

النفوذ السياسي والاقتصادي للشركات متعددة الجنسيات في الدول النامية

The political and economic influence of multinational corporations in developing countries

السيد علي أبو فرحة

دكتوراه العلوم السياسية

رامى على محمد عاشور

مدرس العلوم السياسية - جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا ونظم المعلومات

المستخلص:

تختلف وسائل التأثير التي تستخدمها الشركات متعددة الجنسيات - سواء سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية - من قضية إلى أخرى ومن دولة إلى أخرى، حيث تشارك الشركات بشكل مباشر في الأنشطة السياسية مثل الضغط والمساهمة في الحملات للتأثير على صنع السياسات أو للضغط على القادة السياسيين في مواجهة مطالبهم، ويُمكنهم أيضًا العمل مع الاتحادات الصناعية ولجان العمل السياسي لتعزيز مصالحهم، حيث يُمكن للشركات متعددة الجنسيات الاستفادة من قوتها التفاوضية من خلال تقديم "الحوافز" أو الوعود باستثمارات جديدة و "الحرمان" أو التهديد بسحب الاستثمار ، و بالإضافة إلى الضغط المباشر ، يُمكن للشركات الاستفادة من العلاقات غير الرسمية مع القادة السياسيين التي تمكنهم من توفير المعلومات والإقناع ، وفي حين أن هذا يمثل ضغطاً داخلياً، يُمكن لمحاولات التأثير هذه إشراك الجمهور أيضاً، إذ يشمل الضغط الخارجي استخدام قنوات الاتصال العامة بدلاً من التبادلات مع النخب السياسية ، ويتضمن تكتيكات مثل الاتصال بالصحفيين ، وإصدار البيانات الصحفية ، وإقامة حملات عامة ، وتنظيم مظاهرات احتجاجية.

كل هذا يعتبر أدوات ضغط ونفوذ للشركات متعددة الجنسيات تُمكنها من فرض أجندتها على الدول خاصة الدول النامية.

الكلمات المفتاحية: الشركات متعددة الجنسيات، النفوذ السياسي والاقتصادي، الدول النامية، التنمية الاقتصادية،

الضغوط ، صانع القرار

Abstract:

The means of influence used by multinational corporations – whether political, economic or social – vary from issue to issue and from country to country. Corporations directly engage in political activities such as lobbying and campaign contributions to influence policy-making or to pressure political leaders to confront their demands. They can also work with industry associations and political action committees to advance their interests. Multinational corporations can leverage their negotiating power by offering “incentives” or promises of new investments and “denials” or threats of withdrawal of investment. In addition to direct lobbying, corporations can leverage informal relationships with political leaders that enable them to provide information and persuasion. While this represents internal lobbying, these attempts at influence can also involve the public. External lobbying involves using public communication channels rather than exchanges with political elites, and includes tactics such as contacting journalists, issuing press releases, holding public campaigns, and organizing protest demonstrations. All of these are tools of pressure and influence for multinational corporations that enable them to impose their agenda on countries, especially developing countries.

Keywords: Multinational corporations, political and economic influence, developing countries, economic development, pressures, decision-maker

مقدمة:

تعتبر الشركات متعددة الجنسيات هي أول من لعب دورًا أساسيًا في التحرير الاقتصادي والتكامل الاقتصادي العالمي، نظرًا لمساهمتها المهمة في الشؤون العالمية، فمن المناسب فهم التوجه الهيكلي والعملي للشركات متعددة الجنسيات من خلال نظريات مختلفة، إذ تساعد النظريات في تفصيل فكرة عمل وأهداف الشركات متعددة الجنسيات.

من هنا، فقد تم تطوير نموذج يسمى بـ "نموذج التقادم" بواسطة "ريموند فيرنون" في عام ١٩٧٧ والذي يفسر التحول في علاقات التفاوض بين الشركات متعددة الجنسيات والبلد المضيف، إذ يفترض النموذج أن القوة التفاوضية الأولية تقع على عاتق الشركة متعددة الجنسيات لأنها تمتلك اليد العليا بسبب التكنولوجيا المتقدمة والموظفين الخبراء وسهولة الوصول إلى الأسواق؛ ولكن مع إجراء الاستثمار، تتحول ميزة المساومة نحو البلد المضيف.

هذا وتحاول نظرية احتكار القلة تفسير سبب تحول الشركات إلى شركات متعددة الجنسيات، إذ يمكن لأي شركة من خلال درايتها التكنولوجية وخبرتها في السوق والإنتاج والمهارات الإدارية أن تنتقل إلى الخارج لاستغلال قوة الاحتكار، حيث تؤكد هذه النظرية أن قلة من المنتجين من خلال استراتيجيات التسويق والإعلان المكثفة يمكنهم احتكار سلعهم. (١)

أما نظرية دورة المنتج، فهي نظرية اقتصادية تم تطويرها لدراسة نمط التجارة الدولية، إذ تؤكد هذه النظرية أن دورة حياة المنتج في طول وعرض الأسواق العالمية تبتعد في نهاية المطاف عن نقطة الأصل والنقطة الأساسية، ويحدث ذلك عندما يتم استيراد المنتج من البلد الذي تم اختراعه أو إنتاجه فيه لأول مرة، ويمكن توضيح ذلك من خلال مراحل الإنتاج التالية:

١- تتضمن المرحلة الأولى من الإنتاج مرحلة التقديم عندما يتم إدخال منتج جديد يتم تصديره إلى الخارج إلى البلدان التي لديها متطلبات مماثلة ، وذلك بسبب الاحتياجات والمطالب المحلية.

٢- المرحلة الثانية من الإنتاج تتضمن مرحلة النمو، حيث يتم تصنيع المنتج في بلد المنشأ ولكن بعد نضج المنتج ، فإنه يميل بعد ذلك إلى نقل مراكز التصنيع إلى بلدان أخرى ذات تكلفة إنتاج أقل.

٣- المرحلة الثالثة هي مرحلة التشبع حيث تصل مبيعات المنتج إلى حد لا توجد فيه إمكانية أو احتمال ضئيل لزيادة المبيعات.

٤- المرحلة الأخيرة هي مرحلة الانحدار التي تظهر في البلدان النامية حيث يتم تصدير البضائع إلى الخارج بسبب نقص الأسواق والمستهلكين.

وفيما يخص قفزة التعريف الجمركية، فإن ذلك يكمن حول مفهوم الاستثمارات الأجنبية المباشرة ، والتي تؤكد أن الشركات متعددة الجنسيات تستخدم الاستثمار الأجنبي المباشر كأداة للقفز فوق الحواجز الجمركية أو غير الجمركية في البلدان المضيفة، وقد لوحظ هذا الاتجاه حيث استثمرت الشركات متعددة الجنسيات الأمريكية واليابانية في أيرلندا والمملكة المتحدة لتجاوز الحواجز الجمركية والحصول على وصول جاهز إلى أسواق أوروبا الغربية ، و نظرًا لأن هذين الدولتين عضوين في الاتحاد الأوروبي، فإن الاستثمار هنا سيحسن الوصول إلى الأعضاء الآخرين في الاتحاد الأوروبي أيضًا. (٢)

وهناك مثال آخر لقفز الحواجز من تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر الياباني إلى الولايات المتحدة، فقد حدثت هذه القفزة في عام ١٩٨١ نتيجة لضبط الصادرات الطوعي (VER) الذي فرضته اليابان على صادراتها من السيارات إلى الأسواق الأمريكية بسبب الضغط الأمريكي، حيث كان الغرض من VER هو حماية صناعة

السيارات الأمريكية المتقلبة من المنافسة الأجنبية، و كرد فعل على VER ، استمرت الاستثمارات اليابانية في عقد الثمانينيات حيث كانت اليابان خالية من القيود الجمركية، وقد أدى ذلك إلى زيادة الطاقة الإنتاجية اليابانية في الولايات المتحدة من صفر في عام ١٩٨٠ إلى حوالي ٢.٨ مليون وحدة سنويًا بحلول عام ٢٠٠٤. (٣)

ترتيبًا على ماسبق ، فإن تصميم تلك الدراسة جاء نتيجة الرغبة بالبحث في تساؤل رئيسي يدور حول " مدى جدوى تأثير نفوذ وممارسات الشركات متعددة الجنسيات على الدول النامية ؟ ويتضمن ذلك التساؤل عدة تساؤلات فرعية تتضمن مايلي :

- ١- ما هي السمات الأساسية للشركات متعددة الجنسية-؟
 - ٢- ماهو التأثير والنفوذ السياسي للشركات متعددة الجنسيات ؟
 - ٣- هل هناك دور الشركات متعددة الجنسيات في تأجيج الأزمات الاقتصادية العالمية؟
- بناءً على ماسبق ، تتناول تلك الدراسة ممارسات الشركات متعددة الجنسيات من الأبعاد التالية :

- ١- هيكل الشركات المتعددة الجنسيات.
- ٢- السمات الأساسية للشركات متعددة الجنسية.
- ٣- الآثار الإيجابية للشركات متعددة الجنسيات.
- ٤- التأثير السلبي للشركات متعددة الجنسيات.
- ٥- دور الشركات متعددة الجنسيات في تأجيج الأزمات الاقتصادية العالمية.
- ٦- التأثير والنفوذ السياسي للشركات متعددة الجنسيات.
- ٧- نتائج الدراسة.

أولاً: هيكل الشركات المتعددة الجنسيات

هناك أنماط هيكلية مختلفة للشركات متعددة الجنسيات: أفقية ورأسية ومتنوعة كما يلي:

الوصف والخصائص	هيكل الشركات المتعددة الجنسيات	العدد
يتم الاعتماد به في تصنيف الشركات متعددة الجنسيات التي تدير مواقع الإنتاج الموجودة في العديد من البلدان التي تصنع نفس المنتجات أو منتجات مماثلة	الشركات المتعددة الجنسيات المتكاملة أفقيًا	١
الشركات متعددة الجنسيات التي تدير مواقع الإنتاج في العديد من البلدان لتصنيع المنتجات التي تُستخدم كمدخلات في مواقع الإنتاج الأخرى في العالم لإنتاج السلع النهائية (مثال: Adidas)	الشركات المتعددة الجنسيات المتكاملة رأسيًا	٢
الشركات متعددة الجنسيات التي لا تدير مواقع الإنتاج الموجودة في العديد من دول العالم والتي لا تندرج في فئة الشركات متعددة الجنسيات الأفقية ولا المتكاملة رأسيًا (على سبيل المثال: فنادق هيلتون)	الشركات المتعددة الجنسيات المتنوعة	٣

الجدول من إعداد المؤلفين ، بالاعتماد على المصادر والمراجع العلمية ذات الصلة.

من الجدول السابق، يتضح أن الشركات متعددة الجنسيات تعمل على نطاق أوسع مع العديد من المنتجات في مختلف البلدان، حيث يقومون بتشغيل أنشطة التصنيع في البلد المضيف أو قد يشاركون أيضاً في أنشطة التسويق، إذ أن مصطلح "MNC" هو مصطلح شامل ويشمل الشركات العاملة على المستوى الدولي وعبر الحدود، ويتم دائماً التمييز بين الشركات متعددة الجنسيات على أساس توجهها ؛ حيث يكونوا دائماً مُوجهين نحو الربح.

ويُشار إلى هذه الشركات متعددة الجنسيات بإسم "الشركات الكبيرة" و "محركات النمو الاقتصادي" حيث يتم تجاهل الاهتمامات الاجتماعية أو حقوق الإنسان بشكل مقصود، فالشركة الأم هي الشركة القابضة بينما تعمل الشركة التابعة تحت التوجيه الكامل للشركة الأم وكذلك سياسات الاكتتاب(٤)

من جهة أخرى ، فالشركات متعددة الجنسيات مدفوعة بالنضال الواعي للحفاظ على مستوى معين من المنتجات عالية الجودة ، حيث يتم الحفاظ على هذا الكمال من خلال المشاركة النشطة للخبراء، ومن ثم ، فإن معظم الشركات متعددة الجنسيات هي من المؤسسات الحريضة جداً لإدارة الجودة الشاملة بهدف تعزيز قدرتها الإنتاجية، ونظراً لموقعها المتفوق ونفوذها ، فإن معظم الشركات متعددة الجنسيات نشطة للغاية في إعداد استراتيجيات علامات تجارية متباينة للبقاء في وضع تنافسي.

تعتمد استراتيجية الشركات متعددة الجنسيات على جملة أمور وقرارات استراتيجية تتبناها هذه الشركات وتلتزم بها لفترة طويلة وتتمثل أغلبها في دعم وجودها في بعض الأسواق وتقديم خدمات جديدة، والعمل على توسيع نطاق السوق وحصصها منه ، والدخول في أسواق خارجية واقتناء شركات جديدة، وإعادة تمركز النشاطات واعتماد تنظيم جديد ، والانتشار على نطاق واسع ... فضلاً عن الرغبة الجامحة في تحقيق الأرباح التي تكاد تكون الهدف الرئيسي لها وهي الأهداف المالية التي تختلف تبعاً للبلدان المضيضة وأحياناً داخل البلد نفسه وتتمثل فيمايلي: (٥)

- زيادة التدفقات النقدية

- رفع معدل العائد على حقوق الملكية.

- زيادة معدل العائد على الأموال المستمرة.

- تعظيم قيمة الشركة (الأصول)

هذا وتتوزع الشركات متعددة الجنسيات عالمياً حسب قائمة (فورشن) حيث يوجد ٥٠٠ شركة منها ٤١٨ شركة تتخذ مقرها الرئيسي في ثلاث مناطق اقتصادية رئيسية يتركز فيها أكثر من ٨٠٪ من إجمالي

الإنتاج القومي العالمي وتستاثر بحوالي ٨٥٪ من إجمالي التجارة العالمية.

هذه المناطق الثلاث هي :

١- منطقة الاتحاد الأوروبي تضم ١٥٥ شركة

٢- منطقة الولايات المتحدة الأمريكية تضم ١٥٣ شركة.

٣- منطقة اليابان تضم ١٤١ شركة.

ويتضح أن هذه الشركات تتمركز في مناطق الدول الصناعية المتقدمة فضلا عن الشركات المتواجدة

في كوريا الجنوبية حيث تضم قائمة "فورشن" ١٢ شركة مقرها كوريا. (٦)

و تتواجد الشركات متعددة الجنسيات في الدول المضيفة في ثلاثة أشكال **كمالي**:

١- شركات أفقية التواجد بمعنى أن الشركة تكون قائمة لإنتاج السلعة أو الخدمة بشكل متكامل.

٢- شركات رأسية التواجد بمعنى أن الشركة تقوم بإنتاج عنصراً ومدخل إنتاجي وحيد لاستخدامه فرع آخر للشركة في مكان آخر في العالم.

٣- شركات تجمع ما بين الاثنين بمعنى أن الشركة تكون قائمة لإنتاج السلعة أو الخدمة بشكل كامل أو بشكل جزء أي أنها تجمع بين النوعين ، ويتفق الاقتصاديون على التأثير الهائل لدور الشركات متعددة الجنسية على النظام الاقتصادي العالمي والذي يمكن بلورته **فيما يلي**:

أ - عالمية النشاط فهذه الشركات عمقت مفهوم العالمية الاقتصادية من خلال أطر منظمة يتم العمل بها على مستوى العالم (عولمة الاقتصاد) أي خلقت كيان اقتصادي موحد إلى حد كبير من حيث حجم معاملاتها ووسائل الاتصال الخاصة به .. ومن خلال هذه الشركات تغير المفهوم التقليدي لعناصر العملية الإنتاجية من وضع يتسم بالمحدودية في إطار جغرافي ضيق إلى الانتشار (العالمية)

ب - التأثير على النظام النقدي الدولي / تملك الشركات متعددة الجنسية القدرة على التأثير على السياسة النقدية في العالم ويعود ذلك إلى ضخامة ما تمتلكه من الأصول الشاملة والاحتياطات الدولية.

ج - التأثير على التجارة الدولية / هذه الشركات تستحوذ على نسبة كبيرة من حجم التجارة العالمية من خلال فروعها المنتشرة وبما يمتلكه من تنوع في المنتجات خاصة المدخلات الأولية والمواد الخام وأيضاً **المنتجات تامة الصنع**.

د - التأثير على توجهات الاستثمارات المباشرة وغير المباشرة في العالم وذلك باستخدام قدراتها المالية واحتياطياتها الكبيرة من الأموال فهي فاعل مؤثر على مستوى وحجم الاستثمارات وأن كانت الشواهد تشير إلى تركيز استثمارات هذه الشركات في الدول المتقدمة للاستفادة من الميزات النسبية التي تتوفر في هذه

الدول والتي تفتقدها الدول النامية عادة وعموماً يعد الاستثمار الأجنبي المباشر (العيني) المؤشر الأساسي الذي يقاس عليه انتعاش وانكماش النشاط الاستثماري للشركات المتعددة الجنسية. ه - تكوين أنماط جديدة من التخصص وتقسيم العمل الدولي / وترتبط هذه النقطة بدور الشركات المتعددة الجنسية في حركة التجارة الدولية وأيضاً بتأثيرها على توجيهات الاستثمارات وأصبحت قرارات الإنتاج والاستثمار تتخذ من منظور عالمي وفقاً لاعتبارات تتعلق بالتكاليف والأرباح. و - نقل التكنولوجيا حيث تلعب الشركات متعددة الجنسية دوراً هاماً في أحداث الثورة التكنولوجية من خلال ما تمتلكه من إمكانيات وموارد بشرية من إمكانيات وموارد بشرية ومالية ضخمة تمكنها من الاتفاق على بحوث التطوير والاختراع (تبلغ نسبة الاتفاق) على البحث والتطوير في ألمانيا حالي ٢.٨ % من الناتج المحلي الإجمالي لها.

ثانياً: السمات الأساسية للشركات متعددة الجنسية:

تتمثل السمات الخاصة الأساسية للشركات متعددة الجنسيات بما يلي : (٧)

١- ضخامة الحجم : وهي السمة الرئيسية في تكوين هذه النوعية ولا يقصد بهذا مقدار رأس المال فهو لا يمثل سوى جزء بسيط من إجمالي التمويل المتاح ولا برقم العمالة لأن هذه الشركات تتمتع بالقدرة التكنولوجية إنما يقصد بضخامة الحجم هنا حجم المبيعات السنوية (رقم الأعمال) وحجم المنظومة التسويقية والمنظومة الإدارية وكفاءة العنصر البشري كما أن من دلالات ضخامة الحجم . استثمارات الشركات متعددة الجنسية فاستثماراتها في العالم تكاد تصل إلى ضعف الناتج القومي للولايات المتحدة ومعلوم أن هذه الشركات كما سبق الإشارة ينتشر نشاطها في العالم للاستفادة من أي ميزة نسبية أو تنافسية.

والميزة النسبية هي المبدأ الذي أشار إليه ريكاردو مستندا إلى حقيقة أن الدولة تمتلك ميزة نسبية في إنتاج سلعة معينة إذا كانت تكاليف إنتاجها أقل من تكلفة إنتاجها أقل من تكلفة إنتاج نفس السلعة في دولة أخرى، أما الميزة التنافسية فهي تلك المترتبة على تمتع منتج معين بميزات لا تتوافر لدى المنافسين سواء من حيث الجودة في الإنتاج أو استخدام الأساليب الحديثة في التسويق وما يتصل به من وظائف وهذه الميزة عامة تعتمد على التكلفة وهي بذلك تتشابه مع الميزة النسبية ولكن تتسم بميزة التفضيل على إنتاج المنافسين

٢- تنوع الأنشطة وهو ما يتسم به هذه الشركات وتقوم سياساتها على إنتاج أكثر من منتج وخير مثال على ذلك شركة ميتسوبيشي العالمية فهي تملك شركة لإنتاج السيارات والأدوات الكهربائية

والصناعات الثقيلة بخلاف الأنشطة المصرفية وهذا التنوع يساعد على التقليل من احتمالات الخسارة إلى أقصى حد وهذه الشركات تخطت النمط التقليدي الذي كان يركز على إنتاج سلعة رئيسة معينة إلى الكثير من الأنشطة الاقتصادية الأخرى وعموماً أن قيام الشركات متعددة الجنسية بتنوع أنشطتها يرجع إلى الرغبة الجامحة لهذه الشركات في السيطرة على التجارة الدولية والتي تضمن لها سيطرة متزايدة على الاقتصاد العالمي.

٣- الانتشار الجغرافي : من الميزات التي تتسم بها الشركات المتعددة الجنسيات هي كبر مساحة السوق التي تغطيها وامتدادها الجغرافي خارج الدولة الأم بما لها من إمكانات هائلة في التسويق وامتلاكها فروع وشركات تابعة في أنحاء العالم لقد ساعدها على هذا الانتشار التقدم التكنولوجي الهائل ولا سيما في مجال المعلومات والاتصالات والانتشار الجغرافي من الخصوصيات التي تنفرد بها الشركات متعددة الجنسية وهذا الانتشار الجغرافي يساعد هذه الشركات على رسم استراتيجيتها على المستوى العالمي ومن ثم تحديد الكميات والنوعيات التي يحقق إنتاجها أرباحا عالية

٤- التفوق التقني فهذه الشركات تتميز بامتلاك تكنولوجيا متطورة ساعدها على ذلك إنفاقها مبالغ طائلة على التطوير والبحوث وقد أدى امتلاك هذه الشركات لرؤوس أموال تراكمية إلى الاتفاق على عمليات التطوير المستمر لدرجة أن الشركات تعتبر هذا الاتفاق نوع من الاستثمار.

٥- مركزية الإدارة: فالسلطة تتحدد من خلال الشركة الأم بواسطة شبكة اتصال متطورة تمكن من الوقوف على حركة المبيعات والإنتاج في الدول المضيفة بدقة بالغة كما أن مركزية الإدارة تمكن من المحافظة على الأسرار العلمية والفنية كما انه يمكنها من وضع استراتيجية المنتجات واتخاذ القرارات الاستراتيجية فيما يتعلق بالخطط الإنتاجية والسياسات التمويلية ... إلخ. (٨)

٦- ظاهرة الإنتاج عن بعد/ لا مركزية الإنتاج تتسم هذه الظاهرة التي تقوم بها الشركات متعددة الجنسية بإعادة رسم خريطة الإنتاج على المستوى العالمي حيث تعتمد شركة معينة إلى التخصص في إنتاج سلعة معينة مروراً بكل مراحل إنتاجها ولكن دون أن تستقر في بلد واحد وهذا يعني الانتقال من الاستراتيجية الإنتاجية الوطنية إلى استراتيجية الإنتاج العالمي بعدم تمركز أو حصر الإنتاج محلياً.

٧- القدرة على تحويل الإنتاج والاستثمار على مستوى العالم أن هذه الخاصية ناتجة عن كون هذه الشركات تتميز بنشاطها الاستثماري الواسع في العالم ، وكذلك كونها كيانات عملاقة متنوعة الأنشطة تسودها عمليات التكامل الأفقي والرأسي على الرغم من ضخامة الاستثمارات الدولية التي تقوم بها الشركات المتعددة الجنسيات فإن أكثر من ثلثي استثماراتها تتركز في الولايات المتحدة

الأمريكية ودول الاتحاد الأوروبي (انجلترا وألمانيا وفرنسا) وسويسرا واليابان بمعنى أن الجزء الأكبر من استثمارات الشركات متعددة الجنسية يذهب إلى الدول الرأسمالية المتقدمة وهذا يوضح أن هذه الشركات هي عبارة عن ظاهرة ترتبط غالباً بالدول الرأسمالية المتقدمة باعتبارها المصدر والمستورد الرئيسيين لاستثمارات هذه الشركات .

٨- إقامة التحالفات الاستراتيجية : وهي من السمات الهامة للشركات متعددة الجنسيات والتي تسعى إلى إقامة تحالفات استراتيجية فيما بينها من أجل تحقيق مصالحها الاقتصادية المشتركة وتعزيز قدراتها التنافسية والتسويقية والتحالفات هي نتاج المنافسة المحتدمة والتي صارت سمة أساسية للأسواق المفتوحة وثورة الاتصالات والمعلومات وتقوم التحالفات الاستراتيجية بين الشركات المتشابهة في الصناعات المتماثلة بدرجة أكبر وفي بعض الأحيان يأخذ هذا التحالف شكل الاندماج وهذا يظهر بوضوح في مجال البحث والتطوير يحتاج إلى تمويل ضخم ، وقد يتحول التحالف الاستراتيجي أيضاً إلى شركات تابعة مشتركة للشركات متعددة الجنسيات وكل هذا يمثل صيغ للتعاون لتحقيق الأهداف الاستراتيجية لكل شركة متعددة الجنسية تدخل في التحالف الاستراتيجي الذي يتم الاتفاق عليه.

٩- المزايا الاحتكارية : تتمتع الشركات متعددة الجنسيات بمجموعة من المزايا الاحتكارية بفضل سيطرتها وترجع هذه السمة إلى أن هيكل السوق الذي تعمل فيه هذه الشركات يأخذ شكل سوق احتكار القلة في الأغلب يقصد باحتكار القلة بأنه الحالة التي تنشأ عندما يقوم عدد قليل من الأفراد أو المنشآت بإنتاج العرض الكلي للسلعة وهناك نوعان يتمثلان فيما يلي: (٩)

أ - احتكار القلة البحث ويتسم بقلة عدد البائعين الذين يتنافسون فيما بينهم على إنتاج وبيع منتج متجانس ومن ثم يمكن تحديد سعر موحد.

ب - احتكار القلة مع تنوع المنتج ويتسم بقلة عدد البائعين الذين يتنافسون فيما بينهم على إنتاج وبيع منتج متنوع يؤدي إلى أسعار مختلفة للمنتجات ويشير الاقتصاديون إلى أن احتكار القلة ينقسم إلى ثلاثة نماذج: (١٠)

أ - الكارتل.

ب - الزعامة في السعر

ج - حرب الأسعار وجمودها

ثالثاً: الآثار الإيجابية للشركات متعددة الجنسيات

تتعدد الآثار الإيجابية لتلك الشركات في العديد من التداعيات ، كما يلي :

- ١- توفير فرص العمل: إذ يتم توفير فرص العمل من خلال تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر، الذي يعرف بأنه (FDI) ملكية مسيطرة في مشروع تجاري في بلد ما من قبل كيان مقره في بلد آخر، وكما هو الحال مع نهاية الحرب الباردة ، تراجعت أيضاً المساعدات المالية والمنح ، وأصبح على البلدان النامية الاعتماد على الاستثمارات الأجنبية المباشرة
- من هنا، يعتبر الاستثمار الأجنبي المباشر أداة فعالة في توفير فرص العمل من خلال إنشاء قطاعات اقتصادية جديدة من خلال نقل المعرفة التكنولوجية، وبما إن الاستثمار الأجنبي المباشر هو مصدر رئيسي للتمويل الخارجي للبلدان النامية ، فإن هذا يؤدي إلى التنمية الاقتصادية. (١١)
- ٢- التحسن في ميزان المدفوعات: يشير ميزان المدفوعات إلى سجل استيراد البلد وتصديره خلال فترة سنة (١٢ شهر) ومن ثم فإن الدولة التي لديها شركات متعددة الجنسيات تعمل في حدودها الجغرافية سيكون لديها ميزان المدفوعات الأقوى، إذ يضمن الاستثمار في البلدان النامية التدفق المباشر لرأس المال من الشركات متعددة الجنسيات مما يُعزز بشكل كبير الرفاهية الاقتصادية للاقتصادات المتعثرة.
- ٣- عائدات الضرائب: تخضع الشركات متعددة الجنسيات لدفع الضرائب في جميع أنحاء العالم حيث تعمل ، وهي مصدر دخل للبلد المضيف، وعادة ما تخضع الشركة متعددة الجنسيات للولاية القضائية الضريبية الوطنية أو الولاية القضائية الضريبية الإقليمية اعتماداً على قرارات حكومة البلد المضيف. (١٢)
- ٤- الإنتاجية المحسنة: بسبب رأس مال الشركات متعددة الجنسيات الهائل وبنيتها التحتية القوية، تعتبر فرصها أكبر لإخضاع الشركات المحلية، فغالباً ما يؤدي تفوق الشركات متعددة الجنسيات إلى توفير منافسة تشجع المنتجين المحليين على تبني تكتيكات مماثلة لتعزيز قدراتهم، ومن ثم ، فإن هذا التنافس الحميد يُعزز الطاقة الإنتاجية الإجمالية للبلدان النامية.
- ٥- الاستفادة من تحقيق اقتصاديات الحجم: نتيجة أن الشركات متعددة الجنسيات في وضع يمكنها من الاستفادة من وفورات الحجم، فإن هذا يعني أن تكلفة الوحدة قد تم تخفيضها من خلال التخصص، ويصبح هذا ممكناً عندما يتم تقسيم العمل في قوة عاملة كبيرة مما يجعل العمالة تقوم بوظائف محدودة بشكل فعال. (١٣)

رابعاً: التأثير السلبي للشركات متعددة الجنسيات

بالرغم من وجود آثار إيجابية للشركات المتعددة الجنسيات ، إلا أن هناك آثار سلبية تتمثل فيما يلي :

١- **الحجم والدخل:** من المثير للدهشة أنه من بين أكبر (١٠٠) اقتصاد في العالم ، تشكل الشركات متعددة الجنسيات حوالي (٥٢) منها مع (٤٨) دولة فقط في القائمة مع أرقام بيع تصل إلى ٢٤٧ مليار دولار. علاوة على ذلك ، تهيمن (٥٠٠) شركة صناعية قوية على ٧٠٪ من التجارة العالمية والتي وصلت إلى أرقام مبيعات متراكمة بلغت ٢٨٪ من الناتج المحلي الإجمالي للعالم منذ عام ٢٠٠٢. ومن المثير للدهشة أن هذه الشركات وفرت فرص عمل لـ ٠.٨٢٪ فقط من قوة العمل العالمية ، إذ قدرت مؤسسة التمويل الدولية (IFC) أن تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الأسواق الناشئة والنامية قد نمت بنحو ٢٣٪ سنوياً بين عامي (١٩٩٠ و ٢٠٠٠). وتجاوزت القيمة المجمعة لأسواق الأسهم في الاقتصادات الناشئة (٥) تريليون دولار في عام ٢٠٠٦ ، و أكثر من الضعف في العقد الماضي في الفترة (٢٠١٠-٢٠٢٠)، حيث ارتفع نمو الشركات إلى (٤) أضعاف النمو الاقتصادي العالمي.

ترتيباً على ذلك ، اتسعت الفجوة بين الأغنياء والفقراء، ووفقاً للتقارير التي نشرتها مجلة فوربس ، أدى ارتفاع عدد المليارديرات بنسبة ١٥٪ منذ عام ٢٠٠٥ إلى امتلاكهم لمجموع قيمته ٢.٦ تريليون دولار. (١٤)

٢- **فقدان الوظائف:** قدرت منظمة العمل الدولية (ILO) أن معدلات البطالة العالمية مرتفعة بشكل غير مسبق، فمن بين أكثر من (٣) مليارات عامل في العالم ، لم يتمكن نصفهم من رفع أنفسهم فوق خط الفقر ، مما يعني أن نفس النسبة من الناس كانت فقيرة قبل سنوات، وأيضاً نظراً للطبيعة المتنقلة للشركات متعددة الجنسيات ، يفقد العديد من العمال وظائفهم عندما ينتقلون إلى ظروف أكثر ملاءمة.

٣- **القضايا الصحية:** نظراً لنهج تعظيم الأرباح ، فإن الشركات متعددة الجنسيات تلغي العديد من القضايا الحساسة حيث لا يمكن محاسبتها على أفعالها السيئة، إذ اتهمت شركة (نستله) بموت ما يقرب من ١.٥ مليون طفل في الثمانينيات من خلال المياه الملوثة التي كانت تستخدم في صنع حليب الأطفال. و على الرغم من مقاطعتها في كثير من الأحيان ، إلا أن منتجات نستله لا تزال تجد طريقاً إلى الأسواق حيث يشتريها الناس بسهولة، فقد أصبح هذا الوضع ممكناً من خلال التسويق النشط والشرس من قبل شركة نستله.

٤- **حقوق الإنسان:** أصبح تجاهل حقوق الإنسان ممارسة حازمة لمعظم الشركات متعددة الجنسيات من خلال تطورها، وقد شوهدت أبرز انتهاكات حقوق الإنسان في قضية شركتي Coca و Chevron ، اللتين تورطتا بشكل غير مباشر في القتل العنيف للعمال أثناء عملهم في البلدان النامية في محاولة لقمع حقوق العمال، إذ تم توثيق العديد من حالات الاختطاف والتعذيب والتمييز والانتهاكات الصحية وتأجيج النزاعات والاستخدام غير القانوني لعمالة الأطفال وحتى الاتجار بالجنس ، على أنها تحدثت تحت رعاية أكبر الشركات.

٥- **التأثير على المجتمع:** يُنسب إلى الشركات متعددة الجنسيات التأثير على النسيج الاجتماعي للمجتمعات الموجودة في العالم النامي مع تغيير خياراتها، حيث أصبح هذا ممكناً من خلال التسويق المكثف، إذ يشير أحد التقديرات إلى أن الإنفاق الإعلاني العالمي للشركات في عام ٢٠٠٦ زاد عن (٤٢٧) مليار دولار.

٦- **العلاقات العامة:** خضعت جميع الشركات الكبرى والمؤثرة تقريباً ، خاصة تلك التي لها تأثير سلبي على البيئة ، لعملية تجديد جديدة تدعي بعدها أنها تتمتع بأوراق اعتماد "خضراء"، إذ إن إعادة تغليف نفسها بشعار جديد صديق للبيئة وحملة مكثفة لشركة بريتيش بتروليوم يمكن أن توضح هذه الفكرة بشكل أفضل ، ونتيجة لهذا ، فإن معظم الشركات متعددة الجنسيات قادرة على تحويل انتباه الجمهور عن حقيقة أن الشركة المعنية هي واحدة من الشركات الفاسدة والملوثة الرائدة في العالم. (١٥)

خامساً: دور الشركات متعددة الجنسيات في تأجيج الأزمات الاقتصادية العالمية

إن التزامن بين تقدم القوى الإنتاجية، وتأكيد الحضور السلطوي للشركات متعددة الجنسيات، وسرعة التطور العلمي والتقني، وبين شيوع ظاهرة الأزمة الاقتصادية عبر قنوات الكساد والبطالة المتساكنان مع الضخم، وتسربها إلى كل القطاعات جعلنا نتساءل عن العلاقة بين الاتجاهين، كما أنه أصبح واضحاً أن تطور العلاقة الدولية منذ نهاية الحرب قد ساعد على اتساع الفجوة بين البلدان الرأسمالية والبلدان النامية، فمكّن الاقتصاديات المركزية من التحكم في التنظيم العالمي النقدي والتجاري والمالي، فيما تضخمت معالم التقدير والتهميش داخل البلدان المتخلفة. فما هو دور الشركات متعددة الجنسيات في تعميق هذه الأزمة ؟ وهو ما سنحاول إدراجه ، حيث يبرز دور هذه الشركات من خلال مايلي:

١- إمكاناتها المالية وسياساتها الانتقائية :

يعيش الاقتصاد الدولي المعاصر أزمة هيكلية، تميزت باتجاهات تضخمية، وعدم استقرار في الأثمان الدولية (بما فيها أسعار الصرف)، الأمر الذي جعل من النشاط المضاربي بصفة عامة والمضاربة المالية مجالاً ينشط فيه

رأس المال المالي إزاء المحدودية النسبية لفرص الاستثمار المنتج أثناء الأزمة ، وتصبح المضاربة سمة هامة من سمات السوق الدولية في الأزمة. (١٦)

وللشركات متعددة الجنسيات تأثير كبير في مصير الاستقرار النقدي العالمي والسياسة النقدية العالمية ، لما تمتلكه من موارد مالية ضخمة . حيث أشار أحد تقارير لجنة الشؤون المالية للكونجرس الأمريكي إلى أن الأشخاص والمؤسسات التي تعمل في الأسواق المالية العالمية تستطيع بما لديها من موارد ، خلق الأزمات النقدية الدولية . ومن هنا كانت هذه الموارد عنصر قلق للبنوك المركزية حيث بلغ رصيد هؤلاء الأشخاص والمؤسسات الخاصة الذي يدار في أسواق لا سيطرة فيها للأشخاص العامة حوالي ٢٦٨ مليار دولار ، وهو رقم يؤثر بشكل بالغ على تصرفات السلطات والمنظمات النقدية الدولية المهيمنة على إدارة شؤون النظام النقدي العالمي. ومن أبرز الأمثلة على صحة هذه النتيجة ، تلك الواقعة التي حدثت قبل أن يعلن الرئيس الأمريكي نيكسون سياسته المالية لتقوية مركز الدولار الأمريكي بيومين فقط في ١٥/٠٨/١٩٧١ حينما قام Donald G.Roppilns رئيس الشؤون المالية لشركة سنجر Singer ببيع ٢٠ مليون دولار في مقابل فرنكات سويسرية وجنيهات إنجليزية ، مضيفا بذلك رصيذا جديدا يزداد به فائض الدولارات غير المرغوب فيه ، الأمر الذي قلده شركات أخرى محدثة أزمات نقدية للعملة الوطنية الأمريكية. (١٧)

كما تمارس الشركات تأثيرا قويا على توطين قوى الإنتاج في العالم بسبب قدرتها الفائقة على اختيار المكان الملائم لنشاطها ، فتسعى لتوطين منشاتها في أكثر الأنحاء تطورا من البلدان الضعيفة . أما في الدول النامية فإن الشركات تسعى لإقامة منشاتها (ما عدا منشآت الصناعة الاستراتيجية) في المراكز الاقتصادية الرئيسية بشكل مطلق تقريبا وبذلك تساعد على تقاوم الاختلافات في البنى الإقليمية لهذه البلدان . وفي سبيل تحسين توطين شبكة منشاتها ، تنطلق الشركات المذكورة بما يدعى " الأمثلة العالمية " ، أي أساس التحليل المقارن بين جميع البلدان التي تتوزع عليها أقسام إمبراطورياتها دون أن تأخذ في الاعتبار مصالح هذه البلدان نفسها ، الأمر الذي يؤدي إلى بروز تناقضات حادة بين سياسة التوطين التي تتبعها الشركات وبين مصالح البرامج الإقليمية للبلدان المضيفة حيث تكون منشآت الشركات الأجنبية ، في أحيان كثيرة ، هي المراكز الرئيسية للتشغيل ، فمثلا في أواخر الستينات نشأ مثل هذا الوضع في المحافظات الأطلسية التي تشكل المنطقة المختلفة من كندا ، وهنا كانت الشركة الإنجليزية متعددة الجنسيات " هوكر سيدلي " تملك شبكة من المنشآت المترابطة التي تختص باستخراج الفحم وخامات الحديد والتعدين ، بما في ذلك مجمع التعدين الكندي الرابع من حيث طاقته الإنتاجية في مدينة سيدني ، ولكن الشركة اكتسبت بمرور الزمن تخصصا ثابتا بصناعة المكائن والمعدات ، ثم قامت استرشادا بمصالحها الخاصة بتصفية شاملة بهذا الجزء من إمبراطوريتها ، فتوقفت في البداية عن استخراج

خامات الحديد في جزيرة أويانا، ثم خفضت بشكل حاد استخراج الفحم في اسكتلندا الجديدة ، وأخيرا اتخذت قرارا بغلاق المجمع في سيدني ، مما وضع اقتصاد المحافظة على شفا كارثة ، وعرض لخطر البطالة آلاف العاملين ليس في منشآت هذه الشركة فحسب وإنما أيضا في عشرات المنشآت المحلية المرتبطة بها . (١٨)

وعلى هذا الأساس فإن المناطق المختلفة من البلدان المتقدمة تصبح أولى ضحايا الاستراتيجية العالمية للشركات متعددة الجنسيات ، إذا كانت هذه الشركات تسيطر على جزء مهم من الاقتصاد المحلي. كما تساهم الشركات المتعددة الجنسيات في مشكلة الاختلافات الإقليمية، حيث وبمجرد خروج الشركة عبر حدود بلادها تصبح الحكومة عاجزة عن توجيه نشاط هذه الشركات إلى المناطق الراكدة من بلادها ، لأن الأخيرة تكون أقل جاذبية من البلدان النامية فالشركات الأمريكية مثلا تحصل من قوة العمل في المكسيك أو بلدان جنوب آسيا على مكاسب أكبر من ١٥ - ٢٥ مرة، قياسا بالأيدي العاملة الأمريكية)، وبالتالي فإن أية إعلانات تقدمها الدولة للمناطق الراكدة، تكون عاجزة عن سد هذه الفجوة. وتضع الاستراتيجية العالمية للشركات العراقية في طريق أي إجراءات تتخذها حكومات البلدان المتطورة في مجال السياسة الإقليمية، كما تتطلب الاندماج السريع بين شكلي تطور التقسيم الجغرافي للعمل (الدولي/ الداخلي) حيث لا يقتصر التحليل في إطار هذه الاستراتيجية على إمكانات مناطق بلد واحد أو جميع البلدان ، فحسب ، بل الأنظمة الوطنية الداخلية لمناطق مختلف البلدان. (١٩)

٢- اندماج الشركات متعددة الجنسيات برأس المال المصرفي

لقد ازداد دور البنوك التجارية منذ السبعينات ، حيث اعتمدت في نموها على الخدمات التي تقدمها للمشروعات متعددة الجنسيات ، وعلى شبكة من العمليات النابعة من الواقع الاقتصادي العالمي الجديد . وقد خلقت هذه المصارف أدوات وآليات جديدة تماما ، منها مثلا : خدمة السوق الأوروبية للدولار وفروعها الإقليمية ، التوسع في إقراض الدول النامية ، وتمويل المنظمات الاقتصادية والمالية العالمية .

وبالرغم من أهمية الاستثمارات المباشرة للشركات متعددة الجنسيات كميكانيزم مباشر للاستغلال الرأسمالي ، فقد أخذت في الانخفاض (من ٥٦% سنة ١٩٧٠ إلى ٢٨% سنة ١٩٧٩) ليحل محلها تصدير رأس المال القرضي ، والذي مثل - حسب معطيات منظمة التعاون والتنمية في المجال الاقتصادي - حوالي الـ ٩٠% من الحركة المالية نحو العالم المتخلف سنة ١٩٨٠ .

وقد قامت بالدور المركزي في هذا التحول الهيكلي لحركة رأس المال الخاص نحو العالم الثالث ، البنوك المتعددة الجنسيات . وقد كان مستوى الأصول لديها عام ١٩٧٥ قريبا جدا من مجموع الاحتياطات العالمية ، مما يعني قدرتها على تحويل مبالغ هائلة من هذه الاحتياطات في مدة قصيرة ، الأمر الذي يسبب تفاقم عدم التوازن النقدي

كما ساهمت هذه البنوك ، بالتناغم مع صندوق النقد الدولي ، في الضغط على الدول المستدينة وإجبارها على انتهاج سياسة اقتصادية تضر بالمصالح الأكثر حيوية لشعوب العالم الثالث . (٢٠)

إذا حفلت السبعينات بتحركات دولية كبيرة لرأس المال سواء بتصديره (الاستثمار الأجنبي المباشر) أو باستخدامه في التمويل والإقراض . وتشير الإحصاءات بأن ٩٠٪ من الاستثمار الأجنبي المباشر في العالم يقوم به نحو ٥٠ مصرف ، ولقد صار الاستثمار المباشر انتقائيا للغاية ، إذ أنه يفضل العمل في بلدان ذات أسواق واسعة وإمكانات أساسية من الموارد الطبيعية والبشرية ، ففي عام ١٩٨٣ اتجه ٢٢٪ من إجمالي الاستثمار الأجنبي المباشر الجديد إلى الولايات المتحدة الأمريكية و ٣٠٪ منه إلى غرب أوروبا و ٨٪ إلى أستراليا واليابان وجنوب إفريقيا وكندا ، أما الباقي فقد اتجه إلى البلدان النامية وخصوصا أكبرها . (٢١)

وبصفة عامة فإنه من أهم المتغيرات الجوهرية على الصعيد العالمي :

أ - ازدياد قوة الشركات متعددة الجنسيات واندماجها مع رأس المال المصرفي ، وكان قرار مجموعة الأوبك برفع أسعار النفط من خلال الصدمتين السعريتين في عام ١٩٧٤/٧٣ و عام ١٩٨٠ ، عاملا مساعدا على زيادة أهمية دور البنوك التجارية دولية النشاط حيث سارعت هذه الأخيرة ومعها صندوق النقد الدولي إلى إعادة تدوير الفائض المالي الضخم ، الذي ينشأ نتيجة لهذا القرار ، في شكل قروض للدول التي حققت عجزا في مدفوعاتها.

ب - تباين علاقات النمو اللامتكافئ بين كبريات البلدان الصناعية الرأسمالية ، وتغير مواقع القوى النسبية الفاعلة في الاقتصاد العالمي التي كانت تميز عالم ما بعد الحرب ، فبينما تراجع الوزن النسبي للولايات المتحدة عرفت مجموعة دول غرب أوروبا واليابان وتزايدا في وزنها .

ج - تعاظم العولمة التي قادتها الشركات العملاقة دولية النشاط ، وقد نجم عن ذلك نمو واضح ومستمر في عمليات تكامل الإنتاج والتمويل والتسويق على جبهة العالم كله .

د - اضطراب أصول السيولة الدولية بعد النمو الهائل الذي حدث في اندماج وتوسيع أسواق المال العالمية ، وهو الأمر الذي كان مصحوبا بتغيرات عميقة في تركيبة التدفقات المالية من هذه الأسواق ، يزايد الدور الذي تلعبه البنوك التجارية في الإقراض والاستثمار الدوليين كبروز نظام القروض المشتركة ، وبنوك الأوفشورز وتشير إلى عمليات الإنتاج والاستثمار التي تقوم بهما المشروعات متعددة الجنسيات في مناطق محددة لكي تستفيد من ظروف النفقة المنخفضة والأجور البسيطة والمهارات المرتفعة في هذه المناطق ، الأمر الذي أدى إلى تضخم حجم السيولة الدولية ، وأصبح معه رأس المال العالمي ينمو ويتحرك دون أن تربطه صلة وثيقة بعمليات الإنتاج وحاجات التمويل الفعلي للتجارة . (٢٢)

٣-اقتراضها من الأسواق المحلية للدول النامية

إن لجوء الشركات متعددة الجنسيات إلى السوق المحلي لتمويل نشاطها يتعارض تماما مع مصلحة الدولة المضيفة ، فالدول النامية تسعى لإجتذاب هذه الشركات لأنها بحاجة لرؤوس الأموال الأجنبية ، وذلك بسبب قلة المدخرات الوطنية ، أو لأسباب أخرى كعجز ميزان مدفوعاتها مثلا ، وعليه فإن لجوء هذه الشركات إلى الأسواق المالية الداخلية في الدول النامية لتمويل نشاطها ، معناه ببساطة حرمان هذه الدول من رؤوس الأموال التي تنتظرها ومن كل الآثار الإيجابية التي تترتب على دخول هذه الأموال إليها خاصة في ما يتعلق بميزان المدفوعات ، وهذا بالإضافة إلى حرمان المشروعات الوطنية في الدول النامية من المدخرات الوطنية المحدودة جدا في هذه الدول لحساب فروع الشركات متعددة الجنسيات الخاضعة للسيطرة الأجنبية ، كما تفضل هذه الشركات لإقتراض من الأسواق المحلية نظرا للقيود التي تضعها حكومات بلدانها الأصلية على تصدير رؤوس الأموال إلى الخارج ، وذلك من أجل تحسين ميزان مدفوعاتها . (٢٣)

سادسا: التأثير والنفوذ السياسي للشركات متعددة الجنسيات

تتمثل الخطوة الأولى في فهم التأثير السياسي للشركات متعددة الجنسيات (MNCs) في تمييزها عن الشركات الأخرى ، في الواقع ، توجد أدلة تجريبية كثيرة على أن الشركات متعددة الجنسيات تختلف في عدد من الطرق المهمة عن الشركات المحلية فقط ، فهي تميل إلى أن تكون كبيرة، وذات إنتاجية عالية (على سبيل المثال ، برنارد وجنسن وشوت ٢٠٠٩). كما أنها تميل أيضا إلى أن يكون أكبر المصدرين ، والأكثر اندماجا في سلاسل القيمة العالمية، وأرباب العمل للعمال ذوي المهارات العالية ، وأكبر المنفقين على البحث والتطوير ، وهذا يمنحهم مكانة قيمة في أي اقتصاد.

يتميز تفرد الشركات متعددة الجنسيات بعلاقة بوثيقة بالدراسات التي تفحص التباين على مستوى الشركة في مشاركتها في التجارة الدولية، فقد أظهر (برنارد وجنسن ولورانس:١٩٩٥) أن المصدرين في التصنيع يختلفون تماما عن الشركات المحلية ، بينما تمثل الصادرات من الولايات المتحدة حوالي ١٢.٢٪ فقط من الناتج المحلي الإجمالي ، إذ تلعب الشركات المصدرة عموماً دوراً كبيراً في الاقتصاد الأمريكي، حيث إن الشركات المصدرة أكبر وأكثر إنتاجية وكثافة و رأس المال ؛ وهم يدفعون أجوراً أعلى ويوظفون العديد من العمال ، ولا سيما العمال الأكثر إنتاجية.

تتمثل الآثار المهمة الثانية في تحديد تفضيلات الشركات متعددة الجنسيات من حيث السياسة الخارجية بشكل عام ، ولا سيما السياسات الاقتصادية مثل التجارة والاستثمار الأجنبي والهجرة وأسعار الصرف، حيث كان هناك ما يسمى بالتفضيلات الأمنية للأعمال ، وكانت حقيقة قضية مهمة منذ عهد (كارل ماركس)، ورأى العديد من العلماء أن الأعمال التجارية أو الرأسمالية نفسها هي محرك للحرب والصراع ، وخاصة الاستعمار ، فالادعاءات حول "المجمع الصناعي العسكري" وفوائده من الحرب تعتبر جزء من هذا التقليد. (٢٤)

فمن المعروف منذ فترة طويلة أن الشركات سيكون لها تفضيلات مختلفة اعتمادًا على علاقاتها بالاقتصاد الدولي، إذ ستختار الشركات المحلية التي تواجه منافسة الاستيراد الحمائية ، بينما يريد كبار المصدرين والشركات متعددة الجنسيات تجارة أكثر حرية ، حيث يتم تعزيز تفضيلات التجارة الأكثر حرية في الداخل والخارج للشركات متعددة الجنسيات إذا كانت جزءًا من سلاسل القيمة العالمية.

من ناحية أخرى ، فإن الشركات متعددة الجنسيات ستضغط من أجل سياسات الهجرة المفتوحة خاصة إذا كانت تواجه منافسة دولية قوية وتقتصر على العمل في بلدها الأم ؛ فبمجرد أن تتمكن الشركات من نقل الإنتاج إلى أي مكان في العالم ، تنتهي مخاوفها بشأن الهجرة ولم تعد تضغط من أجل سياسات الهجرة المفتوحة ، إذ تعد الشركات متعددة الجنسيات أيضًا المؤيدين الرئيسيين لاتفاقيات التجارة التفضيلية ومعاهدات الاستثمار الثنائية ، حيث كانت تلك الشركات هي المدافع الرئيسي عن إدراج أحكام تحمي حقوق الاستثمار والملكية الفكرية وتحرير الخدمات في اتفاقيات التجارة التفضيلية ، كوسيلة لكسب ميزة للشركات متعددة الجنسيات من البلدان الأخرى ، المستبعدة من الاتفاقيات التجارية ، هذا بالإضافة إلى أن الانقسامات السياسية داخل الصناعة حول اتفاقيات التجارة التفضيلية موجودة وتُظهر أن الشركات الكبيرة والمنتجة العاملة في الإنتاج الخارجي هي أكبر المستفيدين وأكثر الداعمين لدها الانقسام ، حيث تشير بعض الأبحاث إلى أن الشركات متعددة الجنسيات تفضل بشكل متزايد اتخاذ قرارات على المستوى فوق الوطني - أي في المؤسسات الدولية مثل منظمة التجارة العالمية وصندوق النقد الدولي أو في المحاكم الدولية مثل المركز الدولي لتسوية منازعات الاستثمار - حيث قد يكون لها تأثير أكبر من التأثير المحلي. (٢٥)

وفيما يتعلق بالنفوذ السياسي للشركات متعددة الجنسيات ، فقد تختلف وسائل التأثير السياسي التي تستخدمها الشركات متعددة الجنسيات من قضية إلى أخرى ومن دولة إلى أخرى، وفي هذا الصدد ، يوجد ثلاث قنوات رئيسية يمكن للشركات من خلالها أن تمارس نفوذها على صنع السياسة الخارجية **كمايلي** :

١- التأثير المباشر من خلال الضغط

٢- التأثير غير المباشر كأداة للدولة

٣- التأثير غير المقصود من خلال أجدتها.

قد تشارك الشركات بشكل مباشر في الأنشطة السياسية مثل الضغط والمساهمة في الحملات للتأثير على صنع السياسات أو للضغط على القادة السياسيين في مواجهة مطالبهم، و عند القيام بذلك ، يمكنهم أيضاً العمل مع الاتحادات الصناعية ولجان العمل السياسي لتعزيز مصالحهم، حيث يُمكن للشركات متعددة الجنسيات الاستفادة من قوتها التفاوضية من خلال تقديم "الحوافز" أو الوعود باستثمارات جديدة و "الحرمان" أو التهديد بسحب الاستثمار ، و بالإضافة إلى الضغط المباشر ، يُمكن للشركات الاستفادة من العلاقات غير الرسمية مع القادة السياسيين التي تمكنهم من توفير المعلومات والإقناع ، وفي حين أن هذا يمثل ضغطاً داخلياً، يُمكن لمحاولات التأثير هذه إشراك الجمهور أيضاً، إذ يشمل الضغط الخارجي استخدام قنوات الاتصال العامة بدلاً من التبادلات مع النخب السياسية ، ويتضمن تكتيكات مثل الاتصال بالصحفيين ، وإصدار البيانات الصحفية ، وإقامة حملات عامة ، وتنظيم مظاهرات احتجاجية (٢٦)

من جهة أخرى، استخدمت الحكومات الشركات متعددة الجنسيات لتعزيز المصلحة الوطنية من خلال تعزيز آثار العقوبات من خلال شبكات إنتاج الشركات متعددة الجنسيات ، أو تسهيل تحويل رأس المال من خلال الشركات لتعزيز السياسة النقدية، أو تمكين الشركات الأجنبية التابعة للشركة متعددة الجنسيات من المساعدة في جمع المعلومات الاستخباراتية، إذ يمكن للشركات الاحتفاظ بقوة كبيرة في وضع جدول الأعمال من مجرد وجودها في الخارج، إلى مركز قوى مؤثر من وجهة نظر الحكومات يساعد القادة السياسيين في تحديد المشاكل ووضع السياسات وتحديد أولويات الأهداف، فمنذ فترة طويلة لوحظ أن تأثير الشركات على العلاقات الخارجية الأمريكية ينبع أساساً من قدرتها على تشكيل البيئة الخارجية التي تنشأ منها المشاكل والصراعات والأزمات ، وقدرتها على تحديد بديهية . " في حين أن جماعات الضغط غير المباشرة والعرضية هي طرق مهمة للتأثير ، فكلما كبرت الشركات ، كلما حاولت ممارسة نفوذها السياسي ، وكلما زاد تفاعل الشركات مع الحكومة وأنظمتها، ازدادت الإجراءات السياسية التي تتخذها. (٢٧)

وتميل هذه الشركات الكبيرة أيضاً إلى العمل بمفردها وليس في تحالفات أو جمعيات صناعية، حيث لا يزال هناك جدل حول ما إذا كانت الاتصالات أو الخبرة والمعلومات مهمة أكثر لكسب التأييد، و تُشير الأبحاث إلى أن الشركات تستهدف المؤيدين والحلفاء لمواقفهم في الغالب وبعض المجموعات المتذبذبة في وسط الطيف السياسي، و تُظهر الأدبيات الخاصة بالولايات المتحدة على الأقل أن الضغط التجاري يستلزم أموالاً أكثر بكثير

من مساهمات الحملات ، إذ أن نفقات الضغط على المستوى الفيدرالي للولايات المتحدة تبلغ خمسة أضعاف نفقات الحملات الانتخابية في لجان العمل السياسي.

من جهة أخرى، قد تعاني الشركات من جميع الأحجام من مشاكل العمل الجماعي التي تمنع العمل السياسي المكلف ؛ ومع ذلك ، فإن الشركات الكبيرة وبالتالي الشركات متعددة الجنسيات قد تكون أقل تأثراً بهذه المشكلة و قد تؤدي الأنشطة السياسية للشركات إلى تغييرات فعلية في السياسة (٢٨)

سابعاً: الاستنتاجات

ترتيباً على ماتقدم ، فإنه اتضح - بشكل قوى جداً - أن الشركات متعددة الجنسيات الكبيرة تأثيراتها السلبية أكبر بكثير من تأثيراتها الإيجابية خاصة في الدول النامية ، إذ تُنفق بشكل كبير جداً- على الضغط المباشر على تلك الدول وذلك لعدة أسباب **كمابلي** :

١- امتلاك هذه الشركات أكبر قدر من الموارد ، والذي يقلل من "التكاليف الأساسية للضغط" مثل التكاليف

الأولية لتأسيس وجود لجماعات الضغط والمبلغ الفعلي الذي يتم إنفاقه للتأثير على السياسة

٢- تمتع الشركات الأكبر بقدرة أكبر على دفع التكاليف الأولية لتأسيس وجود جماعات الضغط ، لذلك ،

فإن الشركات الكبيرة "تختار" في جماعات الضغط بينما لا تستطيع الشركات الصغيرة ، علاوة على ذلك

تستخدم الشركات الكبيرة مواردها لإنفاق المزيد بالفعل وتكوين علاقات أوثق مع السياسيين نظراً لأن

الشركات الكبرى لديها موارد أكثر قابلية للاستهلاك للتأثير على السياسيين في حين أن صانعي

السياسات فقراء الموارد

ترتيباً على ماسبق ، فإن هذه الشركات تتمتع بميزة نبيهة ، إذ تستطيع أكبر الشركات أيضاً الاستفادة من مزايا

معلوماتية كبيرة (مثل المعلومات المتخصصة والتقنية) التي تساعد على تقليل عدم اليقين بالنسبة لصانعي

السياسات ، و من خلال تحمل التكاليف الأولية والانخراط في ممارسة الضغط ، عادة ما يُولد ضغط الشركة

المزيد من الضغط ، و قد تتمتع الشركات الأكبر أيضاً بميزة المتحرك الأول حيث يصبح المنظمون أكثر ودًا

لحماية الشركة للحفاظ على سمعة الشركة وموظفيها ، وهذا يؤدي إلى "حماية بدون أسر" أو معاملة تفضيلية

باستمرار من قبل المنظمين والسبب الثاني الذي يجعل الشركات الكبيرة أكثر نشاطاً من الناحية السياسية هو أن

السياسات أصبحت أكثر دقة (على سبيل المثال ، السياسة التجارية الخاصة بمنتهج معين) ، وبالتالي تصبح

ممارسة الضغط تحليلاً للتكلفة والعائد للشركات الفردية.

وفي الواقع ، وجد العلماء باستمرار أن الشركات الكبيرة والشركات متعددة الجنسيات غالبًا ما تختار ممارسة الضغط بمفردها وأن الضغط أصبح "خاصًا" بشكل متزايد ، فبالنظر إلى أن الشركات المشاركة في "التجارة داخل الصناعة هي احتكارية ، فإن الضغط يُصبح أساسًا سلعة خاصة" وبالتالي فهي مستعدة للضغط بمفردها وتحمل التكاليف.

من جهة ثالثة ، فمن المؤكد أن الضغط من خلال الاتحادات الصناعية لا يزال بمثابة قناة مهمة تُمارس الشركات من خلالها سلطاتها السياسية، ومع ذلك ، هناك أسباب أخرى قد تجعل الشركات تختار ممارسة الضغط بمفردها، إذ من المرجح أن يكون لدى الشركات الكبيرة مكاتب ضغط داخلية مما يقلل من أهمية الجمعيات التجارية

من جهة رابعة ، قد يكون للشركات متعددة الجنسيات أفضليات مميزة عن الشركات المحلية وقد تركز على قضايا مختلفة، حيث أظهرت الدراسات أن الشركات العالمية الكبيرة أكثر ميلًا إلى دعم تحرير التجارة والضغط من أجله في مجموعة متنوعة من البلدان ، بما في ذلك الولايات المتحدة واليابان وكوستاريكا ، حيث إن مكاسب التجارة تتركز بشكل كبير في عدد قليل من الشركات في الولايات المتحدة وأن هذه الشركات لديها سلاسل قيمة عالمية خاصة ببلدان أو مناطق معينة.

وتعني هذه الحقائق أن الشركات متعددة الجنسيات في الولايات المتحدة تعمل بشكل كبير في اللوبي في اتجاه مؤيد للتجارة وتدعم بقوة الاتفاقيات التجارية مع مجموعة محددة من البلدان التي تتعامل معها، و هذه الشركات متعددة الجنسيات تفوق وتضرب الشركات المحلية التي تعارض التجارة وتتغلب على قضايا العمل الجماعي لأن كل شركة تكسب بشكل كبير من التجارة وتضغط على اتفاقيات مختلفة وفقًا لشركائها في سلاسل القيمة العالمية ، هذا بالإضافة إلى أن الشركات الدولية تُمارس الضغط بشكل فردي لتقليل الحواجز التجارية على منتجات محددة للغاية، لأنها تتوقع مكاسب كبيرة من هذا التحرير على منتجاتها.

ترتيبًا على ذلك، فمن المحتمل جدًا أن تلعب الشركات متعددة الجنسيات أدوارًا مماثلة في بلدان أخرى وربما تمارس تأثيرًا أكبر هناك بسبب وجودها الأكبر في الاقتصادات الأصغر

و على وجه الخصوص ، قد يؤثر عدد لاعبي النقض (المعارضة) في الحكومة ، ودرجة حماية الملكية الخاصة ، ومدى الديمقراطية ، على ما إذا كان بإمكان الشركات متعددة الجنسيات حماية استثماراتها ، وبالتالي ما إذا كانت تستثمر في المقام الأول ؛ حيث إن زيادة عدد لاعبي الفيتو، يجعل من الصعب على الحكومات تغيير السياسات وبالتالي تقليل أي محاولات لاحقة لتغيير الصفقة مع الشركات متعددة الجنسيات.

ومع ذلك ، فإن المزيد من المعارضة قد يعني أيضًا المزيد من نقاط الوصول للشركات متعددة الجنسيات ويسهل عليهم ، لا سيما مع الشركات الأجنبية والمحلية الأخرى ، التأثير على العملية السياسية ، هذا بالإضافة إلى أن المزيد من الديمقراطية و الحماية الأفضل للممتلكات الخاصة، تمكّن الشركات متعددة الجنسيات من مساعدة حلفاء البلد المضيف في حالة التعثر ، إذ يبدو أن المزيد من المنافسة السياسية ومساحة أكبر لمجموعات المصالح المختلفة في الديمقراطيات القوية تضعف الشركات متعددة الجنسيات وتقلل من نفوذها

هذا بالإضافة إلى أن الشركات متعددة الجنسيات يُمكن أن تؤثر على قرارات السياسة المحلية في البلدان المضيفة من خلال توفير المعلومات والخبرة السياسية حول اللوائح والقوانين في البلدان الأخرى ، وذلك من خلال الضغط على المسؤولين، لا سيما في التحالف مع الجهات الفاعلة المحلية ، عن طريق الوعد بفوائد مثل المزيد من فرص العمل والوصول إلى التكنولوجيا الجديدة ، وذلك من خلال التهديد لقطع التوظيف أو الانسحاب، ومساعدة القادة في التغلب على المصالح المحلية الراسخة من خلال تقديم المزيد من الإيرادات أو التوظيف ، لذلك فإن الشركات متعددة الجنسيات لديها عدد كبير من الوسائل لممارسة تأثيرات قوية على البلدان التي تختار العمل فيها.

قائمة المصادر والمراجع

- 1- Austen-Smith, David, and John R. Wright. 1994. "Counteractive Lobbying." *American Journal of Political Science* 38 (1): 25-44.
- 2- Autor, David, David Dorn, Lawrence Katz, Christina Patterson, and John Van Reenen. 2017. "The Fall of the Labor Share and the Rise of Superstar Firms." NBER Working Paper Series, No. 23396. Available from <http://www.nber.org/papers/w23396.pdf>.
- 3- Baccini, Leonardo. 2019. "The Economics and Politics of Preferential Trade Agreements." *Annual Review of Political Science* 22: 75-92.
- 4- Baccini, Leonardo, Pablo M. Pinto, and Stephen Weymouth. 2017. "The Distributional Consequences of Preferential Trade Liberalization: Firm-Level Evidence." *International Organization* 71 (apr): 373-395.
- 5- Barefoot, Kevin B, and Raymond J Mataloni Jr. 2011. "Operations of US Multinational Companies in the United States and Abroad." *Survey of Current Business* 91 (11): 29-48.
- 6- Bauer, Raymond Augustine, Ithiel de Sola Pool, and Lewis A Dexter. 1972. *American Business and Public Policy: The Politics of Foreign Trade*. 2nd ed. Chicago, IL: Aldine-Atherton.
- 7- Baumgartner, Frank R., Jeffrey M. Berry, Marie Hojnacki, David C. Kimball, and Beth L. Leech. 2009. *Lobbying and Policy Change: Who Wins, Who Loses, and Why*. Chicago, IL: University of

Chicago Press.

- 8- Baumgartner, Frank R, OP.CIT.
- 9- Bernard, Andrew B, J Bradford Jensen, and Jeffrey J Schott. 2009. "Importers, Exporters and Multinationals: A Portrait of Firms in the U.S. that Trade Goods." In *Producer Dynamics: New Evidence from Micro Data*, ed. Timothy Dunne, J Bradford Jensen, and Mark J Roberts. Chicago: University of Chicago Press.
- 10- Bernard, Andrew B., J. Bradford Jensen, and Robert Z. Lawrence. 1995. "Exporters, Jobs, and Wages in U.S. Manufacturing: 1976–1987." *Brookings Papers on Economic Activity. Microeconomics* 1995: 67–119.
- 11- Bernard, Andrew B, J Bradford Jensen, Stephen J Redding, and Peter K Schott. 2007. "Firms in International Trade." *The Journal of Economic Perspectives* 21 (3): 105–130.
- 12- Bertrand, Marianne, Matilde Bombardini, and Francesco Trebbi. 2014. "Is It Whom You Know or What You Know? An Empirical Assessment of the Lobbying Process." *American Economic Review* 104 (dec): 3885–3920.
- 13- Biersteker, Thomas J. 1978. *Distortion of Development?: Contending Perspectives on the Multi-national Corporation*. Cambridge, MA: MIT Press.
- 14- Blanga-Gubbay, Michael, Paola Conconi, and Mathieu Parenti. 2019. "Globalization for Sale."
- 15- Working Paper. Available from <http://conconi.ulb.be/BCP.pdf>.
- 16- Blonigen, Bruce A, and David N Figlio. 1998. "Voting for Protection: Does Direct Foreign Investment Influence Legislator Behavior?" *The American Economic Review* 88 (4): 1002–1114.
- 17- Boies, John L. 1989. "Money, Business, and the State: Material Interests, Fortune 500 Corporations, and the Size of Political Action Committees." *American Sociological Review* 54 (5): 821–833.
- 18- Bombardini, Matilde, and Francesco Trebbi. 2012. "Competition and Political Organization: Together or Alone in Lobbying for Trade Policy?" *Journal of International Economics* 87 (1): 18–26.
- 19- Brooks, Stephen G. 2005. *Producing Security : Multinational Corporations, Globalization, and the Changing Calculus of Conflict*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- 20- Bureau of Economic Analysis. 2018a. "Activities of U.S. Multinational Enterprises: 2016." Available from <https://www.bea.gov/news/2018/activities-us-multinational-enterprises-2016>.
- 21- Bureau of Economic Analysis. 2018b. "Activities of U.S. Multinational Enterprises: U.S. Parent Companies and Their Foreign Affiliates. Group H. U.S. Parents: U.S. Trade in Goods, Tables 22- I.H 3 and I.H 11." Available from <https://www.bea.gov/international/usdia2016p>.
- 23- Carpenter, Daniel P. 2004. "Protection without Capture: Product Approval by a Politically Re-

- sponsive, Learning Regulator.” American Political Science Review 98 (4): 613–631.
- 24– Cohen, Benjamin J. 1973. The Question of Imperialism; the Political Economy of Dominance and Dependence. New York: Basic Books.
- 25– Culpepper, Pepper D. 2011. Quiet Politics and Business Power: Corporate Control in Europe and Japan. New York: Cambridge University Press.
- 26– Dancygier, Rafaela M, and Stefanie Walter. 2015. “Globalization, Labor Market Risks, and Class Cleavages.” In The Politics of Advanced Capitalism, ed. Pablo Beramendi, Silja H”ausermann, Herbert Kitschelt, and Hanspeter Kriesi. Cambridge (UK): Cambridge University Press.
- 27– De Bruycker, Iskander, and Jan Beyers. 2018. “Lobbying Makes (Strange) Bedfellows: Explaining the Formation and Composition of Lobbying Coalitions in EU Legislative Politics.” Political Studies 66 (4): 959–984.
- 28– de Figueiredo, John M., and Brian Kelleher Richter. 2014. “Advancing the Empirical Research on Lobbying.” Annual Review of Political Science 17 (may): 163–185.