

الفصل الأول: الشركات المتعددة الجنسيات الماهية النشأة والتطور و النظريات المفسرة

تمهيد:

أصبحت الشركات المتعددة الجنسيات القوة المحركة للاقتصاد العالمي حيث شكلت هذه الشركات منذ ظهورها الفعلي في أواخر القرن التاسع عشر منعرجا هاما أدى إلى تحول كبير في النشاط الاقتصادي العالمي الذي كان سائد إبان تلك الحقبة من الزمن ، أما اليوم فهي تشكل القوة المؤثرة في صنع الأحداث والتحويلات الإقتصادية والاجتماعية والسياسية في العالم وبالتالي أضحت تلك الشركات القوة المتحكمة والمسيطرة على أهم النشاطات الاقتصادية في مختلف أرجاء العالم وهذه الصفة تعتبر من أبرز سمات هذه الشركات ويرجع السبب في ذلك إلى أن تلك الشركات تعمل وفق نظام اقتصادي مهم وهو تدويل عناصر الإنتاج وخاصة العمل ورأس المال ، كما أن معظم الدراسات أصبحت تعدها القوة الدافعة الرئيسة لظاهرة العولمة والتي تعد المحدد الأساسي لعملية التنمية الاقتصادية في اغلب دول العالم، ولدراسة هذا الموضوع قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى مباحث ثلاثة نستعرضها فيما يلي:

المبحث الأول: ماهية الشركات المتعددة الجنسيات

المبحث الثاني: النشأة و التطور التاريخي

المبحث الثالث: النظريات المفسرة لظهور الشركات المتعددة الجنسيات .

المبحث الأول: ماهية الشركات المتعددة الجنسيات

لم يستطع الكتاب والمفكرين الإستقرار على تعريف موحد للشركات المتعددة الجنسيات، إذ تعددت التعريفات بقدر تعدد الكتاب الاقتصاديين، وهذا ما جعل مفهوم الشركات المتعددة الجنسيات يتطور و يتغير على مر ثلاثة عقود من الزمن لذا وللوقوف على تعريف شامل يجب التطرق إلى أصل المصطلح ومن ثم الخوض في التعاريف.

المطلب الأول: المفهوم العام للشركات المتعددة الجنسيات

لقد تعددت التسميات التي أطلقها المختصون على هذه الكيانات التي برزت على الساحة الدولية في خمسينيات القرن المنصرم، لذا تعد هذه الإصطلاحات أو التسميات التي عنت بوصف هذه الكيانات جديدة نوعا ما، لكي نستطيع الخوض في التعاريف التي عنت بدراسة هذه الظاهرة، ووجب الوقوف أولا على إبراز المفاهيم الاصطلاحية التي إستحدثت بغية وصف هذه الكيانات .

الفرع الأول: المفهوم الاصطلاحي

بعد إلقاء "ليلينثال(1960) Lilienthal" محاضراته الشهيرة بمعهد دايل كار نجح¹ في ستينيات القرن المنقضي برز إلى الوجود مصطلح جديد يعني بوصف الكيانات العملاقة و التي برزت في الاقتصاد العالمي في ذلك الوقت، ألا و هو مصطلح الشركات المتعددة الجنسيات multinational company و التي وصفها بأنها " الشركات التي توجد مقراتها في بلد واحد، ولكنها تعيش وتعمل وتخضع لقوانين الدول الأخرى².

لكن ورغم سيادة هذا المصطلح إلا أن هنالك مصطلحات أخرى تصف هذه الظاهرة الدولية فمنهم من وصفها بعبارات الدول la firme transnational أو شركات فوق الدول la firme supra national أو شركة تتمتع بجنسية أكثر من دولة la firme plurinational ، ورغم وجود كل هذه المصطلحات لم يتم رفع الغموض الذي يحيط بهذه الفكرة لذلك أضحى من الضروري شرح و تحديد معنى للمشروع متعدد الجنسيات.

حيث قام الاقتصاديون في بادئ الأمر بإطلاق هذا المصطلح على المشاريع العملاقة و التي توجهت إلى إستغلال ما يعرف بوافرات الحجم في شكل شركات مساهمة تسعى إلى الإتساع وكسب مساحات كبيرة من الأسواق التي تباع منتجاتها بما، أما لغة القانون فقد أطلقت عليها إسم الشركات المتعددة الجنسيات multinational company لإن ملكيتها تخضع لسيطرة جنسيات متعددة كما يتولى إدارتها أشخاص من جنسيات متعددة وتمارس نشاطها في بلاد أجنبية متعددة، على الرغم من أن إستراتيجياتها

¹ معهد كارنجي للعلاقات الإنسانية، الولايات المتحدة الأمريكية

²Verley, Patrick. *Entreprises et entrepreneurs du XVIIIe siècle au début du XXe siècle*. Editions Hachette(1997). <http://www.yrub.com/histoire/histecoent12.htm>. 20/07/2012. 20 :55.

وسياساتها وخطط عملها تصمم في مركزها الرئيسي الذي يوجد في دولة معينة تسمى الدولة الأم HomeCountry، إلا أن نشاطها يتجاوز الحدود الوطنية والإقليمية لهذه الدولة وتتوسع في نشاطها إلى دول أخرى تسمى الدول المضيفة Host Countries .

وفي مرحلة لاحقة رأيت لجنة العشرين التي شكلتها اللجنة الاقتصادية و الإجتماعية للأمم المتحدة في تقريرها الخاص بنشاط هذا النوع من الشركات أن يتم إستخدام كلمة Transnational بدلاً من كلمة Multinational وكلمة Corporation بدلاً من كلمة Enterprise، واتضح بأن هذه الشركات تعتمد في أنشطتها على سوق متعدد الدول، كما أن إستراتيجياتها وقراراتها تتخذ طابع دولي وعالمي، لهذا فهي تكون شركات متعددة الجنسيات، تتعدى القوميات، ذلك لأنها تتمتع بقدر كبير من حرية تحريك ونقل الموارد ومن ثم عناصر الإنتاج من رأس المال والعمل فضلاً عن المزايا التقنية أي نقل التكنولوجيا بين الدول المختلفة وهي مستقلة في هذا المجال عن القوميات أو فوق القوميات Supra National.¹

كل هذه المصطلحات تمثل في الواقع وجهات نظر تصب في نفس المجرى الذي يقودنا إلى التعبير على نفس الكيان دون أي تغيير في تركيبته، و الذي يعنى بشرح ظاهرة واقعية متمثلة في الإستثمار الدولي، لذا سنحاول إعتداد مصطلح الشركات متعددة الجنسية لأنها تعد أكثر إستعمالاً وأوسع انتشاراً وأكثر واقعية.

بعد أن وضع الإقتصاديون مصطلحاً شبيه موحد عمدوا إلى تعريف هذه الكيانات العملاقة ولكنهم عرفوها بأكثر من تعريف معتمدين على تعدد جوانبها وأبعادها الاقتصادية والقانونية والسياسية والتنظيمية وغيرها، لذ سوف نحاول عرض التعاريف الاقتصادية و القانونية التي عدها الفقهاء أشمل و أوضح التعاريف الموجودة.

الفرع الثاني : المفهوم الاقتصادي للشركات المتعددة الجنسيات

نظراً لتعدد المعايير التي إعتد عليها علماء الاقتصاد في تعريفهم لهذا النمط من الشركات و لهذه الظاهرة الاقتصادية لم يستقر الفكر الاقتصادي على تعريف موحد لها؛ بل تنوعت و تعددت المفاهيم و هذا بتنوع السبل والمذاهب الاقتصادية والتي تطرقت إلى تحليل هذه الظاهرة، حيث تركز هذه التعريفات على ضوابط ومعايير مختلفة ومتعددة أهمها المعيار الجغرافي ومعيار الحجم ومعيار كيفية تنظيمها وإدارتها من جهة أخرى لذا سنحاول سرد هذه التعاريف بحسب المعايير التي إعتدتها الإقتصاديون في محاولاتهم لتفسير و شرح تلك الظاهرة.

أولاً :التعريف بحسب معيار حجم الشركة ومدى الانتشار الجغرافي

يعتمد أصحاب هذا المعيار في التعريفات التي قدموها في ما يخص هذه الشركات علي مدى ضخامتها ومدى انتشارها الإقليمي، حيث يرى أصحاب هذا المعيار أن كل شركة ضخمة وعملاقة و لها نشاط يمتد خارج حدودها الوطنية فهي شركة متعددة

¹د. عبد المطلب عبد الحميد،العولمة الاقتصادية(منظمتها-شركتها-تداعياتها)، الدار الجامعية،الإسكندرية، 2006،ص157 .

الجنسية، لكن إختلافهم يكمن في مدى إمتداد هذا النشاط، لهذا لم يتفقوا على عدد الدول التي يجب أن يمتد إليه نشاط هذه الكيانات، لتتضوي تحت إصطلاح شركة ضخمة أي متعددة الجنسية، فمنهم من يعتبرها كل مشروع يمتد بنشاطه إلى مالا يقل عن خمسة أو ستة دول، ويعرفونها على أنها مشروع واحد له إستثمارات أجنبية مباشرة تشمل عدة إقتصاديات قومية "خمس أو أربعة كحد ادني"¹، كما يراها الإقتصادي الكندي "ماتيو" بأنها الشركات التي تقوم بعمليات كبيرة ومتشعبة جداً في البلدان الأخرى وتمتلك هناك طاقات إنتاجية وتمارس نشاطها في ستة بلدان على الأقل².

و هناك من لا يحدد عدد معين من الدول و بالتالي يعرفونها على النحو التالي "هي كل مشروع يملك أو يسيطر على تسهيلات إنتاجية مصانع منشآت تعدين، مكاتب تسويق و إعلان.... الخ خارج وطنه الأم"³.

بالإضافة إلى المعايير السابقة فهناك من إعتد على حجم المبيعات وعدد العمال و حجم الإستثمار للتعبير على مدى الضخامة، أي أن كل شركة تبلغ مبيعاتها السنوية حد معيناً فهي شركة عملاقة و بالتالي هي متعددة الجنسية في نظر هذا الفريق، حيث يرى "رولف" أنها "الشركة التي يجب أن تصل مبيعاتها الخارجية أو عدد العاملين في الخارج أو حجم الإستثمار في الدول الأجنبية حوالي 25 % من إجمالي المبيعات أو العاملين أو الإستثمار"⁴.

ثانياً: التعريف بحسب المعيار التنظيمي مركزية الإدارة

يرى أصحاب هذا المعيار أن مركزية الإدارة للشركة، و التي يعنى بها إصدار القرارات ووضع السياسات الإقتصادية العامة و كذا الإستراتيجيات فيما يخص كيفية الإستثمار و مكانه ومداه، و التي تصدر عن ما يعرف بالشركة الأم هو حجر الأساس الذي يدل على أنها شركة متعددة الجنسية و بالتالي فهم يعرفونها كالتالي:

"هي كل شركة تدار بصورة مركزية كما لو كانت شركة واحدة تعمل في منطقة جغرافية شاسعة لا تفصل بين أجزائها حدود."⁵

هذا ما يدمعه الدكتور حسام عيسى بتعريفه لها على أنها مجموعة من الشركات الوليدة أو التابعة التي تزاوّل كلمتها نشاطاً إنتاجياً في دول مختلفة، تتمتع كل منها بالجنسية المختلفة، وتخضع لسيطرة شركة واحدة وهي الشركة الأم، وهي التي تقوم بإدارة الشركات الوليدة كلها في إطار إستراتيجية عالمية موحدة⁶.

¹ عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سابق، ص 158.

² إميرنوف، الأطروحات الخاصة بتطور الشركات المتعددة الجنسيات، ترجمة د على محمد تقى عبد الحسين القزويني، ديوان المطبوعات الجامعية - الجزائرية، بدون سنة. ص 35.

³ د. دريد محمد علي، الشركات المتعددة الجنسية آليات التكوين وأساليب النشاط، منشورات الجبلي الحقوقية، بدون تاريخ، بدون مكان، ص 20.

⁴ د. عبد السلام أبو قحف، إدارة الأعمال الدولية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص 132.

⁵ دريد محمد علي، مرجع سابق، ص 21.

⁶ د. حسام الدين عيسى، الشركات المتعددة الجنسيات، مؤسسة العامة للدراسات و النشر المعاصر، بيروت، بدون سنة، ص 16.

كما يرى أ. اربومفرونون¹ أن الشركة متعددة الجنسيات هي شركة أم تسيطر على تجمع كبير من المؤسسات في قوميات عديدة، وهي المؤسسة التي تجمل كل تجمع يبدو كما لو أن له مدخلاً لمصب مشترك من الموارد المالية والبشرية، ويبدو حساساً لعناصر إستراتيجية مشتركة¹.

أي أن أصحاب هذا المعيار يولون أهمية كبيرة لمركزية القرار الذي يجب أن ينبع من الشركة الأم لكي يعتبرون هذه الشركة متعددة الجنسية .

ثالثاً: التعريف بحسب معيار النشاط

يذهب أنصار هذا المعيار إلى إعتبار كل شركة تمارس نشاطاً إنتاجياً أو صناعياً أو تجارياً خارج حدود وطنها الأصلي شركة متعددة الجنسية أما الشركات الخدمية فلا تنضوي تحت هذا المعيار .

حيث يعرفها أ. توجندات بأنها الشركات الصناعية التي تنتج وتبيع منتجاتها في أكثر من دولة واحدة²، أي أن كل شركة تصنع وتنتج في دولة غير الدولة التي تنتمي إليها هي شركة متعددة الجنسية بحسب رأى هذا الفريق.

رابعاً: التعريف بحسب المعيار المختلط

يقتضي هذا المعيار الجمع بين المعايير السالفة الذكر، و هذا بحسب رأى بعض الاقتصاديين الذين لمسوا بعض النقص في التعاريف السابقة، فبعد جمع المعايير السابقة وتنقيحها يمكن أن نستخلص ما يلي :

- إن الشركة المتعددة الجنسية هي كل كيان يمتد نشاطه خارج حدوده الوطنية و لا يؤخذ عدد الدول التي تنشط فيها بعين الإعتبار.

- هي كل شركة تعتمد على مركزية و لا مركزية القرار لأن هناك شركات وليدة تتخذ قراراتها الإستراتيجية بدون الرجوع إلى الشركة الأم وتبقى دوماً شركة متعددة الجنسية .

- هي جميع الشركات التي تزاوّل نشاطاً إقتصادياً خارج حدود دولتها الأم، حيث لا تقتصر على الإنتاج الصناعي فقط بل تتعداه إلى المجال الخدمي .

¹ ا. اربومفرونون، مرجع سابق، ص 36.

² د. أحمد عبد العزيز و آخرون، الشركات المتعددة الجنسيات وأثرها على الدول النامية، مجلة الإدارة والاقتصاد العدد الخامس والثمانون، السنة 2010، السفارة السورية في العراق، ص 118 .

هذا ما يدعمه التعريف العلمي البسيط للشركة المتعددة الجنسيات، الذي يشير إلى أنها تلك الشركة التي تمتد فروعها إلى عدة دول وتحقق نسبة هامة من إنتاجها السلعي والخدمي خارج دولها الأصلية، وذلك من خلال إستراتيجية عالمية موحدة، وتتسم بإستخدامها لأحدث المنجزات التكنولوجية، وتدار بصورة مركزية في موطنها الأصلي.¹

الفرع الثالث: المفهوم القانوني للشركات المتعددة الجنسيات

على الرغم من المحاولات العديدة التي قام بها رجال وفقهاء القانون لإعطاء تعريف محدد ومتفق عليه حول هذا النوع من الشركات إلا أنهم عجزوا عن ذلك لأنها ظاهرة اقتصادية وليست ظاهرة قانونية تتمتع بكيان قانوني خاص .
لقد فضل رجال القانون إستخدام مصطلح (المجموعة متعددة الجنسية للشركات) بدل الشركة المتعددة الجنسية، لأنهم لا يعتبرونها شركة واحدة بل مجموعة من الشركات يتمتع كل هيكل منها باستقلالية قانونية مستقلة على الشركة الأم، بإعتبار مزاوله نشاطاتها في دول مختلفة عن دولتها الأم، وبحكم عملها في هذه الدول فهي بالتالي سوف تلتزم باعتماد قوانين الدول المضيفة عكس ما تقوم الشركة الأم التي تخضع لقانون دولتها، هذا ما جعلهم يعرفونها على النحو التالي: " هي مجموعة من شركات مستقلة من الناحية القانونية ومنتمية إلى العديد من الدول ، وهي تشكل مشروعاً واحداً متكاملًا من الناحية الاقتصادية أو على الأقل متناسقًا وتمارس نشاطًا دوليًا تحت إدارة الشركة الأم"².

كما عرفها البعض على أنها "مجموعة شركات تنتشر فروعها بين الأنظمة القانونية الوطنية المختلفة، وتبدو كتنظيم يتمثل في تدرج بين المركز الرئيسي والعناصر المتفرعة عنه وهي الشركات التابعة"³، منهم من إعتبرها مجموعات الشركات الصناعية والمالية ، التي تتكون من عدة شركات تابعة أو فرعية تسمى الشركات الوليدة ، والتي تخضع بشكل مباشر أو غير مباشر للسيطرة المالية لشركة أخرى منفصلة تسمى الشركة الأم والتي تتولى إدارة هذه الشركات مركزيا في إطار إستراتيجية إقتصادية موحدة⁴.

أما اللجنة الحكومية المكلفة بإعداد مسودة ميثاق سلوك دولي للشركات متعددة الجنسيات في إطار منظمة الأمم المتحدة، فقد إنتهت إلى وضع تعريف عام لتلك الشركات ينص على أن الشركة متعددة الجنسية هي " تلك التي تشمل على كيانات تعمل في دولتين أو أكثر بصرف النظر عن شكلها القانوني و مجال النشاط الذي تعمل فيه ، وأن تعمل هذه الكيانات في ظل نظام لإتخاذ القرار يسمح بوضع سياسات متجانسة وإستراتيجية مشتركة من خلال مركز أو أكثر من مراكز إتخاذ القرار ، وأن ترتبط هذه الكيانات فيما بينها عن طريق الملكية أو غيرها من الروابط الأخرى بحيث يمكن لواحدة منها أو أكثر ممارسة تأثير فعال على أنشطة الكيانات الأخرى وبصفة خاصة المساهمة بالمعرفة والموارد والمسؤوليات مع الآخرين"⁵.

¹ د أحمد السيد كردى، ، مرجع سابق، ص2.

² إبراهيم محسن عجيل، الشركات متعددة الجنسيات وسيادة الدولة دراسة قانونية - اقتصادية - سياسية مقارنة، رسالة ماجستير، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمرك كلية القانون والسياسة، (2007-2008)، ص32.

³ نصيرة بوجمعة سعدي، عقود نقل التكنولوجيا في مجال التبادل الدولي، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 1992، ص43.

⁴ إبراهيم محسن عجيل، مرجع سابق، ص32.

⁵ نصيرة بوجمعة سعدي، مرجع سابق، ص45.

من التعاريف السابقة يمكن إستخلاص بعض الحائض التي تتمتع بها هذه الشركات ومن أبرز تلك الخصائص:¹

1- انها تمثل مجموعة من الوحدات الفرعية لكل منها كيانها القانوني وترتبط بالمركز الأصلي(الشركة الأم) بعلاقات قانونية. ولا يعني هذا أن الوحدات الفرعية أصغر حجما أو أقل نشاطا في كل الظروف من المركز الأصلي، ذلك أن نشاطا مثل شركات أو مشاريع النفط تقوم به فروع كائنة في الدول المنتجة للنفط، أكبر حجما من نشاط الشركة الأم الكائنة في إحدى الدول المتقدمة.

2-إختلاف معايير ارتباط الشركة لجنسيتها كمعيار جنسية الأفراد المكونين للشركة، فقد يكونون من جنسيات مختلفة، أو معيار القانون الذي تكونت بموجبه الشركة، أي القانون الذي يعطيها شهادة الميلاد أو قانون التأسيس، أو معيار مركز القيادة الذي يوجه الشركة. وتبدو أهمية تعيين جنسية الشركة أو مواطنها ليس فقط تعيين القوانين الواجبة التطبيق على قضايا الشركة أمام القضاء وإنما يتجاوز ذلك إلى مسألة الحماية الدبلوماسية، تلك الحماية التي تمارسها الدول لرعاياها سواء أكانوا أشخاصا طبيعيين أم اعتباريين كالشركات المتعددة الجنسيات.

3- هناك ظواهر اقتصادية متعددة تقوم على علاقات إستثمارية بين أطراف تنتمي لأكثر من دولة ويمتد نشاطها إلى دول عديدة ولكنها تختلف عن الشركات المتعددة الجنسيات كالشركات الدولية التي لا يمكن إسنادها إلى نظام قانوني ينتمي إلى دولة واحدة معينة بل ينتمي إلى نظام قانوني دولي حيث أنها تنشأ بموجب إتفاقية دولية بين الحكومات تمنحها الوجود القانوني، مما لا ينفي الصفة الدولية عن بعض الشركات التي تنشأ بموجب إتفاقية دولية، كالبנק الأوروبي للإستثمار الذي أنشئ بموجب إتفاقية المجموعة الأوروبية.

المطلب الثاني: خصائص الشركات المتعددة الجنسيات

بعد عرضنا لجملة من التعاريف سواء كانت الاقتصادية أو القانونية أصبح بالإمكان إستخلاص و إستنباط بعض الخصائص المميزة لهذه الكيانات العملاقة ، إلى جانب الخصائص المذكورة أعلاه ، و التي تميز هذه الكيانات عن باقي الشركات الأخرى و خصوصا الوطنية.

¹أحسين عثمانى، استراتيجيات الشركات المتعددة الجنسيات في عولمة الاقتصاد ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير جامعة الحاج لخضر -باتنة-، الجزائر، غير منشورة ، 2002-2003 ، ص 19.

الفرع الأول: كبر الحجم

يعد كبر وضخامة حجم الشركات متعددة الجنسية من أهم الخصائص التي تميزها عن الشركات الوطنية وأحجام المشاريع الاقتصادية الأخرى للدول الأم، أي أنها كيانات اقتصادية عملاقة، و للإستدلال على ذلك إعتد الإقتصاديين على جملة من المؤشرات لإظهار كبر حجم هذه الشركات.

حيث إستخدموا الكثير من المؤشرات منها المتعلقة بحجم رأس المال، و الإستثمارات التي تقوم بها، و حجم الإنتاج المتنوع الذي تنتجه، و منها ما إهتم بأرقام المبيعات و الإيرادات التي تحققها، و الشبكات التسويقية التي تملكها، و مخصصات الإنفاق على البحث و التطوير، ولكن غالبيتهم إتفقوا على أن أهم مقياس معبر عن ضخامة هذه الكيانات الاقتصادية و الذي يعد أبرز المؤشرات هو المقياس الخاص بالتعبير عنها برقم المبيعات Sales Figure، و الذي يعرف أيضا برقم الأعمال،¹

يعتبر حجم المبيعات السنوية للشركات المتعددة الجنسيات من أهم المؤشرات المعبرة عن ضخامة هذه الشركات ، حيث أزداد حجم مبيعات الشركات المتعددة الجنسية من 5503 مليار دولار في عام 1990 إلى 13564 مليار دولار في عام 1999 وإلى 18500 مليار دولار في عام 2001 . كما وبلغت قيمة المبيعات لأكبر مائة شركة متعددة الجنسيات 2509 مليار دولار ممثلة ما نسبته 16% من إجمالي مبيعات كل شبكة الشركات المنتسبة في الاقتصاد العالمي عام 2000 والبالغة 15680 مليار دولار، كما هيمنت الشركات المتعددة الجنسيات العاملة في صناعة السيارات في مجال المبيعات وتقدمها شركة جنرال موتور بحجم من المبيعات يقدر في 176.6 مليار دولار ، وشركة فورد موتور ب162 مليار دولار ، ثم شركات صناعة النفط ، وتعد شركة اكسون موبيل الرائدة في حجم المبيعات في عام 1999 ، حيث بلغت مبيعاتها أكثر من 160 مليار دولار . وتأتي الشركات العاملة في مجال المعدات الالكترونيات والمعدات الكهربائية بالمرتبة الثالثة، وجاءت في مقدمة هذه الشركات شركة جنرال إلكتريك للالكترونيات ، حيث تجاوزت مبيعاتها 111 مليار دولار.²

لقد إكتسبت هذه الشركات مكانة اقتصادية مرموقة و مؤثرة بإحتوائها على هذه الصفة و التي جعلتها تستقطب كما هائلا من العمال حيث توفر الكثير من فرص العمل وهذا ناجم عن ضخامتها وعن ممارسة أنشطتها في دول متعددة ، كما أنها أضحت من أهم ركائز التجارة الدولية و هذا من خلال حجم مبيعاتها السنوية و التي بلغت سنة 2001 حوالي (19) ترليون دولار، و هو مبلغ أعلى بمقدار الضعف من قيمة الصادرات العالمية في العام المذكور،³ و الجدول الموالي يوضح الشركات العشر الأولى من بين ال(200) شركة بحسب التصنيف الذي تجريه مجلة فوبر ويستند الترتيب على مزيج من أربعة مقاييس: المبيعات والأرباح والأصول والقيمة السوقية

¹ عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سابق، ص160، 161.

² د أحمد السيد كردى، مرجع سابق، ص5.

³ علي دريد محمود، مرجع سابق، ص41.

الجدول: رقم (1-1) المبيعات السنوية و الأرباح لبعض الشركات المتعددة الجنسية (ببلايين الدولارات) إضافة إلى عدد العاملين 2012

الترتيب حسب رقم الأعمال	الشركة	الدولة الأم	النشاط الذي تزاوله	رقم الأعمال	الأرباح	عدد العاملين
3	Exxon mobil	الولايات المتحدة	التنقيب عن النفط و توزيعه	433.5	41.1	99,100
26	Apple	الولايات المتحدة	التكنولوجيا	127.8	33	60,400
15	General electric	الولايات المتحدة	متنوعة الاختصاص	147.3	41.3	301.000
1	Royal dutchshell	هولندا	التنقيب عن النفط و توزيعه	470.2	30.9	90.000
74	ICBC	الصين	الأعمال المصرفية	82.6	25.1	397.339
45	HSBC Holdings	المملكة المتحدة	الأعمال المصرفية	102	16.2	305.984
9	Toyota Motor	اليابان	صناعة السيارات	228.5	4.8	317,716
10	Volkswagen Group	ألمانيا	صناعة السيارات	221.9	21.5	501,956
17	Berkshire Hathaway	الولايات المتحدة	متنوعة الاختصاص	143.7	10.3	271.000
14	General Motors	الولايات المتحدة	صناعة السيارات	150.3	9.2	207,000
19	Samsungelectronics	كوريا الجنوبية	الصناعة التكنولوجية	142.4	11.5	101,393

المصدر: إعداد الباحث بالإعتماد على تصنيف مجلة فوربس¹

¹أرقام المبيعات السنوية و الأرباح لبعض الشركات المتعددة

الجنسية http://www.forbes.com/global2000/list/#p_1_s_a0_All%20industries_All%20countries_All%20states (22/02/2013). (15 :30)

المتأمل في هذا الجدول يخلص الي أن أحجام المبيعات لبعض الشركات المتعددة الجنسيات بلغت مبالغ فاحشة فاقت حتى الناتج الإجمالي المحلي لبعض الدول النامية مما دفع بهذه الشركات إلى الإستثمار في بعض المشاريع ذات الكلفة الكبير و المخاطر العالية ، كما أن ضخامة هذه الشركات جعلت منها قوة اقتصادية بإمكانها حتى التحكم في الشؤون السياسية لبعض الدول المستضيفة . يلاحظ من ناحية أخرى أن هذه الشركات العملاقة تحقق معدلات نمو مرتفعة في المتوسط، تفوق معدلات نمو الناتج المحلي الإجمالي لبعض الدول الصناعية المتقدمة بكثير، و يمكن الإشارة في هذا المجال، إلى أنه على الرغم من أن عقد الثمانينيات قد شهد تباطؤ في معدل نمو الاقتصاد العالمي إلا أن نشاط الشركات المتعددة الجنسيات قد أوضح أنها حققت معدلات نمو مرتفعة تجاوزت 10 % سنويا أو نحو ضعف معدل النمو في الإقتصاد العالمي و معدل نمو التجارة العالمية.¹

الفرع الثاني: كبر مساحة أسواقها وامتدادها الجغرافي:

تتميز الشركات المتعددة الجنسيات بكبر مساحة السوق التي تغطيها وامتدادها الجغرافي، خارج الدولة الأم، أماما جعل ذلك متاحا لها فهو جملة الإمكانات التسويقية الهائلة، وكذا الفروع و الشركات التابعة لها و التي تنتشر في معظم أنحاء العالم .

و أحسن دليل علي ذلك شركة IBM التي تسيطر على حوالي 40% من سوق الحاسبات الآلية (الالكترونية) على مستوى العالم، كذلك شركات الزيوت السبعة Seven-Sisters و التي تهيمن على حوالي 3/2 أسواق العالم ، أما في ما يخص الانتشار الواسع لفروعها فالإحصائيات التالية تشير إلى ذلك حيث أن شركة ABB السويسرية، تسيطر حاليا على 1300 شركة، تابعة منتشرة في معظم أنحاء العالم منها 130 شركة في بلدان العالم الثالث، و 14 في بلدان شرق أوروبا ، مع ملاحظة أن السوق السويسرية لا تستوعب إلا نسبة بسيطة للغاية من إجمالي مبيعات الشركة.²

كما تعتبر هذه السمة من أهم الصفات التي تميز الشركات المتعددة الجنسيات عن الشركات الأخرى حيث تتجسد أهمية هذه السمة في كونها تسهم في صياغة ورسم الإستراتيجيات على الصعيد العالمي ، كما تمكنها من تحديد الكميات والنوعيات التي تنتج عالميا ، وهذا عن طريق كسرها لحاجز الزمان و المكان بغية الإستفادة من مزايا التكلفة المتدنية ، هذا ما يدفع بها إلى السعي للإنتشار في عشرات الدول بحثا عن ميزة نسبية في أي دولة ، وأحيانا دون إعطاء الأفضلية لدولة المقر القانوني ، حيث أن الإنتشار الواسع لفرعها سوف يتيح لها فرصة نقل نشاطاتها الإنتاجية إلى بلدان أخرى في حالة ما أصبح النشاط مكلف و غير مربح ،قصد خلق الإستمرارية في الإنتاج كما أن هذه الميزة تمنح لها القدرة علي تقسيم وتوزيع مراحل العملية الإنتاجية ، و التي تجعلها تستفيد من جميع مصادر الإنتاج المتاحة على المستوى العالمي و بالأخص الأقل تكلفة ، و أفضل مثال على ذلك ما قامت به شركة "فلوس فاكن" الألمانية، التي قامت باستغلال ميزة انخفاض التكلفة و الأجور المتدنية في البرتغال و إسبانيا فقامت بإنشاء

¹ عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سابق، ص 161.

² نفس المرجع السابق، ص 162, 163.

مصانع تابعة لها تقوم بإنتاج مكونات و أجزاء هامه تدخل ضمن متطلبات صناعة سياراتها بتكلفة أقل ثم تقوم بنقلها إلى المصانع الرئيسية في فولزبورغ و روزلهام¹، والجدول الأتي يوضح عملية الانتشار الجغرافي لأكثر مائة شركة متعددة الجنسيات في (العالم خلال السنوات الممتدة من 1990 إلى 2000

الجدول رقم (1-2) عملية الانتشار الجغرافي لأكثر مائة شركة متعددة الجنسيات في العالم خلال السنوات الممتدة من (1990 إلى 2000).

مؤشر الانتشار الجغرافي		عدد الشركات		المنطقة
2000	1990	2000	1990	
67.1	56.7	49	48	الاتحاد الأوروبي
62.9	41.2	25	30	أمريكا الشمالية
35.9	35.5	16	12	اليابان
51.3	73	5	10	الدول الصناعية الأخرى
48.5	-	5	-	الدول النامية

SOURCE: UNCTAD, WORLD INVESTMENT REPORT, New York and Geneva, 2002, P5

الفرع الثالث: التنوع في الأنشطة والإنتاج :

تشير معظم الدراسات الاقتصادية إلى أن الشركات المتعددة الجنسيات تتميز بوجود تنوع كبير في أنشطتها الإنتاجية فهي لا تقتصر على إنتاج سلعة واحدة رئيسية بل تقوم بسياستها الإنتاجية على وجود سلع متعددة و متنوعة و يعود هذا التنوع إلى رغبة الإدارة العليا في نقل احتمالات الخسارة.²

¹ هيفاء عبد الرحمان التكريتي، آليات العولمة الاقتصادية و آثارها المستقبلية في الاقتصاد العربي، دار الحامد للنشر و التوزيع عمان-الأردن، 2010، ص 364.365.

² عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سابق، ص 163.

فبإعتمادها هذه السياسة سعت إلى تجاوز الخط التقليدي للتركز الرأس مالي و الذي كان يدور محوره حول سلعة رئيسية للتمكن من تعويض الخسائر المحتملة التي قد تصيب نشاط معين بالريح الذي يحققه نشاط آخر. أي بمعنى آخر تقوم بإحلال وفورات النشاط Economies of Scope محل وفورات الحجم Economies of Scale.¹

و أفضل مثال علي ذلك ما أشارت إليه إحدى الدراسات و التي أوضحت أن شركة جنرال موتور، التي تنتج قاطرات وسكك حديد وثلاجحات وسيارات مختلفة الأشكال، ومنه نستنتج أن هذه السمة تكسب الشركات المتعددة الجنسيات سيطرة إقتصادية أوسع و أرباح أكثر كما أنها وسيلة لتجنب الخسائر الاقتصادية في حالة اعتماد نشاطها على قطاع إقتصادي معين وهذا ما لوحظ في العقدين الأخيرين من القرن الماضي ومطلع القرن الحالي، حيث إزدادت سيطرة الشركات متعددة الجنسيات على الخدمات بشكل مطرد، وأخذت تنوع في تقديم سلع وخدمات ما بين وسائل الإعلام والاتصالات والصيرفة والتأمين وغيرها من الخدمات المالية والمصرفية بعدما كانت أنشطتها تقتصر على الصناعات الإستخراجية، وخاصة إستخراج النفط فيما سبق.²

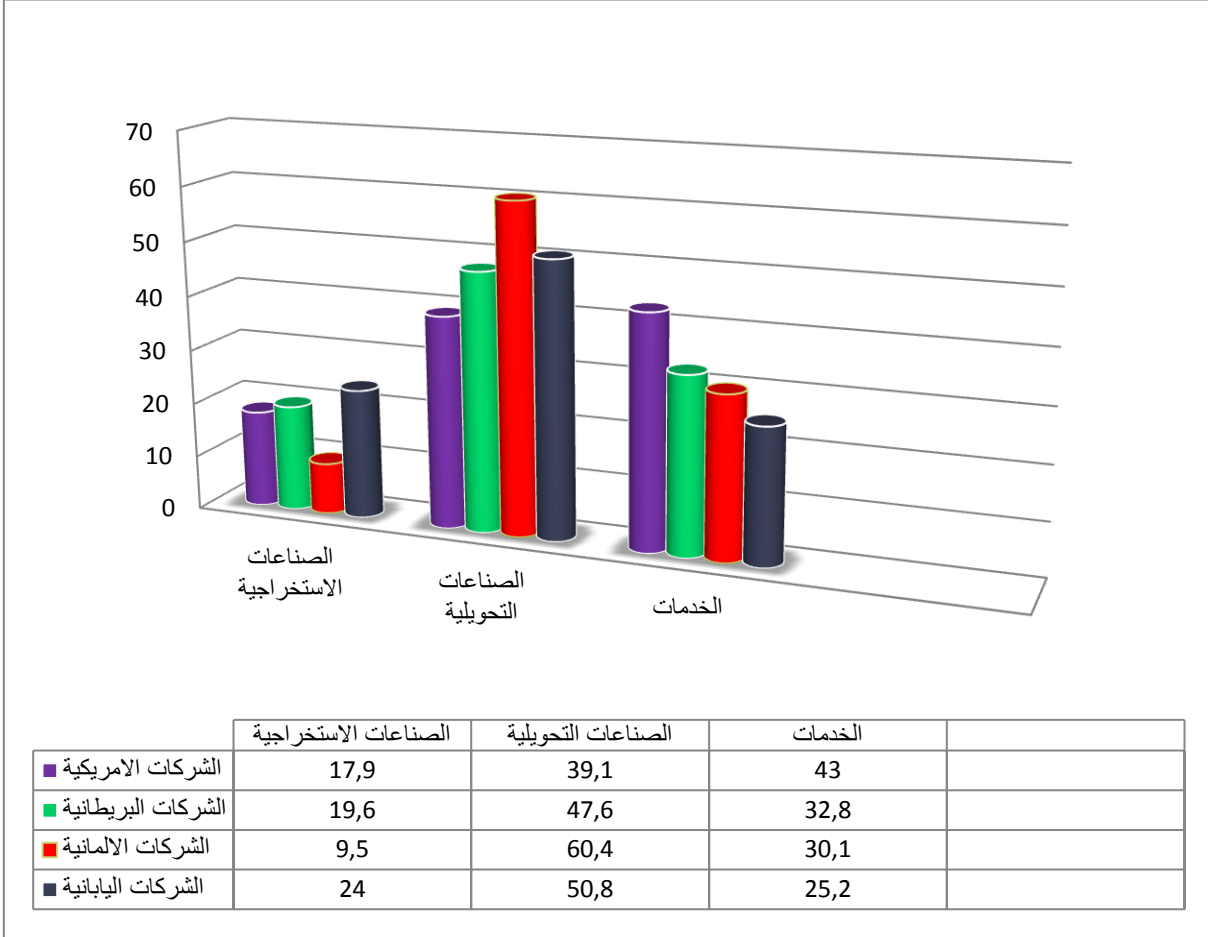
هذا ما يوضحه الجدول الموالي بدقة حيث يبين كيف توزع الشركات المتعددة الجنسيات إستثماراتها بغية الظفر بقطاعات سوقية متنوعة وتفادي الوقوع في الأخطار التي تتسم بها البيئة الدولية .

¹ هيفاء عبد الرحمان التكريتي، مرجع سابق، ص 7-36.

² د. دريد محمد علي، مرجع سابق، ص 44-45.

الشكل رقم (1-1) توزيع إستثمارات الشركات المتعددة الجنسية المختلفة بحسب بلدها الأم، على القطاعات الاقتصادية

المختلفة



المصدر: إعداد الباحث اعتمادا على معطيات الملحق رقم (1).

الفرع الرابع: توفرها على مجموعة من المزايا الاحتكارية :

تميل الشركات متعددة الجنسيات إلى أن تكون إحتكارية ، حيث تكون فيها الملكية والإدارة والإنتاج وأنشطة المبيعات ممتدة فوق نطاق سلطة عدة كيانات قومية والهدف الرئيس للشركة هو تأمين أقل كلفة لإنتاج السلع من أجل المنافسة في الأسواق العالمية . كما أنه بإكتسابها لهذه الخاصية فهي تصبح في وضع يتيح لها التمتع بعدد من المزايا الاحتكارية Monopolistic Advantages و التي تمنح تفوقا نسبيا لمشروعاتها الإستثمارية و تمكنها من زيادة قدراتها التنافسية، وإرتفاع معدلات نموها، بل و تحسين كفاءتها الإنتاجية و التسويقية، و بالتالي تعظيم أرباحها، و إيراداتها ، كما تمكنها من تطوير هيكل السوق التي تعمل فيه و تحويله إلى سوق احتكاري و تتحدد المزايا الاحتكارية في أربعة مجالات هي التمويل، الإدارة ، التكنولوجيا، التسويق.¹

¹د.عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سابق ، ص165.

أولاً- المزايا التمويلية

تعتبر مصادر التمويل من أهم الركائز التي يبني عليها أي نشاط اقتصادي، فهي تتيح لأي شركة الدخول في المشاريع وضمان الأستمرارية فيه، وتعد الشركات المتعددة الجنسيات من أبرز من يتمتع بالمزايا التمويلية على الصعيد العالمي .

حيث تتمثل المزايا التمويلية في القدرة العالية لدى الشركة المتعدية الجنسية في توفير مصادر التمويل وهذا لتوفرها على عناصر الثقة وتمتعها بمراكز مالية مرموقة، تتيح لها فرص الإقتراض بسهولة من الأسواق المالية العالمية (الدولية) ، وهذا لتوفير مصادر رؤوس الأموال اللازمة للإستثمار كما تمكنها من الإستخدام الأمثل و المكثف لتجهيزات الرأس مالية و الآلات و بالتالي تستطيع أن تكون هيكل تمويلي سليم لمشروعاتها الإستثمارية.¹

ثانياً- المزايا الإدارية

تحرص معظم الشركات المتعددة الجنسيات على وجود وحدات متخصصة و قادرة في مجالات التدريب و الإستشارات و البحوث الإدارية وهذا بغيت إكتساب هيكل تنظيمي يتصف بدرجات عالية من الكفاءة و المرونة و الذي يسمح لها من إتخاذ القرار السليم في الوقت المناسب ، كما تمكنها هذه الميزة من نقل المعرفة و الخبرات في هذا المجال إلى الدول المضيفة.²

ثالثاً- المزايا التقنية

تتحصل الشركات المتعددة الجنسيات على مزاياها التقنية ، من خلال التطوير التكنولوجي المستمر لغرض الاستجابة لمتطلبات السوق، و سد الأبواب أمام دخول منافسين جدد ، كما تسمح لها من تعزيز وضعها الاحتكاري، و لذلك تحرص هذه الشركات على التجديد و الابتكار Inovation، و تحسين الإنتاجية و تطويرها و زيادتها ، و تحقيق مستوى عال من الجودة من خلال تخصيص أموال كبيرة و أتاحت إمكانيات متزايدة لأنشطة البحث و التطوير.³

أن السيطرة على عمليات البحث و التطوير تعد من أهم الوسائل التي تدفع الشركات إلى السعي للبحث عن الإنجازات العلمية والتكنولوجية ، هذا لما ينجم عنها من تقلص التكاليف و زيادة الفاعلية و تطوير المنتجات و زيادة الفرص التجارية وخلق مصادر دخل إضافية بحيث أصبحت المعرفة وليس السلعة ، هي المورد الحاسم في مجال التنافسية بين الشركات للسيطرة على الأسواق العالمية، وفي هذا الإطار توضح المعطيات الإحصائية على سبيل الإبانة إلى استحواذ الشركات المتعددة الجنسيات على نسب عالية

¹ د. عبد السلام ، أبو حنف ،التسويق الدولي،الدار الجامعية ،القاهرة، 2001-2002. ص 84.

² د.عبد المطلب عبد الحميد ،مرجع سابق، ص 165

³ نفس المرجع ،ص 166.

من المصروفات على البحث والتطوير في الدول المتقدمة صناعيا كاليابان والولايات المتحدة والمانيا والتي بلغت فيها نسبة الإنفاق على البحث والتطوير إلى الناتج القومي الإجمالي 3.1% و 2.7% و 2.5% على التوالي خلال الفترة 1997-2002.¹

رابعاً-المزايا التسويقية

تتيح الشبكات التوزيعية و التسويقية واسعة الانتشار الجغرافي التي تمتلكها الشركات المتعددة الجنسيات على توفير منتجاتها بحالة جيدة وفي الوقت المناسب وهذا ما يكسبها مزايا تسويقية تمكنها من الظفر بحصة سوقية كبيرة تمكنها من إستغلالوجود الوفرة في الحجم ، و لهذا السبب تهتم هذه الشركات بأبحاث السوق و التركيز على أساليب الترويج و الدعاية و الإعلان لمنتجاتها لضمان طلب متزايد و مستمر عليها و تشير كل هذه المزايا الإحتكارية للشركات المتعددة الجنسيات إلى مدى نشاطها الإستثماري على المستوى العالمي، و قدرتها على التكيف السريع مع المتغيرات العالمية ناهيك عن تحقيقها لأرباح هائلة و متزايدة.²

المطلب الثالث: الأنماط و الهياكل التنظيمية في الشركات متعددة الجنسيات

تتميز الشركات المتعددة الجنسيات عن باقي الشركات بمزاولة أنشطتها في أسواق دولية و متعددة ما يمنحها جملة من الفرص للنمو و التوسع ، و بغية الإستفادة من هذه الفرص يتعين عليها تطوير إستراتيجيات تتماشى مع تلك الفرص المتاحة و تهذيبها عن طريق إتباع نمط معين من أنماط الإدارة و القيادة بالإضافة إلى إعتقاد وتصميم هيكل سهل و يسمح لها بتنفيذ إستراتيجياتها و التي يمكن حصرها كالتالي.

الفرع الأول: أنماط الشركات المتعددة الجنسيات.

لقد حاول الإقتصاديون تصنيف الشركات المتعددة الجنسيات إلى أنماط بغية فهم الطرق المنهجية التي تعتمد عليها هذه الكيانات في كيفية وضع الإستراتيجيات و إصدار القرارات ، من ضمن هذه المحولات ما قام به perlmuter حيث كانت تقسيماته علي النحو التالي:

أولاً- النمط المركزي وحيث الجنسية "Ethnocentric":

يتميز هذا النمط بأن جميع القرارات يتم إتخاذها في المركز الرئيسي للشركة بالدولة الأم وهذا لكون الشركة في هذه النمط وحيث الجنسية (وطنية) أساسا، ولكن تمتلك فروعاً إنتاجية في بعض الدول أو الأسواق الأجنبية.³

¹ أحمد السيد كردى، مرجع سابق، ص 6.

² عبد المطلب عبد الحميد، مرجع السابق، ص 167.

³ د. خالد راغب الخطيب ، التدقيق على الاستثمار في الشركات المتعددة الجنسيات ، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان -الأردن، الطبعة الأولى، 2010، ص 136.

حيث يتضمن هذا النمط عمليات و أنشطة تأخذ طابعا عالميا متنوع وهذا لإدارة و توجيه القيادة الإستراتيجية للمنظمة في البلد الأصلي ولكن مع تفويض محدود لسلطة اتخاذ القرارات في الفروع التابعة لها وراء البحار، فالميزة الجوهرية لهذا النمط هو أن كل القرارات الرئيسية بالإضافة إلى مهام إدارة العمليات تخضع لسلطة الإدارة التنفيذية العليا والتي تقع علي عاتقها مسؤولية اتخاذ القرارات ذات البعد الاستراتيجي العالمي¹، ولكن ما يعاب على هذا النمط هو عدم قدرته على التكيف مع متطلبات البيئة في الدول المضيفة، بمعنى آخر أن الشركة الدولية تحاول بالدرجة الأولى فرض معاييرها الثقافية والاقتصادية والسلوكية المعمول بها بالدولة الأم في الدول المضيفة دون النظر إلى الفروق أو التباين في متغيرات البيئة وظروفها بين الدولتين.

ثانيا- النمط اللامركزي "Polycentric":

يتسم هذا النمط إذا ما قورن بالنمط الأول بأن فروع الشركة بالخارج تتمتع بدرجة عالية من اللامركزية في إتخاذ القرارات وحرية التصرف، مع احتمالية الإقلال من درجة الرقابة التي تفرضها الشركة الأم على فروعها في الأسواق الأجنبية، كما يتميز بتعدد الجنسيات المالكة للشركة.²

لكن نقطة الضعف الرئيسية في هذا النمط تكمن في صعوبة الرقابة الشاملة على الفروع سواء كانت رقابة على الإنجاز أو الممارسة الإدارية في كل فرع التابعة للشركة الأم .

ثالثا - النمط الجغرافي "Goecentric Enterprise":

يتميز هذا النمط من الشركات متعددة الجنسية بالتكامل و الانتشار الجغرافي في ممارسة الأنشطة و العمليات على مستوى العالم، كما تتميز الشركة بكبير الحجم وتوافر الموارد المالية والبشرية والفنية.³

إن تأثر النمط الجغرافي من الشركات الدولية بخصائص البيئة الثقافية في الدولة الأم، وبصفة خاصة في المراحل الأولى من بداية النشاط ومحاولة الإلتزام بها أو فرضها في الدول المضيفة و التي تعتبر إحدى جوانب الضعف الخاصة بهذا النمط من الشركات.

رابعا- النمط متعدد الملكية:

يعد ظهور هذا النوع من الشركات نتاج تعدد جنسيات ملاك الشركة على المستوى الدولي، أو نمو إحدى الشركات الوطنية عن طريق اندماجها في شركات أخرى دولية، أو عن طريق انصهار و اندماج بعض الشركات في بعضها في الدول المضيفة.

¹ د.عبد السلام أبو فحف، مقدمة في إدارة الأعمال الدولية، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية مصر، 1998، ص 19.

² د.عبد السلام أبو فحف، أساسيات إدارة الأعمال الدولية، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة 2 بيروت، 2003، ص 144-145.

³ خالد راغب الخطيب، مرجع سابق، ص 137.

كما يمكن تقسيم هذا النوع من الشركات المتعدد الملكية حسب فيرنون وليفنجستون بالاعتماد على ثلاث محاور وهي درجة التكامل، وطبيعة النشاط، ونوع التكنولوجيا، ومنه فهي كالآتي¹:

- المجموعة الأولى (G. I): هي الشركات المتعددة الجنسيات المتكاملة رأسا حيث تنحصر نشاطاتها على الصناعات الإستخراجية و الصناعية حيث تكون مستويات التكنولوجيا مرتفعة.

- المجموعة الثانية (G. II): تشمل الشركات المتعددة الجنسيات المتكاملة أفقيا، وتكون فيها مستويات التكنولوجيا مرتفعة ولكنها أقل حساسية من الناحية السياسية مقارنة مع الصناعات الإستخراجية كالبترول، و التي تكون قابلة للتأميم من قبل الدولة المضيفة ومن بين الصناعات التي تدخل ضمن هذه المجموعة الصناعات الغذائية و المشروبات الغازية و المنظفات الصناعية، وبالرغم من المستويات العالية للتكنولوجيا المستعملة من طرف هذا النوع من الشركات إلا أن بعض أنواع التكنولوجيا المنتمية إلى هذه المجموعة يمكن نقلها إلى دولة المضيفة .

- المجموعة الثالثة (G. III): تنطوي أساسا على الشركات المتعددة الجنسيات التي تقوم بنقل التكنولوجيا إلى الدول النامية، وذلك بإنشاء فروع إنتاجية داخل هذه الدول، وأحسن مثال على ذلك قيام شركة فولسفاكن بإنتاج سيارات فولكس في البرازيل .

الفرع الثاني: الهياكل التنظيمية للشركات المتعددة الجنسيات

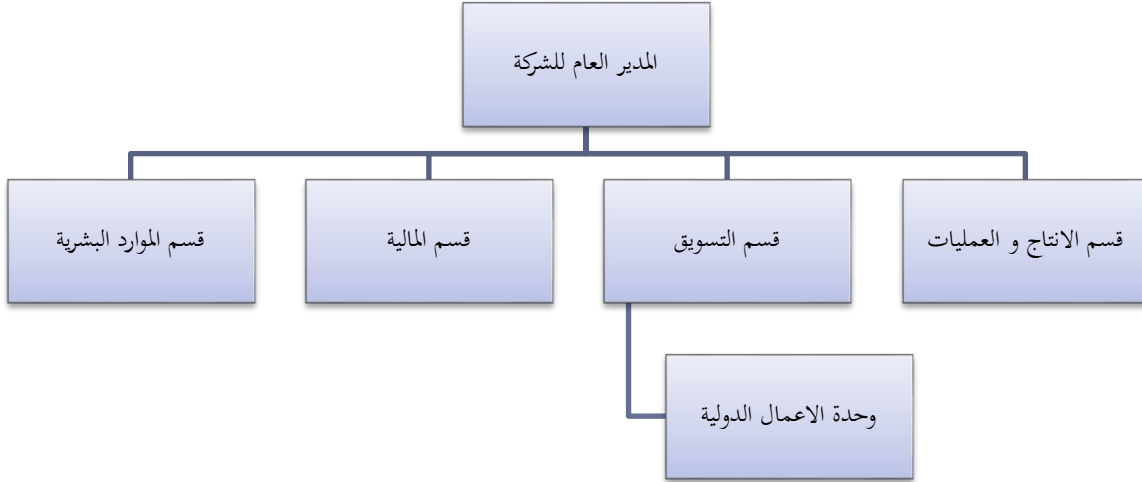
تعتمد الشركات على جملة من الهياكل و النماذج التنظيمية في سبيل تحقيق تكامل بنيوي بين الهيكل والإستراتيجية باعتبار أن نوع الهيكل التنظيمي المصمم هو بمثابة المجال الحركي الذي من خلاله يجري تطبيق الإستراتيجية في المنظمة، و التي يمكن حصرها الأشكال و النماذج التالية:

أولا- نموذج وحدة الأعمال

تعتمد الشركات الدولية هذا النوع أو النموذج عند بداية دخولها إلى الأسواق الدولية، حيث تكون حديثة العهد ولم يسبق لها التعامل مع متغيرات البيئة الدولية وهذا ما يوضحه الشكل الموالي :

¹ خالد راغب الخطيب، مرجع سابق، ص 138.

الشكل (1-2) نموذج وحدة الأعمال الدولية.



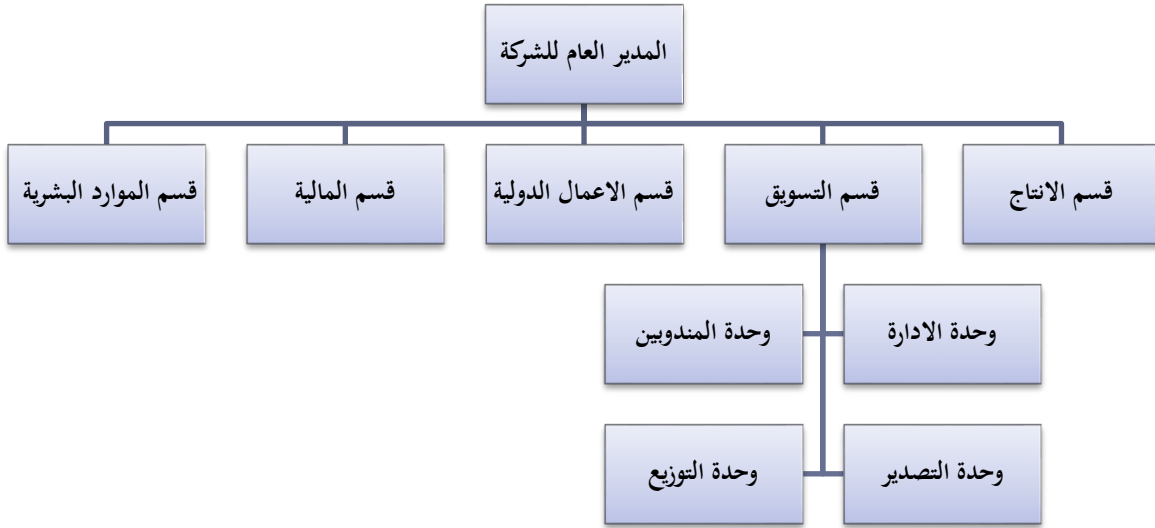
المصدر: د زكريا مطلق الدوري، د احمد على صالح، إدارة الأعمال الدولية منظور سلوكي واستراتيجي، دار اليازوري الدولية
لنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2009. ص 155.

يظهر لنا الشكل السابق أن وحدة الأعمال الدولية هي وحدة صغيرة الحجم في مسؤوليتها و مهماتها أما مهامها فهي تقتصر
على تصدير السلع و الخدمات ترتبط مباشرة بمدير التسويق الذي يقوم بتوجيه أعمالها و قراراتها.

ثانيا- نموذج قسم الأعمال الدولية

بعد ارتفاع مبيعات وزيادة حجم النشاطات التي تقوم بها الشركات على المستوى العالمي يصبح نموذج وحدة الأعمال عاجزا عن
إستيعاب هذا التطور لذا فهي في الغالب تلجا إلى الاعتماد على نموذج جديد يعرف بنموذج قسم الأعمال الدولية وهذا ما يبينه
الشكل الموالي :

الشكل رقم (1-3) نموذج قسم الأعمال الدولية



المصدر: . زكريا مطلق ، د احمد على صالح ، إدارة الأعمال الدولية منظور سلوكي واستراتيجي ، دار اليازوري الدولية لنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن، 2009 ص 156 .

يمنح هذا الشكل أو التنظيم الذي يعتمد على استخدام القسم الدولي العديد من المزايا للشركة التي تنتهجه ، أهمها:¹

1- تركيز جهود الشركة على مستوى إداري عال، يسمح بالتأثير في تطوير الإستراتيجية؛

2- منح المنشأة فرصة أفضل لاستغلال الفرص في الأسواق الدولية، بسبب تركيز الأنشطة في قسم واحد؛

كما يشتمل على جملة من العيوب يمكن حصرها فيما يلي :

1-زيادة التوسع في الأعمال الدولية للمنشأة و تعقدها يفقد القسم الدولي السيطرة على هذه العمليات؛

2-احتمال حدوث صراعات تنظيمية بين القسم الدولي و الأقسام الأخرى؛

3-عدم قدرة المنشأة من الاستفادة الكاملة من الخبرات الفنية والإدارية المنتشرة عبر التنظيم ككل؛

¹ عمرو خير الدين، "التسويق الدولي"، مجهول دار النشر، مصر، 1996، ص407.

4- تميل المنتجات المصدرة للخارج أن تكون امتداداً للمنتجات المباعة محلياً، معتمدة في ذلك على نفس التكنولوجيا والتصميم الفني، دون النظر إلى الاحتياجات الخاصة بالأسواق الأجنبية.

3- نموذج التنظيم بحسب المنتج :

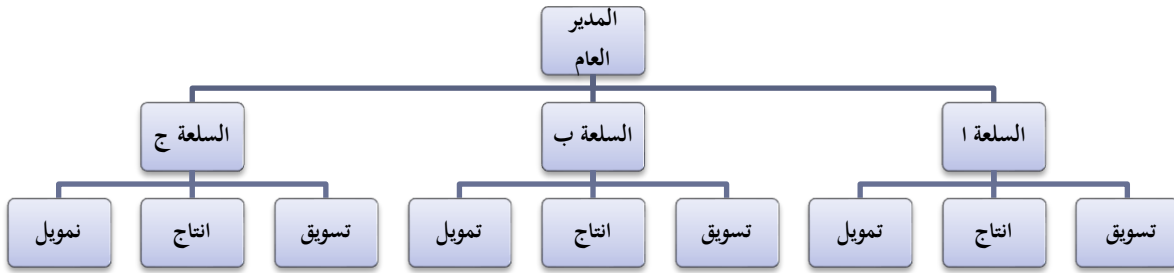
تتبع هذه الطريقة الشركات التي تعتمد على حزمة ومجموعة متنوعة من المنتجات، وتكون فيها الإدارة مستقلة بحسب السلع، بحيث تخصص الإدارة مسؤولاً مستقلاً لكل سلعة أو مجموعة من السلع حيث يعني هذا الأخير بإنتاج وتسويق وتمويل وإدارة الموارد البشرية، و يلائم هذا النوع الشركات التي تزاوّل أعمالها في أسواق مختلفة كالسيارات والأجهزة الكهربائية. وفقاً لهذا التقسيم يصبح رؤساء الأقسام مسؤولين على إنتاج وتسويق وتمويل منتج معين وذلك في إطار وحدة تنظيمية معينة.

و تتسم المنشآت التي تتبع هذا الأسلوب من التنظيم، بالعديد من الخصائص، أهمها: ¹

- 1- التنوع الشديد في خطوط المنتجات، واستخدام قدرات تكنولوجية عالية،
- 2- وجود تشكيلة كبيرة من المستخدمين النهائيين؛
- 3- ارتفاع تكلفة النقل و الجمارك التي تفرض صورة التصنيع المحلي؛

والشكل التالي (4) يوضح التقسيم على أساس المنتج.

الشكل رقم (1-4) نموذج التنظيم بحسب المنتج



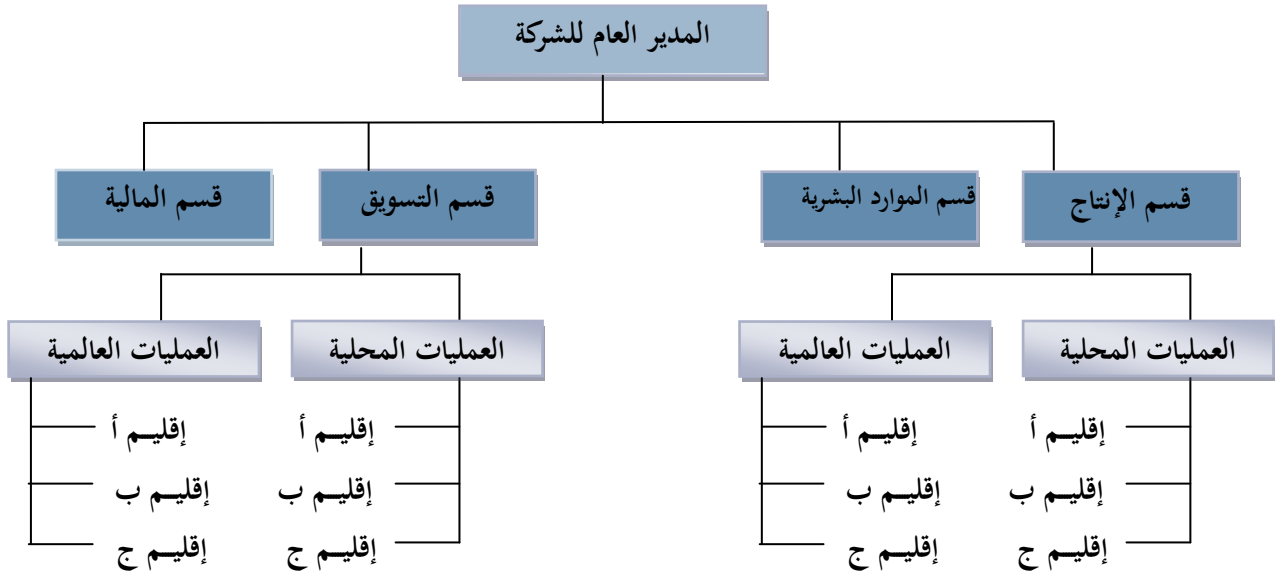
المصدر: علي الشريف، الإدارة المعاصرة، الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، الإسكندرية 1997، ص 265.

¹ عمرو خير الدين، نفس المرجع السابق، ص 415.

رابعاً- نموذج التنظيم الوظيفي

تعتمده في الغالب الشركات التي تمتلك خطوط إنتاجية قليلة ومتكاملة كالشركات الاستخراجية العاملة في مجال المعادن و البترول ، حيث تمنح المسؤولية التامة لكل مدير قسم سواء في الأسواق المحلية أو الدولية .

الشكل رقم (1-5) نموذج التنظيم الوظيفي



المصدر :د. زكريا مطلق ، د. احمد على صالح ،، إدارة الأعمال الدولية منظور سلوكي واستراتيجي ،دار اليازوري الدولية لنشر و التوزيع عمان ،الأردن، 2009 ،ص 158.

خامساً-التقسيم على أساس جغرافي :

يقوم التنظيم الجغرافي على لامركزية السلطة و المسؤوليات على مستوى الفروع الأجنبية للدول المستثمرة. ويتولى مدير منطقة كل نشاط مسؤولية تطوير المنشأة، والقيام بعمليات التشغيل اليومية في تلك المنطقة. وهو مطالب بتنسيق سياسته التطويرية مع سياسة المؤسسة الملائمة لها.¹

تعتمد الشركات هذا التقسيم كنتيجة للتوسع في حجم المبيعات ووجود فرص لتسويق منتجات وخدمات الشركة ،حيث و بحسب هذا النموذج فان الأسواق تقسم بحسب المناطق الجغرافية ويعين لكل قسم مدير يكون مسؤولا مباشرا على الأنشطة التسويقية و الإنتاجية و التمويلية بحسب المنطقة التي يتولها ،وتعتمد هذا النموذج الشركات التي تكون منتجاتها نمطية وذات تكنولوجيا بسيطة وغير معقدة .

¹ عمرو خير الدين ،مرجع سابق،ص407.

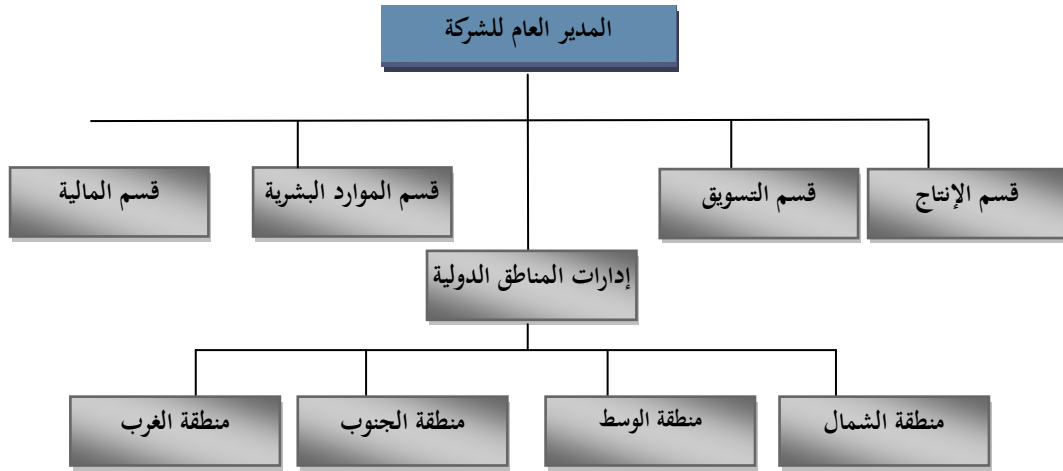
تنشأ الحاجة إلى تطبيق الأساس الجغرافي في التنظيم عندما تتعامل المنشأة مع أسواق وأقاليم متعددة ومتميزة من حيث الأذواق والحاجات، عندئذ تمثل كل وحدة جغرافية وحدة تنظيمية قائمة بذاتها بغية تحقيق المزايا التالية:¹

- التعامل مع كل منطقة جغرافية بحسب ظرف البيئة المحلية .

- سهولة التنسيق و الرقابة داخل كل منطقة جغرافية .

- سهولة الاتصال بين الفرع و الأم.

الشكل رقم (1-6) التقسيم على الأساس الجغرافي



المصدر: د. زكريا مطلق ، د احمد على صالح ، إدارة الأعمال الدولية منظور سلوكي واستراتيجي ، دار اليازوري الدولية لنشر و التوزيع ، عمان ،الأردن، 2009 ، ص 157 .

سادسا-التقسيم المصنوعي

يتم اللجوء إلى هذا النوع من التنظيم نتيجة لتوسع أعمال الشركة الدولية في الظروف البيئية المعقدة، والتي يصعب التنبؤ بها. لقد استخدم نموذج المصنوفة التنظيمية في صناعة ذات التكنولوجيا العالية كصناعات الفضاء (ناسا) الأمريكية وفي الصناعات الحربية في الولايات المتحدة و صناعة الطائرات كلوهيد وبوينغ، ثم انتشر بعد ذلك ليطبق في العديد من الصناعات الأخرى.² يرتكز هذا النوع من التقسيمات على المزج بين التنظيم الوظيفي و التنظيم على أساس المنتج، وهذا لتحقيق أكبر قدر من الاستفادة الممكنة من الفنيين و المتخصصين في شتى المجالات (مهندس، باحث، مسير)، حيث يرأس كل فرقة عمل مدير يتولى

¹ د.عادل ثابت سيكولوجيا الإدارة المعاصرة، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص38-39 .

² د زكريا مطلق الدوري ، د احمد على صالح ، إدارة الأعمال الدولية منظور سلوكي واستراتيجي ، دار اليازوري الدولية لنشر و التوزيع ، عمان ،الأردن ، 2009 ، ص159 .

الإشراف على الفريق و التنسيق بين أعضائه ،ويكون مسؤول أمام المدير العام الذي يعد المسؤول الأول عن البرنامج ،و المنسق الأساسي بين أعمال الفرق المختلفة التي يتكون منها البرنامج .¹

ومن أبرز مزايا هذا النوع من الهياكل هو:²

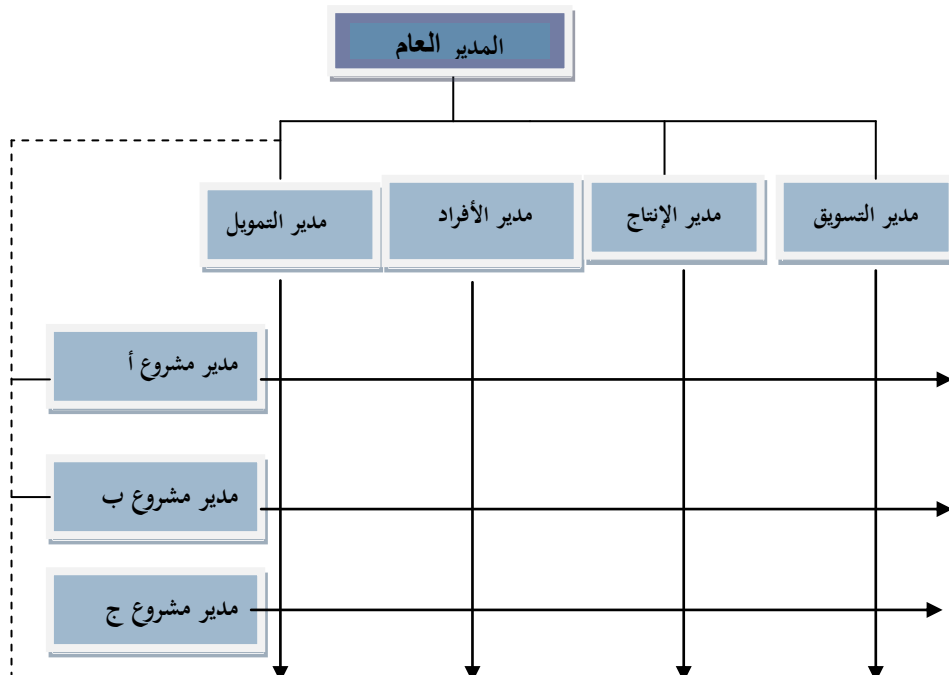
-تسهيل التنسيق عندما تضم المنظمة أنشطة عديدة ومتراطة.

- استخدام و توزيع الاختصاصيين بكفاءة .

-تحقيق رقابة أفضل على المشاريع.

ولكنه ينطوي على جملة من السلبيات التي تتمثل في تشجيع الصراع داخل المنظمة ، كما لأنه يسبب ضغوطات للأفراد بسبب تعدد الرؤساء مما قد يؤدي إلى احتمالية تنقل الفرد من فريق لآخر.

الشكل رقم (1-7) المصفوفة التنظيمية



المصدر: فؤاد الشيخ سالم، وآخرون، المفاهيم الإدارية الحديثة، الطبعة الخامسة، مركز الكتب الأردني، 1995، ص

.147

¹د.عادل ثابت ،مرجع سابق،ص40.

² زياد مراد ،الاتجاهات الحديثة في إدارة المنظمات (مدخل تسيير المؤسسات) ،دار الخلدونية ،الجزائر ، الطبعة الأولى ،2012،ص170.

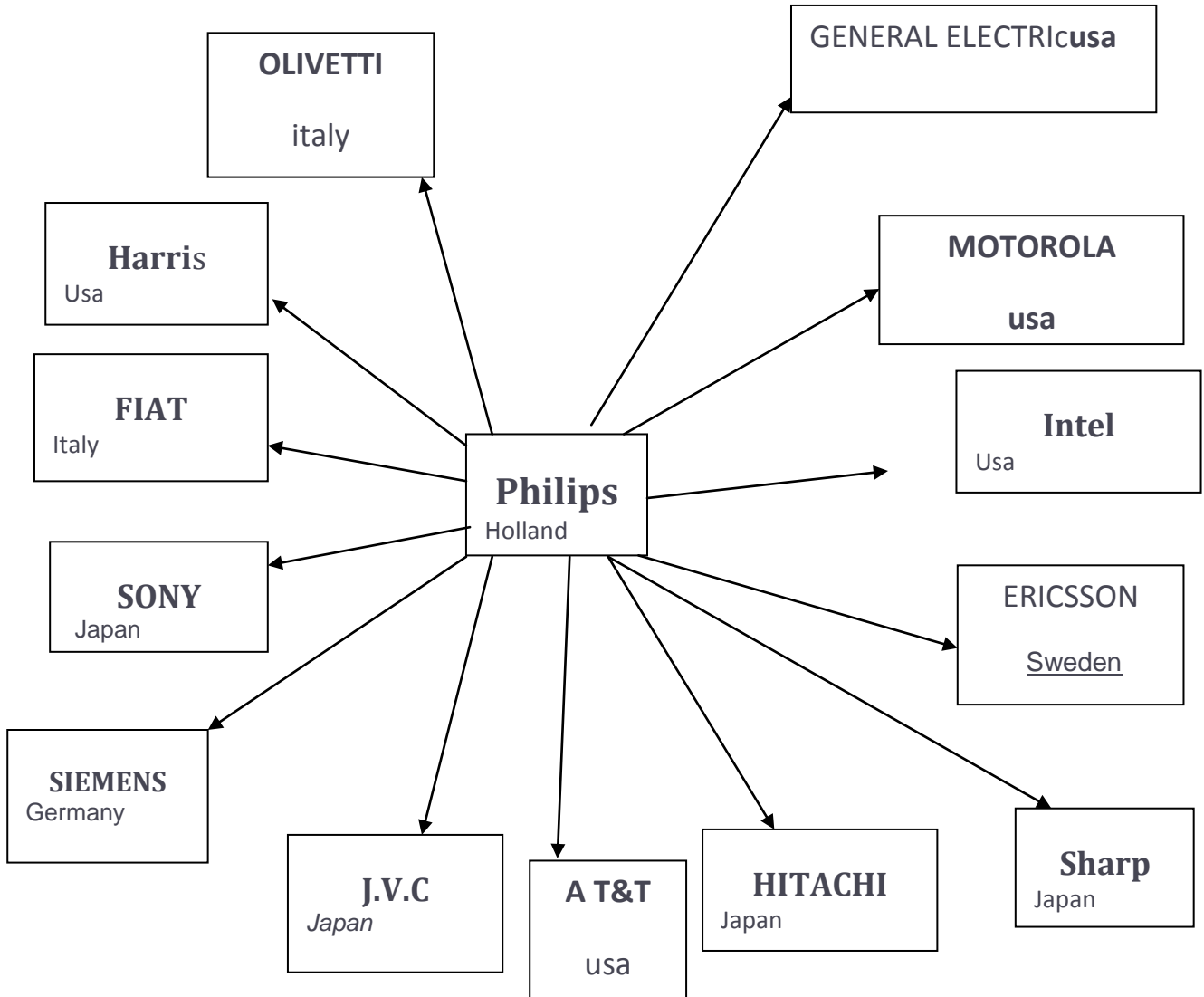
8-التنظيم الشبكي :

يعد أحد النماذج الحديثة في التنظيم الدولي و الذي فرضته ظاهرة الأعمال بغية تحقيق إقتصاديات العولمة من جهة وإستجابة لمتطلبات المستهلك المحلي من جهة أخرى، حيث يعتمد هذا النموذج على تكنولوجيا المعلومات لربط الشركة الدولية مع الجهات الخارجية التي تتعامل معها ويكون التنسيق على مستوى القيادة الرئيسية للشركة الأم.¹

أما الجهات الخارجية فتتمثل غالبا في الفروع التابعة للشركة أو مجموعة الشركات التي تنشئ الشركة معها علاقات على أساس الشراكة Partenariat والتعاون، بداية من عملية تحويل المواد الأولية إلى الإستهلاك النهائي، وقد تأخذ المشاركة شكل تقديم المعلومات أو المعرفة التسويقية أو تقدم السوق، والمشاركة في مجال البحث والتطوير، والإتفاقيات في مجال التوزيع والتوكيلات والتصنيع²، و الشكل الموالي يوضح التنظيم النمط الشبكي الذي تتبعه شركة فيليبس .

¹ زكريا مطلق ، د احمد على صالح ، إدارة الأعمال الدولية منظور سلوكي واستراتيجي ، مرجع سابق ص 159
² أحسين عثمانى، استراتيجيات الشركات المتعددة الجنسيات في عولمة الاقتصاد ، مرجع سابق ، ص 22

الشكل رقم (8-1) النمط الشبكي (لشركة فيليبس)



المصدر: أحسين عثمانى مرجع سابق، ص 23. نقلا عن P. Gugler, Building Transnational Alliances to

CreateCompetitiveAdvantage, Long Range Planning, vol.25, 1992. بتصرف الباحث.

المبحث الثاني: النشأة و التطور التاريخي

إن الشركات المتعددة الجنسيات ليست بالظاهرة الجديدة أو الدخيلة علي الإقتصاد بل هي قديمة قدم الفكر الرأس مالي في حد ذاته لكنها لم تول كل هذا الإهتمام إلا بعد الحرب العالمية الثانية وهذا لأنها لم تكن النمط السائد في تلك الحقبة من زمن الإقتصاد العالمي وهذا ما سنحاول إبرازه في عرض موجز لتاريخ هذه الكيانات .

المطلب الأول:مرحلة الولادة .

تعد الشركات المتعددة الجنسيات من محصلات تطور الفكر الرأس مالي حيث كانت في بدايتها كأداة لتوفير وتحقيق التراكم الرأس مالي أو كما يعرفها أصحاب الفكر التجاري توفير فائض الذهب باعتباره المقياس الأولي لثروة الدولة آن ذاك و أكبر دليل علي ذلك ما كانت تقوم به الشركة البريطانية الهندية في القرن السابع عشر حيث إنفردت هذه الشركة بتولي جميع المعاملات التجارية لبريطانيا خارج حدودها الجغرافية مع الهند بغية جلب المعدن النفيس إلي بريطانيا ، و بعد بزوغ نور الثورة الصناعية أصبحت هذه الشركات أداة لتحقيق مأرب الدول الصناعية في سعيها للبحث عن المواد الأولية لتشغيل مصانعها و إيجاد منافذ و أسواق جديدة لتصريف سلعتها و تحقيق أهدافها و سياساتها الإستعمارية لكنها بقيت شركات وطنية ولا تتسم بطابع الدولية رغم ممارستها لأنشطتها في أقاليم خارج حدودها الوطنية كما أنها كانت تستمد قوتها وسيطرتها من الدول المنتمية إليها عكس الشركات المتعارف عليها حاليا و التي تستمد قوتها من التفوق الاقتصادي والتكنولوجي وبالتالي فإن شركات القرن السابع عشر كانت تختلف عن الشركات المتعددة الجنسيات في نوع النشاط وكذا آليات القوة¹ . أي هي ليست شركات متعددة جنسيات بالمعنى المتعارف عليه حاليا بل هي شكل من أشكالها البدائية .

يري بعض الكتاب أن أول ظهور للشركات المتعددة الجنسيات كان في نهاية القرن التاسع ويعتبرونها أولى المراحل التاريخية التي مرت بها في طريقها للوصول إلي مرحلة النضج ، و تمتد هذه المرحلة من عام 1850م وحتى الحرب العالمية الأولى 1941.

ففي خمسينيات القرن التاسع عشر بدأت بعض الشركات العملاقة في أوروبا و أمريكا بإنشاء وحدات تابعة لها خارج حدودها الوطنية على غرار شركة صاموئيل كولت المتخصصة في صناعة الأسلحة و التي قامت بتشييد أول مصنع لها خارج الولايات المتحدة الأمريكية في سنة 1852 في لندن²، من ثم تبعتها شركة باير الألمانية للصناعات الكيماوية والدوائية، حيث أنشأت سنة 1865 مصنعا تابعا لها في مدينة نيويورك، لكن تبقى شركة Singer لصناعة ماكينات الخياطة، الأمريكية الأحق بلقب الشركة المتعددة القوميات بمعناه الدقيق حيث قامت بإنشاء أول مصنع لها في مدينة جلاسكو الاسكتلندية في سنة 1871 ثم تبعتها بعدة

¹ د. دريد. علي محمود ،الشركات المتعددة الجنسية آليات التكوين وأساليب النشاط ،مرجع سابق ، ص38-39 .

² Verley, Patrick (1997). *Entreprises et entrepreneurs du XVIIIe siècle au début du XXe siècle*, op.cité

مصانع في النمسا و كندا ،هذا ما جعل منها الشركة الأحق بهذا الوصف كونها أول شركة صنعت نفس المنتج بنفس الشكل و تحت نفس الإسم التجاري وفي مختلف دول العالم ¹.

لكنها لن تبقى وحيدة فسرعان ما ستتبع خطواتها بعض الشركات العملاقة الأخرى كفورد الأمريكية و ITT للإتصالات السلكية و اللاسلكية و شركة جنرال إلكتريك و أخريات ،كما ستشهد هذه السنوات حذو الشركات الأوربية الصناعية سبيل نظيراتها الأمريكية كشركة كوتلورد البريطانية المتخصصة في الصناعات النسيجية وليفير بروذر لصناعة الصابون ونستله السويسرية لصناعة الأغذية ،ورغم ظهور وإستقرار هذه الشركات إلا أنها لم تكن ذات أهمية كبيرة في الاقتصاد العالمي آن ذاك لا لشيء إلا لكون القطاعات التي تخصصت فيها لم تكن ذات أهمية بالغة في تلك الحقبة الزمنية ألا وهي صناعات السيارات و الكيماويات والبترو و الألمنيوم و التي لم تكن ذات أهمية كبيرة كما هي في الوقت الراهن حيث كانت قطاعات أخرى هي من تتسيد الإقتصاد إبان تلك الفترة كقطاع الفحم و الحديد و السكك الحديدية ،كما أن سياستها التي كانت تقوم على الإستثمارات بغية دحض بعض العراقيل مثل السياسات التجارية الحمائية،التي كانت تتبعها بعض الدول آن ذاك حالت دون تنامي دورها على المستوى الدولي، وأبرز مثال علي ذلك ما قامت به شركة باير الألمانية بغية تخطي سياسة الحماية الجمركية والتي كانت منتهجة من طرف روسيا القيصرية حيث قامت بإنشاء مصنع لها في موسكو سنة 1876 وهذا ما قامت به في فرنسا سنة 1882 وأعقبته بأخر في بلجيكا في سنة 1902 و دوما تحت نفس الذريعة ألا وهي تخطي الحواجز الجمركية وليس بغية تدويل النشاط ².

تعد هذه السنوات و التي تمتد من أواخر القرن التاسع عشر إلي غاية الحرب الكونية الأولى بمثابة فترة شهادة ميلاد وإستقرار و بدايات النمو لهذه الكيانات إلا أن دورها في الاقتصاد العالمي كان ضئيلا و هذا بسبب ما ذكرناه سابقا بالإضافة إلي كون الإستثمارات الأجنبية المباشرة لم تكن وليدة التغيير في إستراتيجيات و أنماط الإنتاج و تحولها من القومية إلي العالمية كما هو الشأن في وقتنا الحالي بل كانت نتاج ظروف مؤقتة كالحفاظ علي الأسواق القديمة و التي سدت عن طريق الحماية الجمركية .

المطلب الثاني :مرحلة السبات والخمول

تعتبر هذه الفترة عند بعض الاقتصاديين و التي إمتدت بين عامي 1914 إلي غاية نهاية الحرب العالمية الثانية مرحلة السبات في حياة هذه الشركات وهذا بالرغم من تزايد شأنها في الاقتصاد العالمي بعد غزو الذهب الأسود للعالم و إستخدامه كمصدر للطاقة ولكن ما تخلل العالم من أحداث في تلك الفترة جعل هذه الشركات تحجم عن مواصلة إستثماراتها في الخارج وفي مقدمتها الحربين العالميتين و حالة عدم الاستقرار السياسي و النقدي الذي كانت تعيشه دول أوروبا في عشرينيات القرن المنصرم كالتضخم وكذا ماخلفته أزمة الكساد العظيم في أواخر الثلاثينات من أضرار اقتصادية جسيمة بضررها أسس الرأس ماليه والتي زادت الطين بله ،كما أن غياب نظام موحد في التجارة الدولية و السياسات الجمركية المختلفة ساهم بدور كبير في تعطيل عجلة نمو هذه الشركات

¹ د دريد. علي محمود ،مرجع سابق ،ص20.

² نفس المرجع ،ص22-23.

في تلك الفترة،¹ ولكن وفي خضم هذه السنوات العجاف و التي أَلقت بظلالها علي أوروبا كانت أعداد الشركات الأمريكية تأخذ في التزايد وخاصة عقب الحرب العالمية الأولى مستغلة الفراغ الاقتصادي في أوروبا ومغتمنة فرصة بداية الانفراج في الاقتصاد الأمريكي والذي أعقب الأزمة في نهاية العشرينيات و باعتبار الولايات الأمريكية بلد المشاريع الحرة و الرأس ماليه المتعددة لأرجاء .

المطلب الثالث: مرحلة الانبعث الحقيقي

تعتبر هذه المرحلة مرحلة الانبعث الحقيقي للشركات المتعددة الجنسيات فبعد إنقشاع غيوم الحرب العالمية الثانية و خروج الدول الأوروبية منهكة برزت الولايات المتحدة الأمريكية كقوة عالمية سواء عسكريا أو اقتصاديا و هذا ما جعلها تلمي و تفرض ما تريد وفقا لمصالحها فقامت بالحد من تقلبات أسعار الصرف عن طريق تعميم النظام الثابت لسعر الصرف وربطه بالذهب و الذي كانت تملك ربه آن ذاك ، و بذلك جعلت من عملتها الدولار العملة العالمية وهذا لدفع عجلة المشاريع التنموية و توجيه حل الإعانات إلى المجالات التي تخدم مصالح شركاتها الكبرى ، ثم قامت بإنشاء ما يعرف بمؤسسات برونودز ومن أبرزها البنك الدولي و التي كانت تحت السيطرة الأمريكية ، كما حاولت إرساء قواعد نظام تجاري دولي موحد و عالمي بإطلاق مشروع الإتفاقية العامة لتجارة و التعريف الجمركية GATT .

كما أن إطلاق مشاريع إعادة الإعمار في كل من أوروبا و اليابان وهذا لإعادة تشييد البني التحتية كالمصانع و السكك الحديدية ، كان شبه تمهيد لمنح شركاتها الكبرى فرصا جديدة للتوسع بأقل المخاطر و التكاليف وبعد تعبيد الطريق قامت بإطلاق إستثماراتها في كندا و دول أمريكا اللاتينية ثم اليابان في الخمسينيات ودول أخرى مغتمنة فرصة إفتقار هذه الدول لرؤوس الأموال و التكنولوجيا.

كما قامت بإنشاء ما يعرف بالهيئات العامة لضمان الاستثمار و التي كانت تنوب عن المستثمر الأمريكي في طلب حقوقه ومواجهة السلطات العامة في الدول المضيفة له بغية تشجيع وضمان و توسيع الرقعة الجغرافية لاستثماراتها.

كل هذا أدى إلي تضاعف فروع الشركات الأمريكية في الخارج من 7000 فرع إلي 23000 فرع في الفترة الممتدة من 1950 إلي 1960²، بالإضافة إلى التغير في نمط الاستثمار الأجنبي المباشر من القطاعات التي ذكرتها سابقا إلي الصناعات التحويلية .

لكن بعد إستفاقة الإقتصاد الأوروبي من كبوته الاقتصادية بعيد الحرب العالمية الثانية بقليل بدأت الشركات الأوروبية تتبع نهج نظيراتها الأمريكية وهذا ما جعلها ترتقي إلى حد غزوها لأسواقها كشركة فيليبس الفرنسية لصناعة الأدوات الكهربائية و باير الألمانية لصناعة الصابون ، كما أن إنشاء السوق الموحدة عقب معاهدة روما 1957 أتاح لأوروبا القيام بكبس زر الانطلاقة الفعلية لشركاتها بغية بلوغ العالمية ومنافسة الشركات الأمريكية على الصعيد العالمي .

¹ د دريد. علي محمود ،مرجع سابق،ص51-52.

² بوبرطخ نعيمة ،الشخصية القانونية للشركات المتعددة الجنسيات في القانون الدولي العام ،مذكرة ماجستير ،غير منشورة ،جامعة الإخوة منتوري كلية الحقوق ،قسنطينة ،الجزائر،2010-2011،ص42.

أما في ما يخص المعجزة الاقتصادية آن ذاك و التي أجهرت العالم رغم خروجها مثقلة بتبعات الحرب العالمية الثانية فقد كانت شركاتها هي الرائدة في انتهاج سبيل غزو الأسواق عن طريق الاستثمار المباشر آلا وهي اليابان عندما اعتمدت علي هذه الطريقة للدخول إلى أسواق شرق آسيا في مجال الصناعات النسيجية في الستينيات، وهذا ما جعل بعض الاقتصاديين يعتبرونها أول الشركات الرائدة في حمل لواء العالمية و الإنفتاح الإقتصادي الذي إتسمت به فترة السبعينيات،¹ و الجدول التالي يوضح ما سبق و يلخص أهم ما ميز هذه الفترة من حياة هذه الشركات العملاقة.

¹ د.عبد السلام أبو فحف، بحوث تطبيقية في إدارة الأعمال الدولية،الدار الجامعية للطباعة و النشر،بيروت لبنان، بدون سنة، ص35.

جدول رقم (1-3): إنبعاث قوى جديدة و تراجع محدود للولايات المتحدة

ت	الدول	الملاح
1	اليابان	<p>1- شركة نيسان اليابانية صدرت سيارتها للولايات المتحدة تحت اسم (داستن) ثم بنت مصنعا في (لوس انجلوس) في عام 1960 و مصنعا في المكسيك في سنوات لاحقة.</p> <p>2- شركة تويوتا شحنت أول سياراتها للولايات المتحدة عام 1965 بعلامة (كورونا) ثم قامت بتصدير سيارة بعلامة (كورولا) في السنوات التالية و شغلت مساحة كبيرة في الشارع الأمريكي.</p> <p>3- الخطوط الجوية اليابانية ارسلت طائراتها إلى أمريكا و أوروبا و بدأ تعاون كثيف بين الأطراف في السنوات الأخيرة من السبعينات.</p>
2	الولايات المتحدة الأمريكية	<p>1- شركة (فورد) بنت مصانع لها في بريطانيا و ألمانيا.</p> <p>2- شركة (بولارايد) لآلات التصوير و سعت فروعها في أوروبا من (10) فروع إلى (62) فرع.</p> <p>3- تعرض الشركات الأمريكية للمنافسة الشديدة من الشركات الأوروبية و اليابانية المعتمدة على تخفيض التكلفة و تحسين الجودة، مما أدى إلى انخفاض الطلب على منتجات الشركات الأمريكية مقابل اختراق سريع للمنتجات الأوروبية و اليابانية في الأسواق العالمية.</p> <p>4- في نهاية السبعينات انخفض عدد الشركات الأمريكية الكبرى إلى (49) شركة من مجموع (100) أي ان مقدار الانخفاض في الشركات عن المرحلة الأولى بمقدار (51) شركة.</p>
3	الدول المنتجة و المصدرة للنفط	<p>1- سيطرة مركزية على سوق النفط للدول المنتجة و المصدرة للنفط، من خلال خفض إنتاجها و زيادة أسعار النفط.</p> <p>2- أثرت هذه السيطرة على دول كثيرة في العالم و في مقدمتها الولايات المتحدة الأمريكية، حيث كانت شركات البتروكيماويات الأمريكية تبيع أرباحا ضخمة من جراء تحويل النفط رخيص الثمن إلى مواد بلاستيكية و ألياف صناعية و غيرها، مما أدى ذلك إلى حدوث أزمات في تلك الشركات، كما أن السيارات اليابانية ذات الاستهلاك المعتدل للوقود لغزو السوق الأمريكي.</p> <p>3- ساهمت معطيات (1 و 2) أعلاه في حدوث اختراق السوق الأمريكي من قبل الشركات اليابانية و الأوروبية، فالشركات اليابانية سيطرت على صناعة الحديد و الصلب و الالكترونيات و السيارات متوسطة و رخيصة الثمن و التمويل المالي، بينما سيطرت أوروبا على سوق السيارات غالية الثمن.</p>

المصدر : زكريا مطلق ، د احمد على صالح ، إدارة الأعمال الدولية منظور سلوكي و استراتيجي ، دار البازوري الدولية لنشر و التوزيع ، عمان

، الأردن، 2009 ، ص 49.

من الجدول السابق نستقي أن هذه الفترة عرفت رواجاً كبيراً للشركات المتعددة الجنسيات و التي أصبحت من ركائز الفكر الرأس مالي كما أضحت ذات مكانة عالمية مرموقة لأن الإستثمار الدولي لم يعد منوطاً بالشركات الأمريكية فحسب بل تعدى ذلك ليصبح من سمات الدول الرأس مالية الكبرى و التي أصبحت إقتصادياتها المتطورة في حاجة إلى التدويل و الخروج من دائرة القومية إلى العالمية.¹

هذا ما جعل هذه الشركات تشهد تطوراً ملحوظاً خاصة في ستينيات القرن الماضي خاصة وتحديد عام 1960 وبداية عام 1970 حيث نمت تلك الشركات بمعدل يفوق نمو إقتصاديات الدول الرأسمالية المتطورة نفسها بالضعفين إذ بلغ معدل نموها السنوي حوالي 10% بينما بلغ النمو الإقتصادي لهذه الدول المتطورة 5%، وقد بلغ عدد الشركات المتعددة الجنسيات عبر العالم 747 فرعاً عام 1960 وتطورت فيما بعد حتى وصلت في بداية عام 1970 إلى حوالي 35,000 فرعاً وهي في ازدياد مستمر، كما أنها تتميز بإنتاج مجموعة مختلفة ومتنوعة من السلع في شتى المجالات الاقتصادية وهذا ما جعلها تتميز بكثرة الإنتاج والنوعية بسبب استخدامها الطرق والأساليب التكنولوجية الحديثة حيث تقدر مبيعات تلك الشركات في الوقت الحاضر حوالي 80% من مبيعات العالم.²

كما إتسمت هذه الفترة ب بروز لاعب جديد في الساحة الدولية الإقتصادية وهذا بعد بروز الحركات التحررية و التي أتاحت للدول النامية الخروج من عتمه الإستعمار إلى الحرية، لكن و بإنتهاج معظمها لسياسات تنمية تعتمد علي إقتصاد موجه ومغلق ومركز على تنميتها لصناعاتها المحلية، و إنتشار المخاوف من العودة إلى التبعية عن طريق الإستثمار الأجنبي وقفت هذه الدول حجر عثرة في وجه نمو هذه الشركات، مما أدى إلى إبطاء و تراجع سرعة إنتشار الشركات المتعددة الجنسيات، و الذي إستمر إلى غاية أوائل الثمانينيات حيث حاولت الدول النامية تصحيح مسار عجلة الإقتصاد الدولي بعد التراجع الكبير في أسعار المواد الأولية و الكساد الذي أصاب الإقتصاديات المصنعة جراء أزمة الديون وهذا بتغييرها لهياكلها الاقتصادية عن طريق تحريرها لمجالات الأنشطة الاقتصادية ورفعها الحواجز عن الاستثمارات الأجنبية، كل هذا أدى إلى ضخ دماء جديدة للشركات المتعددة الجنسيات من جديد وأحسن دليل على ذلك الزيادة المطردة في الإستثمارات الأجنبية المباشرة بعد تلك الجهود.³

أما في العقدين الأخيرين من القرن الماضي فقد طغت هذه الكيانات العملاقة علي الساحة الإقتصادية الدولية بسيطرتها على أكثر من ثلثي التجارة الدولية كما سيطرت على التدفق العالمي للإستثمار الأجنبي المباشر، هذا جراء إمتلاكها لموارد مالية و بشرية ضخمة بالإضافة إلى تحكمها في آليات التطور العلمي والتكنولوجي عن طريق عمليات البحث و التطوير .

كما أن ظهور العولمة في تلك الحقبة زاد من أهمية تلك الشركات، باعتبارها المسيطرة علي التجارة الدولية والإستثمار والتكنولوجيا، و التي تعد من أهم ركائز العولمة .

¹ حسام عيسى الشركات المتعددة القومية، المؤسسة العربية للدراسات و النشر، بيروت، لبنان، السنة 8 ص.

² م.احمدعباس، م.م. احمد محمد، دور الشركات المتعددة الجنسيات في الإقتصاد العالمي مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة العدد التاسع والعشرون، 2012، ص57.

³ خضر حسان، الاستثمار الأجنبي المباشر: تعاريف وقضايا، 2004، ص5، 4، موفرة على الموقع

http://www.arab-api.org/devbrdg/delivery/develop_bridge33.pdf التاريخ 2012/07/06 الساعة 23/14.

هذا ما تدعمه الإحصائيات مبيته أن في عام 1995 تحديدا بلغ عدد هذه الشركات حسب قائمة (فورشت 500) شركة تتركز (418) منها في ثلاث مناطق اقتصادية رئيسة وهي منطقة الاتحاد الأوربي وتضم (155) شركة ومنطقة الولايات المتحدة الأمريكية وتضم (153) شركة واليابان وتضم (141) شركة، وقد بلغ إيرادات تلك الشركات حوالي 11,378 تريليون في عام 1995 والذي يمثل % 71 من الناتج المحلي للولايات المتحدة الأمريكية و % 45 من الناتج المحلي الإجمالي العالم . أما أصول هذه الشركات فقد بلغت نحو 11,2 تريليون دولار وعدد العاملين فيها 37,2 مليون عامل وصافي إرباحها نحو 323,4 مليار دولار ، وتستحوذ على حوالي % 40 من حجم التجارة العالمية.¹

وبمضي الاقتصاد العالمي في طريق العولمة تعاضم دور هذه الشركات في الإقتصاد العالمي فحسب تقارير الأمم المتحدة بلغ عدد الشركات المتعددة الجنسيات الناشطة في العالم في سنة 2001 إلى ما يناهز 65 ألف شركة وقرابة 850.000 شركة وليدة نابعة لها ، حيث أن عدد الشركات الوليدة أو الأجنبية المنتسبة أصبحت تشغل قرابة 54 مليون موظف في سنة 2001 وهذه زيادة هائلة مقارنة بسنة 1990 حيث كانت تشغل 24 مليون موظف²، أما فيما يخص الإستثمار الأجنبي المباشر فقد إرتفع الرصيد من 1.7 تريليون دولار في سنة 1990 إلى 6.6 تريليون دولار في سنة 2001 ، كما أنها تستأثر بعشر الناتج الإجمالي المحلي العالمي وثالث الصادرات العالمية في دلالة على هيمنتها على التجارة الدولية في نفس الفترة الزمنية³، وهذا ما يوضحه الجدول الموالي:

¹ م. احمد عباس ، م.م. احمد محمد ، دور الشركات المتعدد الجنسيات في الاقتصاد العالمي ، مرجع سابق، ص 57.

² تقرير الاستثمار العالمي ، تشجيع الروابط استعراض عام ، الأمم المتحدة نيويورك وجنيف، 2001 ، ص 1 .

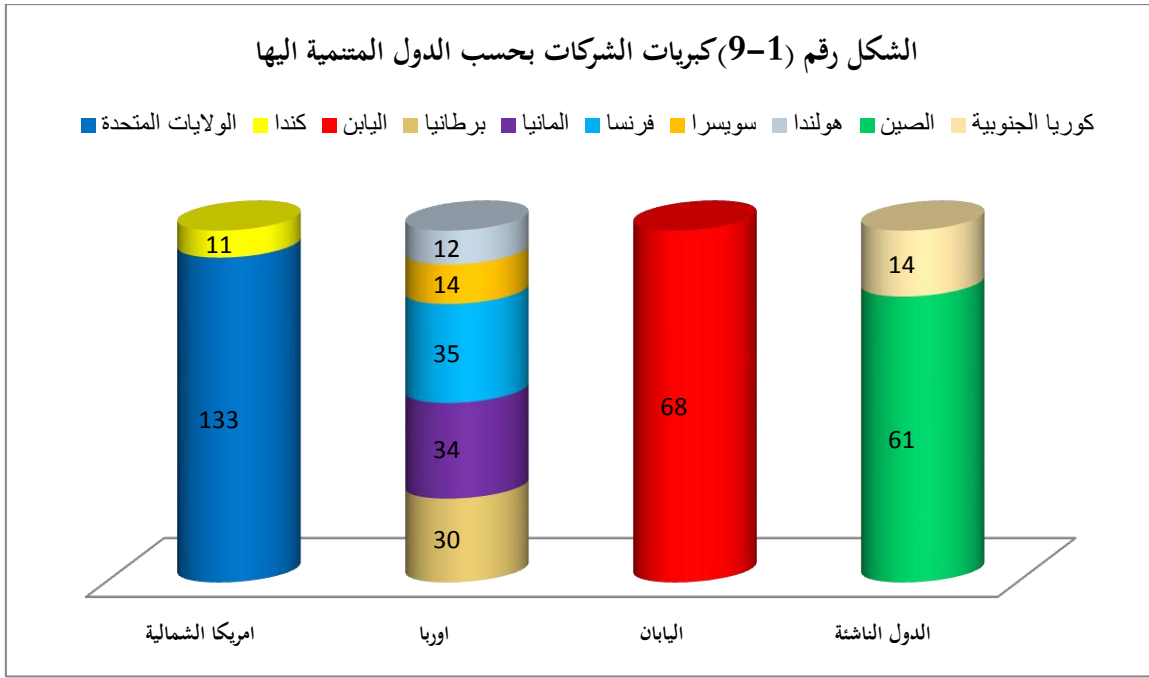
³ نفس المرجع السابق ، ص 5.

الجدول رقم (1-4) عدد الشركات المتعددة الجنسيات والشركات المتعددة الجنسيات العاملة في الاقتصاد العالمي

المنطقة	الشركات المتعددة الجنسيات الموجودة في الاقتصاد العالمي	فروع الشركات الأجنبية المنتسبة الموجودة في الاقتصاد العالمي
العالم	65000	850000
الدول المتقدمة	49806	94623
أوروبا الغربية	39415	62236
الاتحاد الأوروبي	33939	53373
اليابان	4334	3321
أمريكا	3382	18711
الدول النامية	9246	238906
جنوب وشرق وجنوب شرق آسيا	6067	206148
أمريكا اللاتينية والكاريبي	2594	26577
غرب آسيا	449	1948
إفريقيا	43	429

Source:UNCTAD, WORLD INVESTMENT REPORT , 1999, GENEVA.P5-6

الملاحظ في الجدول أعلاه أن الدول المتقدمة تحظى بحصة الأسد سواء في عدد شركاتها أو الفروع التابعة لها إذا ما قورنت ببقية دول العالم، لكن ميزان القوى تغير إذا ما قورن بستينيات القرن حيث أصبحت الشركات الأوروبية تفوق نظيرتها الأمريكية و اليابانية . وكذا ظهور لاعب ثالث في الحارطة الاقتصادية ألا وهي شركات الدول الناشئة وهذا ما تشير إليه الإحصائيات الموضوعة في الشكل الموالي



المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على إحصائيات . أكبر 500 شركة في العالم لسنة 2011¹

يشير الشكل أعلاه إلى أن الدول المتقدمة لا تزال تحظي بنصيب الأسد في ما يخص إمتلاكها للشركات المتعددة الجنسيات، لكنها ليست منفردة بل يلاحظ بروز الشركات التابعة للدول الناشئة و خاصة الصينية و البرازيلية و الهندية ،و التي أضحت الآن محل مراقبة من قبل المحللين الغربيين، منها "شركة (شيري) للسيارات وهي أكبر مصدر للسيارات في الصين والتي تهدف إلى بناء مصانع في شرق أوروبا والشرق الأوسط وأميركا الجنوبية، وتحتكر شركة "جونسون الكتريك" من هونغ كونغ نصف السوق العالمية للمحركات الكهربائية. وهناك شركة "سيميكس" المكسيكية لصناعة الإسمنت والتي إستولت على مجموعة بريطانية كبيرة هي "أر أم سي". وهناك شركة "إمبراير" البرازيلية التي أصبحت ثالث شركة في العالم لصناعة الطائرات وتخصص في مجال الطائرات النفاثة الإقليمية. وهناك شركتان برازيليتان للصناعات الغذائية وهما "ساديا" و "بيرديغاو" تصل قيمة مبيعاتهما (ستة مليارات دولار) وتصدر نصفها. وتعتبر الشركة الهندية "بهارات للحدادة" ثاني أكبر شركة في العالم وهي مجهز رئيسي لصناعة المحركات حول العالم، وإرتبطت مؤخرا بشركة فرنسية مقرية من شركة السيارات "بيجو ستروين". وتصب مجموعات الإستثمار الخاصة الهندية أنظارها على هذا الأسلوب وتسعى للإستيلاء على شركات أوروبية صغيرة في مجال صناعة أجزاء السيارات. ولا يعود دافعهم إلى حياة أصول في فرنسا أو ألمانيا، ولكن إكتساب علاقات مع المنتجين و التي تعد من أبرز إستراتيجيات هذه الشركات الناشئة ، أما الإستراتيجية الثانية فهي تقوم على تحويل التمييز الهندسي المحلي إلى ابتكار على المستوى العالمي، كما فعلت "شركة إمبراير". بعد

¹ <http://money.cnn.com/magazines/fortune/global500/2011/performers/companies/fastgrowrevs/>
(09/10/2012. 16 :10.)

تلقيها دعماً من الحكومة البرازيلية ومن ثم خصصتها إلى حد كبير، حيث إستولت اميراي على شركة "بومباردير" الكندية لتصبح أكبر منتج في العالم للطائرات الإقليمية. وفي عام 2006، توجه أكثر من 95% من مبيعاتها المقدرة (3.8 مليار دولار) خارج البرازيل، وهي إحدى أكبر المصدرين في البرازيل، وتجمع بين التصنيع واطىء التكلفة وتطور الأبحاث والتطوير. إضافة إلى ذلك، عقدت الشركة شراكة مع مؤسسة صناعة الطيران الصينية. وتفوقت في ذلك على شركتي بوينغ وايرباص اللتين تتصارعان حالياً لتحويل نفسيهما من مصدرين للعالم الغني إلى منتجين عالميين¹.

في الأخير يمكن القول أنه بحلول العشرية الأولى من القرن الجديد زاد دور هذه الشركات وأصبحت من أهم ركائز الاقتصاد العالمي المعاصر وخاصة بعد بروز الموجة الثالثة و المقصود بها ثورة المعلومات وظهور إستراتيجية جديدة وهي إندماج و شراء الشركات المتعددة الجنسيات لبعضها البعض، كذا يعزى تنامي دور هذه الكيانات العملاقة إلى تنامي العلوم والتكنولوجيا التي بلغت أوج قوتها و عنفوانها في بداية هذا القرن كما أن بروز إقتصاديات الدول الناشئة و تحول الدول النامية إلى سياسات إنفتاحية قصد جلب الإستثمارات الأجنبية المباشرة زاد من إتساع دورها على الساحة الدولية الاقتصادية. فالسباق نحو توطين الشركات الأجنبية قصد إلحاقها بعجلة النمو الاقتصادي للدول المتقدمة جعل من سياسات جلب الشركات المتعددة الجنسيات ركيزة من ركائز التنمية في دول العالم الثالث قصد جلب التكنولوجيا وتوطين الصناعات و بالتالي الرفع من مؤشرات أدائها الاقتصادي وكل هذه العوامل تعتبر من محفزات الإنتشار المهول لهذه الشركات .

¹د. محسن حسن علوان ،أثر الشركات متعددة الجنسية على اقتصاد البلد المضيفة،مجلة الفتح ،العدد السادس والثلاثون . 2008 .

المبحث الثالث: التفسيرات النظرية لنشأة وتطور الشركات المتعددة الجنسيات

بعد إستعراضنا للتطور التاريخي للشركات المتعددة الجنسيات نلاحظ أن هذا التطور لم يكن وليد العدم أو بشكل تلقائي بل كان نتيجة عوامل كثيرة منها السياسية و الإجتماعية و في مقدمتها الإقتصادية ولقد تعددت العوامل وبتعددتها تنوعت النظريات والآراء الاقتصادية التي حاولت دراسة وتفسير ظاهرة تحول الشركات من القومية إلى تدويل الإنتاج، حيث ساعد التفسير النظري لنشوء و تطور هذه الشركات علي التعرف إلى جوانب القوة و الضعف لهذه الكيانات ورغم المحاولات العديدة التي حاولت تفسير هذه الظاهرة إلا أنها لا تزال غير واضحة المعالم .

لقد حاولت النظرية التقليدية إلقاء الضوء على سلوكيات هذه الشركات و العوامل التي تحدد طبيعة النشاطات الدولية التي تلجأ إليها معتمدة علي تفسير حركة رأس المال الموجه للإستثمار الأجنبي المباشر، قياساً على حركة التجارة الدولية ورأس المال باعتمادها على فرضيتان:

-عدم قابلية انتقال عوامل الإنتاج من بلد إلى آخر.

- عمل هذه الشركات في سوق تنافسي ينفصل فيه البائع عن المشتري.

وقد وجهت إلى هذه النظرية عدة انتقادات أهمها: كون الإستثمار المباشر لا يسعى بالدرجة الأولى إلى تعظيم المردودية فقط، بل لديه أهداف أخرى لا يمكن التخلي عنها وهي تبحث عن أسواق أخرى بهدف توسيع حصص المؤسسة من أجل عرقلة المؤسسات المنافسة، وكذلك تعظيم المبيعات....الخ.¹

لذا سعى البعض لتطوير بعض المفاهيم العامة للنظرية التقليدية من أجل فهم تدفق الإستثمار المباشر وعليه تقوم هذه النظرية بشرح تدفق رأس المال على انه استجابة لاختلاف سعر الفائدة، من دولة إلى أخرى فرأس المال سيتدفق إلى المناطق التي يحصل فيها على أعلى عائد، أي أن رأس المال يتحرك من بلد لآخر استجابة للفروق في الإنتاجية الحدية لرأس المال. وبالتالي يكون اتجاه الحركة من بلاد تتسم بالوفرة إلى أخرى تتسم بالندرة النسبية، حيث أبرزت هذه النظرية رغبة الشركات في الاستفادة من التباينات في ظروف العمل والإنتاج بالدول. أي أن الفوارق في تكلفة العمل أو معدل استغلال قوة العمل تعد أحد الدوافع الكبرى للإستثمار في البلاد ذات تكلفة العمل المنخفضة مقارنة بما هو سائد في البلاد الأم، هذا مما سيجب لها فرصة الحصول على معدل أعلى للربح، لكنها فشلت في تقديم تفسير مقنع لظاهرة نشأت الشركات المتعددة الجنسيات حيث أنها تتناقض في تفسيراتها لانتقال حركة رأس المال مع واقع أن الجزء الأكبر من الإستثمارات المباشرة يتحرك داخل أسوار المناطق المتطورة من النظام الرأسمالي العالمي، حيث هناك تقارب كبير في مستويات الإنتاجية الحدية لرأس المال والأهم من ذلك أنها لم تميز بين نوعي الإستثمار المباشر وغير المباشر، علاوة على اعتمادها على المنافسة التامة في تحليلها النظري فضلاً عن عدم شرح أسباب القيام بالإستثمار بدل من التصدير جعل منها تحمل عنصراً أساسياً في المعادلة.²

¹ هيفاء عبد الرحمن التكريتي، مرجع سابق، ص 360.

² د. محمد السيد سعيد، الشركات عابرة القومية و مستقبل الظاهرة القومية، إصدارات عالم المعرفة، الكويت، 1990، ص 24.

بعد فشل النظرية الكلاسيكية في الإحاطة و تفسير هذه الظاهرة برزت إلى الوجود نظريات فرعية أخرى ألا وهي نظرية عدم كمال السوق و دورة حياة المنتج و نظرية السياسات العامة.¹

المطلب الأول: نظرية السياسات العامة

لقد إعتد البعض على المدخل السلوكي في تفسيرهم لظهور الشركات المتعددة الجنسيات و ربط الإستثمارات الأجنبية و تدويل الإنتاج بالأهداف الإمبريالية للدول المتقدمة معتمدين على نظرية السياسات العامة و المستمدة من الفكر الماركسنتلي و الذي يعتبر الإقتصاد خاضع للسياسات الحكومية وأن الشركات هي الأدوات المستعملة في تحقيق تلك السياسات الخارجية للدولة الأم .

تبعاً لرواد هذه النظرية فإن قرار تدويل الإنتاج بالنسبة للشركات العملاقة لم يكن ناتج عن الضرورات الإقتصادية بل كان نابع عن سياسات إختارتها الشركات للإستفادة من الحوافز التي قدمت من طرف حكومات الدولة الأم وهذا من أجل دفع شركاتها لخوض غمار الإستثمار الخارجي، حيث يشدد مضمون هذه النظرية على أهمية المعاملة الضريبية لهذه الشركات.²

وبالتالي يمكننا تميز ثلاث مواقف عند رواد هذه الأطروحة فأصحاب الموقف الأول يؤكد على أهمية المعاملة الضريبية للعوائد المتولدة من المشروعات التابعة والتي تقدمها الحكومات الأم لشركاتها، وهذا عن طريق حصولها على مزايا ضريبية، والثاني يركز على أثر السياسة المحلية في البنية الإقتصادية للدولة الأم، وأثر ذلك في تحفيز الشركات ودفعها للإستثمار في الخارج، والموقف الثالث يروّج للدور المفصلي لتلك الشركات في تنفيذ السياسة الخارجية للبلد الأم، أي الوظيفة السياسية للشركات في إستراتيجية الدولة³، حيث تستهدف هذه الحكومات عن طريق شركاتها توفير فرص جديدة للعمال أو فتح أسواق جديدة لتصدير أو حتى نشر ثقافته و إيديولوجيتها السياسية و الإجتماعية في الدول المضيفة.⁴

بيد أن هذه النظرية لاقت جملة من الإنتقادات بسبب تناقضها مع الواقع و المنطق النظري السليم، فعلى سبيل المثال أضرت بعض الشركات الأمريكية بمصالح دولتها لما إتخذت قرارات المضاربة على الدولار، و البعض منها كان يلجأ إلى إنشاء فروع لها خارج الولايات المتحدة الأمريكية هرباً من طوق الرقابة الحكومية الذي كان مفروض عليها أو من أجل التملص من القوانين القومية و التي لم تكن تحدم مصالح تلك الشركات كل هذا جعل من هذه النظرية متناقضة مع الواقع.⁵

كما أن فرضيتها بعدم توجه الشركات العملاقة للإستثمار خارج أوطانها لم يكن بسبب ضرورات و ضغوطات إقتصادية لم تكن معقولة حيث هناك من يرى أن من أهم الأسباب التي أدت بالشركات المتعددة الجنسيات للظهور وإنتهاج عملية تدويل الإنتاج كانت نتاج لضغوطات الإقتصادية الخارجية كالحواجز الجمركية و إرتفاع تكاليف النقل و بالتالي إرتفاع النفقات و الأسعار و التي سوف تضعف من تنافسية السلع المصدرة و كبديل لذلك كان فتح مصانع لها خارج الحدود الإقليمية لدولتها الأم الحل الأنسب لتفادي تلك العقبات .

¹ محمد السيد سعيد، الشركات عابرة القومية و مستقبل الظاهرة القومية، مرجع سابق، ص 25.

² هيفاء عبد الرحمن التكريتي، مرجع سابق، ص 362.

³ محمد السيد سعيد، المرجع السابق، ص 26.

⁴ د. عبد السلام أبوقحف، مقدمة في إدارة الأعمال الدولية، مرجع سابق، ص 72.

⁵ محمد السيد سعيد، مرجع سابق، ص 26.

وهناك من إستخدام المدخل الإداري لتفسير هذه الظاهرة و الذي يعتمد خبرائها على دعامة نمو حجم المنظمة في حد ذاتها و تعدد و إتساع أنشطتها.¹

أما النظريات السائدة و الشائعة في الفكر الاقتصادي فهي نظريات تهتم بدوافع الشركات المتعددة الجنسيات إلى التوجه نحو تدويل الإنتاج و إنتهاج درب الإستثمارات المباشرة و هذا ما سنحاول ذكره .

المطلب الثاني: نظرية عدم كمال السوق والحماية

توجد الكثير من الآراء و النظريات التي تناولت هذا الموضوع بالتحليل و الدراسة، لذا سنقتصر في دراستنا على عرض ابرز النظريات و الأكثر شيوعاً، و التي اتفقت عليها معظم الكتاب و الباحثين.

الفرع الأول: نظرية عدم كمال السوق market imperfection theory

تعد بعض الدراسات هذه النظرية من الأسباب الأساسية لقيام الشركات بنقل وحداتها و مصانعها أي الإستثمار المباشر خارج أوطانها حيث قامت هذه النظرية على فرضية غياب المنافسة التامة في أسواق الدول المضيفة وعدم قدرة الشركات الوطنية على منافسة نظيراتها الأجنبية، أما الأسس التي بنيت عليها هذه الفرضيات فهي الخصائص الإحتكارية للشركات في مجالات الإنتاج و التسويق و التمويل و كذا البحث و التطوير و التي سوف تدفع حتما حسب رأى أصحاب هذه النظرية بالشركات إلى إستغلال هذه الفوارق و المزايا التي تتمتع بها إضافة إلى المزايا الممنوحة من طرف الدول المضيفة لتدويل إنتاجها و الخروج من دائرة القومية إلى الدولية عن طريق تملكها المطلق للمشاريع ، و الذي افترض أصحاب هذه النظرية بأنه النوع المفضل للشركات المتعددة الجنسيات ابتغاء تحقيق الاستغلال الأمثل لمكان القوة لديها ، وهذا ما اقره رواد هذه النظرية كريموند فيرنون Raymond Vernon وستيفن هيمر حيث ربطوا قدرة الشركات على الاستثمار خارج أوطانها بميزتها الإحتكارية و التي سوف تسمح لها بالمنافسة في أسواق الدول المضيفة وهذا ما دعمته نظريات أخرى كنظرية الميزة الإحتكارية ونظرية تدويل عوامل الإنتاج، ونظرية عدم كمال سوق رأس المال.²

وفي هذا الصدد يرى هود وينغ وباري و كيفز أن الدافع وراء اتجاه الشركات إلى الاستثمار ونقل بعض أنشطتها خارج حدود دولتها الأم هو الهروب من الأسواق التي تسودها المنافسة التامة إلى أسواق دول مضيفة تتميز بعدم وجود المنافسة التامة حيث يكون بإمكان هذه الشركات تسيد الوضع فيها عن طريق ما يميزها من الخصائص و الموارد المتميزة أو المطلقة بالمقارنة بنظيرتها الوطنية في الدول المضيفة.³ ومنه يمكن حصر الحالات التي تدفع بالشركات الأجنبية إلى الاستثمار في الدول المضيفة فيما يلي⁴:

- حالة وجود فروقات واختلافات جوهرية في منتجات الشركة الأجنبية عن تلك الوطنية.
- حالة توافر مهارات إدارية و تسويقية و إنتاجية... متميزة عن مثيلتها بالدولة المضيفة.
- كبر حجم الشركات الأجنبية و قدرتها على الإنتاج مما يحقق وفورات الحجم الكبير.

¹ د.عبد السلام أبو قحف، إدارة الأعمال الدولية "دراسات وبحوث ميدانية، الدار الجامعية، القاهرة، 2001، ص25

² نفس المرجع، ص26.

³ د.عبد السلام أبو قحف، التسويق الدولي، مرجع سابق، ص82.

⁴ د.عبد السلام أبو قحف، نظريات التدويل وجدوى الاستثمارات الأجنبية، مؤسسة شباب الجامعة، القاهرة، 1998، ص 49.

- حالة اكتساب الشركة الأجنبية لتكنولوجيا متقدمة عن تلك الموجودة في الدولة المضيفة.

- حالة إجراءات وسياسات الحماية الجمركية في الدولة المضيفة مما يعيق عملية التصدير و بالتالي يصبح الاستثمار الأجنبي المباشر هو الحل الأمثل.

- استفادة الشركات الأجنبية من التسهيلات والامتيازات التي تقدمها لها الدولة المضيفة.

أما فيما يخص النقد الموجه لهذه النظرية يرى كل من روريك و سيموندس ، أن فرضية إدراك الشركات لجميع الفرص المتاحة للاستثمار الأجنبي في الخارج ليست صحيحة واقعيًا. كما أنها لم تقدم تفسيرًا منطقيًا و مقبولًا لفرضية تفضيل الشركات للملك المطلق لمشاريع الاستثمار في الدول المضيفة بغرض استغلال جوانب القوة الاحتكارية حيث أبرزت دراسات أخرى انه يمكن إستغلال هذه الميزات عن طريق أنماط أخرى للاستثمار أو عن طريق التسويق أو عقود التراخيص¹.

في الأخير يمكن القول أن لتحقيق أهداف شركات متعددة الجنسيات في الاستثمار الأجنبي في ظل نظرية عدم كمال السوق يجب أن تربطها بمدى مرونة الإجراءات و التشريعات التي تضعها الدول المضيفة للاستثمار الأجنبي وخاصة تلك المرتبط بعملية الإنتاجية والتجارية ارتباطًا مباشرًا

الفرع الثاني: نظرية الحماية

لقد ظهرت هذه النظرية كنتيجة حتمية لتصويب الخلل الذي شاب الافتراضات التي قامت عليها نظرية عدم كمال السوق. حيث أجهضت الافتراض القائل بان نجاح شركات متعددة الجنسيات يتوقف بمجرد عدم تكافؤ المنافسة بين هذه الشركات وشركات الوطنية، وقامت بإقرار أن النجاح يتوقف على مدى ما تمارسه الدول المضيفة من رقابة والقوانين التي تؤثر على حرية الاستثمار وممارسة الأنشطة المرتبطة بها، و يعنى بنظرية الحماية تلك الممارسات الوقائية من قبل الشركات الأجنبية لضمان عدم تسرب الابتكارات الحديثة في مجال الإنتاج، التسويق، و الإدارة عموماً إلى أسواق الدول المضيفة و ذلك لأطول فترة ممكنة²، هذا من جهة ومن جهة أخرى حتى تستطيع الشركات الأجنبية كسر حدة الرقابة و الإجراءات الحكومية بالدول المضيفة و إجبارها على فتح قنوات الاستثمار الأجنبي المباشر داخل أراضيها. وفي هذا الشأن يرى هود وينج بضرورة احتفاظ الشركات الأجنبية بأحد الأصول (المعرفة، الخبرة، الاختراعات... الخ)، التي تحقق لها التميز المطلق بدلا من تصديره أو بيعه للشركات الأخرى في الدول المضيفة³، لكن وبعد أن ظهرت الآن أساليب حديثة لممارسة الحماية، والتي أضحت أكثر فاعلية من تلك التي تستخدمها الشركات متعددة الجنسيات، أصبح بإمكانها تحقق الحماية لاستثمارتها.

وتتمثل هذه الأساليب في النقاط "التي وردت على اتفاقية الجات و التي تمت بعد جولة أروغواي (1986 - 1993) و الخاصة باتفاقية حقوق الملكية الفكرية، تلك الاتفاقية التي تهدف إلى حماية حقوق الملكية الفكرية، وقد إلتزمت بحقوق التأليف و النشر الواردة في معاهدة برن و حماية برامج الكمبيوتر، و حماية العلامة التجارية، و المعارف التقنية و الأسرار التجارية، و براءات

¹ د. عبد السلام أبو قحف، التسويق الدولي، مرجع سابق، ص 85-86.

² فليح حسن خلف، التمويل الدولي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2004، ص 18.

³ عبد السلام أبو قحف، نظريات التدويل وجدوى الاستثمارات الأجنبية، مرجع سابق، ص 54

الاختراعات...، و تنص الاتفاقية على تعديل القوانين بالدول المتقدمة خلال عام، و النامية خلال خمس أعوام، و الأقل نمو خلال إحدى عشر عاما" ¹.

بالتالي يمكن القول أنه لم يعد هناك مبرر لعملية الحماية التي تقوم بها شركات متعددة الجنسيات في الأنشطة الاقتصادية التي تمارسها، حيث بهذه الإجراءات أصبحت تقلل من الضوابط والسياسات الحكومية للدول المضيفة ².

المطلب الثالث: النظريات الحديثة

تعد النظريات التي أتينا على ذكرها سابقا قديمة إذا ما قورنت بنظرية دورة حياة المنتج و الموقع و التي و آكبت الشركات المتعددة الجنسيات و حاولت تفسير الدوافع التي تجرها إلى تدويل إنتاجها و الخروج من أوطانها، حيث حاول المنظرون دراسة أهم و أبرز النقاط التي تدفع بالشركات إلى انتهاج درب تدويل النشاط و الخروج من ضيق قوقعة الوطنية إلى رحابة صدر العالمية .

الفرع الأول: نظرية دورة حياة المنتج

لقد قدمت هذه النظرية في بادئ الأمر بغية تفسير مبررات التجارة الخارجية ولكنها أضحت من أهم النظريات التي يستدل بها علماء الاقتصاد بغية تفسير ظاهرة نمو و تطور الشركات المتعددة الجنسيات، بعد أن ألقى الضوء على دوافع الشركات المتعددة الجنسيات من وراء الإستثمارات الأجنبية كما فسرت تنامي هذه الظاهرة، وهذا بكشفها عن العوامل الموضوعية التي ألزمت الشركات بالإستثمار خارج أوطانها و جعلت منه ضرورة حتمية وليس منهجا بديلا ³.

تنص هذه النظرية حسب ريموند فيرنون Raymond Vernon الذي قدمها سنة 1966 على أن المنتج يمر بمراحل خلال دورة حياته والتي تصاحبها الكثير من التغيرات سواء على مستوى الطلب، وتقنيات الإنتاج و التكنولوجيا المستعملة و التي قسمها إلى أربع مراحل تكون متتابعة تسلسليا، هذا ما سوف يدفع بالشركات المتعددة الجنسيات إلى تغيير أماكن إنتاج سلعها بحسب فيرنون أما المراحل التي تمر بها هي كالتالي: ⁴

اولا- المرحلة الأولى مرحلة المنتج الجديد :

تعد أولى مراحل الظهور للمنتج حيث ينتج و يسوق غالبا في سوق الدولة الأم و هذا بغية تغطية التكاليف الناتجة عن إستخدام اليد العاملة المؤهلة والبحث التطوير وكثافة التكنولوجيا ويكون الإنتاج الموجه إلى السوق محدودا وموجه إلى طبقة معينة من المستهلكين و الذين يمتلكون قدرة شرائية مرتفعة تمكنهم من تحمل تكاليف إقتناء هذه المنتجات لأن مرونة الطلب السعرية تكون

¹ امنور أوسير و علي النذير، حوافز الاستثمار الخاص المباشر، مجلة اقتصاديات شمال أفريقيا العدد 02، جامعة الشلف، بدون تاريخ، ص 114.

² أبو قحف عبد السلام، نظريات التدويل وجدوى الاستثمارات الأجنبية، مرجع سابق، ص 62.

³ محمد السيد سعيد، الشركات عابرة القومية و مستقبل الظاهرة القومية، مرجع سابق، ص 26.

⁴ آيت الله مولحسان، المنظمة العالمية للتجارة و انعكاساتها على قطاع التجارة الخارجية دراسة حالة: الجزائر، مصر. رسالة دكتوراة جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، غير منشورة، 2010، 2011، ص 13 - 14.

ضعيفة مقارنة مع مرونة الطلب الداخلية و التي تكون كبيرة و بالتالي يصبح السوق المحلي الأكثر قابلية لاستخدامه كسوق اختياري للمنتوج و من ثم تنعدم فرص التجارة الدولية و التسويق و الإستثمار المباشر في هذه المرحلة ..

ثانيا -المرحلة الثانية مرحلة التطور و النمو :

في هذه المرحلة يصبح المنتج نمطيا و بالتالي تقل تكلفة إنتاجه و ينخفض سعره وهذا ما يجعله متاحا لشريحة أوسع من المستهلكين عكس المرحلة الأولى ، كما يزيد تقليد المنتج من طرف المنافسين الأجانب و هذا ما سيدفع بالمؤسسة صاحبة المنتج إلى إنتهاج درب فتح أسواقها الخارجية عن طريق التصدير و الإنتقال إلى الإنتاج في الدول الصناعية الأخرى بغية مواجهة المنافسة كما أن هذه المرحلة تتميز بالتزايد المعتبر لصادرات البلد صاحب الابتكار و هذا ما ينعكس إيجابا على ميزان مدفوعات هذه الدول .

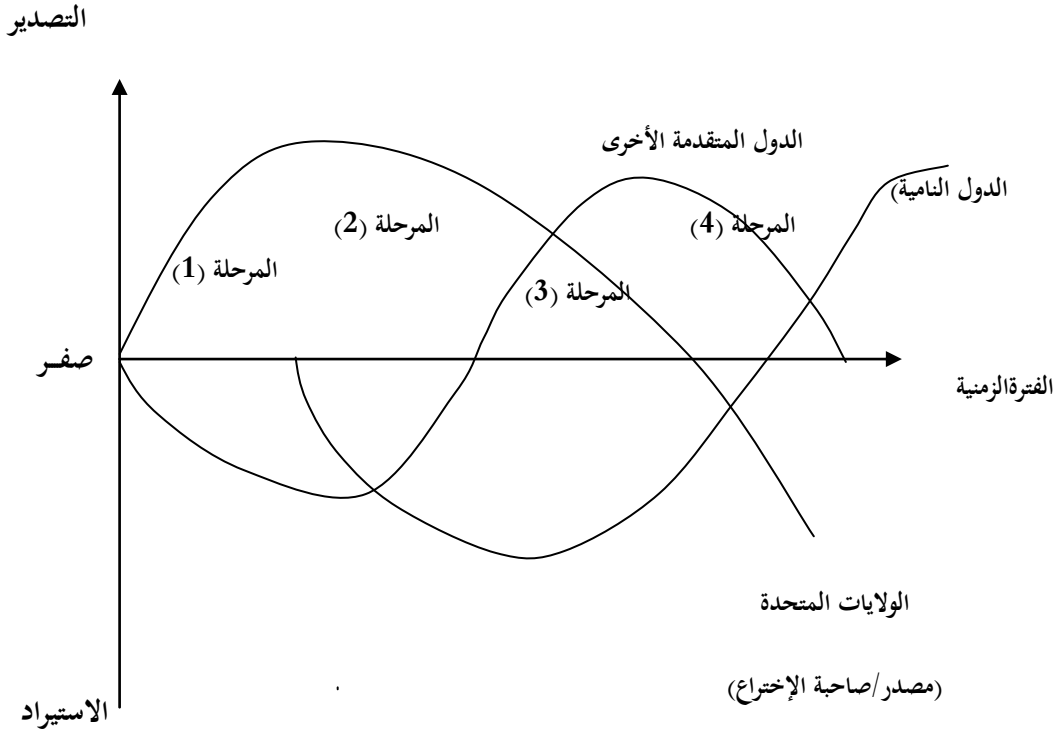
ثالثا -المرحلة الثالثة :مرحلة النضج

في هذه المرحلة تسود المنافسة التامة وهذا لأن السلعة تصل إلى درجة النضج و تصبح التكنولوجيا معروفة و مستقرة وتصبح الشركة تواجه تهديدات في الأسواق الخارجية وهذا بازياد الطلب وكل هذا سوف يدفع بالمنشأة إلي اللجوء إلى الإنتاج الخارجي لأجل تغطية الطلب المتزايد وهذا عن طريق فتح شركات تابعة لها و غالبا ما تكون في إحدى الدول المتطورة الأخرى.

رابعا -المرحلة الرابعة :مرحلة الزوال و الأفول

تتميز هذه المرحلة ببروز منتجات منافسة إثر تقادم المنتج وهذا ما يؤدي إلى إنكماش حصته السوقية في البلدان الصناعية وتقلص كلفة إنتاجه و هذا ما يجعل عملية إنتاجه تنتقل إلي الدول النامية لاسيما إذا كان يتطلب وفرة في اليد العاملة و بأجور متدنية وهذا ما يدفع بالشركات إلى إنشاء فروع تابعة لها في الدول النامية بغية الإستفادة من ذلك و كذا بغية إطالة مدة حياة المنتج وهذا ما يصب في صالح الدول النامية و التي يزداد إنتاجها و تصبح هي المصدرة ، و لعل الشكل التالي يوضح ذلك

الشكل رقم (1-10) دورة حياة المنتج



المصدر: أبوقحف عبد السلام، اقتصاديات الأعمال و الاستثمار الدولي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، مصر، 2001، ص401.

لقد أبرزت هذه النظرية سلوك الشركات المتعددة الجنسيات الرائدة في مجال الابتكارات في غزوها للأسواق العالمية و توجيهها نحو الاستثمار خارج أوطانها، وهذا ما أثبتته الواقع و الممارسات التي تقوم بها الشركات المتعددة الجنسيات و التي أيدت فرضيات هذه النظرية وأحسن مثال هو ما حدث في صناعة الحاسبات و التي إنطلقت في الولايات المتحدة ثم انتقلت عملية الإنتاج إلى بريطانيا و فرنسا ألمانيا و اليابان من ثم إمتد إنتاجها إلى دول نامية مثل تاوان وكرويا الجنوبية متبعة منحى النظرية،¹ ولكنها ورغم ما حققته إلا أنها لقيت جملة من الإنتقادات مفادها:

- أن نظرية دورة حياة المنتج الدولي لم تقدم تفسيراً واضحاً لأسباب قيام الشركات متعددة الجنسية بالاستثمار المباشر بدلا من عقود التراخيص في الدول المضيفة مثلاً، كما أن هذه النظرية تقدم فقط تفسيراً للسلوك الاحتكاري للشركة واتجاهها إلى الإنتاج في

¹ د.عبد السلام أبو حفح، التسويق الدولي، مرجع سابق، ص90.

دول أجنبية للاستفادة والتمتع بفروق التكاليف الإنتاجية أو الأسعار أو استغلال التسهيلات الممنوحة من قبل الدول المضيفة وكسر حدة إجراءات الحماية الجمركية التي تفرضها هذه الدولة على الإستيراد...الخ¹

- لقد اهتمت نظرية دورة حياة المنتج بتفسير الاستثمار الأجنبي المباشر في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أوروبا ثم إلى الدول الأقل نمواً، بحيث تصبح هذه التفسيرات محصورة في الخمسينات والستينات، حيث كانت هناك اختلافات واضحة في مستوى التقدم التكنولوجي و تكلفة الإنتاج بين أوروبا و الولايات المتحدة الأمريكية، أما في الوقت الراهن ومع التقارب الشديد في مستوى التقدم التكنولوجي وتكلفة الأجور والطلب المحلي، لا يكون هناك أي أساس وراء قيام الاستثمارات المتشابهة فيما بين الدول الأوروبية إلى الولايات المتحدة، وبذلك تصبح هذه النظرية عاجزة عن تفسير أسباب قيام الدول النامية نفسها بالاستثمار الأجنبي المباشر²؛

- عند عرض النظرية يبرز أن أهم ما يميزها هو جزؤها على أهمية المزايا المكانية التي تتمتع بها الدول النامية لجذب وتوطين الاستثمار الأجنبي المباشر فيها، بالإضافة إلى أنها تؤكد أهمية الابتكار والتفوق التكنولوجي كدافع رئيسي لتحركات الشركات متعددة الجنسية وامتداد نشاطها الاستثماري في الخارج، إلا أنها ا من ناحية أخرى تغفل الدوافع الأخرى المؤثرة في القرار الاستثماري للشركات، وهذه الدوافع قد تكون اقتصادية وسياسية أو اجتماعية.³

- صعوبة تطبيق محتوى نظرية مراحل دورة المنتج على وتعميمها على جميع المنتجات وهذا نتيجة إما لصعوبة تقليد ابتكار المنتج من طرف الدول الأخرى- غير الدول صاحبة المنتج - أو إذا كان المنتج من المنتجات الفاخرة مثل سيارة الرولنز رويس و البورش.

الفرع الثاني: نظرية الموقع

من إسم النظرية يتضح أنها تهتم بكيفية انتقاء واختيار موقع الاستثمار، أي أنها ترتبط بقضية اختيار الدولة المضيفة من خلال دراسة العوامل الموقعية أو البيئية التي ستكون مؤثرة على قرارات استثمار هذه الشركات، في الدول المضيفة، وهذا ما أشار إليه باري الذي يرى أن هذه النظرية تهتم "بمتغيرات البيئية في الدول المضيفة التي ترتبط بالعرض والطلب، تلك العوامل التي تؤثر على الأنشطة الإنتاجية أو التسويقية، والبحوث والتطوير ونظم الإدارة وغيرها".⁴

¹ عبد السلام، أبو قحف، اقتصاديات الأعمال الاستثمار الدولي، مرجع سابق، ص 400

² محمد قويدري، تحليل واقع الاستثمارات الأجنبية المباشرة وآفاقها في البلدان النامية - مع الإشارة إلى حالة الجزائر 2005، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر، الجزائر، 2004 ص 60-61.

³ حسب الله محمد، محددات الاستثمار الأجنبي المباشر و غير المباشر، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص 30

⁴ عبد السلام أبو قحف، نظريات التدويل وجدوى الاستثمارات الأجنبية، مرجع سابق، ص 59

كما أن دوننج أيد رأى بارى بقوله على أن هذه النظرية "تتتم بكل العوامل المرتبطة بتكاليف الإنتاج والتسويق والإدارة... الخ، بالإضافة إلى العوامل التسويقية والعوامل المرتبطة بالسوق، أو العوامل التسويقية"¹

ومنه فإن العوامل الأساسية لنظرية الموقع التي تؤثر على قرار شركات متعددة الجنسيات فيما يخص الاستثمار المباشر في الدول المضيفة وتفضيله لها عوضاً عن طرق أخرى كالتصدير مثلاً بغية اختراق أسواق الدول المضيفة تتمثل في:²

- العوامل التسويقية مثل: درجة المنافسة، منافذ التوزيع، التقدم التكنولوجي، حجم السوق
- معدلات نمو السوق، رغبة في المحافظة على العملاء السابقين احتمالات التصدير لدولة أخرى... الخ؛
- عوامل مرتبطة بالتكاليف مثل: تخفيض تكاليف نقل المواد الأولية و توفر الأيدي العاملة و بأجور متدنية، إضافة إلى ذلك توفر رؤوس الأموال؛
- الإجراءات الجبائية مثل: فرض القيود الجمركية المفروضة على التصدير، و نظام الحصص؛
- العوامل المرتبطة بمناخ الاستثمار الأجنبي مثل: الامتيازات الممنوحة للاستثمار الأجنبي من قبل الدول المضيفة و مدى استقرار أسعار الصرف، الأنظمة الضريبية و القيود المفروضة على ملكية الاستثمارات الأجنبية للأجانب، إضافة إلى ذلك طرق تحويل العملات الأجنبية؛
- بالإضافة إلى عوامل أخرى منها: الموقع الجغرافي، مدى غنى أراضيها بالشروات الطبيعية الإجراءات و القيود في عملية تحويل الأرباح إلى الدول الأم، المبيعات والأرباح المتوقعة، إمكانية التهرب الضريبي... الخ.

الفرع الثالث: نظرية الموقع المعدلة

يوضح اسم النظرية على أنها امتداد و تطوير لنظرية الموقع، وهذا عن طريق أضافت بعض العوامل التي لم تعتمد عليها النظرية الأولى، و التي وجد أن لها تأثيراً هاماً على قرار الشركات المتعددة الجنسيات في عملية اتخاذ قرار الاستثمار الدولي، حيث حسب مطوري النظرية ريبوك و سيمونديس و الذين قاما باقتراح ثلاث مجموعات جاعلين منها المؤثرات المباشرة على الأعمال و الاستثمارات الدولية و الأنشطة المرتبطة بها و التي قسموها كالتالي:³

المجموعة الأولى: تشمل المتغيرات الشرطية

المجموعة الثانية: فهي عوامل دافعة

المجموعة الثالثة في بعض المتغيرات المجموعة الحاكمة الضابطة

وتندرج تحت هذه المجموعات عدة عوامل و التي يمكن سردها كالتالي:⁴

¹ عبد السلام أبو قحف، اقتصاديات الأعمال والاستثمار الدولي، مرجع سابق، ص 403.

² عبد السلام أبو قحف، نظريات التدويل و جدوى الاستثمارات الأجنبية، مرجع سابق، ص 67.

³ عبد السلام أبو قحف، نظريات التدويل و جدوى الاستثمارات الأجنبية، مرجع سابق ص 61

⁴ عبد السلام، أبو قحف اقتصاديات الأعمال والاستثمار الدولي، مرجع سابق، ص 88.

- عوامل تتعلق بأسواق الدول المضيفة غير الكاملة؛
 - عوامل تتعلق بالميزة المطلقة التي تكتسبها الشركات متعددة الجنسيات مقارنة بنظيرتها في الدول المضيفة؛
 - عوامل تتعلق بأهداف الدول (الدولة الأم)؛
 - عوامل تتعلق بالنشاط الإنتاجي، سواء من جانب التكاليف أو الأرباح؛
 - عوامل تتعلق بحماية اختراعات الشركات المتعددة الجنسيات؛
 - عوامل تتعلق بما تملكه البلدان النامية من موارد أولية؛
 - عوامل تتعلق بأهداف الشركات متعددة الجنسيات في غزو أسواق الدول النامية وذلك بالتغلب على القيود المفروضة على التجارة الدولية.
- و الجدول الموالي يعرض علينا كيف تؤثر العوامل المذكورة على القرارات التي تتخذها الشركات المتعددة الجنسيات في ما يخص قرار التدويل و الاستثمار ودخول الأسواق الخارجية

جدول رقم (1-5):العوامل الشرطية والدافعة والحاكمة للإستثمارات الأجنبية

العوامل الشرطية	الأمثلة
1-خصائص المنتج السلعة	نوع السلعة، استخدامات السلعة، درجة حداثة السلعة، متطلبات الإنتاج (الفنية، المالية، البشرية)، خصائص العملية الإنتاجية.
2-علاقات الدول المضيفة مع الدول الأخرى	تضم النقل والاتصالات بين الدولة المضيفة والدول الأخرى، الاتفاقات الاقتصادية، السياسة التي تؤثر على حركة أو انتقال رؤوس الأموال والمعلومات والبضائع... الخ.
3-الخصائص المميزة للدول المضيفة	طلب السوق المحلي، نمط توزيع الدخل، مدى توافر المواد البشرية والطبيعية، مدى التقدم الحضاري، خصائص البيئة الاقتصادية... الخ.
العوامل الدافعة	الأمثلة
1-الخصائص المميزة للشركة	مدى توافر الموارد المالية والبشرية والفنية والتكنولوجية، حجم الشركة. القدرة النسبية للشركة على المنافسة ومواجهة التهديدات والأخطار التجارية.
العوامل الحاكمة	الأمثلة
1-الخصائص المميزة للدول المضيفة	القوانين واللوائح الإدارية، نظم الإدارة والتعيين، سياسات الاستثمار، الحوافز الخاصة بالاستثمارات الأجنبية... الخ.
2-الخصائص المميزة للدولة الأم	القوانين واللوائح والسياسات الخاصة بتشجيع تصدير رؤوس الأموال والاستثمارات الأجنبية، المنافسة، ارتفاع تكاليف الإنتاج.
3-العوامل الدولية	الاتفاقيات المبرمة بين الدولة المضيفة والدولة الأم، المبادئ والمواثيق الدولية المرتبطة بالاستثمارات الأجنبية بصفة عامة.

المصدر: أبو قحف عبد السلام، اقتصاديات الأعمال والاستثمار الدولي مرجع سابق، ص 405 .

إذا ما أمعن النظر في الجدول أعلاه يمكن لنا أن نلاحظ و نستخلص ما يميز هذه النظرية عن باقي النظريات، حيث إنها تعزي قرار تدويل النشاط و إنتهاج الإستثمار إلى تناغم و تفاعل عدة عوامل و التي تتمثل غالباً في الضمانات والحوافز التي تقدمها الدول الأم لهذه الشركات وهذا كنتيجة حتمية لما تعانيه الدول الأم و الشركة من تقلبات البيئة كحدة المنافسة في الأسواق المحلية، إرتفاع تكاليف العمالة... الخ، وكذا العوامل أو المناخ الإستثماري السائد في الدولة التي تريد الشركة أن تدخلها و مدى جاذبيته، إضافة إلى ما تمتلكه الشركة و المؤسسة من خصائص و مميزات تمكنها من خوض معترك المنافسة في الدول المضيفة و تجعل منها ندا للشركات الأجنبية الأخرى أو الوطنية على حد سواء، كما تعد هذه النظرية شبه ملخص للنظريات السابقة وهذا من خلال كثرة العوامل التي تدفع شركات متعددة الجنسيات للإستثمارات خارج أوطانها حيث تما لإشارة إليها في النظريات السابقة، أما فيما يخص الإنتقادات فهي تتمثل في كثرة هذه العوامل في هذه النظرية التي قد تصعب على الشركات متعددة الجنسيات إتخاذ قراراتها فيما يخص القيام بالإستثمار وممارسة نشاطاته الإنتاجية والتسويقية في الدول المضيفة.¹

¹عبد السلام أبو قحف، نظريات التدويل وجدوى الاستثمارات الأجنبية، مرجع سابق، ص71.

خلاصة الفصل الأول:

لقد تناولنا في هذا الفصل الجوانب النظرية للشركات متعددة الجنسيات، وهذا عن طريق عرض مختلف الأوصاف و التعاريف التي تم إطلاقها علي هذه الشركات مستخلصين أن الشركات متعددة الجنسيات هي شركات عملاقة وتابعة تزاوُل أنشطتها التجارية في دول مختلفة، و تخضع لسيطرة شركة واحدة هي الشركة الأم، مع وجود إستقلالية محدودة بالنسبة لإِتخاذ القرارات على مستوى الفروع و التي تملئها عليها التقلبات الحاصلة على مستوى الأسواق الدولية .

ثم تناولنا بعد ذلك خصائص هذه الشركات التي تميزها عن غيرها مثل: ضخامة الحجم وتنوع الأنشطة والإنتشار الجغرافي المهيول، و إمتلاك المزايا الإحتكارية كالتقنية و التكنولوجيا المتقدمة، كما عرجنا على أهم الميائل التنظيمية التي تعتمدها هذه الشركات، لإيضاح الصورة العامة لهذه الكيانات، من ثم توقفنا عند أهم المحطات التاريخية التي مرت بها الشركات المتعددة الجنسيات التي أظهرت أن هذه الكيانات في تطور مستمر، لنتطرق بعد ذلك إلى تلك النظريات المفسرة لأسباب نشوء هذه الشركات انطلاقاً من النظريات التقليدية وصول إلى الحديثة بغيت معرفة أسباب ظهورها إلى الوجود وإبراز بغض من نقاط قوتها و جوانب عملها .

هذا ما جعلنا نقوم بإظهار الدور المفصلي الذي أضحت تشكله هذه الكيانات العملاقة على مر أربع عقود في الإقتصاد الدولي و العالمي، فبإمتلاكها وسائل الإنتاج و رؤوس الأموال والتكنولوجيا التي أضحت من أهم مميزاتها و أهم أوراقها الراجعة على الساحة الدولية و التي جعلت منها دعامة أساسية يقوم عليها الإقتصاد العالمي، أضحت هذه الشركات تتسيد الساحة العالمية من دون منازع، لذا ولكي نتمكن من الفهم الجيد لهذه الشركات و كيف أنها إستطاعت أن تفرض هيمنتها على الإقتصاد العالمي سوف نحاول تخصيص الفصل الموالي لدراسة أهم الإستراتيجيات التي تتبعها هذه الكيانات العملاقة، و التي تكمل ما ذكر في النظريات المفسرة لنشوء هذه الظاهرة كنظرية الموقع و دورة حياة المنتج .