

الشركات المتعددة الجنسيات:

تمهيد: تعد الشركات متعددة الجنسيات قوة هائلة في الاقتصاد العالمي المعولم، وتمارس عملها من خلال شبكة معقدة من الهياكل التنظيمية وتنخرط في عمليات الانتاج الدولي وفق نظام العالمي متكامل وضع تحت ادارتها ما يناهز ثلث الانتاج العالمي، كما تعد الشركات متعددة الجنسيات المحرك الرئيسي لظاهرة العولمة التي تمثل المحدد الأساسي لمسار النمو والتنمية في مختلف دول العالم اليوم.

1- تاريخ نشأة وتطور الشركات المتعددة الجنسيات:

تعود ظاهرة التدويل من حيث جذورها الأولى إلى بداية نشأة الرأسمالية التجارية وذلك بظهور الشركات الاستعمارية، حيث كانت المبادرة الأولى من هولندا التي أنشأت شركة الهند الغربية وبريطانيا شركة الهند الشرقية في عام 1660، وفرنسا شركتي الهند الشرقية والهند الغربية في عام 1664، وتطورت هذه الظاهرة في فترة ما بعد الحرب العالمية الأولى حيث توسعت عدة شركات خارج بلادها الأم، مثل شركة سينجر singer الأمريكية للخياطة والتي أقامت اول مصنع لها في بريطانيا عام 1867، كما تحولت شركة متعددة الجنسيات في هذه الفترة التي تشكل تجمع (كارتل و تروست) منذ 1880 لتصبح الدعامة الأساسية لاقتصاديات البلدان الرأسمالية، أما في الفترة ما بين الحربين العالميتين فكان الشكل المميز للشركات الدولية هو الكارتل، وكان أول كارتل للصلب في عام 1926 وأول كارتل للنפט عام 1928.

وفي الفترة ما بعد الحرب العالمية الثانية، هيمنت الولايات المتحدة الأمريكية على الاستثمارات الدولية، حيث نمت استثماراتها الخارجية في كل من (كندا و أوروبا) لإعادة بنائها اقتصاديا، بينما في الستينات والسبعينات فقد عرفت الشركات متعددة الجنسيات انطلاقة ديناميكية بظهور شركات أوروبية ويابانية عملت على تنويع نشاطها (الانتاج والتسويق والتجميع) في مختلف مناطق العالم، وفي هذه الفترة تنامي نشاط هذه الشركات في مجال التمويل بظهور بنوك متعددة الجنسية، إلا أنه لوحظ تدهور في توسع الشركات الأوروبية والأمريكية في البلدان النامية نتيجة لانتشار ظاهرة التأمين بعد حصوله أغلبها على الاستقلال.

وفي عهد الثمانينات من القرن الماضي تغيرت مواقف البلدان النامية اتجاه الاستثمار الأجنبي خاصة بعد انفجار الأزمة المديونية، وهذا ما أدى إلى تعاملها مع الشركات متعددة الجنسيات أملا في الحصول على الخبرة والتكنولوجيا ولذلك تعاضمت ظاهرة التدويل، ومنذ التسعينات إلى غاية العشرية الأولى للقرن الحالي اتسع مجال النشاط للشركات التي أصبحت وكأنها تعمل في قرية صغيرة في إطار

العولمة، كما برزت عدة شركات كبيرة تابعة لبلدان كالصين والهند والبرازيل والتي صنفت ضمن أكبر الشركات العالمية.

2- تعريف الشركات متعددة الجنسيات:

يرجع ظهور مصطلح الشركات متعددة الجنسيات إلى الاقتصادي ليلينثال ديفيد D.E Lilentel في عام 1960 عندما قدم بحثه في معهد كانرجي للتكنولوجيا تحت عنوان شركة المساهمة المتعددة الجنسيات وفي ما بعد روبر فرنوا Rober Vernois عام 1973، وفي الواقع لا يوجد تعريف موحد ل ش.م.ج إنما تتعدد تعريفها بقدر عدد الباحثين المهتمين بدراستها (مسيري الشركات، نفاييون، المنظمات الدولية، الجامعيون)، ويمكن استعراض مجموع من التعاريف كما يلي:

أ- يعرف مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية UNCTAD الشركات متعددة الجنسيات بأنه كيان اقتصادي يزاول التجارة و الإنتاج عبر القارات وله في دولتين أو أكثر شركات وليدة أو فروع تتحكم فيها الشركة الأم بصورة فعالة، وتخطط لكل قراراتها تخطيطاً شاملاً.

ب- هي تلك الشركة التي تمتد فروعها إلى عدة دول وتحقق نسبة هامة من إنتاجها الكبير السلعي والخدمي خارج دولتها الأصلية، وذلك من خلال إستراتيجية عالمية وحدة، وتتميز باستخدامها لأحد المتغيرات التكنولوجية، وتدار بصورة مركزية في موطنها الأصلي.

وعليه فالشركة المتعددة الجنسيات هي كل شركة لها مركز رئيس في بلد وتمارس نشاطها في بلد أو بلدان أخرى بواسطة فروع تنخرط في الاستثمار في أصول إنتاجية أو مبيعات أو تشغيل الفروع.

3- خصائص الشركات متعددة الجنسيات:

إن تمتع الشركات متعددة الجنسيات بعدة خصائص يساعدها في رسم استراتيجياتها على الصعيد العالمي ونذكر منها:

1- وحدة مركز القرار: تمارس الشركات متعددة الجنسيات سيطرة مركزية على فروعها المنتشرة عبر العالم، حيث تعمل جميع فروعها تحت نظام انضباطي دقيق وتخضع لمركز موحد لاتخاذ القرار، وباعتماد هذه الشركات على شبكة اتصالات واسعة فإنها تتمكن من معرفة وضعية فروعها في أي وقت.

2- الانتشار الجغرافي: تتميز الشركات متعددة الجنسيات بانتشار فروعها الانتاجية والتسويقية على عدد كبير من البلدان مما يتيح لها امكانيات ضخمة في التعامل مع زيادة نشاطها مما يزيد العائد.

3- المزايا الاحتكارية: إن اكتساب الصفة الاحتكارية للشركات متعددة الجنسيات يرجع إلى هيكل السوق الذي تعمل فيه، بحيث يأخذ شكل احتكار القلة مما يجعله خاضعا لسيطرة عدد قليل من المشروعات الكبيرة ومن أهم العوامل التي أضفت على الشركات متعددة الجنسيات صبغة احتكارية ما يلي:

- المزايا التمويلية: توافر موارد كبيرة لدى الشركات متعددة الجنسيات وتمكنها من الاقتراض بأفضل الشروط من الأسواق العالمية.
- المزايا الإدارية والتنظيمية: وجود هيكل تنظيمي على أعلى مستوى من الكفاءة، يسمح بتدفق المعلومات وسرعة الاتصالات ويؤدي إلى اتخاذ القرار السليم.
- المزايا التقنية والتكنولوجية: تحرص هذه الشركات على التجديد والابتكار وتحسين الانتاجية وتطويرها وزيادتها من خلال المخصصات المالية الضخمة للبحوث والتطوير.
- المزايا التسويقية: تهتم الشركات متعددة الجنسيات بأبحاث السوق بالتركيز على أساليب الترويج والدعاية والإعلان لمنتجاتها لضمان طلب متزايد ومستمر عليها.

4- كبر الحجم وضخامة الإنتاج: تتفوق الشركات متعددة الجنسيات مقارنة بالشركات المحلية من حيث حجم رأسمالها واستثماراتها، عدد العاملين فيها، حجم المنظومة الإدارية أو التسويقية والكفاءة البشرية، تنوع انتاجها وضخامة أرقام مبيعاتها وإيراداتها المحققة [شركة جنرال موتورز " مبيعاتها تفوق 35 مليار \$ وهذا المبلغ أكبر من صافي الانتاج القومي لأغلبية الدول الأعضاء في الامم المتحدة].

4- دوافع نشوء الشركات المتعددة الجنسيات:

أ- اختلاف بلدان العالم: من حيث اكتسابها للموارد الطبيعية ومصادر الطاقة، إذ تنوي الشركات غزو أسواق عديدة حتى تضمن التزود بالمواد الأولية، كما تسعى للبحث والاستغلال مصادر الطاقة.

ب- التفاوت في تكاليف الإنتاج: للاستفادة من فوارق تكاليف النقل وتكلفة العمل (حيث تتجه إلى البلدان ذات معدل استغلال أكبر لقوة العمل وأجور منخفضة).

ج- عقلنة التكاليف وزيادة العوائد: إن الحفاظ على المكانة التنافسية للشركات متعددة الجنسيات يتطلب الحفاظ على عدم ارتفاع نفقات الانتاج مع تحقيق اقتصاديات الحجم، فكلما زاد الإنتاج تنخفض التكاليف، وهذا ما يمكنها من زيادة رقم أعمالها.

د- بنية الأسواق العالمية: حيث تقوم الشركات متعددة الجنسيات بتوزيع الإنتاج في مختلف مناطق العالم بفرض التوسع وتحقيق العوائد، لذلك تغزو الأسواق الخارجية بغرض حماية أسواق التصدير، وعندما يصبح منتجها نمطيا يتحول نشاطها إلى اقتصاديات كثيفة العمل ومنخفضة الأجور، وعليه تقوم بفتح فروع جديدة تختص بالتصدير إلى الأسواق العالمية بسبب انخفاض التكاليف، وهذا ما يضيف عليها طابع عالمية الطلب على منتجاتها.

ه- توزيع أو تقليل المخاطر: لأن الشركات متعددة الجنسيات تواجه عدة مخاطر نذكر منها:

- خطر المنافسة: فبظهور منافسة قوية حيث البلد الأم تلجأ الشركات الى البحث عن أسواق خارجية باستخدام أساليبها الهجومية أو الدفاعية لحماية حصتها في تلك الأسواق.
- خطر التقلبات الموسمية: كانهيار العملة وظهور البطالة..... الخ

استراتيجيات الشركات متعددة الجنسيات:

ونعني بها الأساليب التي تستخدمها الشركات متعددة الجنسيات من أجل تحقيقها أهدافها العامة على المدى الطويل والمتمثلة أساسا في تحقيق أقصى الأرباح وتحسين موقعها في الأسواق مع تنمية رقم أعمالها، وتلمي التطورات والمتغيرات الداخلية والخارجية ضرورة تغيير استراتيجية الشركة، وعليه يمكن نضيف أنواع الاستراتيجيات على النحو التالي:

1- استراتيجية التكامل الأفقي: وتركز فيه الشركة على نشاط تجاري واحد أو المنافسة في صناعة واحدة.

2- استراتيجية التكامل الرأس: وتتم من خلال توسيع نطاق عمل الشركة لتشمل قنوات التزويد وقنوات التوزيع، وعادة ما ينتج كل عضو في الهيكل (منتج+خدمة) مختلفة وتجمع معا لاشباع حاجة مشتركة، ويتفرع هذا النوع من الاستراتيجية إلى نوعين هما:

أ. التكامل الرأس الخلفي: تقوم الشركة الأم بتكوين شركات تابعة تنتج بعض المدخلات المستخدمة من إنتاج منتجاتها، والهدف هو ضمان استقرار توريد المدخلات واتساق واستمرار جودة المنتج النهائي (صناعة السيارات: الإطارات، الزجاج، الصفائح المعدنية)

ب. التكامل الرأس الأمامي: تقوم الشركة الأم بتكوين شركات تابعة لتسويق وتوزيع منتجاتها لعملائها بنفسها.

ويمكن للشركة المتعددة الجنسية أن تعتمد على التكامل الرأس الخلفي والتكامل الرأس الأمامي في نفس الوقت وهي حالة الشركات المتخصصة في الطيران - التكامل الخلفي في تمويل الوجبات الغذائية، التكامل الأمامي فيتمثل في انشاء وكالات السفر.

3- استراتيجية التنوع: التحرك نحو العمل في نشاطات تجارية أخرى إضافية ليست ذات علاقة بمجال النشاط الاصيلي للشركة.

4- استراتيجية التحالفات الاستراتيجية: وتتمثل في بناء شركة أو شركتين أو أكثر والتي تساهم من خلال مهاراتها وخبراتها التخصصية في إيجاد مشروع تعاوني مشترك ناجح، ويقوم لفترة زمنية محددة، كما لا تتضمن تبادل للأسهم.

5- استراتيجية الاندماج والاستحواذ: ويعني الإندماج اتفاق شركتين أو أكثر على تكوين شركة جديدة، أما الاستحواذ فيعني شراء شركة لأخرى تدار بأسلوب جديد أو تذوب في الشركة المشتريّة، ويتم ذلك بغرض التوسع في الإنتاج والتسويق (تكامل أفقي)، أو بفرض جمع أكثر من عمليتين متتاليتين في الإنتاج والتسويق (تكامل رأسي)، كما يحقق الدمج المزايا التالية:

- توسيع نطاق التغطية الجغرافية.
- قدر هائل من الموارد لاستثمارها في مجال البحث والتطوير.
- توسيع النشاطات وفرص خفض التكاليف،
- سد الثغرات في الموارد والتقنية، واكتساب مهارات تقنية أقوى