، شرکت های چندملیتی بر ۴ تریلیون (۴ هزار میلیارد) دلار دارایی های سولد؛ برابر با ۴۰ درصد از تمام ثروت هائی که در جهان به کار تولید می آیند، مالکیت خواهند داشت. بدیهی است آهنگ این تغییر در آینده، معادل آنچه در گذشته بوده است، نخواهد بود. همان گونه که موانعی بر سر راه شرکت ملی به وجود آمد و آن را ناگزیر ساخت تاجت گسترش و نتیجه شکل خود را تغییر دهد و به صورت شرکت چند ملیتی درآید، موانعی نیز بر سر راه شرکت چندملیتی وجود دارد. تحرک و گسترش خصوصیت جدائی ناپذیر تولید مبتنی بر بازار است و همین تحرک و تلاش برای گسترش که زائیده ماهیت سرمایه است، به وجود آورنده موانعی تازه بر سر راه همان گسترش و تحرک است. هر بار که موانعی تازه در این راه پدید می آید، راهی تازه دنبال می شود و مرحله تازه در این پویش تکاملی سازمان تولیدی شرکت چندملیتی است. سازمان تولیدی که، بی شک، بر روابط اقتصادی جهان تأثیرگذار است و برخوردها و تضادهای تازه ای را پدید می آورد، تأثیراتی که بر پویش توسعه و تکامل اقتصادهای توسعه یافته و توسعه نیافته دارد، برخوردهائی که میان سرمایه های ملیت های مختلف پدید می آورد، و تضادهائی که با نظام حکومت جهانی که بر اساس دولت ملی استوار است، دارد، مسائلی است که در قسمت دوم این مقاله به بررسی آن خواهیم پرداخت.

## فهرست مأخذ

1. Aliber, Robert Z., «A Theory of Direct Foreign Investment,» in C. P. Kindleberger, ed., *The International Corporation; A Symposium* Cambridge Mass.: MIT Press, 1970, pp. 17-34.
2. Baran, P. and Sweezy, P., *Monopoly Capital: An Essay on the American Economic and Social Order* New York: Modern Reader 1966.
3. Barnet, Richard J. and Muller, Ronald E., *Global Reach: The Power of the Multinational Corporations* London: Jonathan Cape Ltd., 1975.
4. Galbraith, J. K., *The Great Crash, 1929* New York: Noughton, 1955.
5. Gilpin, Robert *U.S. Power and the Multinational Corporation; The Political Economy of Direct Foreign Investment* New York: Basic Books, 1975.
6. Hunt, E. K., *Property and Prophets: The Evolution of Economic Institutions and Ideologies*, 2nd Edition, New York: Harper and Row, 1975.
7. Hymer, Stephen, «The Internationalization of Capital,» *Journal of Economic Issues*, Vol. 6, No. 1, March 1972, pp. 91-123.
8. Hymer, Stephen, «The Multinational Corporation and The Law of Uneven Development, in J. N. Bhagwati, ed., *Economics and World Order: From the 1970's to the 1990's* New York: Macmillan, 1972.
9. Hymer, Stephen and Rowthorn, Robert, *Multinational Corporations and International Oligopoly: The Non-American Challenge*, in C. P. Kindleberger, ed., *The International Corporation: A Symposium* pp. 57-91.
10. Kindleberger, C. P., *American Business Abroad: Six Lectures on Direct Investment* New Haven: Yale University Press, 1969.
11. Subcommittee on Foreign Economic Policy, United States Senate, *Hearing, A Foreign Economic Policy for the 1970's* Washington: GPO, 1970.

12. Subcommittee on Multinational Corporations, United States Senate (Reported by R. S. Newfarmer and W. Muller), *Multinational Corporations in Brazil and Mexico: Structural Sources of Economic and Noneconomic Power* Washington: GPO, August, 1973.
13. Sweezy, P. and Magdoff, H., «Notes on the Multinational Corporation», in *Dynamics of U. S. Capitalism* New York: Modern Reader, 1972.
14. Tugendhat, Christopher, *The Multinationals* Harmondsworth: Penguin Books, 1973.
15. United Nations, Department of Economic and social Affairs, *Multinational Corporations in World Development* New York: United Nations, 1973, No. E. 73. II. A. 11.
16. U. S. Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis, *Survey of Current Business*, August 1973.
17. Vernon, Raymond, *Sovereignty at Bay: The Multinational Spread of U. S. Enterprises* New York: Basic Books, 1971.