

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية

**تأثير استراتيجيات الشركات المتعددة
الجنسيات في نقل التكنولوجيا في الدول النامية
دراسة حالة البرازيل.**

رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير
في العلوم الاقتصادية
تخصص: الاقتصاد الدولي

إشراف:
أ.د الطيب داودي

إعداد الطالب:
غواطي حمزة

لجنة المناقشة

الاسم و اللقب	الرتبة العلمية	الجامعة	الصفة
أ.د صالح مفتاح	أستاذ التعليم العالي	جامعة بسكرة	رئسا
أ.د داودي الطيب	أستاذ التعليم العالي	جامعة بسكرة	مقررا
أ.د جميل احمد	أستاذ التعليم العالي	جامعة البويرة	ممتحنا
د.حامد نور الدين	أستاذ محاضر (أ)	جامعة بسكرة	ممتحنا

السنة الجامعية: 2012 – 2013

المخلص :

تتم هذه المذكرة بدراسة موضوع: تأثير استراتيجيات الشركات المتعددة الجنسيات في نقل التكنولوجيا في الدول النامية بالإعتماد على دراسة حالة دولة البرازيل ، وهذا عن طريق إبراز العلاقة الكامنة بين الاستراتيجيات التي تتبعها الشركات المتعددة الجنسيات و عملية نقل التكنولوجيا ، و إظهار كيفية تأثير الاستراتيجيات التي تتبناها الشركات المتعددة الجنسيات بالأخص تلك التي تعتمد على الدخول الى الأسواق في طرق ونوعية التكنولوجيا المنقولة الى الدول النامية ، كما ترمي الى الكشف على دور التكنولوجيا المنقولة في الدفع بعجلة النمو والتنمية الاقتصادية بالنسبة للدول المتلقية. ، من تم إسقاط هذه العلاقة السببية التي تربط بين هذين المتغيرين على دولة البرازيل التي تعد تجربتها في نقل المعارف و التكنولوجيا من أقدم و ابرز التجارب كما أن التحول الكبير الذي شهده اقتصادها في الآونة الأخيرة جعل منها موضعاً خصباً لدارسي الاقتصاد بغية الاستفادة من تجربتها التي أصبحت رائدة و خصوصاً في القضاء على المديونية و التحول من اقتصاد منهك إلى اقتصاد ناشئ.

الكلمات المفتاحية : الاستراتيجيات ، الشركات المتعددة الجنسيات ، نقل التكنولوجيا ، التنمية و النمو الاقتصادي ، الدول الناشئة ، البرازيل ،

Résumé:

Le sujet abordé dans notre recherche en est l'impact des stratégies des entreprises multinationales, en la matière du transfert de la technologie, dans les pays en développement , prenant comme cas d'étude, celui du Brésil, tout en mettant en évidence la relation inhérente entre les stratégies des entreprises multinationales et le transfert de la technologie , et de montrer ainsi, comment ces stratégies, en particulier, celles qu'elles adoptent une fois accédées aux marchés, agissent sur le développement des moyens et des qualités du transfert des technologies vers les pays en développement. Notre étude, met l'accent également sur le rôle immanent de la technologie transférée, dans la croissance et le développement économique, vis-à-vis, des pays en question et depuis ce, l'application de cette relation de causalité entre ces deux variables, sur le cas du Brésil, qui est considéré comme l'une des plus anciennes et importantes expériences, dans ce domaine. De plus, la flagrante métamorphose économique, qui a constitué l'objet d'études de plusieurs recherches, afin de la réinvestir dans l'élaboration d'autres projets, en tant que chef de file , en particulier, dans l'effacement des dettes, désormais, la transformation de l'économie épuisée à une économie émergente.

Mots clés : stratégies , entreprises multinationales, transfert de la technologie, le développement ,Brésil, économie émergente.

Abstract:

Our research is on the impact of multinational corporations strategies in the field of technology transfer in developing countries; Brazil as a case study to highlight the inherent relationship between the multinational corporation strategies and technology transfer in order to show how these strategies, especially those adopted once the corporations enter the market, act to develop methods and different types of technology transfer toward the developing countries

The study focuses also on the important role of technologies transferred in the economic growth and development of the developing countries and the application of the causal relationship between these two variables on Brazil, which is considered to have important experiences in this field particularly its economic metamorphosis which has been the topic of several studies in order to use it in other projects as a model especially in debt cancellation and henceforth in transformation of exhausted economies into emerging ones

Keywords : strategies, firm multinational , technology transfer, development, emerging economy ,Brazil

مقدمة عامة.

لقد نتج عن التغييرات الإقليمية والدولية والتحولت الاقتصادية والاجتماعية نظام عالمي جديد لاح في الأفق بمضامينه وأبعاده الاقتصادية والاجتماعية والمالية والثقافية والسياسية ، و التي بناها على اقتصاد السوق وتقليص دور الدولة الاقتصادي والاجتماعي وتنامي دور المؤسسات المالية الدولية و الشركات متعددة الجنسيات، التي أضحت من الظواهر البارزة في الاقتصاد العالمي ,حيث تناما دورها في تدويل الاستثمار والإنتاج والخدمات والتجارة والمساهمة في تشكيل نظام تجارة دولية حرة مما ساهم في تسريع وتيرة التبادلات الدولية وما صاحبته من تدفقات هائلة للاستثمارات الأجنبية المباشرة و التي أصبحت تمثل احد المحددات الأساسية لمسار النمو والتنمية في مختلف دول العالم.

كما أضحت هذه الشركات من كبار مصدرين التكنولوجيا سواء عن طريق الاستثمار الأجنبي أو عن طريق قنوات أخرى وهذا لما تتمتع به من إمكانيات وموارد بشرية ومادية ضخمة توجه نحو البحوث والتطوير ،لذا أصبحت معظم دول العالم تتسابق من اجل جذب هذه الشركات سواء عن طريق الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة أو عن طريق فتح باب الاستثمارات وهذا من اجل الظفر بتلك المزايا سواء التنمية أو التكنولوجية.

وهناك عدت دول استطاعت اعتماد سياسات ناجحة لجذب وتشجيع الاستثمار ،من بينها البرازيل التي أصبحت من بين الدول التي تستقطب اهتمام الشركات المتعددة الجنسيات التي جعلت منها قبلة لها وأصبحت تلعب دورا مفصليا في اقتصادها، الذي أصبح أول قوة صناعية في أمريكا اللاتينية وثاني قوة صناعية في الدول النامية بعد الصين ويحتل المرتبة السادسة عالميا ،وبهذه القفزة النوعية لاقتصاد هذه الدولة التي كانت نامية ثم تحولت إلى دولة صناعية أي ناشئة ، كما أنها أصبحت رائدة في بعض الصناعات و التي تتميز بتنوعها وباحتمالها مراتب متقدمة عالميا ،حيث يعد جزء هام من هذه الصناعة هو امتداد للشركات المتعددة الجنسيات.

إشكالية الدراسة:

عملت معظم الدول النامية بعد إستقلالها على إيجاد موقع لها على الساحة الدولية وأيقنت أن الوسيلة الأنسب لتحقيق ذلك تتمثل في تحصيل التفوق التكنولوجي وهذا بالإنفاق على البحث والتطوير بالموازاة مع إستيراد التكنولوجيا من الدول الغربية، كما إتجهت أنظارها إلي جذب الشركات المتعددة الجنسيات بإعتبارها أحد أكبر ممتلكي التكنولوجيا في العالم ، لكنها بقيت تشتكي من إحتكار الدول المتقدمة لهذه التقنيات عن طريق شركاتها العملاقة و التي تتحجج بعدم وجود مناخ ملائم لها ، كما تتذرع بكون الدول المضيفة تقوم بسرقة تقنياتها و هذا ما جعلها تحجم عن نقل التكنولوجيا أو أن تقوم بنقل تكنولوجيا متقدمة إلي تلك الدول

على الرغم من المحاولات التي لجأت إليها الدول النامية في سبيل إكتسابها للتكنولوجيا إلا أن القليل منها من إستطاع الوصول الى مبتغاه وهذا لجملة من الأسباب ،من أبرزها إصطدام مصالح الدول مع أهداف وإستراتيجيات الشركات العملاقة والتي تسعى عن طريقها إلى تحقيق الربح والتوسع و الحفاظ على ميزتها التي تكمن في إحتكار التقنية و التكنولوجيا التي تعد من بين أبرز مكامن قوة هذه الشركات ، لكن البرازيل و بإعتمادها على نظام إقتصادي حر و إنضمامها للمنظمة العالمية للتجارة سدت كل الذرائع في وجه المستثمرين الأجانب و أصبحت من بين الدول التي تستقطب إهتمام تلك الشركات العالمية ،ومن المعطيات السابقة يمكن طرح الإشكالية التالية :

ما مدى تأثير الإستراتيجية المنتهجة من طرف الشركات المتعددة الجنسيات في نقل التكنولوجيا ؟

ومن أجل الإحاطة والإلمام ببيثيات هذا الإشكال سنقوم بطرح الأسئلة التالية:

ما هو تأثير إستراتيجيات الشركات متعددة الجنسيات في أنماط نقل التكنولوجيا إلي الدول النامية ؟

هل إستطاعت الدول النامية إكتساب الصناعات ذات العالية التكنولوجية ؟

هل إستطاعت البرازيل إكتساب الصناعات العالية التكنولوجية ذات الصيغة التكنولوجية؟

فرضيات الدراسة :

يؤدي نوع الإستراتيجية المتبعة من طرف الشركة المتعددة الجنسية في الدخول إلي الأسواق إلي التأثير علي نمط نقل التكنولوجيا إلى الدولة النامية.

يؤدي إعتقاد الشركة المتعددة الجنسية على إستراتيجية دون أخرى في تحديد نوع ومستوى التكنولوجية المنقولة إلى الدولة النامية

يؤدي إعتقاد البرازيل على إقتصاد السوق و فتح مجال التجارة الدولية وكذا الاستثمار الأجنبي إلي عملية توطين التكنولوجيا المكتسبة من طرف الشركات متعددة الجنسيات.

مببرات الدراسة:

يعتبر التفوق التكنولوجي سلاح العصر، غير أن الدول النامية تبقى تعاني من الفجوة التكنولوجية مقارنة بالدول المتقدمة، وتطرح أمامها عدة خيارات للتقليص من هذه الفجوة، ومن بين هذه الخيارات اللجوء إلى الشركات المتعددة الجنسيات التي تعد مصدرا أساسيا لنقل المعرفة الفنية والإدارية والتنظيمية، وذلك من خلال التدريب وتوفير العمالة المتخصصة، الأمر الذي يسهم في تضيق الفجوة التكنولوجية والتنظيمية بين الدول المتقدمة والدول النامية، ويعود اختيار نموذج البرازيل لما حققه اقتصادها من قفزة نوعية ولما سيحققه مستقبلا و لتمييزه بسوق واحدة مما يجعلها وجهة مغرية لتصريف المنتجات والاستثمار الأجنبي .

أهمية الدراسة :

يعتبر كل من الشركات متعددة الجنسيات و نقل التكنولوجيا إلى الدول من المواضيع المثيرة للجدل في هذا العصر، حيث أصبح التفوق التكنولوجي محلا للمنافسة بين الاقتصاديات على المستوى الدولي كما تعتبر الشركات من محركات الاقتصاد الدولي لذا وعلى ضوء الدراسات السابقة ارتأينا إبراز العلاقة القائمة بين الاستراتيجيات التي تتبناها تلك الشركات و عملية نقلها للتكنولوجيا مع الوقوف على كيفية تأثيرها في النظام الاقتصادي للدول النامية.

اهداف الدراسة :

يهدف البحث إلى الإجابة على الإشكالات المطروح والمتمثل مدى تأثير الإستراتيجية المنتهجة من طرف الشركات المتعددة الجنسيات في نقل التكنولوجيا، وهذا عن طريق إبراز العلاقة الكامنة بين الاستراتيجيات التي تتبعها الشركات المتعددة الجنسيات وعملية نقل التكنولوجيا، و إظهار كيفية تأثير الاستراتيجيات التي تتبناها الشركات المتعددة الجنسيات بأخص تلك التي تعتمد على عند الدخول إلى الأسواق في طرق ونوعية التكنولوجيا المنقولة إلى الدول النامية، كما ترمي إلى الكشف على دور التكنولوجيا المنقولة في الدفع بعجلة النمو والتنمية الاقتصادية بالنسبة للدول المتلقية.

الدراسات السابقة :

هناك بعض الدراسات التي تناولت الموضوع، ولكن من زوايا أخرى حيث نشير إلى بعض رسائل الماجستير مثل:

أحسين عثمانى، استراتيجيات الشركات المتعددة الجنسيات في عولمة الاقتصاد

حيث قامت هذه الدراسة بتسليط الضوء على الاستراتيجيات المتبعة من طرف الشركات العملاقة وكيفية سيطرتها على الاقتصاد العالمي، والوقوف على العوامل الدافعة للتدويل، والخيارات البديلة لغزو المزيد من الأسواق الدولية، كما اشارت الى تحديد كيفية وصول الشركات العالمية إلى مرحلة تحقيق ميزتها التنافسية في السياق الدولي، والوقوف على الأساليب المستعملة في تشجيع البحث والتطوير كأحد المدخلات الهامة للإبداع.

بوبرطخ نعيمة، الشخصية القانونية للشركات المتعددة الجنسيات في القانون الدولي العام

في هذه الدراسة اخذ موضوع الشركات المتعددة الجنسيات من وجهة نظر قانونية بغية إظهار موقع هذه الشركات على الساحة الدولية، كما اظهرت كيفية تعاملها مع الدول المضيفة لها عن طريق اللوائح و القوانين الدولية و المحلية وكذا طريقة تأقلمها مع القوانين التي تفرضها عليها الدول المستضيفة .

ولد محمد عيسى محمد محمود الشركات متعددة الجنسيات و اقتصاديات البلدان العربية في ظل العولمة الاقتصادية

لقد تناولت هذه الدراسة واقع وطبيعة تعامل الشركات متعددة الجنسيات مع البلدان العربية في ظل العولمة الاقتصادية، وذلك من خلال عمليات الإنتاج والتسويق التي تقوم بها هذه الشركات في مختلف أرجاء العالم وما نتج عن ذلك من تدويل للإنتاج. كما حاول الباحث اظهار الدور الذي تلعبه الشركات متعددة الجنسيات على مستوى الاقتصاد العالمي وذلك من خلال تأثيرها عليه من مختلف الجوانب.

ليلي شيخه، اتفاقيات الملكية الفكرية ذات العلاقة بالتجارة الدولية وإشكالية نقل التكنولوجيا إلى الدول النامية دراسة

حالة الصين

في هذه الدراسة قامت الباحثة بإظهار العلاقة الكامنة بين عملية نقل التكنولوجيا و اتفاقية التريبس و كيفية تأثيرهما في بعضهما كما قامت بتطبيقها على جمهورية الصين التي اصبحت مثالا يحتذى به

صعوبات الدراسة

واجه الباحث صعوبة كبيرة في الحصول على الإحصائيات الدقيقة في كثير من الحالات لعدم توافر الإحصائيات من الجهات البرازيلية و السبب في بعض الأحيان يرجع إلى مشكلة عدم الإفصاح عن المعلومات من طرف الحكومة البرازيلية، وان وجدت

فمعضلة اللغة حالت دون الاعتماد عليها لذا اختار الباحث الاعتماد، على ما أمكن، من إحصائيات المنظمات الدولية و أوراق العمل التي تعدها مراكز البحث التي تهتم بدراسة الاقتصاد البرازيلي والمنشورة عبر شبكة الانترنت.

منهج الدراسة:

لإنجاز هذا البحث يستوجب اعتماد منهج يتماشى وطبيعة الموضوع، وقد ارتأينا أن نتبنى المنهج الوصفي التحليلي الذي يستند على جملة من البيانات والحقائق والآراء التي أمكن الحصول عليها من مصادر متعددة كالكتب والدوريات والبحوث المتخصصة والشبكة المعلوماتية، لتسليط الضوء على استراتيجيات هذه الشركات و علاقتها بنقل التكنولوجيا و كذا لدراسة المستندات و البيانات التي تخص دراسة الحالة (البرازيل)، و لتحسيد ذلك وتماشيا مع التساؤلات التي وردت في الإشكالية فقد تم تقسيم البحث إلى أربعة فصول:

يتضمن الفصل الأول الإطار النظري لتحديد معالم الشركات المتعددة الجنسيات و التعريف بكنهها مع إبراز أهم مميزاتهما والتطرق إلى مراحل تطورها مع محاولة تفسير ذلك بالرجوع إلى أهم النظريات التي عالجت موضوع أسباب نشأتها و تطورها كما جاء الفصل الثاني متضمنا أهم الاستراتيجيات التي تتبعها الشركات المتعددة الجنسيات والآليات المستعملة لتحقيق أهدافها المرجوة وتثبيت مكانتها العالمية، في حين عالجتنا في الفصل الثالث العلاقة بين نقل التكنولوجيا إلى الدول النامية وتأثير استراتيجيات الشركات المتعددة الجنسيات على هذه العملية، مظهر دور التكنولوجيا في عملية التنمية الاقتصادية و طرق نقلها و الفائدة التي سوف تجنيها الشركات المتعددة الجنسيات و الدول المتلقية من هذه العملية، و من ثم عرضنا في الفصل الرابع تجربة البرازيل في نقل التكنولوجيا عن طريق الشركات المتعددة الجنسيات .

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 والمسيطر 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** "محاضرته 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 رأت 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 إعتماد مصطلح الشركات متعددة الجنسية لأنها تعد أكثر إستعمالاً وأوسع انتشاراً وأكثر واقعية.

بعد أن وضع الإقتصاديون مصطلحاً شبه 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 إعتدها 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(منظماتها-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، لتتضمن 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 يدهم الدكتور حسام عيسى بتعريفه لها على أنها مجموعة من الشركات الوليدة أو التابعة التي تزاو كمنها 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. ارمونفرون¹ 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 ارمونوف، مرجع سابق، ص36.

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، ص118 .

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 متناسقا وتمارس نشاطا دوليا 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 لإتحاذ القرار يسمح بوضع سياسات متجانسة وإستراتيجية مشتركة من خلال مركز أو أكثر من مراكز إتحاذ 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 بغض الخائص التي تتمتع بها هذه الشركات ومن أبرز تلك الخصائص:¹

1- أنها 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 بالربح الذي يحققه نشاط آخر. أي بمعنى آخر تقوم بإحلال وفورات النشاط Economies of Scope محل وفورات الحجم Economies of Scale.¹

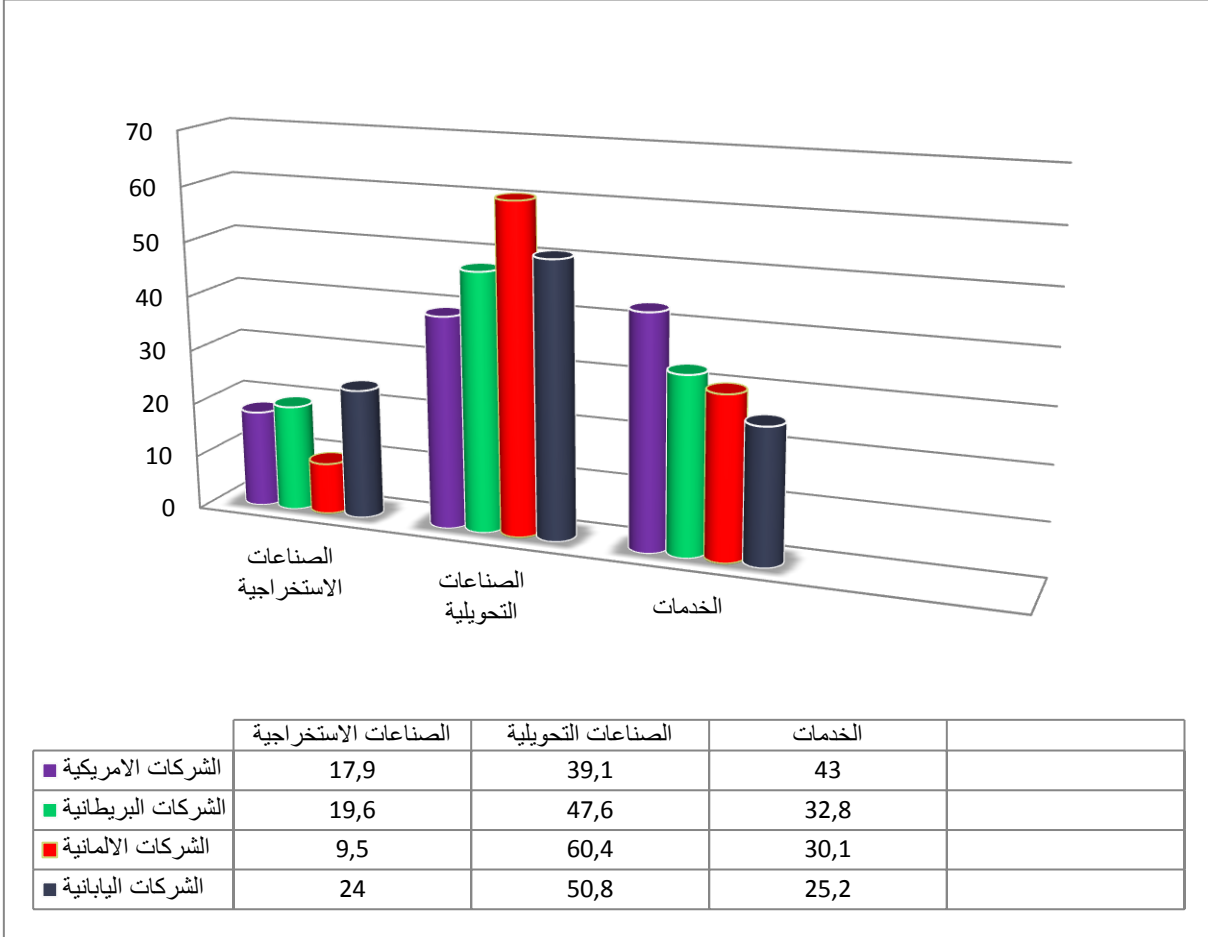
و أفضل مثال علي ذلك ما أشارت إليه إحدى الدراسات و التي أوضحت أن شركة جنرال موتور، التي تنتج قاطرات وسكك حديد وثلاجات وسيارات مختلفة الأشكال، ومنه نستنتج أن هذه السمة تكسب الشركات المتعددة الجنسيات سيطرة إقتصادية أوسع و أرباح أكثر كما أنها وسيلة لتجنب الخسائر الاقتصادية في حالة اعتماد نشاطها على قطاع 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 تنسم 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 وتحسين 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، وسد 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 وأتاحت إمكانيات متزايدة لأنشطة البحث و التطوير.³

أن السيطرة على عمليات البحث والتطوير تعد من أهم الوسائل التي تدفع الشركات إلى السعي للبحث عن الإنجازات العلمية والتكنولوجية ، هذا لما ينجم عنها من تقلص التكاليف وزيادة الفاعلية وتطوير المنتجات وزيادة 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 و تصميم 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 perlmutter 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 ومحاوله 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 المنتمة 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

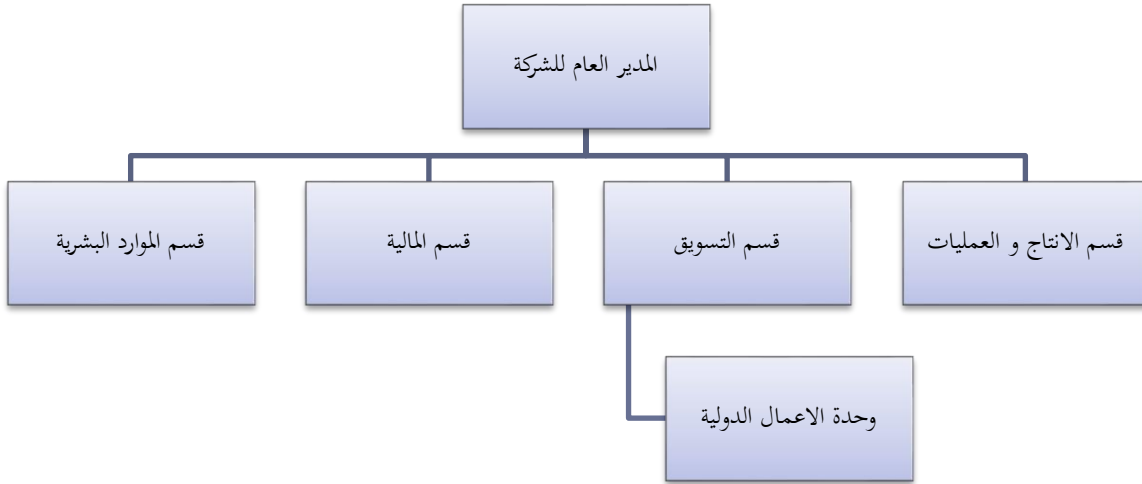
تعتمد الشركات على جملة من الهياكل و النماذج التنظيمية في سبيل تحقيق تكامل بنيوي بين الهيكل والإستراتيجية باعتبار أن نوع الهيكل التنظيمي المصمم هو بمثابة المجال الحركي الذي من خلاله يجري تطبيق الإستراتيجية في المنظمة، و التي يمكن حصرها الأشكال و النماذج التالية:

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.



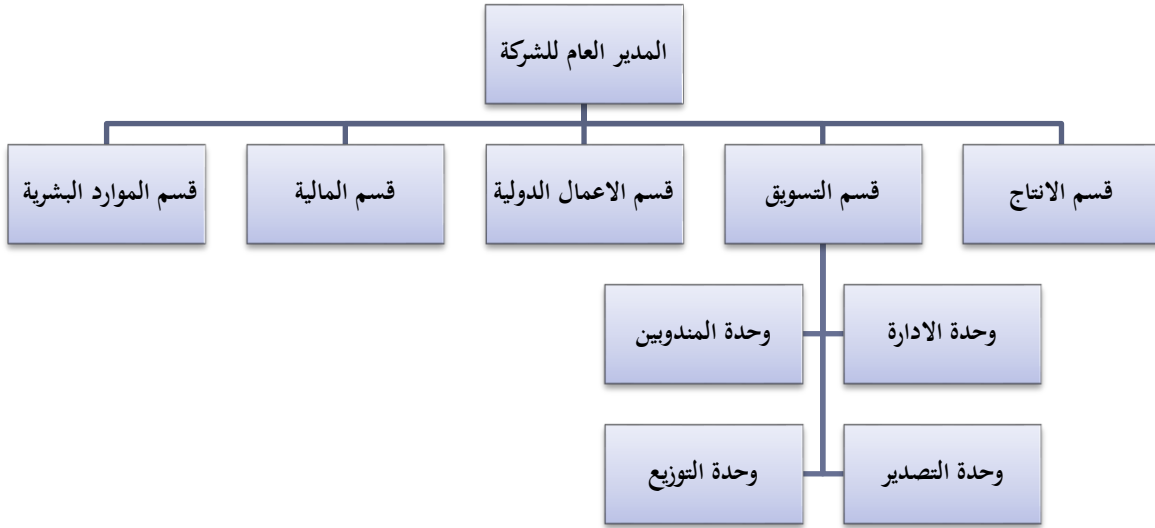
المصدر: د زكريا مطلق الدوري، د احمد على صالح، إدارة الأعمال الدولية منظور سلوكي واستراتيجي، دار اليازوري الدولية
لنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2009. ص 155.

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 و زيادة حجم النشاطات التي تقوم بها الشركات على المستوى العالمي يصبح نموذج وحدة الأعمال عاجزا عن
إستيعاب هذا التطور لذا فهي في الغالب تلجأ 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 :

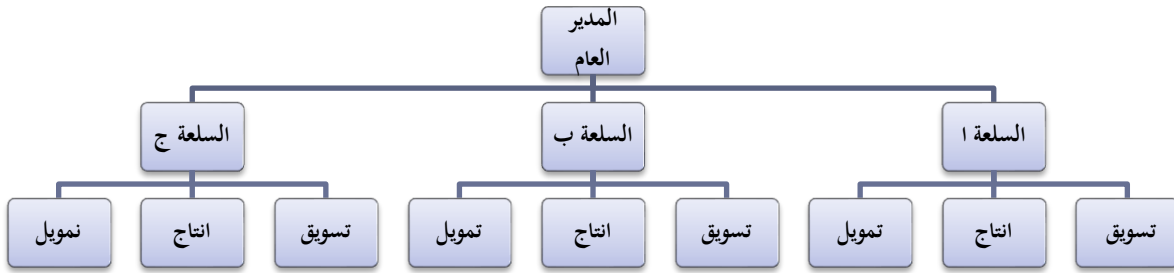
تتبع هذه الطريقة الشركات التي تعتمد على حزمة ومجموعة متنوعة من المنتجات، وتكون فيها الإدارة مستقلة بحسب السلع، بحيث تخصص الإدارة مسؤولاً مستقلاً لكل سلعة أو مجموعة من السلع حيث يعني هذا الأخير بإنتاج وتسويق وتمويل وإدارة الموارد البشرية، و يلائم هذا النوع الشركات التي تزاوّل أعمالها في أسواق مختلفة كالسيارات 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



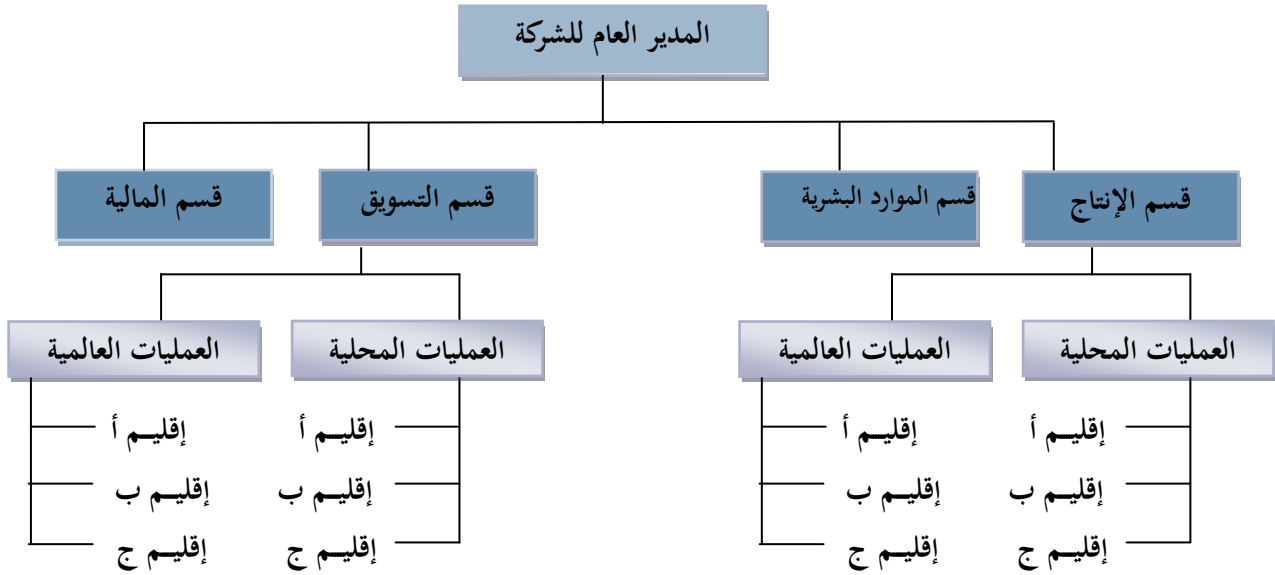
المصدر: علي الشريف، الإدارة المعاصرة، الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، الإسكندرية 1997، ص 265.

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.

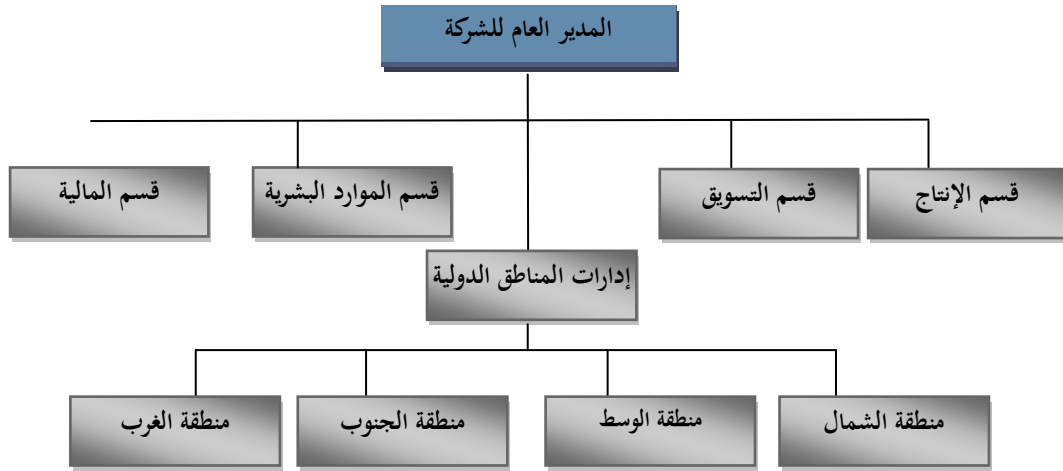
تنشأ الحاجة إلى تطبيق الأساس الجغرافي في التنظيم عندما تتعامل المنشأة مع أسواق وأقاليم متعددة ومتميزة من حيث الأذواق والحاجات، عندئذ تمثل كل وحدة جغرافية وحدة تنظيمية قائمة بذاتها بغية تحقيق المزايا التالية:¹

- 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

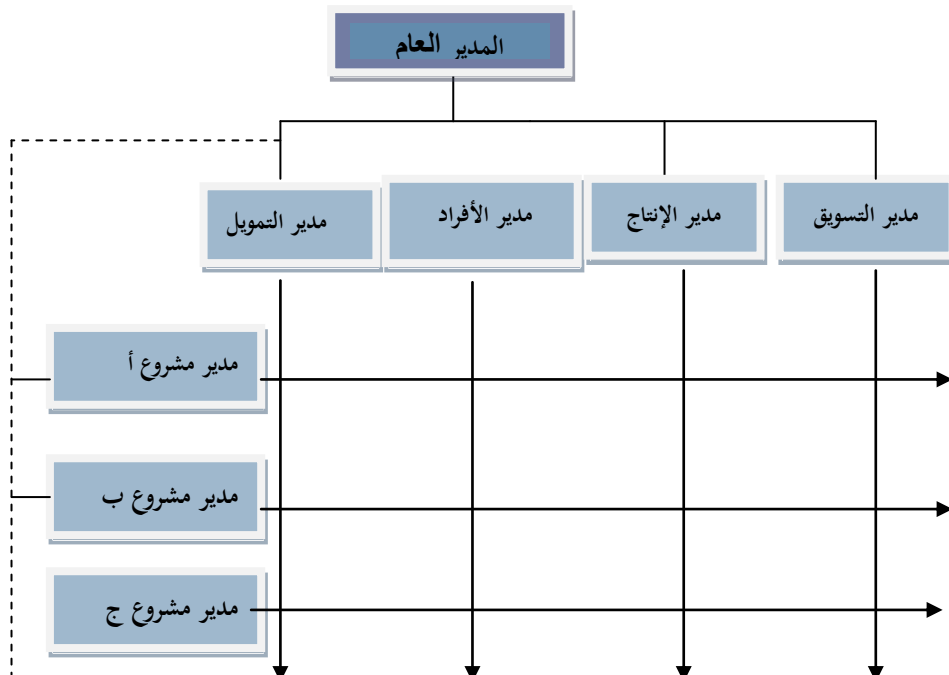
-تسهيل التنسيق عندما تضم المنظمة أنشطة عديدة ومتراطة.

- 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.

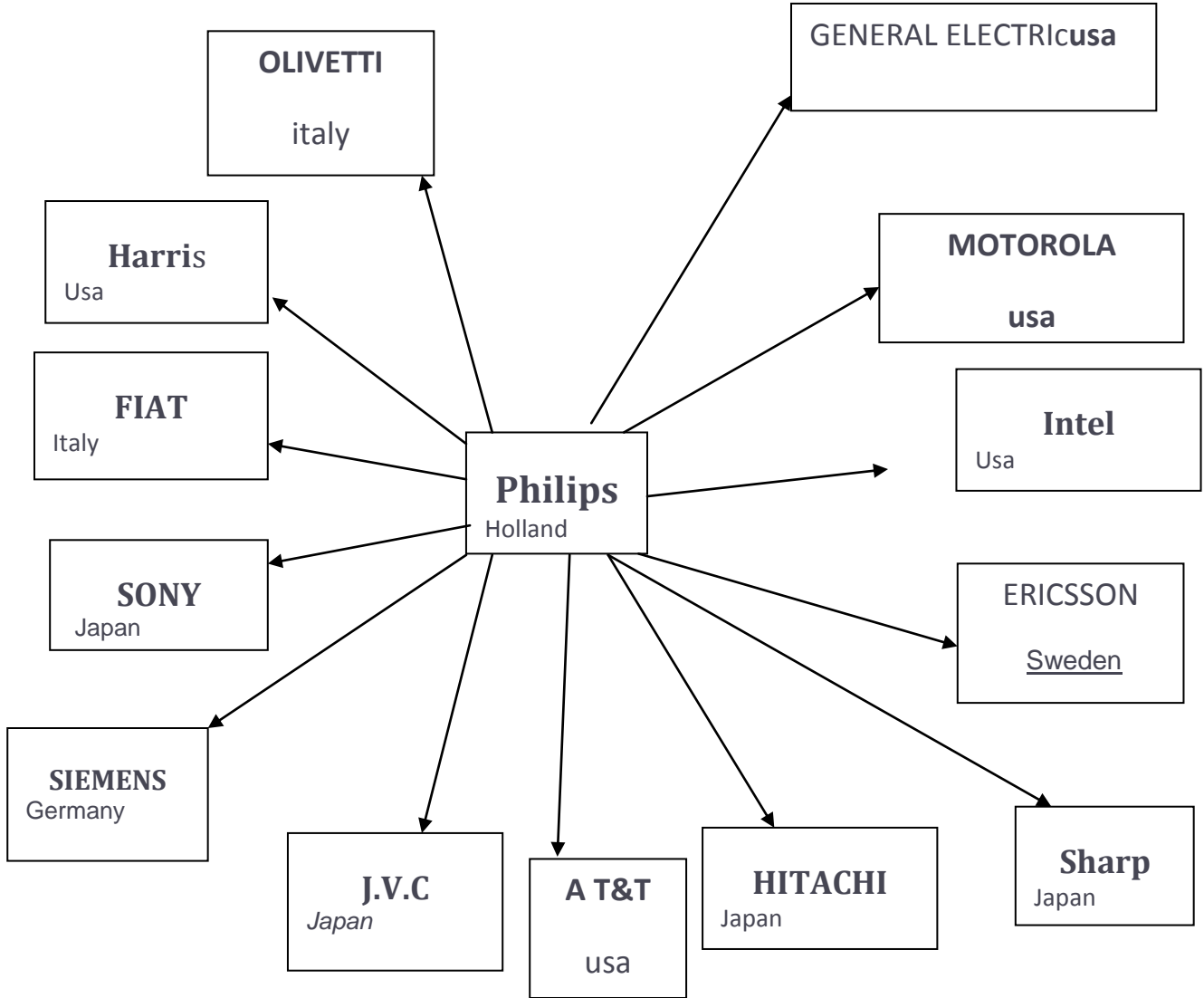
8-التنظيم الشبكي :

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 (1-8) 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 بتشيد 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 الحريين 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 التعريفه 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 واستراتيجي ، دار البازوري الدولية لنشر و التوزيع ، عمان

، الأردن، 2009 ، ص49.

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 .

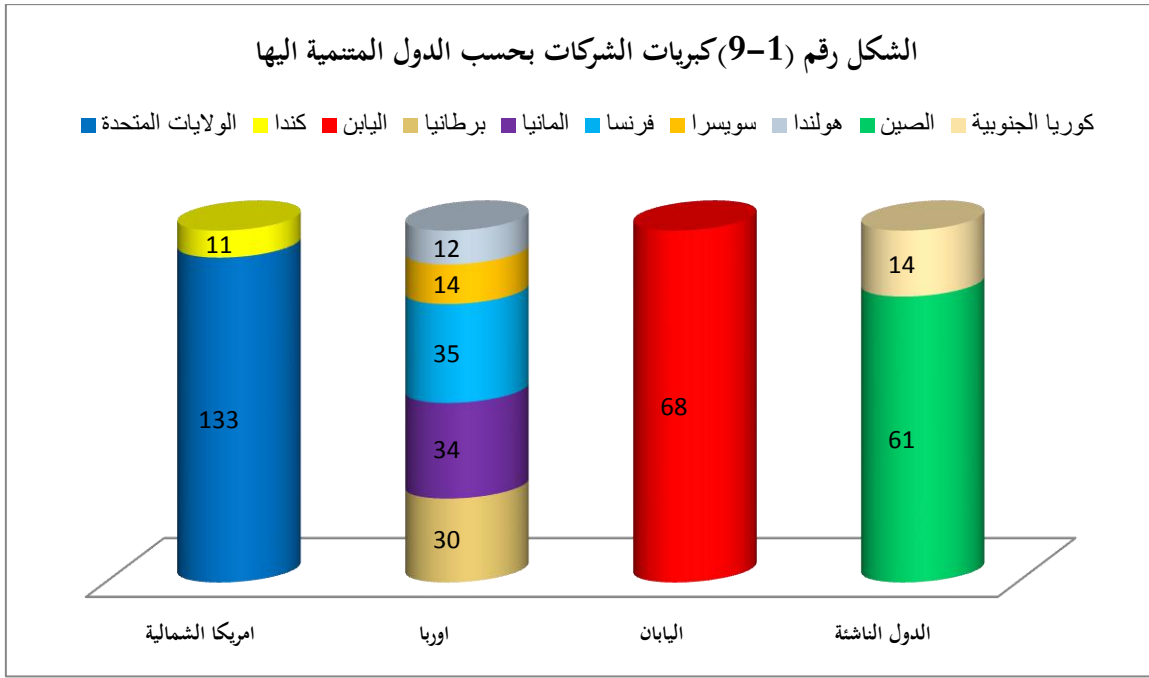
³ نفس المرجع السابق ، ص 5.

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 والكاربيبي	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 حيازة 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 "بومبارديير" 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 الماركسيتي 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 خبراتها 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 و عدم 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 للتدويل 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 كرىموند 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 و ينج 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.

وتمثل 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 تجرّها 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 ألقت 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 تغطيه 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 .

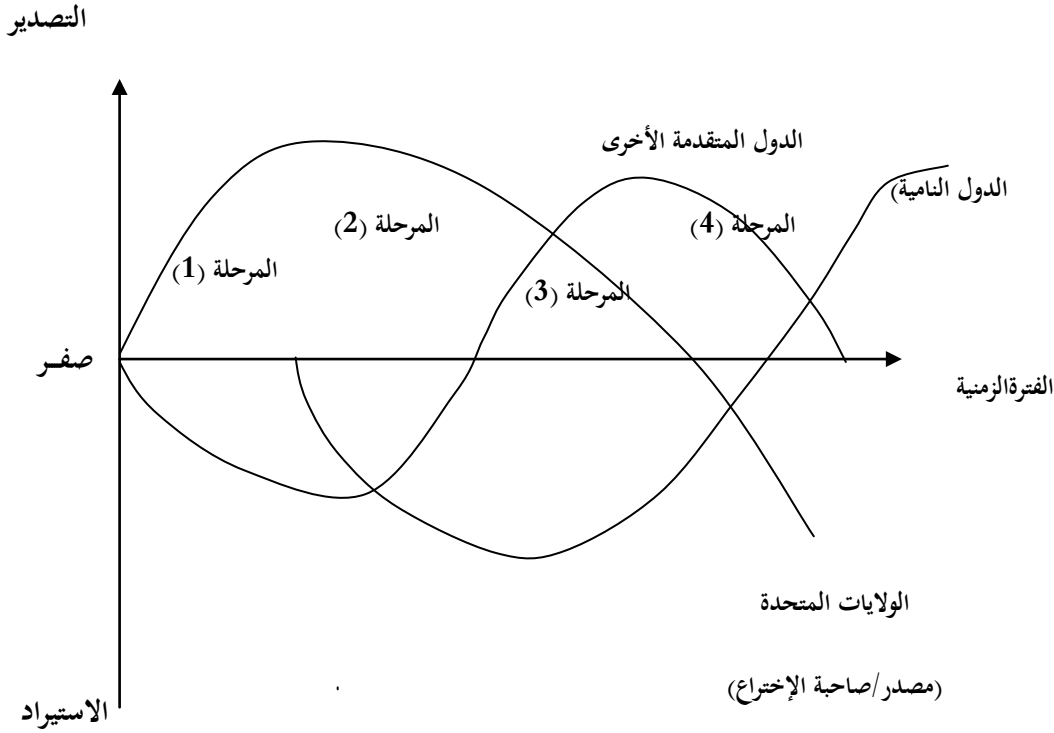
ثالثا -المرحلة الثالثة :مرحلة النضج

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 و كرويا الجنوبية متبعة منحى النظرية،¹ ولكنها ورغم ما حققته إلا أنها لقيت جملة من الانتقادات 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 "تتسم 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 سيموندس 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، ص405 .

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 لإتخاذ 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 الجنسياتو 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 .

الفصل الثاني استراتيجيات الشركات المتعددة الجنسيات

تمهيد

بعد التطرق إلى تطور الشركات المتعددة الجنسيات والعوامل التي ساهمت في إيصالها إلى المستوى الذي هي عليه الآن من المهم البحث عن الإستراتيجيات التي تتبعها هذه الشركات بغية الحفاظ على الديمومة والاستمرارية في محيط يتسم بالتقلب والعشوائية و التنافسية الشديدة، و بالتالي يصبح بقاء أي شركة مرهون باعتمادها على إستراتيجية تضمن لها البقاء والاستمرارية و النمو و تحقيق فعالية الأداء على المدى الزمني طويل الأجل أو القصير الأجل على حد سواء ، كما تسمح لها بتحقيق بعض الأهداف لذا سنحاول تعريف الإستراتيجية و من ثم نخوض في أنواع الاستراتيجيات التي غالبا ما تستخدمها وتعتمدها هذه الشركات ، وهذا عن طريق تقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث و هي:

المبحث الأول: تعريف الإستراتيجية ومداخل اختيارها

المبحث الثاني: أنواع الاستراتيجيات العامة .

المبحث الثالث: الاستراتيجيات الوظيفية و استراتيجيات الدخول إلى السوق

المبحث الأول: تعريف الإستراتيجية ومداخل اختيارها

تستخدم هذه الكلمة أي الإستراتيجية في عدة مواضع وعلوم لذا سنحاول إلقاء الضوء على معالمها ومحاولة معرفة كنهها وطرق صياغتها وهذا فيما يخص علم الاقتصاد.

المطلب الأول: تعريف الإستراتيجية مداخل صياغتها

عند سماع مصطلح إستراتيجية فان أول ما يتبادر إلى الأذهان هو الحرب و الخطط التكتيكية وهذا لارتباطها الوثيق بالعلوم العسكرية التي تعد مهدها، لذا وجب علينا الوقوف على معنى الكلمة التي أضحت تستعمل في عدة مجالات كالسياسة و الاقتصاد و حتى الرياضة .

الفرع الأول: تعريف الإستراتيجية

يعتبر مفهوم الإستراتيجية مفهوما قديما لدى البشرية فبالعودة إلى أصول الكلمة نجدها كلمة إغريقية المنبع حيث اشتقت من كلمة **STRATEGIA** و التي يعنى بها علم الجنرال **STRATEGOS**¹، حيث و حسب معناها فهي كلمه كانت تستعمل في العلوم العسكرية لكن علم الاقتصاد تبناها وحاول صياغتها و تعريفها كالأتي.

لقد عرفها mecarthy على أنها تحليل البيئة و اختيار البدائل الاقتصادية التي توفق بين موارد المنظمة و أهدافها عند مستوى خطورة الريح وإمكانية تحقيق الريح.²

أما جوليك وجاوش guleck and jauch فيعرفنها على أنها "خطة موحدة ومتكاملة وشاملة وتربط بين المزايا التنافسية للمنظمة والتحديات البيئية و التي تم تصميمها للتأكد من تحقيق الأهداف الأساسية للمنظمة من خلال تنفيذها الجيد بواسطة المنظمة"³.

ومنه فان الإستراتيجية هي خطة عمل شاملة على مستوى الشركة الدولية والفروع التابعة لها وهي توضع بواسطة الشركة الأم، لتمثل معايير تسترشد بها الفروع التابعة في الدول المضيفة المختلفة، يحددون علي أساسها بناء توجهاتهم ويصنعون قراراتهم الرامية إلى بلوغ الأهداف المحظطة وتبنى الشركة الدولية استراتيجياتها على إدراك الشركة الأم لنقاط القوة أو الضعف بها، ولتشكيله مواردها وخبراتها المتاحة.

¹كاظم نزار الركباني، الإدارة الإستراتيجية العولمة والمنافسة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى 2004، ص21

² نفس المرجع السابق، ص36 .

³عبد السلام أبو قحف، أسسياسات واستراتيجيات الأعمال، الدار الجامعية، القاهرة، السنة 2004، ص152.

يمكن وصف الإستراتيجية التي تنتهجها الشركات متعددة الجنسية، بأنها شاملة، حيث يعنى بها عملية وضع وإدماج مخططات شاملة بعيدة المدى، وتنفيذها ومراقبتها، قصد تمكين الشركة من خلال الأداء السليم لأسواقها الداخلية والاستجابة السريعة لمختلف التغيرات البيئية، من احتلال مركز تنافسي قوي يمكنها من تحقيق جملة أهدافها المرتقبة.¹

بالإضافة إلى ما سبق فإن الشركات المتعددة الجنسيات تستهدف من خلال صيغتها للاستراتيجيات تحقيق مركزا سوقيا رائدا يفوق منافسيها، أو أن تكون على مستواهم في إشباع احتياجات ورغبات السوق أو الأسواق المضيفة التي يعملون بها.²

كما يرى آخرون أنها تمثل الأساليب المستخدمة من طرف الشركة العابرة للقارات في سبيل تحقيق أهدافها العامة علي المدى الطويل ، مستعينة بأوجه الاختلافات القائمة على مستويات النمو و التقدم الاقتصادي و التكنولوجي بين الدول المختلفة لصالحها ، فضلا عن استغلال الاختلافات الأخرى في النظم التشريعية و الضريبية و المالية و النقدية لتحقيق هدفها الاستراتيجي النهائي وهو زيادة ارباح الشركة الأم³، و بالتالي تلجأ الشركات متعددة الجنسيات أو المنظمات إلى دراسة أهم المتغيرات البيئية المحيطة بها و التي تتمثل غالبا في العوامل الاقتصادية و السياسية وكذا العوامل الخاصة بالشركة ذاتها قبل صياغتها لإستراتيجية التي سوف تنتهجها.

الفرع الثاني: مداخل صياغة الاستراتيجيات

نظرا لضخامة حجم الشركات المتعددة ، وامتلاكها لإمكانات معتبرة ، وكذا تعدد وحداتها وفروعها، واختلاف الظروف البيئية التي تحيط بأنشطتها، تضع الشركة متعددة الجنسية إستراتيجيات عامة ومخططات شاملة، تسعى من خلالها إلى تنظيم الأداء وتوجيهه، بغية السماح لها بالتأقلم والتكيف مع أصعب الظروف التي تواجهها، وهذا للوصول إلى تدعيم مركزها التنافسي محليا ودوليا، ومنه فإن صياغة الإستراتيجية الدولية أضحت من الأمور الجوهرية و المصيرية بالنسبة للمنظمة، لذا لا بد على الشركات أن تتبع مناهج ومداخل لصياغة الاستراتيجيات بشكل عملي و منظم .

حيث تشير معظم الدراسات بل تكاد تتفق على وجود مدخلين أساسيين تعتمدهما الشركات لصياغة إستراتيجيتها الدولية ألا وهما مدخل السيطرة و التركيز ومدخل السنجاب و الطير.

أولا: مدخل السيطرة و التركيز

تقوم الشركة بانتهاج أربع مداخل تنظوي تحت مدخل السيطرة و التركيز في سبيل سعيها لصياغة الاستراتيجيات التي سوف تتبعها في مجال الأعمال الدولية و التي تختلف كليًا عن تلك التي تستخدمها في الأسواق المحلية وتتمثل هذه المداخل في ما يلي:⁴

¹ كمال مرداوي، الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول المتخلفة - حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة منتوري، قسنطينة، 2004، ص 176

² سلام الرايضي، النفوذ العالمي للشركات المتعددة الجنسيات "إشكالية العلاقة بين الدولة ورأس المال، دار المنهل اللبناني، بدون سنة، ص 47.48.

³ صلاح الدين جمال الدين، عقود نقل التكنولوجيا "تنازع القوانين و تسوية المنازعات"، دار النهضة العربية، الأردن، 2011، ص 25

⁴ زكريا مطلق الدوري، مرجع سابق، ص 210-211.

أ- مدخل إستراتيجية السيطرة على المنتج Ethnocentric Strategy

يقوم هذا التوجه على افتراض أن تتولى وحدات إنتاجية أو خدمية تنتسب إلى بلد معين عملية الإشراف والسيطرة على منتجات وخدمات تكون مقراتها في بلدان أخرى، و في أسواق خارجية، بمعنى آخر يركز هذه التوجه على المنتج والسيطرة المركزية المباشرة على عمليات تصنيع وتسويق منتجات الشركة في بلدان أخرى، و يلائم هذا المدخل الشركات التي تعتمد على سيطرة إستراتيجية مركزية جغرافية على منتجاتها مقابل تركيز ضيق على عملية التسويق الدولي .

ب- مدخل الجيومركزية Geocentrics Strategy

يعتمد هذا التوجه على افتراض أن الشركة تستند على اللامركزية الجغرافية مع التركيز على خط منتج محدود، وهذا من خلال توزيع السيطرة الإستراتيجية على عدة أسواق وتكون مصاحبة لتركيز ضيق على التسويق، و بالتالي يتيح هذا المدخل للشركات التمتع بمرونة كافية لتخطيط وتوجيه محفظة وحدات الأعمال الإستراتيجية لديها ،لأن اتسامها بالمرونة النابعة من التنوع تتيح لها فرصة عدم التأثر في حال ما واجهت منتجاتها في احد البلدان تعثر أو إخفاق، ويرجع ذلك إلى أن أعمالها موزعه على أكثر من مركز أي أن أسواقها متعددة و نشاطاتها التصنيعية و التمويلية موزعه على أقطار مترامية و مختلفة، هذا ما يجعلها في موقف يسمح لها التقليل من المخاطر.

ج- الإستراتيجية الجيولامركزية Polycentric Strategy :

يقوم هذه التوجه على قيام الشركة بتقليل المخاطر وهذا من خلال امتلاكها لعدد كبير من وحدات الأعمال المستقلة التي تقوم بتسويق سلسلة طويلة من المنتجات، واعتمادها على وجود وحدات أعمال عديدة ومنتشرة يعني أن احتمال ظهور تهديدات خطيرة يقل إذا ما قورن بوجود وحدة أعمال كبيرة واحدة، وهذا من خلال المزايا التي تكتسبها الشركة عقب اعتمادها هذا التوجه حيث أن اعتمادها على استخدام عملات متعددة وأسواق متنوعة أيضًا تتيح لها فرصة درء المخاطر . لكن العيب الأساسي لهذا التوجه يتلخص في أن التنوع المعتمد مع منح الاستقلالية النسبية للوحدات المحلية يؤدي إلى تقييد عملية تبادل المعلومات بين الوحدات فيما يتعلق بالأسعار ، الإعلان ، التصاميم ، أسلوب الإدارة.

د- التوجه الشامل Global Strategy

يستند على نظرة متكاملة إلى الأسواق الخارجية أي سيطرة مركزية عالية مقابل تركيز واسع في التسويق الدولي بغية تحقيق الشمولية، حيث يرى الخبراء أن العالم هو سوق واحد لذلك يوصوا بضرورة تطبيق توجه شامل لصياغة إستراتيجية الأعمال على مستوى المنظمة ووحدات الأعمال، لاعتبار أن الوحدات ما هي إلا نظم فرعية متكاملة تشكل مجملها الإستراتيجية الشاملة لشركة أو العكس أي أنها منبثقة منها.

لكن من الأحسن بالنسبة لصناع القرار أو المفكرين الاستراتيجيين القيام بعملية التوافق أي التوأمة بين هذه التوجهات سواء كانت ثنائية أو رباعية من اجل صياغة الإستراتيجية الدولية لشركاتهم .

ثانيا :مدخل الطير و السنجاب

توجد توجهات أخرى يمكن للشركات الاعتماد عليها كتوجه الطير أو السنجاب ، حيث يقوم توجه الطير علي الانطلاق من الخارج إلي الداخل أي أن الشركة تقوم بتحليل محيطها الخارجي بغية الوصول إلي موقف لصيغ إستراتيجيتها علي أساسه، أما توجه السنجاب فإنه يركز علي أساس انطلاق الشركة من تحليل ودراسة بيئتها الداخلية وجعلها كمنصة انطلاق لصياغة الاستراتيجيات ، وكما اشرنا بالنسبة للمداخل السابقة فان من المستحسن التوافق بين هاذين المدخلين بغية الوصول إلي صياغة إستراتيجية دولية ناجحة ، كما بإمكان هذه الشركات الإعتماد علي مداخل أخرى كمدخل الأهداف و السلوكيات و المنافسة .¹

ثالثا :العوامل المؤثرة في اختيار الإستراتيجية

لكي تقوم الشركات باختيار المداخل السابقة فإنها تعتمد إلى دراسة أهم المتغيرات البيئية المحيطة بها و التي تتمثل غالبا في العوامل الاقتصادية و السياسية وكذا العوامل الخاصة بالشركة ذاتها قبل صياغتها لإستراتيجية التي سوف تنتهجها ،ومنه يمكن حصر هذه المتغيرات .

1-العوامل الاقتصادية :

يمكن حصر العوامل الاقتصادية التي يمكن للشركة المتعددة الجنسيات معالجتها في سبيل سعيها إلى وضع وتسطير استراتيجياتها فيما يلي :²

- اقتصاديات و وفرات الحجم التي تفسح للشركة مجالات التخصص والإنتاج على نطاق واسع وبأقل تكلفة، مما يعزز من قدراتها التنافسية محليا ودوليا، وترتبط وفرات الحجم بالمستوى التكنولوجي المكتسب.
- اقتصاديات الخبرة التي ترتبط بمستوى التطور الحاصل في طرق وأساليب الإنتاج وإعداد وتصميم المنتجات وفق المواصفات المناسبة والتكاليف الاقتصادية المطلوبة، اعتمادا على التجارب المكتسبة، عبر مراحل متعاقبة من النشاط الخاص لمجموع الصناعة سواء تعلق الأمر بالبيئة المحلية أو الدولية.
- اقتصاديات الموقع التي تعبر عن مجموع الخصائص الاقتصادية المميزة لمختلف المواقع والأسواق الدولية، من حيث التباين في تكاليف عوامل الإنتاج والنقل وغيرها من التكاليف المؤثرة على قرارات موقع المشروعات الاستثمارية على نطاق دولي.

¹ زكريا مطلق الدوري ،احمد علي صالح،نفس المرجع السابق، ص213.

²عمار زودة ،قرار الاستثمار الأجنبي المباشر دراسة حالة الجزائر ،رسالة ماجستير غير منشورة جامعة منتوري قسنطينة ،2007-2008،ص52.

-التكنولوجيا من حيث تأثيرها المباشر على أساليب الإنتاج المنتهجة، ومستويات الإنتاج المحققة، وحجم المشروعات الاستثمارية القائمة، إضافة إلى ارتباطها بنشاط البحث والتطوير وما تستدعيه هذه النشاطات من موارد وإمكانيات معتبرة؛
-توفر رأس المال وسهولة الحصول عليه، حيث يشكل ذلك تقاطعا بين كل من المزايا الخاصة النوعية ومزايا الموقع النوعية، إن قرارات تدويل النشاط وموقعه في الأسواق الدولية دون غيرها تحكمها أساسا مثل هذه المزايا الخاصة بالشركة والموقع على حد سواء؛

-وجود المنافسة، ومدى حدتها وطبيعة الأطراف المشاركة فيها، والآليات المستعملة للظهور و التفوق والتميز من خلالها

ب-العوامل السياسية:

تزاول الشركات المتعددة الجنسيات أعمالها في بيئة دولية تتسم بالتقلب و التغير ,وبحكم تعاملها مع دول خارجية لكل منها سياستها و خصائصها فهي تتأثر بها وتؤثر فيها لذا فهي تدرج هذا المتغير وتحاول تكييف إستراتيجيتها بحسب كما أن الاطلاع على جانب من سياسات الدول التي تكون أسواقها مستهدفة يمكنها من اختيار أحسن السبل و الطرق التي تمكنها من الدخول إلى الدول المضيفة ، كما أنها وبدراستها لهذه المتغيرات سوف تتجنب كثيرا من المخاطر الناجمة عن التقلبات و التغيرات الحاصلة في سياسات الدول ,حيث أن الشركات المتعددة الجنسيات دوما ما تبحث عن الاستقرار و الأمن و حتى علاقات طويلة الأمد مع الدول التي تدخلها وكذا للحفاظ على الاستثمارية ،لان هذه الدول يمكن أن تكون مستهلكة لمنتجاتها ، كما قد تكون ممنة لمواردها، وقد تكون أيضا موزعة لسلعها، وبالتالي فهي ملزمة ,بالتخاذ القرار الأمثل في اختيارها للاستراتيجيات ،وكذا تبني مواقف مرنة في طرق التفاوض مع هذه الدول و الحكومات .

ج-العوامل الخاصة بالشركات متعددة الجنسية :

وتتعلق بمجموع العوامل الداخلية المؤثرة على التوجه الإستراتيجي للشركة متعددة الجنسية، تجربتها وإمكانياتها وخبرتها المكتسبة في نشاط الأعمال، و نقاط قوتها و أهدافها المسطرة على المدى البعيد و القريب , إضافة إلى ميولات وطموحات و ثقافة وتوجهات المالكين وكذا المسيرين لها .

وبعد اختيار الشركة لأحد المداخل السابقة و دراسة العوامل البيئية الداخلية والخارجية، وتحديد الفجوة بين الأداء الحالي، وما يجب أن يكون عليه، يبدأ متخذ القرار في إيجاد البدائل المختلفة لحل المشكلة واختيار الإستراتيجية المناسبة لها وتستخدمها إما على مستوى المنظمة (المتعددة الجنسيات، الدولية) أو على مستوى (الشركات التابعة) أو على مستوى وحدات الأعمال الإستراتيجية الدولية، كما يمكنها الاعتماد عدة استراتيجيات أو حزمة منها، أما أنواع الاستراتيجيات فسنتأتي على ذكرها في المبحث الموالي.

المبحث الثاني: أنواع الاستراتيجيات العامة

بعد اختيار الشركة لأحد المداخل السابقة و دراسة العوامل البيئية الداخلية والخارجية، وتحديد الفجوة بين الأداء الحالي، وما يجب أن يكون عليه، يبدأ متخذ القرار في إيجاد البدائل المختلفة لحل المشكلة واختيار الإستراتيجية المناسبة لها وتستخدمها إما على مستوى المنظمة (المتعددة الجنسيات، الدولية) أو على مستوى (الشركات التابعة) أو على مستوى وحدات الأعمال الإستراتيجية الدولية، كما يمكنها الاعتماد عدة استراتيجيات أو حزمة منها.

المطلب الأول استراتيجيات المنافسة الكونية :

لقد تعددت وتنوعت الاستراتيجيات وهذا بتعدد المدارس ،لذا سوف نحاول في هذا المطلب ذكر أهم الاستراتيجيات و أبرزها .

الفرع الأول : استراتيجيات المنافسة الكونية في الصناعة

من بين الاستراتيجيات التي أضحت تعد مقياسا جد شائع في علوم الإدارة و الاقتصاد، تلك التي قام Porter بوضعها عن طريق تقديم تحليلاً وافياً لاستراتيجيات المنافسة الكونية في الصناعة. وهي:¹

اولا - إستراتيجية المنافسة الكونية الواسعة :

تتطلب هذه الإستراتيجية عمليات تصنيع واسعة لتشكيله عريضة من المنتجات والخدمات في صناعة واحدة أو عدة صناعات، أي أن تمتلك الشركة خط منتج وهو عبارة عن مجموعة من المنتجات التي تقدمها الشركة والتي يرتبط كل منها بالآخر بطريقة ما، وقد ترتبط المنتجات مع بعضها البعض لاستخدامها نفس المادة الخام في الإنتاج أو نفس العملية الصناعية، أو نفس الخصائص والاستعمالات مثل المنظفات الصناعية للغسيل، الشمبو، القهوة. أو أن تمتلك مزيجا من المنتجات وهو عبارة عن كافة المنتجات التي تقدمها الشركة الواحدة ويكون المزيج إما ضيقا ، كشركة أبل للحاسبات الآلية و التي تقدم مزيجا ضيقا للغاية حيث يوجد عددا محدود جدا من خطوط المنتج لديها (خط الحاسبات الآلية وخط البرامج)، أو مزيج متسع كشركة جنرال إلكتريك General Electric التي لديها مزيج متسع جدا من المنتجات حيث يوجد لديها ثمانية خطوط للمنتج وهي المصابيح الكهربائية، والأدوات المنزلية الكهربائية، والمعدات الثقيلة مثل مولدات الطاقة للمصانع، والمحركات الكهربائية الصغيرة، والمعدات الطبية، ومحركات الطائرات، وخدمات الصيانة والإصلاح، وبعض الأجزاء الكهربائية المختلفة.²

من مزايا إستراتيجية المنافسة الكونية الشاملة في قطاع الصناعة أن تطبيقها يسمح بتخفيض التكاليف وتميز المنتج والاستفادة القصوى من منحنى الخبرة والتعلم عبر خطوط المنتج المتنوعة لكن من عيوبها أنها تتطلب رأس مال كبير جداً وإدارة بمهارات

¹ محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، إدارة الأعمال الدولية، دار المناهج لنشر و التوزيع،الأردن، 2006، ص105.

² نورى منير ،التسويق الاستراتيجي وأهميته في مسيرة العولمة الاقتصادية (إسقاط على الوطن العربي للفترة 1990-2000)، رسالة دكتورا، غير منشورة

جامعة الجزائر ، ص 31.

تنظيمية عالية كما أن الشركات التي تلجأ إلى هذا النوع من استراتيجيات المنافسة تواجه منافسة شديدة في قطاعات محددة من هيكل الصناعة.

ثانياً - إستراتيجية التركيز الكونية:

على عكس إستراتيجية المنافسة الكونية الواسعة تستهدف إستراتيجية التركيز الكونية قطاع محدد في هيكل الصناعة أو في تقسيم معين من السوق والتنافس عالميًا من أجل الدفاع عن حصة المنظمة في هذا القطاع تستفيد هذه الإستراتيجية من نتائج تطبيق مفهوم اقتصاديات الحجم ذلك من خلال توفير شبكة توزيع مرنة للمدخلات وشبكة تسويقية فعالة للمخرجات وتكثيف جهود التطوير والبحوث، تستند إستراتيجية التركيز الكونية على تطبيق قيادة قلة التكاليف والتميز والاستفادة من منحى التعلم ومنتجات لاقتصاديات الحجم والإنتاج التسويقي في مختلف أنحاء العالم كما لا تتطلب المنتجات تعديلات لأغراض التلاؤم مع الشروط المحلية للسوق تطبق إستراتيجية المنافسة الكونية من قبل شركات كبرى.

ثالثاً - إستراتيجية التركيز المحلي (الوطني):

إذا كانت الاختلافات في الأسواق المحلية جوهرية ومهمة لا توجد أي فرصة معقولة لتطبيق إستراتيجية التركيز الكوني الأنفة الذكر إستراتيجية التركيز على السوق تطبق عندما تتطلب أسواق البلدان المستهدفة تحديث وتطوير في المنتجات والخدمات لكي يمكن مجارة الشركات التي تمتلك ميزة تنافسية في هذه الأسواق لذلك تلجأ الشركات المتعددة الجنسيات أو العابرة للحدود إلى تضيق هذه الإستراتيجية وذلك بغية اختراق كل سوق محلي على حدة ومنافسة الشركات الكونية الأخرى بفعالية من بين الشركات المهمة التي تطبق إستراتيجية التركيز المحلي.

المطلب الثاني: استراتيجيات المنافسة العامة (الدولية)

توضح هذه الاستراتيجيات كيفية عمل الشركات الدولية داخل الدول المضيفة المختلفة من خلال فروعها التابعة، وكذا كيفية تعامل هذه الشركات مع المنافسة الدولية، وتعرف باستراتيجيات المنافسة العامة لأنها تصلح للتطبيق في كل منظمة، وكل صناعة، وتبحث عن الميزة التنافسية الإستراتيجية المؤكدة، لأنها تبحث عن جوانب التميز لدى الشركة الدولية عن منافسيها، وكذا مواطن الضعف لديها والتي يلزم تطويرها وإدخال التحسينات والتعديلات عليها وهي:

الفرع الأول: إستراتيجية قيادة قلة التكاليف:

تضع هذه الإستراتيجية الشركة في موقف تكون فيه كأقل المنتجين تكلفة، حيث في حال اعتمادها لها تقوم الشركة بإنتاج المنتج عند أقل تكلفة قياساً بالمنافسين وهذا باعتمادها على الخبرة والكفاءة، كما تقوم بتخفيض جميع التكاليف الخاصة بالفروع التابعة كتكلفة المبيعات والبحث والتطوير وتكلفة مدخلات الإنتاج مما يمكنها من الاستثمار الأمثل لموارد الإنتاج وبمعايير نموذجية وبالتالي البيع بأسعار رائدة في السوق¹، وتستخدم هذه إستراتيجية بغية تحقيق ما يلي²:

- تحقيق عائد أعلى من متوسط العائد المعتاد تحقيقه.
- منح الشركة إمكانية مواجهة المنافسة الدولية لأنه من الصعوبة منافسة الشركة خارج نطاق المنافسة السعرية.
- تقوية وتدعيم المركز التنافسي لها.
- تمكينها من مواجهة الضغوطات والمخاطر الاستثمارية.

الفرع الثاني: إستراتيجية التميز

هي البحث عن التميز و الفراده أو الانفراد، حيث تعتمد هذه الإستراتيجية على جعل المنتج متميز وفريد و يتصف بخصائص استثنائية وتعتبر من أكثر الاستراتيجيات تطبيقاً وشيوعاً لأنها تمكنها من حوض غمار التنافسية حيث يصبح تحقيق مستوى عال من التميز في معايير النوعية، الخدمة، الوقت، المتانة، الموثوقية، المرونة والتصغير والسعر من مواطن القوة لدى الشركة وهذا ما قامت به بعض الشركات كـ **Rolex** لصناعة الساعات وشركة **Nikon**.³

أما الأهداف التي يمكن الوصول إليها بتطبيق هذه الإستراتيجية فهي دعم موقعها التنافسي و تحقيق ربحية عالية بالرغم من عدم الزيادة في حصتها السوقية، كما تكنها من الحد من إمكانية دخول منافسين جدد للدول المضيفة التي تعمل بها الشركة، كما تمنح هذه الإستراتيجية الشركة نوعاً من الحماية نتيجة ولاء المستهلكين الدول المضيفة و رضاهم.⁴

¹ ربح حسين، إستراتيجية المؤسسة، دار بهاء للنشر و التوزيع، قسنطينة، الجزائر، 2008، ص103.

² كاظم نزار الركباني، الإدارة الإستراتيجية العولمة والمنافسة، مرجع سابق، ص163.

³ المرجع السابق، ص163.

⁴ صالح عبد الرضا رشيد و آخرون، الإدارة الإستراتيجية، مدخل تكاملي، دار المناهج، عمان 2008، ص309.

الفرع الثالث: إستراتيجية التركيز

تستند على أساس اختيار مجال تنافسي محدود في داخل قطاع الصناعة بحيث يتم التركيز على جزء معين من السوق وتكثيف نشاط المنظمة التسويقي، أي تقسيم الدول المضيفة المحتمل تواجد فروع بها جغرافيا والتركيز على الشرائح السوقية وقطاعات المستهلكين و العملاء المنتظر خدمتهم، وهناك سبيلان لتحقيق هذه الإستراتيجية، الأول الاهتمام بمركز التكلفة أي العمل من أجل تحقيق المنظمة ميزة بالتكاليف في القطاع المستهدف والثاني هو الاهتمام بمركز التميز أي أن تبحث المنظمة عن التميز في داخل القطاع، وقد استخدمت شركة سوني **Sony** اليابانية هذه الإستراتيجية من التركيز على خط تصنيع المنتجات الإلكترونية وهذا ما مكنتها من تطوير صناعاتها وجعلها متميزة في هذا المجال وكذا أتاح لها الاستجابة السريعة لحاجات السوق وتطور أذواق المستهلكين¹.

المطلب الثالث: الاستراتيجيات العامة على مستوى الشركة الأم و الشركات الوليدة

يمكن تقسيم هذه الاستراتيجيات وفق بعض الكتاب بحسب مداخلها ألا وهما مدخل الأهداف و المدخل السلوكي و التنافسي حيث يمثل مدخل الأهداف تلك الغايات الطويلة أو المتوسطة المدى و التي تسعى الشركة إلى تحقيقها وعموما قد تندرج هذه الأهداف ضمن ثلاث توجهات في الأغلب وهي: النمو، الإستقرار أو الإنكماش، أما فيما يخص المدخل السلوكي فيتمثل في إعتبار الإستراتيجية بمثابة سلوك ترجع إليه المؤسسة في حالة ما أرادت الشركة مواجهة موقف أو مواقف تملحها عليها متغيرات أو تحولات في محيطها الخارجي وتكون السلوكيات المنتهجة كالتالي المواجهة، التجنب والتعاون ، وفي ما يخص المدخل التنافسي فهو يعتبر الإستراتيجية خطة منافسة في إطار قواعد معروفة وشبه ثابتة ألا وهي قواعد السوق، ويهتم هذا المدخل بدراسة الحقل التنافسي للشركة لذا سوف نتكلم عليه وعلى مدخل الأهداف لأنه الأكثر استعمالا في المراجع ولا يختلف عن المدخل السلوكي في المضمون².

إن هدف أي مؤسسة أو شركة في الأصل هو النمو إلا أن المتغيرات و الظروف الطارئة مثل حالات الكساد أو تدني جاذبية الصناعة وتعقيدات المنافسة، قد تفرض عليها اللجوء إلى حماية مركزها التنافسي الحالي أي (الاستقرار)، أو حتى التقليص من نشاطها (الانكماش)، وهذا بحسب ما تقتضيه ظروفها الداخلية و تقلبات محيطها الخارجي³، ومنه يمكن تقسيمها إلى الاستراتيجيات التالية:

¹ هاني العمري، الإدارة الإستراتيجية في البيئة العالمية، جامعة الملك عبد العزيز، جدة المملكة السعودية العربية، 2007، ص90

² رحيم حسن، إستراتيجية المؤسسة، مرجع سابق، ص132.

³ نفس المرجع السابق، ص140.

الفرع الأول: إستراتيجيات النمو.

تتضمن هذه الإستراتيجية ثلاث استراتيجيات بديلة و التي تهدف كل منها إلي تحقيق كبر المؤسسة أي الزيادة و التوسع وهي كالتالي :

أولاً- إستراتيجية التركيز:

وهي إستراتيجية النمو التي تركز على منتج أو خدمة واحدة أو على عدد قليل ومترايط من المنتجات والخدمات وتتبع هذه الإستراتيجية عندما تركز المنظمة على زيادة المبيعات في أنشطة الأعمال الحالية،¹ لكن لا يعني تطبيقها الاستمرار على صنع نفس المنتجات بنفس الأساليب الإنتاجية بل تعني أن كل ما يصنع سيرتبط مباشرة بالمنتج أو الخدمة السابقة لذلك هي لا تعيق نمو المنظمة إطلاقاً وإنما تقيد نوعية فرص النمو التي تكون بطيئة عادة ومستقرة ومسيطر عليها، ومن الأمثلة على الشركات التي حققت نجاحاً باهراً في تطبيقها لهذه الإستراتيجية شركة **McDonald** و شركة **Coca cola**.²

ولاستخدام هذه الإستراتيجية يجب الاعتماد على أشكالها أي تنمية السوق، تنمية المنتج والتكامل الأفقي.

أ- تنمية السوق:

إستراتيجية التركيز هنا تأخذ شكل توسيع السوق لمنتجات وخدمات الشركة من خلال الحصول على حصة أكبر في السوق الحالي أو الدخول إلى أسواق جديدة على المستوى المحلي كما تتضمن البحث عن أسواق خارجية في مناطق جيو اقتصادية مهمة في العالم كما هو الحال في إستراتيجية شركة **Coca cola** في تركيزها على تنمية السوق ابتداء من إستراتيجية التوسع في أمريكا الشمالية وأوروبا والاهتمام الاستثنائي بسوق الصين والدخول السريع إلى أسواق أوروبا الشرقية وجمهورية الاتحاد السوفيتي سابقاً، كما نهجت شركة **ABB** نفس الإستراتيجية في سبيل الوصول إلى أسواق أوروبا الشرقية انطلاقاً من بولندا بمساندة وجودها القوي في السوق الألمانية.³

ب- تنمية المنتج:

هي إستراتيجية التركيز التي تهتم بإجراء تغييرات على المنتجات والخدمات الأساسية التي تقوم المنظمة بتصنيعها بما يضيف مزايا نوعية جديدة أو بما يوثق صلة المستهلك بالمنتجات أو الخدمات الموجودة في السوق حالياً وينتج عن تطبيق هذه الإستراتيجية زيادة مستمرة في حجم الطلب الكلي والمتوقع وبالتالي تعزيز موقع المنظمة في السوق وهذا ما جعل معظم شركات صناعة السيارات وشركات الصناعات الإلكترونية تعتمد عليها.⁴

¹ سلام الرابضي، مرجع سابق، ص49.

² هاني العمري، مرجع سابق، ص83.

³ هيفاء عبد الرحمان التكريتي، مرجع سابق، ص368.

⁴ أمير حذفاني، بيئة المؤسسة والقرارات الإستراتيجية، دار الشيماء للنشر و التوزيع، الجزائر، 2012، ص99.

ج - التكامل الأفقي :

تعني هذه الإستراتيجية قيام الشركة بإضافة وحدات أعمال إستراتيجية لإنتاج نفس المنتجات أو الخدمات أو تصنيع منتجات متشابهة ومكملة لمنتجاتها وخدماتها الأساسية، تطبق إستراتيجية التكامل الأفقي عندما تقوم المنظمة بشراء شركات صناعية في نفس القطاع الصناعي أو عندما تقوم بإنشاء منشآت أو وحدات أعمال إستراتيجية جديدة وذلك لغرض تلبية الاحتياجات المتزايدة للمستهلكين أو العملاء أو المشترين الصناعيين أو بسبب ظهور فرص استثمارية جديدة للمنظمة¹، كما فعلت شركة فولكس فاجن بابتلاعها لشركة أودي (Audi) وشركة سكودا (Skoda) الرائدة في شمال أوروبا².

فبالتالي يمكن لهذه الإستراتيجية أن تمكن الشركة التي تنتهجها من:

- تنمية السوق الذي تتعامل فيه وتوسيع عدد الدول المضيفة التي تتعامل معها في ظل المنتجات الحالية التي تقوم بإنتاجها.

- تنمية وتطوير المنتج الرئيسي الذي تقوم بإنتاجه أو إضافة منتج مكمل

يمكن لها بيعه في الدول المضيفة الحالية التي تتعامل معها. وأحسن مثال يمكن الاستدلال به هو ما قامت به شركتي Volvo فولفو، Renault رونو حيث اعتمدتا على إستراتيجية التركيز، الأولي بتركيزها على قطاع السيارات الصناعية و الثانية بالتركيز على قطاع السيارات النفعية وكتاهما اعتمدتا على إستراتيجية التكامل الأفقي³.

حيث قامت شركة فولفو بشراء كل نشاطات شركة رونو و المتعلقة بإنتاج السيارات الصناعية وبهذا وصلت إلى الاستحواذ على 27 من السوق الأوروبية و24 من السوق الأمريكية وهذا ما جعل منها أول مصنع للسيارات الصناعية على المستوى الأوروبي و الثانية على المستوى العالمي في هذا المجال من الصناعات، كما مكنتها هذه الإستراتيجية من تحسين موقعها السوقي في شمال القارة الأوروبية والولايات المتحدة، بالإضافة إلى بلوغها اقتصاديات الحجم، وتطوير منتجاتها لبلوغ المواصفات الأوروبية و الأمريكية.

أما شركة رونو فقامت بشراء 70 من أصول الشركة الكورية سامسونغ موتور Samsung Motors، وابتعتها باتفاق شراكة آخر مع شركة نيسان Nissan ثم قامت بشراء الشركة الرومانية داسيا dacia و التي تعمل في نفس مجال صناعتها، وبانتهاج هذه الإستراتيجية عززت موقعها في أسواق السيارات النفعية و خاصة السوق الأوروبية الجنوبية و الشمال إفريقية⁴.

¹ علي عباس، إدارة الأعمال الدولية (الإطار العام)، دار الحامد للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2007، ص220.

² سلام الرابضي، مرجع سابق، ص49.

³ Giorgio Pellicelli, **Stratégie d entreprise**, édition de Boeck université, 2002. p282- 283.

⁴ Giorgio Pellicelli ,op.cite,p315.

ثانيا - إستراتيجية التكامل العمودي:

وهي إستراتيجية النمو التي تستلزم الدخول باستثمارات جديدة بهدف تحقيق التكامل الأمامي (الإمتدادات الأمامية) أو التكامل الخلفي (الإمتدادات الخلفية) أو اختيار تنفيذ كليهما في نفس الوقت.¹

و يقصد بالتكامل الأمامي توسيع الأعمال المساندة لمخرجات النظام الإنتاجي من سلع وخدمات، كإنشاء متاجر بيع الجملة من قبل الشركات أو إنشاء شركات متخصصة بالنقل والتوزيع وذلك من أجل رفع نسبة الأرباح وتحقيق مرونة أكبر من قنوات التوزيع والنقل والمحافظة على سلامة ونوعية المنتج النهائي، أما التكامل الخلفي فيعني توسيع الأعمال التي تدعم عناصر المدخلات في النظام الإنتاجي من مواد أولية و طاقة أو أجزاء و سلع شبه مصنعة، من الأمثلة المعروفة لهذا النوع من التكامل هو دخول أغلب الشركات الكبرى للمشروبات في مجال تصنيع القارورات الزجاجية والبلاستيكية لغرض تحقيق مستوى أعلى من السيطرة على نوعية المنتج النهائي وخفض التكاليف إلى أدنى حد².

كما أن استخدام هذه الإستراتيجية يؤدي إلى خلق سوق داخلية بين الشركات التي تعمل في نفس المجال كمجالات صناعة مواد التعدين ومواد البناء و الآلات،³ بالإضافة إلى ما سبق فإن هذا التكامل يؤدي إلى ازدياد حجم التبادل التجاري بين الشركات متعددة الجنسيات و مشروعاتها التابعة أو فروعها المختلفة، و هي تجارة ضخمة تندفق داخل إطار هذه الشركات وتعرف *Intra Firm*، و ينبع ذلك من أن المنتج النهائي للشركة متعددة الجنسية يمثل مجموعة مكونات أجزاء من إنتاج شركات أخرى.⁴

ثالثا- إستراتيجية التنوع :

تعني إستراتيجية التنوع أن تختار الإدارة الدخول في ميدان جديد من الأعمال مختلف تمامًا عن طبيعة الأعمال التي تقوم بتنفيذها في الوقت الحاضر ولفترة طويلة، فبدلاً من الاعتماد على منتج أو عدد قليل من المنتجات تختار الإدارة الدولية التنوع الإنتاجي وذلك بهدف تجزئة المخاطر وتنمية الأرباح، وقد يكون التنوع إما مركزاً (مرتبط) أو مختلطاً (غير مرتبط)، ففي حالة التنوع المركز يرتبط التنوع بنفس مجال الصناعة التي تعمل بها الشركة الدولية وهذا من خلال وجود سمات مشتركة بين واحد أو أكثر من مكونات النشاط، كما تتيح لها إنتاج وتسويق منتجات في الدول المضيفة تختلف عن تلك الموجودة في الدولة الأم، وتعد عملية التنوع التي قامت بها شركة فليب موريس **Philip Morris** وذلك من أجل تقليل الاعتماد الكلي لهذه الشركة على الأرباح

¹Giorgio Pellicelli ,op.cite , 281.

²Ibid , 293.300.

³علي عباس، مرجع سابق، ص220.

⁴عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سابق، ص162.

الناجمة عن بيع السجائر من ابرز الأمثلة وهذا بدخولها إلى نشاط صناعة المشروبات وكذا مجال تصنيع الأغذية وتملكها لشركة ميلربرينغ (Miller praying) ، حيث توجد سمات تسويقية مشتركة بين مجال صناعة المشروبات و التبغ ¹.

أما في حالة ما كان التنوع مختلطا فالشركة الدولية تقوم بإنتاج و تسويق منتجات في الدول المضيفة التي تعمل بها ولكنها لا ترتبط بتلك المنتجات الحالية التي تقوم بإنتاجها وتسويقها في دولتها الأم، وبهذه الإستراتيجية تتمكن الشركة متعددة الجنسيات من الجمع بين أكثر من نشاط في آن واحد، مثل امتلاك الشركة الدولية للتلغراف TTT لشبكة فنادق شيراتون المنتشرة في مدن العالم كله تقريبا، وكذا شركة ليون لمياه الشرب، تمتلك عددا من الصحف كما تنوه شركة Roylheon، بأن لها أحد عشر مجالا للنشاط تمتد من صناعة الطاقة النووية و التكنولوجيا الحيوية إلى الغذاء و السلع الاستهلاكية المختلفة، و من خطوط المترو إلى الخدمات البيئية المختلفة.²

بالإضافة إلى ما سبق يمكن أن يكون النمو خارجي بتطبيق الشركة ما يلي :

أ- الاستحواذ أو الامتصاص: حيث تقوم الشركة الدولية بشراء أصول وخطوط إنتاج منظمات أخرى أو شركات الدول المضيفة التي تعمل بها بغرض إيجاد ضمانات للعمليات الدولية التي تقوم بها وهذا ما يمكنها من ضم منتج أو منتجات أخرى وأسواق أخرى جديدة.³

ب- الاندماج: بمعنى اتحاد و التحام شركتين دوليتين أو أكثر من شركة ، أو شركة دولية وشركة محلية أو أكثر في شركة واحدة جديدة تتوحد فيها العمليات لتنتج بذلك شركة جديدة تأخذ اسم احدي الشركات أو كليهما أو اسما جديدا وتلغى الشركات المندمجة وهذا ما يسمح بوجود سوق أوسع لهذه الشركة.⁴

ج- المشروعات المشتركة:⁵ وذلك بأن تقوم شركة دولية أو أكثر وأخرى محلية بتوجيه مواردهم المالية أو الإنتاجية أو التسويقية أو البشرية أو مزيج منها - وفقاً لشروط المشاركة إلى مشروع أو منتج جديدة ويكون مستقلا و له إدارة خاصة.

أما الغايات و الأهداف التي تصبوا الشركات المتعددة الجنسيات لبلوغها و تحقيقها بانتهاجها لهذه الإستراتيجية فهي كالتالي:

- زيادة الأرباح والمبيعات الدولية.
- البقاء والاستمرار في الصناعة التي تعمل بها.
- الاستجابة لضغوطات السوق الدولية، والضغوطات التي تفرض عليها في بعض الدول المضيفة التي تعمل بها.
- القيام بتسيخ اسم الشركة وشهرتها السوقية في أذهان العملاء والمستهلكين في الدول المضيفة.

¹ علي عباس، مرجع، السابق، ص 221

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

³ رحيم حسين، مرجع سابق، ص 145.

⁴ Giorgio Pellicelli ,op.cité,p 355.

⁵ رحيم حسين، مرجع سابق، ص 145.

الفرع الثاني: إستراتيجية الاستقرار:

وهي إستراتيجية المحافظة على الوضع الحالي للمنظمة في السوق والدفاع عن الحصة السوقية الحالية ومعدل نمو مبيعاتها وأرباحها¹، أي أن إستراتيجية الاستقرار لا تعني مدخل أن نعمل لا شيء على العكس ففي إطار هذه الإستراتيجية تقوم المنظمة بإجراء تغييرات طفيفة على منتجاتها وخدماتها وطرق الإنتاج لهذا يمكن أن تحقق الإدارة من خلال تطبيق هذه الإستراتيجية نموًا معقولاً ولكنه بطيئاً ومنهجياً² وتدرج تحتها عدة إستراتيجيات بديلة وهي كالآتي³:

أ- **إستراتيجية عدم التغيير:** ويقصد بها استمرار الشركة أو المؤسسة على نفس النهج دون أي تغيير يذكر وهذا إما لعدم وجود تغييرات في البيئة الداخلية و الخارجية لها، أي عدم وجود فرص سانحة أو تهديدات خارجية.

ب- **إستراتيجية الربح:** تفقد هذه الإستراتيجية إلى زيادة الربح في أوقات القصيرة مقابل الركود في الآجال البعيدة أي التضحية بالنمو المستقبلي في سبيل الربح الحالي.

ج- **إستراتيجية التوقف و التريث:** وهي إستراتيجية تلجأ إليها الشركة في حالة ما كانت تعاني من استنزاف للموارد والطاقات وهذا بغية دعم وتعزيز تلك الموارد وتمثل في عملية خفض الأهداف.

د- **إستراتيجية الحركة مع الحيطه مع الحذر:** وهي تنتهج في حال حدوث تغييرات في البيئة الخارجية للشركة وعلى ضوءها تقوم الشركة بتبطيء وتيرة إستراتيجيتها للنمو.

هـ- **إستراتيجية الحصاد:** تقوم هذه الإستراتيجية على مبدأ التقليل من حجم أو حتى الاستغناء عن بعض الأنشطة التي لم تعد بإمكانها تطويرها .

و- **إستراتيجية النمو التدريجي :** تنتهجها الشركة في حال وجود أنشطة جديدة تكون فيها عمليات النمو ممكنة فتقوم باختبارها مع الحفاظ على استقرار باقي الأنشطة.

الفرع الثالث إستراتيجيات الانكماش :

تسمى هذه الإستراتيجية أيضاً بإستراتيجية تخفيض النفقات حيث تعتمد الشركة في حال وجود أزمات طارئة، فيها تقوم الشركة بتخفيض عملياتها بصورة شاملة وذلك من أجل إيقاف تدهور جدي في وضع المنظمة أو لتجاوز أزمة خطيرة تهدد وجود المنظمة واستمرارها في ميدان الأعمال، وغالباً ما تكون الشركة تمر بمرحلة حرجة من مراحل حياتها

فإما أن تنجح في العودة إلى نقطة انطلاق جديدة بعد احتوائها لعوامل الفشل أو تفشل أكثر وتخرج من دائرة المنافسة⁴، وتندرج

تحت إستراتيجية الانكماش عدة إستراتيجيات منها:¹

¹ كاظم نزار الركابي، مرجع سابق، ص202.

² بشير العلاق وآخرون، إستراتيجية التسويق، دار زهران للنشر، الأردن، سنة 1999، ص53.

³ مؤيد سعيد السلم، أساسيات الإدارة الإستراتيجية، الطبعة الأولى، دار وائل عمان الأردن، ص220.

⁴ كاظم نزار الركابي، مرجع سابق، ص205.

أولاً- إستراتيجية التحول :

تتبعها الشركات في حال ما كانت المشكلات منتشرة فيها لكنها ليست بالغة الخطورة بعد، وتقسّم إلى مرحلتين الأولى انكماش يهدف تخفيض الحجم و التكاليف أما الخطوة الثانية فهي مخصصة لدعم و الاستقرار وبدورها تنطوي على وضع برنامج لتثبيت وضع الشركة الجديد.

ثانياً- إستراتيجية التجريد(البيع):

تستعمل هذه الإستراتيجية في حالة تدني أداء إحدى وحداتها الإستراتيجية أو عدم الانسجام المسجل في احد القطاعات مع القطاعات الأخرى التابعة للشركة.

ثالثاً - إستراتيجية الالتفاف:

تستهدف هذه الإستراتيجية تغير عمليات المنظمة و الاستغناء عن بعض العمليات الغير فعالة بغية زيادة فعالية عملية الإنتاج ككل أو الانتقال إلى أنواع جديدة من أنشطة الأعمال و التركيز الشديد عليها مع الاحتفاظ بالأنشطة القديمة وكل هذا بغية مواجهة التهديدات البيئية سواء كانت داخلية أو خارجية .

رابعاً- إستراتيجية التصفية

: وهي آخر الخيارات الإستراتيجية الانكماشية للشركة حيث تكون بمثابة الخيار و الحل الأخير الذي تلجأ إليه في حال فشل الاستراتيجيات السابقة في معالجة الأزمة، حيث تقوم الإدارة بالتصفية المبكرة وهذا لتفادي الإفلاس ،أي التنازل على كل أصول الشركة وتحويلها إلى سيولة لتسديد إلتزاماتها و ديونها الخارجية وتوزيع الباقي على المساهمين فيها .

خامساً- الاستراتيجيات المختلطة:

تقوم المنظمات في بعض الأحيان بتطبيق حزمة متنوعة من الإستراتيجيات على مستوى وحدات الأعمال الإستراتيجية التابعة لها أو على مستوى الاستراتيجيات الوظيفية هذا النوع من الاستراتيجيات شائع التطبيق في الشركات الكبرى متعددة الأعمال أو عابرة الحدود والشركات الصناعية الكبرى التي تخدم في أسواق مختلطة من العالم وعادة تقوم هذه الشركات بتطبيق استراتيجيات مختلفة في نفس الوقت أو بتطبيق استراتيجيات مختلفة وبطريقة متتابعة نظراً لتوفر القدرات التنظيمية والموارد الهائلة والخبرات المتراكمة في التغيير والإدارة الإستراتيجية.

¹خالد محمد بن حمدان، وائل صبحي إدريس، الإستراتيجية والتخطيط الاستراتيجي منهج معاصر، دار البازوردي، عمان، الأردن، 2009، ص.ص، 230 -

المطلب الرابع: إستراتيجية فروع الشركات متعددة الجنسية

تعد فروع الشركات الواجهة الأمامية للشركة الأم فهي أول من يحتك مع البيئة الخارجية، وهذا بحكم عملها في أسواق مختلفة معتمدة في ذلك على إمكانيات وقدرات ومؤهلات القائمين على تسييرها، و بالتالي فهي أقرب إلى البيئة الخارجية، من الشركة الأم و التي تملي عليها سياساتها العامة، لكنها تسمح لها بالتكيف مع الأوضاع المحيطة بها لذا وجد طور و " وايت White و بوينتر Pointer أنواعا من الاستراتيجيات تخص بها فروع الشركات متعددة الجنسية، و التي يمكن إيجازها فيما يلي:¹

أولاً- إستراتيجية النسخة المصغرة Miniature Replica : أو النسخة المطابقة لإستراتيجية الشركة الأم ، حيث وبموجب هذه الإستراتيجية ، فان الفروع تستخدم في إنتاج وتوزيع بعض خطوط منتجات الشركة الأم في الدول المضيفة و المستقبل لها.

ثانياً- إستراتيجية فضائية التسويق Marketing Satelit : تستخدم الفروع وفق هذه الإستراتيجية كآليات و منافذ يتم من خلالها توزيع منتجات الشركة الأم في مختلف فضاءات أسواق الدول المضيفة.

ثالثاً- إستراتيجية المصنع الرشيد Rationalised Manufacturer : في هذه الحالة تتحول الفروع إلى منتج حقيقي لبعض من أجزاء المنتجات، أو لنوع معين من منتجات تامة جاهزة، توجه سواء للأسواق المحلية أو الإقليمية أو العالمية.

رابعاً- إستراتيجية التخصص في المنتج Product Specialist : بمقتضاها تستخدم الفروع في تطوير وإنتاج وتوزيع بعض من خطوط المنتجات الموجهة نحو الأسواق العالمية.

خامساً- إستراتيجية الاستقلال الشامل Stratégie Independent : وهنا تمنح للفروع استقلالية تطوير خطوط أعمال وأنشطة، و توجهها بحسب ما تقتضيه حاجة الفروع وظروف متغيرات البيئية الخاصة بها، وهذا فيما يخص الأسواق المحلية حيث تتمركز، أو للأسواق الإقليمية المحيطة بها، أو الأسواق العالمية.

¹ كمال مرداوي، مرجع سابق، ص، ص 200، 201.

المبحث الثالث: الاستراتيجيات الوظيفية و استراتيجيات الدخول إلى السوق

بالإضافة إلى الاستراتيجيات سابقة الذكر تعتمد الشركات المتعددة الجنسيات على إستراتيجيات أخرى تعرف بالخيارات الإستراتيجية على المستوى الوظيفي والتي تعنى بتطوير أنظمتها الخاصة بالتمويل والإنتاج، التسويق والبحوث والتطوير و الرقي بها إلى المستوى الذي يتيح لها تحقيق الاستفادة القصوى من اقتصاديات الحجم ، انخفاض الأسعار ، تنميط الأجزاء ، إدارة الجودة الشاملة ، كما أنها تعتمد على طرق واستراتيجيات تخص أنماط الدخول إلى السواق العالمية .

المطلب الأول: الاستراتيجيات الوظيفية

تتمثل الاستراتيجيات الوظيفية في أن لكل وحدة وظيفية استراتيجيات خاصة بها ولكنها تدخل تحت لواء الإستراتيجية العامة أي أنها تساعد على تحقيق الأهداف العامة للشركة ،ويمكن تقسيم الاستراتيجيات الوظيفية كالتالي

الفرع الأول: استراتيجيات التمويل في الشركات المتعددة الجنسيات

تهتم هذه الإستراتيجية بالخيارات الإستراتيجية ذات الأبعاد المالية ،وتتخذ هذه القرارات الإستراتيجية كقرار التمويل ،وقرار الإنفاق الاستثماري وتحديد التوجهات الرئيسية لتوزيع الأرباح في حدود سلطة الإدارة العليا لان لها تأثير كبير على الأداء المالي للشركة كما أنها تمكنها من تجنب المخاطر في بيئة تتعدد فيها وتختلف التقلبات والمخاطر التي تتعامل معها كمخاطر خسارة العائد وتقلبات أسعار الصرف ..الخ¹، وهناك عدة خيارات تعتمد عليها الشركات المتعددة الجنسيات فيما يخص قرارات البحث عن مصادر التمويل الداخلية والخارجية التي تقوم بها .

أولاً-التمويل الداخلي

يعتبر هذا النوع من التمويل الشكل الأول لتمويل الشركات، والمسمى أيضا بالتمويل الذاتي (Autofinancement)، ويتمثل في مجموع مساهمات الشركة الأم و قروضها الممنوحة إلى مجموع فروعها العاملة، كما يعبر التمويل الداخلي عن الوضعية التي تلجأ فيها الفروع التي هي بحاجة إلى سيولة إلى الحصول على تمويلها اللازم من الفروع الأخرى حيث تكون السيولة فيها فائضة عن الحاجة ،لذا فان هذا المصدر أصبح يشكل أهم المصادر في تمويل نشاطات الشركة ومجموع فروعها، فلقد بلغت نسبة التمويل الداخلي لفروع الشركات الأمريكية العاملة في مختلف الأسواق العالمية ما يزيد عن 70 % من مجموع تمويلاتها².

1- مفهوم سعر التحويل

يرى تزنكوتا " Czinkota " وآخرون أن سعر التحويل هو عبارة عن: "السعر المحدد لتحويل أو بيع السلع بين الشركات المرتبطة ببعضها البعض أو بين المركز الرئيسي (الشركة الأم) وفروعها في الأسواق الدولية " أو عبارة عن "التمن المحدد لبيع السلع بين فروع عائلة الشركة الواحدة.¹

¹ شوقي ناجي جواد ،إدارة الأعمال الدولية مدخل تطبيقي، دار الأهلية للنشر و التوزيع،عمان ،الأردن،2002،ص 303.

²الأنكتاد، تقرير الاستثمار العالمي 1998 ، الأمم المتحدة، جنيف و نيويورك، 1998 ، ص120 .

كما تعبر هذه الآلية عن التحكم في الأسعار، إما بالتخفيض أو بالرفع التعسفي، وذلك من أجل التهرب من الضريبة على أرباح الشركات، وعلى الأرباح المحولة إلى الشركة الأم. كما تعتبر أداة فعالة لتحويل الأرباح نحو الفروع غير الإنتاجية الخاضعة لضريبة منخفضة، والمتوطنة مثلاً حيث تطبق تشريعات خاصة في هذا المجال كالجناات الجبائية (Les Paradis Fiscaux)، وهي تسمح للشركة التقليل من الحقوق الجمركية، وذلك بتخفيض أسعار الواردات مثلاً، بالتالي فهي تكسب الشركات متعددة الجنسية الوسيلة الفعالة لتخطي عدة عقبات في سبيل تحقيق أهدافها، وتتيح لها فرصة تنمية وتعزيز المركز التنافسي لفروعها و حتى مراكزها الرئيسية².

ب- أنواع أسعار التحويل:

ترتبط سياسات ترحيل الأموال بتدخل عوامل متعددة، والتي تحدد الطريقة التي تلجأ إليها الفروع من أجل توصيل أرباحها إلى الشركة الأم، وتستخدم الشركات نوعين من أسعار التحويل بحسب جراي GRAY³:

1- **سعر التحويل داخل الدولة الواحدة " Intra-Country Transfer Price "**: وهو السعر الذي يستخدم في تحويل السلع المصنعة في إحدى الدول لكي تباع من خلال فرع آخر في البلد، حيث أن الفرع الذي يقوم بالتصنيع لا يقوم بالبيع في هذه الدولة. وهذا السعر عبارة عن إجمالي تكاليف التصنيع زائد 10% مقابل هامش ربح التشغيل وتغطية المصاريف الإدارية.

2- **سعر التحويل من الدولة لدولة أخرى Inter-Country Transfert- Price**: هو ثمن البيع للسلع المصنعة في إحدى الدول والتي يتم بيعها في دولة أخرى وهذا الثمن يزيد عن الأول بنسبة 10% لتغطية النفقات الإدارية الإضافية الناتجة عن جهود البيع خارج الدولة وتحقيق هامش ربح.

تحقق أسعار التحويل بالإضافة إلى توفير التمويل مأرب أخرى للشركات المتعددة الجنسيات و التي يمكن تلخيصها في النقاط التالية:⁴

- تخفيض الأعباء الضريبية وزيادة العائد
- التغلب على قيود التجارة
- تنمية المركز التنافسي في الأسواق الدولية
- زيادة مستوى التغلغل في الأسواق العالمية
- كسر القيود على الأرباح

¹ أحسين عثمانى، مرجع سابق، ص52.

² عبد السلام أبو قحف، التسويق الدولي، مرجع سابق، 327 - 328

³ أحسين عثمانى، مرجع سابق، ص53.

⁴ للمزيد من التفصيل انظر ، أحسين عثمانى، مرجع سابق، ص56، 57.

ثانيا- التمويل الخارجي :

كما يكن لهذه الكيانات أن تلجا إلى مصادر إقراض وتمويل خارجية، أي الإعتماد على القروض الخارجية عن طريق البنوك أو مصادر الإقراض الأخرى أو طرح أسهمها للتداول في البورصات ،وينقسم التمويل الخارجي إلى التمويل عن طريق الإقتراض أو عن طريق المساهمين .

أ- التمويل بالاقتراض:

هذه الطريقة هي الشائعة الإستخدام في التمويل حيث يتم التمويل عن طريق الدين وهذا عبر عمليات الاقتراض من البنوك بشكل مباشر أو من بيوت المال أو من خلال إستصدار سندات وأوراق مالية متعلقة بهذا الشأن ،وتتم عملية الاقتراض من البنوك العالمية أو البنوك المحلية في البلدان التي تعمل بها ،إضافة إلى إمكانية طرح السندات في الأسواق الخارجية محسوبة بعملات أجنبية متداولة في أكثر من سوق من الأسواق التي تعمل بها بخلاف سوق مال بلدها الأم¹.

ب- التمويل من خلال المساهمين :

وهو النوع الثاني من مصادر الاقتراض ويعني قيام الشركة بطرح أسهم وسندات في البورصات في الأسواق أسواقها الأم أو الأسواق الخارجية التي تعمل فيها²،وتنتج عن عملية طرح الأسهم الخاصة بتلك الشركات في كل الأسواق المالية العالمية الهامة مثل نيويورك،طوكيو،لندن،فرانكفورت، و غيرها بل أيضا فيما يسمى بالأسواق الناهضة Emerging Markets، هونج كونج سنغافورة، و غيرها ، إمكانية وجود مساهمين من كل دول العالم يمكن أن تصب مدخراهم في هذه الشركات، و بالتحديد من خلال حوافظ الأوراق المالية لدى البنوك المتلقية لتلك الاستثمارات.³

لكن يعد الاستثمار في الشركات المتعددة الجنسيات مفهوما جديدا في غالبية الدول ،فمثلا في اليابان لا تشجع الحكومة قيام استثمارات أجنبية في اقتصادها و شركاتها القائمة أو أن يندفع الاقتصاديون اليابانيون وأصحاب رؤوس الأموال للاستثمار في شركات أجنبية .⁴

الفرع الثاني :استراتيجيات التسويق

تعتمد إستراتيجية التسويق في الشركات المتعددة الجنسيات علي الإستراتيجية العامة لشركة وهذا باعتبارها متغيرا في دالة الإستراتيجية الكونية العامة للشركة مع الاستراتيجيات الوظيفية الأخرى كالإنتاج و التمويل وغيرها،⁵ وتكون مصحوبة بدراسة

¹ محمود حاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، مرجع سابق،ص 309.

² نفس المرجع السابق، ص309

³ عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سابق ، ص 168 .

⁴ شوقي ناجي جواد، إدارة الأعمال الدولية مدخل تطبيقي، الأهلية للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2002، ص 312 .

⁵ عبد السلام أبو قحف،التسويق الدولي،مرجع سابق،ص 144 .

البيئة الخارجية و الداخلية للشركة كما تكون مصحوبة بتقسيم سوقي معين والعمل على إشباع هذا التقسيم من خلال الاستخدام الأمثل و الأنسب لعناصر المزيج التسويقي من منتج وطرق التوزيع و ترويج و تسعير.¹

يعرف " PHILIP KOTTER " على أنه : " التسويق الدولي لا يعدو كونه عبارة عن نشاط ديناميكي مبتكر للبحث عن المستهلك القانع في سوق تتميز بالتفاوت و التعقيد ، و الوصول إلى هذا المستهلك و إشباع رغباته "² .

كما تظهر أهمية التسويق الدولي بالنسبة للشركة متعددة الجنسية من مبدأ التخصص في الإنتاج و تزداد وضوحا من خلال دراسة الطرق الممكنة للدخول إلى الأسواق الخارجية و علي أي مستوى و بأي سلعة،³ و تحتوي إستراتيجية التسويق الدولي على عدة استراتيجيات بديلة منها تحليل السوق، التجزئة الإستراتيجية للسوق ، استراتيجيات المزيج التسويقي (منتج ، تسعير، توزيع، ترويج) وهي كالآتي:

أولا - سياسات المزيج التسويقي الدولي:

إن إعداد برنامج المزيج التسويقي الدولي، يتطلب أن يكون هناك تخطيط و تنظيم و رقابة للجهود التسويقية، و المبنية على دراسة السوق المستهدف من حيث خصائصه، و حجمه، و متطلباته، ... و ذلك بهدف تقديم منتجات تناسب مع حاجات و رغبات المستهلكين ، و ينبغي على مدير التسويق، و هو بصدد تخطيط الوظائف و الخطط التسويقية، أن يكون على علم تام بالأدوات التسويقية التي يمكن استخدامها لتحقيق أهداف المنشأة، و يطلق على مجموعة الأنشطة المستخدمة مصطلح "المزيج التسويقي Mix Marketing"، بحيث يتم مزج و خلط هذه الأنشطة بطريقة تضمن تحقيق الأهداف المسطرة للمنشأة، و رضا المستهلك في نفس الوقت.

ويعرف المزيج التسويقي على أنه: " ذلك الخليط من الأنشطة التسويقية، الذي يمكن التحكم فيها بواسطة المنشأة. الموجهة إلى قطاع سوقي معين، كما يتعلق المزيج التسويقي بالإستراتيجية التي تتبعها المنشأة في تخطيط أوجه النشاط التسويقي المتعلق بالمنتجات التي يتم تقديمها إلى السوق."⁴

و بخصوص عناصر المزيج التسويقي، فهناك اتفاق عام و متعارف عليه من قبل الباحثين و الدارسين في مجال التسويق، على أنه يتألف من أربعة عناصر رئيسية تعرف باسم "4Ps"، نسبة إلى الحروف الأولى لكل عنصر من العناصر المكتوبة باللغة الإنجليزية و التي تعني السلعة **Product**، الترويج **Promotion**، التسعير **Pricing**، و التوزيع **Place**، و كل منها له إستراتيجية خاصة به و التي سنحاول ذكرها في ما يلي :

¹ صالح عبد الرضى رشيد، الإدارة الإستراتيجية مدخل تكاملي، دار المناهج للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 327.

² فليب كوتلر، جاري أرمسرونغ، أساسيات التسويق، ترجمة سرور علي إبراهيم سرور، دار المريخ للنشر، الرياض المملكة العربية السعودية، 2007، ص 61

³ محمود جاسم الصميدعي ، ردينة عثمان يوسف، مرجع سابق، 117.

⁴ محمد فريد الصحن، "الإعلان"، الدار الجامعية، مصر، 2000، ص 41..

1- إستراتيجية المنتج :

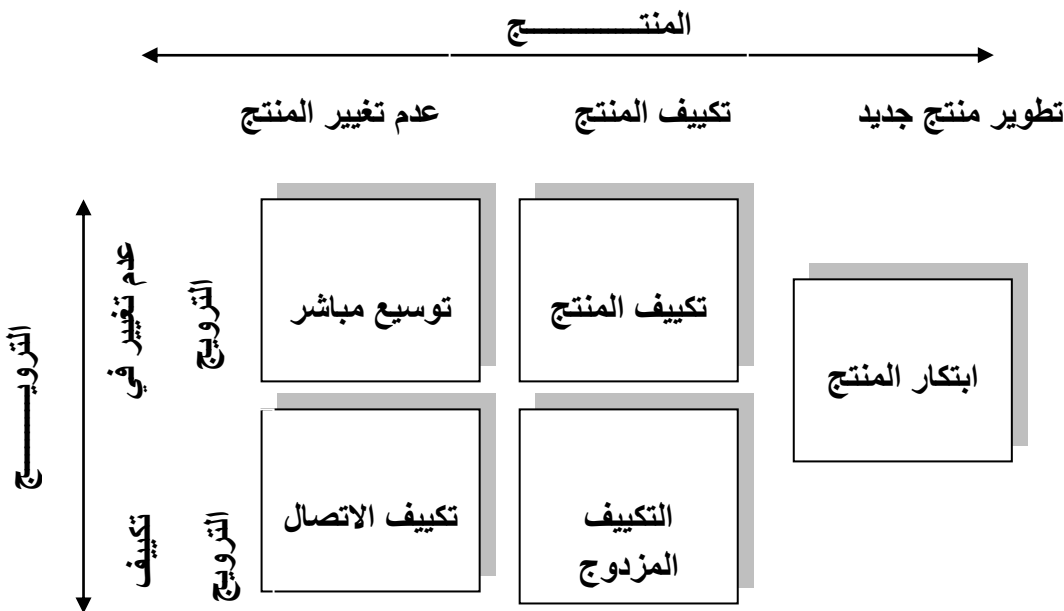
يعد المنتج هو الأساس الذي تقوم عليه اهتمامات المزيح التسويقي فإذا ما فشل المنتج في تلبية حاجات المستهلكين فلن يقنعهم لا الترويج و لا تخفيض السعر و لا أسلوب التوزيع و لا جهود رجال البيع، لذا فان الشركات المتعددة الجنسيات تولي اهتماما كبيرا لكيفية تنميط المنتج أو السلعة المسوقة في أسواقها المحلية بغية جعلها صالحة للتسويق في الأسواق الدولية أو الكونية¹، لذا فان أي شركة تفكر في غزو واقتحام السوق الدولي تواجه خمس استراتيجيات ويتم اختبار واحدة من الطرق الخمسة وهذا بحسب مواءمة المنتج مع أسواق التصدير المستهدفة وهناك نوعين من الأسواق وهي كالتالي :

الأول : هناك بعض الأسواق التي قد تكون مشابحة للسوق المحلي مما يعني إمكانية تقديم المنتج بحالته نفسها أو دون تغيير.

الثاني : بعض الأسواق قد لا يمكن دخولها من دون إجراء تعديلات أو تكييف المنتج مع المتطلبات المحلية لسوق التصدير، و بعض هذه التعديلات قد تكون عديدة لبعض الأسواق إلى الحد الذي يجعلها أسواقا غير جذابة اقتصاديا للشركة

أما الاستراتيجيات الخمس فيمكن الاستدلال بالمصنوفة الموالية والتي وضعها (Koitler and Armstrong 1999)، حيث تبين أن هناك خمسة خيارات واسعة في تكييف المنتجات و الاتصالات التسويقية المرتبطة بها،

الشكل رقم(1-2) الاستراتيجيات الخمسة للمنتج و الترويج الدولي



المصدر: محمود جاسم الصميدعي، ردينه عثمان يوسف، إدارة الأعمال الدولية، مرجع سابق، ص183.

¹عبد السلام أبو قحف، التسويق الدولي، مرجع سابق، ص252.

وبحسب المصنوفة تتمثل هذه الاستراتيجيات في ما يلي :¹

1- إستراتيجية عدم تغير المنتج و الترويج :

يقصد بها تقديم المنتج إلى السوق الأجنبية دون تعديل، أي بنفس المنتج و نفس وسائل الترويج المستخدمة في السوق المحلي. وتطبق هذه الطريقة بنجاح من قبل الشركات العالمية الكبرى ذات المنتجات المستهلكة عالمياً مثل شركة بيبسي كولا وتعرف أيضاً بإستراتيجية الامتداد المباشر.

2- إستراتيجية عدم تغير المنتج وتغير الترويج

تطبق هذه الإستراتيجية في حالة ما إذا كان المنتج مقبولاً دولياً، ولكنه غير معروف، أو غير مفهوم بلغة الدولة الأجنبية، الأمر الذي يتطلب إجراء تعديل وتغير في إستراتيجية الترويج وتعرف هذه الإستراتيجية بتكثيف الاتصالات .

3- تغيير المنتج دون الترويج:

تتضمن هذه الإستراتيجية إجراء تعديلات في المنتج، وبالأخص في المنتجات الاستهلاكية، ففي بعض الأحيان، يصبح من الضروري أن يشهد السوق أنواعاً جديدة من نفس المنتج، وبأشكال مختلفة ومتعددة مع عدم تغير الترويج ويرجع عدم تغير وسيلة الاتصال إلى إن هدف المنتج معلوم ولا يقبل التغيير ولكن الشكل له دوره في السوق الخارجي .

4- التكثيف المزدوج المزدوج:

ترتبط هذه السياسة بتكلفة عالية جداً، لكونها تعتمد على إحداث تعديل في مواصفات المنتج الدولي، فضلاً عن تغيير وسائل الاتصال مع تطوير الحملات الإعلانية، كما هو الحال عند تصدير السيارات في دولة ما.

5- ابتكار منتج جديد:

وهي الطريقة الأخيرة، وترتكز على تقديم منتج جديد للسوق الأجنبية، أي ان الشركة تقوم بابتكار منتجات جديدة وتقديمها للأسواق الخارجية تختلف عن منتجاتها في بلدها اللام وقد تبتكر منتجات لا توجد في السوق الأم، وترتبط هذه الطريقة بتكاليف مرتفعة، إلا أنّ نجاحها يقود الشركة إلى تحقيق أهدافها بكفاءة و فعالية، ويمكن أن يأخذ الابتكار المنتج شكلين:

- ابتكار خلفي: يعني تكثيف المنتجات القديمة و السابقة بشكل جيد.
- ابتكار أمامي: ويعني إنتاج منتجات جديدة لمقابلة حاجات الدول الأخرى.

¹ محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف ، مرجع سابق ، ص، ص146-147.

كما يختلف مدراء التسويق في اختيارهم للاستراتيجيات فمنهم من يؤيد تقديم منتج بمواصفات موحدة إلى السوق العالمية وهو ما يعرف إستراتيجية الترميط ، والآخر يؤيد تقديم منتج معدل ليناسب رغبات واحتياجات وأذواق ومتطلبات كل سوق خارجية وهو ما يعرف إستراتيجية التعديل أو التكيف.¹

ويستند مؤيدي كل فريق، إلى جملة من الدوافع التي تسمح باتخاذ قرار الترميط أو تعديل المنتج، وتمثل هذه الدوافع فيما يلي:

1- دوافع إجراء الترميط:

تسعى غالبية الشركات إلى ترميط منتجاتها عموماً و هذا عن طريق توحيد مواصفات المنتج لاعتبارات التكلفة، والمشكلات المرتبطة بالإنتاج والتسويق، بالإضافة إلى تقليل التعقيدات الإدارية، وتسهيل مهمة التصدير (عند تصدير نفس المنتج إلى عدة دول).²

كما يمكن تلخيص العوامل التي تدفع المنشأة إلى توحيد مواصفات المنتج في النقاط التالية:³

- توحيد مواصفات المنتج، يفرض على المنشأة الاعتماد على خط إنتاج واحد، مما يسمح بتحقيق وفورات حجم في الإنتاج؛
- إن تقديم منتج موحد المواصفات حول العالم، من شأنه أن يحقق وفورات الحجم في التسويق، ويتجلى ذلك من خلال تخفيض تكاليف البحوث والتطوير، والاشتراك في الحملات الإعلانية (تصميم إعلان واحد)، حتى وإن اختلفت اللغة، أو تدريب رجال بيع يمكنهم العمل في أي سوق لبيع نفس السلعة، وتبسيط الخدمات، وتقليل التكلفة المتعلقة بالتخزين (قطع الغيار)...
- المحافظة على الصورة الذهنية للمنشأة في الخارج (مثل شركة كوكا كولا)؛
- المحافظة على الصورة الذهنية للبلد المنشأ، فالمحافظة على شخصية البلد الأصلي للمنتج، يتيح عدة مزايا للمنتج، ومن أمثلة ذلك، الاستفادة الأجهزة الإلكترونية، أو الكاميرات أو السيارات المتوسطة الحجم من الصورة الذهنية لليابان كبلد المنشأ؛
- قيام المستهلك بشراء السلعة في أي مكان يتواجد فيه؛
- ارتفاع تكاليف التعديل، أو تطويع السلعة لكي تتواءم مع احتياجات المستهلك الأجنبي؛
- تمكن تسويق السلع النمطية من خلال المنافسين أنفسهم؛
- تسهيل عملية التصدير، فالهند مثلاً تقوم بالتصدير بسهولة إلى الدول التي تجدد أنه ليس من الضروري إجراء أي تعديلات في السلعة التي تقوم بتسويقها.

¹ شوقي ناجي جواد، إدارة الأعمال الدولية مدخل تطبيقي، مرجع سابق، 255.

² نفس المرجع السابق، ص 256.

³ عبد السلام أبو قحف، التسويق الدولي، مرجع سابق، ص 257

2- دوافع إجراء التعديلات على السلعة:

على النقيض من الشركات التي تنتهج درب التنميط هنالك شركات أخرى تتبنى درب تعديل مواصفات المنتج، ويرجع ذلك إلى اختلاف تفضيلات المستهلك في الأسواق الخارجية عن التفضيلات المحلية، أو سعياً منها إلى زيادة الربح المحقق بنسبة أكبر من تكلفة التعديل.

بالإضافة إلى ذلك، فإنه توجد بعض العوامل الأخرى التي تدفع المنشأة إلى تعديل منتجاتها، والتي يمكن تلخيصها فيما يلي:¹

- ❖ -اختلاف ظروف الاستخدام بين الدول، فمثلاً يؤثر المناخ على السلع الحساسة للحرارة أو الرطوبة، مما يجعل تعديل مواصفات و خصائص المنتج ضرورياً للأسواق الاستوائية أو القطبية. إضافة إلى اختلاف درجة مهارة المستخدم للسلعة، خاصة بين الدول النامية والدول الصناعية
- ❖ - اختلاف متوسط دخل الأفراد بين الدول، مما يؤثر على حجم و طبيعة الطلب على السلع الاستهلاكية؛
- ❖ -تباين الأذواق بين الأفراد أو حتى بين الدول المجاورة، وذلك بشأن المأكّل و المشرب والملبس؛
- ❖ -التأثير الحكومي على طبيعة السلعة، ففي بعض الأحيان تصر بعض الحكومات على أن تبيع المنتج محلياً بدلاً م استيراده، وذلك من شأنه أن يؤدي إلى تعديل المنتج في معظم الأحيان. كما قد تؤدي السياسات الضريبية الحكومية لبعض الدول إلى ضرورة تعديل المنتج لهذه الأسواق؛
- ❖ -اتجاه الدول نحو إقامة تكتلات اقتصادية، قد تفرض اشتراطات معينة على أي سلعة أو خدمة يتم تسويقها داخل الدول الأعضاء في التكتل (فمثلاً قد تفرض وزن معين، لون أو غلاف معين، مذاق محدد، مستوى جودة معين... إلخ)؛
- ❖ -درجة التمدن، وفي هذا المجال تشير إحدى الدراسات إلى أنّ المنتجات الموجهة نحو الأسواق الحضرية في الدول النامية، تحتاج إلى تغييرات طفيفة عن المنتجات المسوقة في الدول المتقدمة، بينما تحتاج المنتجات الموجهة إلى الأسواق الريفية في الدول النامية إلى تغييرات بدرجة أكبر.

ثانياً- إستراتيجية التسعير :

تواجه الشركة الدولية مشاكل مهمة وصعبة في مسألة صياغة استراتيجيات التسعير ، حيث أن هذه الإستراتيجيات تؤثر علي الوظائف الأخرى للشركة ، ويرجع ذلك الي الأسس التي تتبعه في تسعير منتج معين لتسويقه محلياً و التي تختلف عن تلك المتبعة في الأسواق الدولية ، كما أن الشركة قبل تسعيرها لمنتجاتها تدرس شتى المتغيرات بدءاً من تنوع الأسواق وتباينها، واختلاف القيود القانونية وكذا الأسعار الدولية المنافسة ، والمنتجات البديلة وأسعارها ، كل ذلك على أساس من العملة المحلية للمستهلك مقومة بعملة بلد السوق الدولي،² بالإضافة إلى ما سبق يمكن حصر أهم المتغيرات الأخرى في الشكل الموالي :

¹ عمرو خير الدين، التسويق الدولي، مجهول دار النشر، مصر، 1996ص241.

² محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، مرجع سابق، ص149

الشكل رقم (2-2): محددات إستراتيجية التسعير في الأسواق الدولية الإطار العام



المصدر: عبد السلام أبو قحف، التسويق الدولي، مرجع سابق، ص، 305. بتصرف الباحث.

بالإضافة إلى الاعتبارات الموجودة في الشكل تدخل إعتبارات أخرى كظروف وإمكانات المستهلك في السوق المستهدف، وتكاليف التأمين وتذبذب العملات، الرسوم الجمركية، منافسة الشركات الأخرى.¹

وتعتمد الشركات المتعددة الجنسيات في سعيها لوضع أسعار لمنتجاتها بغية طرحها في الأسواق العالمية و الأجنبية على عدة طرق للتسعير، وقد تختار إحداها أو تجمع بين طريقتين أو أكثر تجانسا مع الظروف التي يواجهها المصدر ومن هذه الطرق نذكر منها:²

¹ عبد السلام أبو قحف، التسويق الدولي، مرجع سابق، ص، 305

² شوقي ناجي جواد، مرجع سابق، ص، 268-269.

أ- **تسعير الكلفة + (زائد) (Cost-plus Pricing)** : وهي أبسط طرق التسعير التي يجري من خلالها حساب كلفة المنتج الكلية (كلفة تصنيع + مصاريف تأمين شحن و خزن + رسوم و تعريفات جمركية + مصاريف توزيع و خزن + نسبة الربح) فنصل إلى (سعر البيع بالجملة + هامش ربحي للمفروق) .

ب- **سعر الاختراق (Penetration Pricing)** : وهو تسعير السلع التي يرغب المنتج إقحامها في السوق الجديد بسعر معنية، يعد هذا الأسلوب من الأساليب الفاعلة في سوق المنافسة الاحتكارية و عندما يكون الطلب عاليا و مرنا فان أي تخفيض بالسعر يؤدي إلى زيادة عالية على الطلب.

ج- **سعر المقشود (Skimming Price)** : من خلال هذه الطريقة فان البائع يسعر سلعته بأعلى من سعر المنافس له و منحى الطلب يجب أن يشبع تجاه هذه الطريقة و يتناغم معها، ذلك ان المنحى المشبع يظهر ان المستهلك راغب بدفع السعر العالي لاقتناء السلعة أكثر من السلعة المنافسة، و ان هذا الارتفاع بالسعر لا يؤدي إلى انخفاض كبير على الطلب و من خواص السلع التي تعتمد هذه الطريقة السلع الضرورية و الاساسية مثل بنزين السيارات، الغذاء و بعض السلع الترفه (ذات الرفاهية العالية) مثل سيارات رولز رويس و الفراء، حيث أن الطلب على هذه السلع غير مرن لأن مشتريها اقل حساسية تجاه السعر، و لا يوجد سلع تعويضية عنها.

و حتى يتحقق النجاح لإستراتيجية السعر المقشود للسلع الترفه يجب أن يكون لهذه السلع ولاء عال للاسم التجاري لها، و توفر الأجهزة لمقنتيها و مع محدودية العرض لهذه السلع، فإن ندرتها عامل آخر يؤثر في خلق القبول بالسعر العالي من لدن المشتري المتطلع لها.

د- تسعير بحسب أجزاء السوق (Segmentation Pricing):

يكون الطلب على بعض السلع التسويقية متنوعا، فمثلا نجد أن سوق السيارات في دولة ما يتكون من عدة أجزاء من حيث الطلب و مرونة السعر، و هذا ما يدعى بمنحى طلب النزوة، و طالما أن السوق مجزأ إلى أقسام فإننا نجد بعض الناس راغبين بدفع أي سعر مجرد اقتناء السلعة التي ترضي عليه الأبهة، و نجد الآخرين حساسون تجاه النوعية، بينما نجد فئة ثالثة تبحث عن أقل الأسعار الممكنة في مثل هذا السوق يتولى البائع عرض سلع متنوعة و بأسعار متنوعة حتى يستهدف أصناف أفراد المجتمع كافة، فمثلا تقدم شركة تويوتا سيارات متنوعة منها السوبر رويال، و السوبر، و الكراون، و الكرونا، و الكورولا، و السليكا، و لكل من هذه الأنواع سعر يخدم الفئة و جزء من السوق المستهدف و لضمان فاعلية طريقة التسعير بحسب أجزاء السوق لا بد من ملاحظة الآتي :

- 1- لا بد من أن تكون هناك فواصل معبرة عن أجزاء السوق.
- 2- أن هذه الفواصل تأخذ شكل العمر، الوقت، المكان و أشياء أخرى.
- 3- كل فئة تسويقية لها مرونة سعريه على الطلب.
- 4- أن يمتلك البائع قوة احتكارية.

هـ- تسعير الحصة السوقية (Market Share Pricing):

تعتمد هذه الطريقة للحفاظ على الحصة السوقية المتوفرة لها. و للإبقاء على حصة الشركة في السوق الآخر تتولى هذه الشركة تخفيض السعر بغض النظر على الخسارة المالية المحتملة، ذلك أن المنافسين لها قد خفضوا أسعار سلعهم.

و- تسعير المناقلة (التحويل) (Transfer Pricing): تشير هذه الطريقة إلى تسعير سلع و خدمات الشركة متعددة الجنسيات على مستوى مقرها الرئيس و فروعها المنتشرة، و تلجأ هذه الشركات لمثل هذا الأسلوب لتطوير و دعم موقفها المالي و الربحي القوي، و تخفض من خسارة تحويل قيمة السلع المباعة إلى دولة الشركة الأم، و هي طريقة سليمة لتخفيض العبء الضريبي واختلاف أسعار الصرف و بما يسمح لها بتحويل المبالغ من موقع إلى آخر.

ز- تسعير الإغراق (Dumping): هي طريقة لتسعير الصادرات إلى أسواق أخرى بأقل من السعر السائد في السوق المحلي و من وجهة نظر منظمة التجارة الدولية (جات) فان الإغراق يعني بيع السلع في الأسواق الأخرى بأقل من قيمتها المعقولة، و قد تلجأ بعض الحكومات إلى فرض إجراءات معينة ضد هذا الأسلوب الإغراقي إذا ما تسبب بضرر مادي تجاه السلع الخاصة بتلك الحكومة، و ما على المسوق الدولي إلا الانتباه نحو استخدام هذا الأسلوب في الأسواق الأخرى و المردود المتوقع منه.

ثالثاً: إستراتيجية التوزيع الدولية :

يعد قرار اختيار القناة التوزيعية الملائمة للوصول إلى العملاء المستهدفين في الأسواق الأجنبية من ضمن القرارات الهامة التي تواجه المسوق الدولي، كونها تمثل الأداة والوسيلة التي تستخدمها منشآت الأعمال في خلق الطلب على منتجاتها وإشباعه، وذلك عن طريق جعل تلك المنتجات متاحة في الأسواق المستهدفة بالكمية المناسبة، والجودة الملائمة، وفي الوقت والمكان المناسبين، وبالتشكيلة المناسبة.

و يقصد بقناة التوزيع: " مجموعة المنشآت أو الأفراد الذين تقع على مسؤوليتهم القيام بمجموعة من الوظائف الضرورية، والمرتبطة بعملية تدفق المنتجات من المنتجين إلى العملاء في السوق أو الأسواق المستهدفة".¹

¹ هاني حامد المضمور، إدارة قنوات التوزيع، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، الطبعة الأولى 1999، ص 22.

كما يقصد بها كذلك: "كل نوع من المنشآت التي تسمح بإيصال المنتجات من المنتج بالكمية اللازمة إلى المستهلك النهائي، في المكان الملائم و الوقت المناسب،"¹

من التعاريف السالفة الذكر يتضح أن قنوات التوزيع تتكون من مجموعة المنشآت المستقلة (وكلاء التصدير، تجار الجملة، تجار التجزئة،... إلخ، أي كل طريقة تتيح للشركة سبيل لإيصال منتجاتها للمستهلكين، وتتيح لها فرصة تحقيق أهداف أخرى يصبوا إليها مدراء التسويق و الشركة ككل ، وعادة ما تشمل هذه الأهداف النقاط التالية:²

- تحقيق تغطية سوقية مناسبة؛
- الحفاظ على السيطرة في كيفية تسويق البضائع داخل القناة؛
- جعل تكاليف التوزيع معقولة حتى لا تؤثر على السعر النهائي للسلعة؛
- التأكد من استمرار العلاقات مع أعضاء القناة، واستمرار التواجد في السوق؛
- تحقيق الأهداف العامة للتسويق.

1- طرق التوزيع الدولية:

عند قيام الشركة بتسويق منتجاتها تولى اهتماما كبيرا لقناة التوزيع وهذا للأهمية البالغة التي تتمتع بها وكذا لتأثيرها الكبير بالبيئة الخارجية كالتطور الاقتصادي للدولة المستهدفة، الدخل الشخصي المتاح للإنفاق، جودة البنية الأساسية. بالإضافة إلى عوامل بيئية أخرى مثل البيئة الثقافية، والنظام القانوني السائد، وغالبا ما تعتمد الشركات علي نوعين أساسيين من القنوات التوزيعية: قنوات التوزيع المباشرة، وقنوات التوزيع الغير مباشرة.³

1- قنوات التوزيع المباشرة : تتعامل الشركة في ظل هذا النوع من القنوات التوزيعية مباشرة مع المستهلك النهائي في الأسواق الأجنبية، دون اللجوء إلى الوسطاء في السوق المحلي. أي أن الشركة المنتجة تصبح مسؤولة عن شحن البضاعة إلى الأسواق الخارجية بنفسها، عن طريق إدارة التصدير، و بالسيطرة المباشرة على قنوات التوزيع تتمكن الشركة من فرض سيطرتها على أسواق منتجاتها وهذا لارتباطها بصفة مباشرة بأسواقها الخارجية ، كما اعتمادها هذه الطريقة يزيح عنها بعض المشكلات الخاصة بالمؤثرات البيئية المختلفة في الأسواق الخارجية التي قد تجهلها الشركة.

2- قنوات التوزيع الغير مباشرة: في هذا النوع يتحمل وسطاء البيع مسؤولية نقل منتجات الشركة إلى الأسواق الخارجية ، ويكون الوسيط إما من دولة المصدر، أو من الدولة الأجنبية ، وبعتماد الشركة لهذه القناة تحقق عدة مزايا ، أهمها انخفاض تكاليف

¹Corinne Pasco Berno, **Le Marketing International** , 2^{ème} éd, CEFI, Groupe Coface, DUNOD, Paris, 1997,P 179.

²هاني حامد المضمور، مرجع سابق، ص 428.

³عمرو خير الدين، مرجع سابق، ص 323-324.

التصدير، فضلاً عن بساطة سهولة التعامل من خلال هذه القنوات، بحيث لا تتحمل الشركة أي تكاليف مرتبطة بإنشاء قنوات التوزيع، وتحرر من مسؤولية نقل البضائع إلى الأسواق الخارجية، وهناك عدة أنواع من الوسطاء:¹

➤ - وسيط التصدير و الاستيراد: و هم وسطاء مستقلون يسعون إلى الجمع بين البائع و المشتري لعقد الصفقة، و يطلق عليهم أحيانا صانعو اللعبة التوافقية (match Markers) و يمتلكون السلع بل و يحصلون على نسبة ربح يتفق عليها من مجمل الصفقة، و يتعامل وسيط التصدير و الاستيراد مع كل حالة على حدة، و مع كل قضية و يحسب خصوصيتها لعقد الصفقة المطلوبة.

➤ - و وكيل الاستيراد و التصدير: لا يمتلك وكيل الاستيراد و التصدير البضاعة بل قد يحتفظ بها لوقت معين ثم يقوم بتصريفها وهناك أنواع متعددة لمثل هؤلاء الوكلاء، فالبعض منهم يجري الصفقة عن طريق وسطاء أو تجار الجملة، و البعض الآخر يتصل مباشرة ببائعي المرفق، مع المستهلكين مباشرة، و يحصل الوكيل على عمولة المبيعات التي ينجزها، و قد يكون للمنتج أكثر من وكيل بيع.

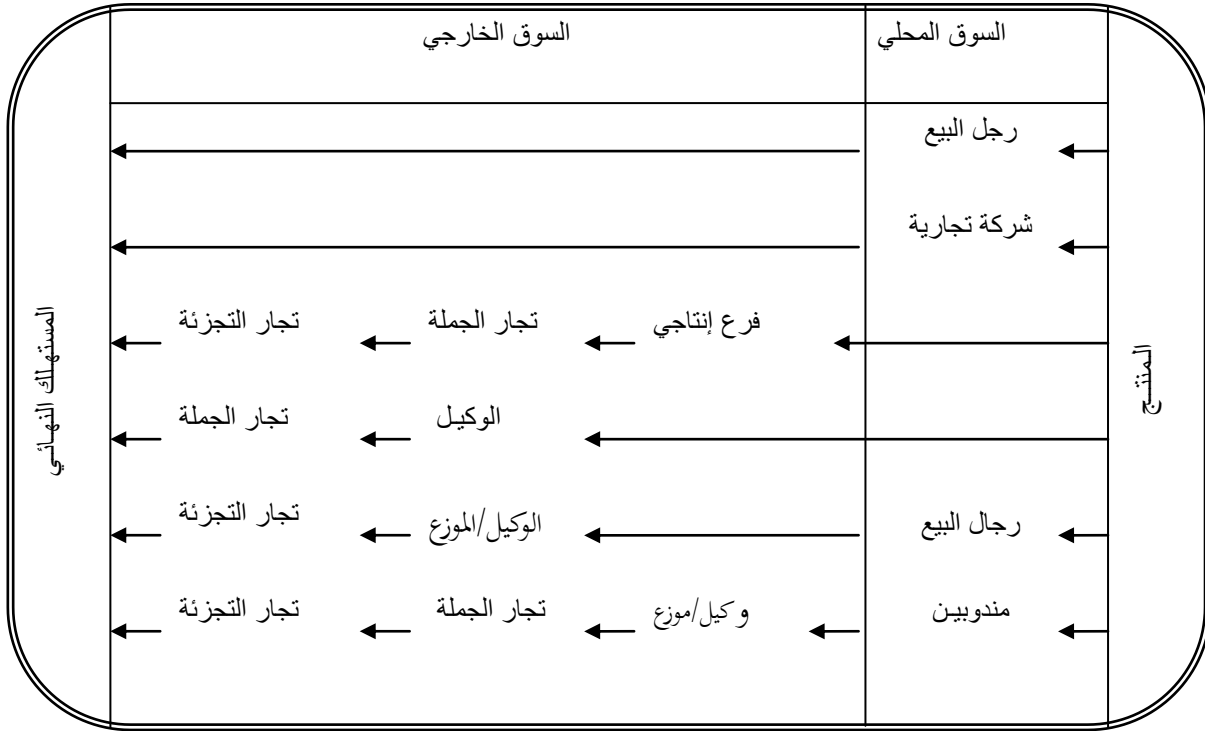
➤ - وكلاء بيع المنتج أو المصنع: و هم يمثلون المنتج و الصانع لمدة معينة أو لمدة طويلة نسبياً، و يمنح كل وكيل منطقة معينة لترويج مبيعاته هناك.

لكن هناك جملة من العيوب تنجم عن استخدام هذه القنوات الغير مباشرة، لعل أهمها، فقدان الشركة لأهمية السيطرة والرقابة على منتجاتها، الأمر الذي قد يؤثر على نجاح منتج الشركة في المستقبل. كما ان هذه القنوات الغير مباشرة تتسم عموماً بعدم الاستقرار، نظراً لاعتمادها على درجة قبول منتجها في الأسواق المستهدفة، ومدى إمكانية تحقيق أرباح مناسبة للوسطاء.

وبغض النظر عما إذا كانت الشركة تعتمد على قنوات التوزيع المباشرة أو الغير مباشرة، فإنها تملك إمكانية اختيار بديل من بدائل قنوات التوزيع الدولية التالية:

¹ شوقي ناجي حواد، مرجع سابق، ص، ص176-177.

الشكل رقم (2-3): بعض بدائل قنوات التوزيع الدولي



المصدر: هاني حامد المضمور، إدارة قنوات التوزيع، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 1999 مرجع سابق، ص 427.

بالإضافة إلي ما سبق ذكره فان الشركات تضطر في بعض الأحيان إلى التعامل مع المنشآت العاملة في مجال التسويق الدولي.ومن أهم المنشآت التوزيعية ما يلي:¹

3- منشآت أو وكلاء تجار الجملة:

هناك عدة أنواع من تجار الجملة، في مجال التسويق الدولي، أهمها:

✓ -شركات إدارة التصدير:

تتكفل هذه الشركات بنقل البضاعة إلى الأسواق الخارجية، مقابل عمولة تعتمد على مقدار المبيعات، أو مقابل خدمات إضافية أخرى. وقد يتخصص مدير التصدير المشترك في سلعة معينة، أو مجموعة السلع المتشابهة غير المتنافسة، وقد يتخصص أيضاً في سوق معين، أو قد يمتد نشاطه ليشمل عدد أكبر من الأسواق.

¹ هاني حامد المضمور، مرجع سابق، ص 430

✓ -وكيل تصدير المنتج:

هو عبارة عن وسيط وظيفي، يقوم بتقديم خدماته لموكله بموجب عقد محدد الأجل، ويتعامل هذا الوكيل لحساب غيره ولكن تحت اسمه الخاص. وعلى هذا الأساس، فهو لا يعمل بمثابة إدارة تصدير لمنتج، إلا أنه يقدم خدمات مشابهة لتلك التي يقدمها مدير التصدير المشترك. وتظهر أهميته بصفة خاصة في تصدير السلع النمطية والمتجانسة ذات الأسواق المنتظمة.

✓ -الوكالة الإدارية:

تنفذ الوكالة الإدارية أعمالها في السوق الخارجي حسب إجراءات تعاقدية مع الشركة الأم، حيث تمثل الشركة الأجنبية في عملياتها في إحدى البلدان المستوردة، بسبب معرفتهم الوثيقة بعادات ولغات البلدان المستوردة.

✓ الشركات التجارية:

هي وسطاء تجارة جملة محليون، يقومون بأداء الوظائف التقليدية لتجارة الجملة، بالإضافة إلى جمع المعلومات عن السوق، وتطوير وتنفيذ خطط تسويقية، مناولة وتخزين البضائع، تمويل الموزعين وتجار التجزئة، البحث عن مصادر التوريد المناسبة...إلخ. وعليه فهم يتحملون كامل المسؤولية المتعلقة بتسويق وبيع السلع، وكذلك مخاطر تسويقها، سواءً في السوق المحلي أو السوق الخارجي.

4- محلات بيع تجزئة:

تتأثر محلات التجزئة في دولة ما بالعادات والتقاليد والقيم السائدة، وكذا مدى تدخل الحكومة في نشاطاتها. وعليه، كلما زادت درجة التطور الاقتصادي، زاد حجم أعمال التجزئة والوظائف التي تقوم بها. ويظهر ذلك جلياً في الدول الصناعية المتقدمة مثل بريطانيا وفرنسا...إلخ.

رابعا :استراتيجيات الترويج :Promotion Strategies

يعد الترويج العنصر الرابع من عناصر المزيج التسويقي، كما يعتبر أحد الأدوات التسويقية التي يستخدمها رجال التسويق في تنفيذ الاستراتيجيات التسويقية ككل ، وهو شكل من أشكال الاتصال بين المنشأة و مستهلكيها.

حيث يعرف "راشمان Rachman " النشاط الترويجي على أنه: " نشاط الاتصال التسويقي الذي يهدف إلى اختبار، أو إقناع، أو تذكير الأفراد بقبول، أو بإعادة الشراء، أو بالتوصية، أو باستخدام منتجاً أو خدمة أو فكرة." ¹

¹إسماعيل السيد، الإعلان ودوره في النشاط التسويقي، الدار الجامعية، مصر، 2002، ص 03.

من التعريف السابق يمكن القول أن الترويج هو عبارة عن الاتصالات التي تضمن الفهم بين الشركات و الجماهير قصد إحداث إنباه إيجابي نحو الشراء أو القبول بفكرة ما ، كما انه من بين الوسائل التي تحقيق و تخلق الثقة المستمرة بين الشركة و منتجاتها المقدمة و المستهلك .

لكي تقوم الشركة بالتواصل مع الجماهير والمستهلكين تقوم بالإعلان و ترويج المبيعات و البيع الشخصي وتعتمد في ذلك علي عدة طرق ووسائل وهذا لوفرة وسائل الإعلان مثل الراديو ،التلفزيون ،الجرائد ،المجلات،الملصقات، و الإعلانات الداخلية و يجري اختيار الوسيلة في ضوء نوعية و طبيعة السلع المراد إيصالها إلى المستهلك المستهدف، فمثلا لكل من السلع التقنية و الأجهزة العلمية ، و السلع مثل (أجهزة الطبع و الرافعات) أسلوب بيعي و خدمي يختلف عن الآخر، كما يجري الترويج كذلك من خلال وسائل الإعلام و العلاقات العامة و المعارض التجارية التي تقام للترويج عن السلع المختلفة، فمثلا إقامة الاحتفالات و السباقات الرياضية المختلفة و إقامة العروض المسرحية و عروض الأزياء و غيرها تعد وسائل إعلامية مناسبة و منهجا لبناء و تطوير علاقات عامة لها مردود ايجابي تجاه السلع و السوق المستهدف.¹

و بما أن الترويج عنصر من عناصر المزيج التسويقي فهو يؤثر ويتأثر ببقية المتغيرات لذا يلجا مدراء الترويج في الأغلب إلى اعتماد الاستراتيجيات التي يمكن حصرها في الشكل التالي:

الشكل رقم (2-4) البدائل الإستراتيجية للترويج المنتج Product

نفس المنتج(تنميط المنتج)	تكييف المنتج	منتوج جديد و مختلف
نفس الرسالة(تنميط المنتج)	نفس الرسالة(تنميط المنتج)	نفس الرسالة(تنميط المنتج)
تكييف الرسالة	تكييف الرسالة	تكييف الرسالة
رسالة مختلفة	رسالة مختلفة	رسالة مختلفة

المرجع : محمود جاسم الصميدعي ،ردينه عثمان يوسف ،إدارة الأعمال الدولية ،مرجع سابق، ص148.

¹ شوقي ناجي جواد ،مصدر سابق ،ص279-280.

الفرع الثالث: إستراتيجية الموارد البشرية

تعد إستراتيجية إدارة الموارد البشرية في الشركات المتعددة الجنسيات من المواضيع الهامة لأنها ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالإستراتيجية العامة للشركة وبأدائها ككل، أي أنها لا تقل شأن عن الأنشطة الأخرى كالتسويق، الإنتاج، والتمويل، وهي تشمل عدة إستراتيجيات كالتوظيف بمختلف صورته، تنمية و تطوير الموارد البشرية كالتدريب و التكوين، تقييم الأداء، تقديم الحوافز.

أولاً- إستراتيجية التوظيف:

تعتبر هذه الإستراتيجية في الشركات المتعددة الجنسيات من الجوانب الإيجابية لها وهذا لما توفره من مناصب شغل في الدول المضيفة و بالأخص النامية منها، أي المساهمة في إنقاص معدل البطالة، و هذا ما أشارت إليه إحصائيات الأمم المتحدة و التي قدرة عدد الوظائف التي توفرها الشركات المتعددة الجنسية بحوالي 73 مليون وظيفة منها 60 في الدول النامية، وتعتمد الشركات المتعددة الجنسيات ثلاث مصادر في سعيها لتوظيف لكل منها عيوب وحسنات و الجدول التالي يوضح ذلك.¹

جدول رقم (2-1) التأثير المباشر و غير المباشر للتوظيف

التأثير المباشر	التأثير غير المباشر
إيجابي :	إيجابي :
1- يخلق فرص عمل إذا كان المشروع جديداً.	1- مضاعفة التأثيرات الإيجابية (زيادة القوة الشرائية، تحسين السيولة النقدية، الرفاهية... الخ)
2- أجور أعلى مقابل زيادة إنتاجية.	2- نقل خبرات فنية جديدة و إدارية إلى القوى العاملة المحلية.
3- استحداث وظائف و أعمال إضافية في البلد.	3- جذب الكفاءات للعمل في فروع ش.م.ج في البلد المضيف.
سليبي :	سليبي :
1- يقلل من فرص العمل إذا كان الاستثمار تملك مشروع قائم	1- نقص الوظائف في البلد الأم للشركة.
2- خلق مشاكل مع نقابات العمال.	2- التغيير في مستوى الأجور في البلد المضيف و البلد الأم.
3- يحدث اختلال في التوازن الوظيفي بين مختلف المناطق.	3- دخول شركات استثمار أجنبية محل الشركات التي استثمرت خارج البلد.

المصدر: علي عباس، إدارة الأعمال الدولية (الإطار العام)، دار الحامد للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2007، ص 393.

¹ علي عباس، مرجع سابق، ص 392.

ثانياً: إستراتيجية التعويضات: Compensations

في هذه الإستراتيجية تقوم الشركات المتعددة الجنسية بعرض تعويضات عمل (أجور و حوافز) عالية بالمقارنة مع ما تعرضه الشركات المحلية، و الهدف من وراء ذلك هو استقطاب المهارات الإدارية و الفنية المحلية العاملة في الشركات الوطنية في البلد المضيف، هذا الإجراء من جانب هذه الشركات يعمل على زيادة الأجور و الحوافز في مناطق جغرافية أخرى داخل البلد، كما يعمل على زيادة الطلب على الكفاءات الجديدة داخل البلد المضيف¹.

ثالثاً: إستراتيجية تطوير الموارد البشرية:

يعتبر تطوير رأس المال البشري وتنميته من الأعمال الجوهرية لزيادة القدرة التنافسية للشركات، وما ساعد على ذلك هو التقدم والتطور المستمر في وسائل الاتصالات و النقل وكذا طرق الإنتاج التي جعلت من عملية الالتحاق بالركب عملية لا مفر منها، لذا فان أن الشركات تولي اهتماما كبيرا لعملية تنمية الموارد البشرية للعاملين لديها من خلال منحهم فرص التدريب، وتقديم الحوافز .

وهناك عدة طرق تتبعها الشركات في عملية التنمية و التدريب، فهي تفرض التدريب مثلاً على جميع موظفيها في حالة إعتقاد الشركة أو شراء تكنولوجيا جديدة كما أن عملية التدريب مرتبطة أساساً بالاستراتيجيات العامة لشركة وقد تكون غالباً على النحو التالي:²

أ- في استراتيجيات التكامل البسيطة تكون الشركة مهتمة أكثر بمزايا عروض العمل المحلية قليلة التكلفة، و لذلك تلجأ إلى توظيف العمالة غير الماهرة و شبه الماهرة و تدريبهم على مهارات عمل محدودة.

ب- و في حالة إتباع إستراتيجية ظرفية، تكون حجم و نوعية التدريب محددة حسب الظروف التي تمر بها عملية الإنتاج للسوق المحلي، حيث تعقد برامج التدريب حسب الاحتياجات المحلية و متطلبات الشركات التابعة.

ج- و في حالة إستراتيجية التكامل المعقدة: تكون هناك حاجة أكبر لتنسيق التدريب و دعمه، حيث يكون التطوير و التنفيذ على المستوى الأولي مهما لإعداد إستراتيجية تكاملية معقدة، و على هذا المستوى تحاول الشركات المتعددة الجنسيات تطوير مزيج من سياسات إدارة الموارد البشرية، فالموظفون التنفيذيون القداماء معرضون في أي وقت للنقل إلى الإدارة العامة أو المركزية، أما الموظفين الآخرين معرضون لإعادة توزيعهم على الإدارات التي تحتاج إلى وظائفهم حتى و لو كان مكان العمل في دولة أو منطقة جغرافية أخرى، إلا أن أي منهم لا ينقل من مكانه قبل اجتياز برنامج تدريب خاص بالمكان أو العمل الجديد.

بالإضافة إلى ما ذكرناه سابقاً فان الشركات تقوم بتوفير التدريب في فروعها الخارجية ويكون مماثل لنوع و مستوى التدريب في المقر الرئيسي في البلد الأم، وتكون طرق التدريب المنتهجة متنوعة و مختلفة وهذا بحسب اختلاف المستوى الوظيفي للعامل

¹ علي عباس، مرجع سابق، ص 282

² نفس المرجع السابق، ص 388.

و الصناعة، بالإضافة إلى نوع إستراتيجية المتبعة من طرف الشركة قصد الدخول للسوق (تملك أو مشاركة)، و طبيعة التكنولوجيا المستخدمة و أساليب الإدارة المستخدمة في الشركات التابعة و التي يكون لها تأثيرا على حجم و نوعية التدريب، وهذا ما تقوم به شركة ديمر بنز (Daimler-Benz) الألمانية المنتجة لسيارات مرسيدس حيث تقوم بتنفيذ برامج تدريب مهنية في جميع الدول التي لها فيها وكالات تجارية، و تدرب سنويا حوالي 2500 موظف في فروعها التابعة في الدول النامية، و التي إستفادت من هذه الإستراتيجية إلى حد أن بعض الشركات أصبحت تعتمد على فروعها الأجنبية لتدريب موظفيها على غرار شركة فورد، و ما زاد، اللتان ترسلان موظفيها للتدريب و التكوين لدى شركاتها التابعة في المكسيك¹.

إن إتباع الشركات المتعددة الجنسيات لهذه الاستراتيجيات تفتح أمامها الأفاق لامتلاك اليد العاملة الرائدة كما أن هذه الإستراتيجية تعد من نقاط القوة للشركات و التي تسمح لها بالتفاوض من موقع قوة مع الدول خاصة النامية منها و التي تسعى جاهدة إلى الظفر بفرص التدريب و التكوين ونشر المهارات التي تقوم بها هذه الكيانات العملاقة .

الفرع الرابع: إستراتيجية البحث و التطوير التكنولوجي

إن السيطرة على عمليات البحث و التطوير تعد من أهم الوسائل التي تدفع الشركات إلى السعي للبحث عن الإنجازات العلمية والتكنولوجية في سبيل سعيها لامتلاك التقدم التقني و التكنولوجي ، و الذي يعد آلية إستراتيجية و سلاحا أساسيا للشركات عابرة القارات في فرض سيطرتها وخلق و اكتساب مزايا تنافسية ،وتتعلق هذه الإستراتيجية بمختلف الجوانب الفنية للشركة أو لوحدة الأعمال وتنصب على البحث من اجل دعم الطاقة التكنولوجية الموجودة في الشركة أو تطويرها أو اقتنائها ، كما تعنى بتطوير أساليب الإنتاج، وكل هذا يعد بدائل تتطلب المفاضلة فيما بينها من اجل التكاليف و العوائد².

من اجل ذلك اعتمدت الشركات عابرة القوميات إستراتيجية للتعاون فيما بينها خاصة في ميدان البحث العلمي بعيدا عن جنسية الشركات (يابانية أو أمريكية أو أوروبية) ، وهذا لتحقيق غايتها التي تمركزت تحت هدفين - الهدف الأول اقتصاد فرص المنافسة الاحتكارية التي تؤثر سلبيا على الكل. و الهدف الثاني - لتأمين أقصى الأرباح على العوائد المتحققة لها عالميا. و قد قامت الشركات الأوروبية بعقد تحالفات دفاعية مع الشركات الأمريكية لضمان التقنيات و الدخول للأسواق الأمريكية،مقابل ذلك عقد تحالف بين الشركات الأوروبية الفرنسية-الألمانية عام 1994 لشراء 20% من البرنامج الاستراتيجي الأوروبي للبحث و التطوير في تقنية المعلومات و الاتصالات التلفزيونية. و في إطار السياسات العلمية و التقنية في المراكز المتقدمة. فقد برزت عام 1994 ظاهرة بناء مختبرات البحث و التطوير للشركات عابرة القوميات خارج الحدود الوطنية مثلا. فقد بلغ مجموع المختبرات البحثية لليابان في دول الاتحاد الأوروبي (70) سبعون مختبرا عام 1990 مقابل (250) مختبرا عام 1994 في حين بلغت المختبرات الأوروبية

¹ علي عباس، مرجع سبق ذكره ، ص389.

² رحيم حسين، مرجع سابق، ص157

المستوطنة في الولايات المتحدة الأمريكية نسبة 96% و قد أصبحت هذه المختبرات قناة أساسية للعوائد المالية الكبيرة التي تستخدمها لتغطية الجزء الأكبر من نفقات البحث و التطوير.¹

و لم تكنف الشركات عابرة القارات بعقد التحالفات فيما بينها لثورة البحث و التطوير التي تدعو لها بل دفعت الشركات لتوفير الحماية القانونية و الشاملة للمعرفة في باب كامل في منظمة التجارة العالمية (الجات)1994 بإسم حقوق الملكية الفكرية للمطالبة بضمن براءات الاختراع التقليدية و العلامات التجارية التي كانت متاحة قبل ذلك في السنوات السابقة، في حين أصبحت سندا للمطالبة بضمنها حتى بعد نشرها في الكتب و الدوريات عند استخدامها في إنتاج سلعة بإسم متميز و علامة تجارية خاصة بالمنتج و بعيدا عن التقليد او التزييف في التعامل التجاري.²

بعد أن تعرضنا للاستراتيجيات العامة للشركات و كذا الاستراتيجيات الوظيفية سوف نعرض على الإستراتيجيات المتبعة من طرف الشركات المتعددة الجنسيات بغية الدخول إلى الأسواق و التي ترتبط ارتباطا و وثيقا بالاستراتيجيات السابقة.

المطلب الثاني: إستراتيجية الدخول للأسواق الدولية:

تعتمد الشركات الدولية و المتعددة الجنسيات بصفة خاصة على عدة أشكال وطرق وإستراتيجيات في سبيل اختراقها و غزوها للأسواق الدولية ويتوقف اختيارها أو تفضيلها لأسلوب معين دون الآخر، بناءً على خصائص المنشأة من جهة، ومحيطها من جهة أخرى. وهذا أثبتت الدراسات التجريبية، بأن أشكال الالتزامات تتغير حسب العوامل التالية:³

- 1- طبيعة الاختلاف بين الدول المضيفة، من حيث درجة التقدم الاقتصادي و الاجتماعي، النظام السياسي المطبق، والأهداف التي تسعى إلى بلوغها من وراء الاستثمار الأجنبي؛
- 2- حجم المنشأة، أهدافها، ودرجة دولية نشاطها، وعدد الأسواق العالمية التي تخدمها؛
- 3- أنواع وجودة الخدمات و المنتجات التي تقدمها إلى السوق الدولي، ومجالات النشاط...؛
- 4- عوامل ترتبط بالأرباح و التكاليف المتوقعة، ومتطلبات الاستثمار المالية و الفنية، و الأخطار التجارية و الغير تجارية؛
- 5- درجة المنافسة في الأسواق الدولية، وخصائص النشاط الذي تمارسه الشركات الدولية.

أما جملة الأساليب و الاستراتيجيات المعتمدة فقد اختلف فيها كثيرا لذا سوف نقتصر في دارستنا على تلك الشائعة منها و التي تتمثل في :

- 1- التصدير المباشر و الغير مباشر
- 2- الاتفاقات التعاقدية؛

¹ هيفاء عبد الرحمن، آليات العولمة الاقتصادية و آثارها، مرجع سابق، ص 368

² نفس المرجع السابق، ص 369.

³ عبد السلام أبو قحف، التسويق الدولي، مرجع سابق، ص 98

3- الاستثمار الأجنبي المباشر؛

4- التحالفات الإستراتيجية

الفرع الأول: التصدير يعد التصدير أبسط طريقة، تستطيع بها المنشأة الدخول إلى السوق الأجنبية. ويقصد به: " قدرة الدولة و شركاتها على تحقيق تدفقات سلعية، وخدمية، و معلوماتية، ومالية وثقافية، وسياحية و بشرية إلى دول و أسواق دولية أخرى، بغرض تحقيق أهداف الصادرات من أرباح و قيمة مضافة ، وتوسيع و نمو و انتشار، وتوفير فرص العمل، و التعرف على ثقافات البلدان الأخرى، و الحصول تكنولوجيات جديدة و غيرها... إلخ".¹ وهي تنقسم إلى نوعين :

أ-التصدير المباشر : و يعني تسويق السلع و الخدمات و الأفكار بين الشركات العالمية مباشرة دون وجود وسيط وجود اتفاقيات و تفاهم مشترك.

ب-التصدير غير المباشر: و يشير إلى تسويق السلع و الخدمات و الأفكار بين الشركة البائعة إلى الشركة المشتريّة عبر وسيط يقوم عملية التسويق، أي أن الشركة البائعة تسلّم السلع و الخدمات إلى الوسيط الذي يقوم بدوره ببيعها إلى الشركة أو الشركات المشتريّة.

الفرع الثاني: الاتفاقات التعاقدية

تعرف الاتفاقات التعاقدية على أنها عبارة عن ارتباط طويل الأجل بين شركة دولية وشركة في دولة أخرى، يتم بمقتضاها نقل التكنولوجيا، و حق المعرفة، من الطرف الأول إلى الطرف الثاني، دون استثمارات في أصول مادية من طرف الشركة الدولية.²

أولاً-عقود التراخيص :

تعد هذه العقود من أهم الطرق التي تعتمد عليها الشركات في حال أرادت النفاذ إلى الأسواق العالمية وتعتمد إليه الشركات في الحالات التالية:³

أ-الحالة الأولى: التراخيص الاضطرارية: تعتمد عليها الشركات الأجنبية في حالة الدول التي ترفض التملك المطلق لمشروعات الاستثمار للشركات متعددة الجنسيات، و إزاء هذا الموقف، تضطر الشركات المعنية إلى إبرام عقود يتم بمقتضاها، بيع براءة الاختراع أو التراخيص في هذه الدول، كوسيلة لاقتحام هذه الأسواق،بالإضافة إلى ذلك، توجد حالات أو ظروف أخرى، تتلخص في الآتي:

- حالة صغر حجم السوق بالدولة المضيفة، وعدم ربحيته في الأجل الطويل؛

¹فريد النجار، تسويق الصادرات العربية: آليات تفعيل التسويق الدولي ومناطق التجارة الحرة العربية الكبرى، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2002، ص 15.

²عمرو خير الدين، مرجع سابق، ص 52.

³عبد السلام أبو قحف، "التسويق الدولي"، مرجع سابق، ص 119

- حالة عدم الاستقرار السياسي و الاقتصادي بالدولة المضيفة.

ب- الحالة الثانية: التراخيص الاختيارية: في هذا الوضع ، تقوم الشركات المتعددة الجنسيات بتفضيل منح تراخيص الإنتاج، أو التسويق كأسلوب للدخول إلى الأسواق الدولية، بالرغم من تواجد فرص الاستثمار المباشر بأشكاله المختلفة في هذه الأسواق، ويرجع ذلك إلى جملة من الأسباب، أهمها:

- عدم توافر الموارد المالية اللازمة للاستثمار المباشر بالدول المضيفة؛
- ضعف الدراية و الخبرة التسويقية بالسوق المضيف؛
- ارتفاع كفاءة الشركة المعنية في مجالات التنمية و البحوث مقارنة بقدرتها المالية والتسويقية؛
- الرغبة في بيع التراخيص و استعمالها كبديل للتصدير؛
- الرغبة في اختبار السوق الدولي كمرحلة أولية، قبل الدخول في الاستثمار المباشر؛
- الرغبة في تقليل حدة المخاطر و التكاليف.

تتيح عقود التراخيص جملة من المزايا، نلخصها في النقاط التالية:¹

- تعتبر وسيلة سهلة و سريعة للنفاذ للأسواق الخارجية، نظراً لأنها لا تتطلب رؤوس أموال للخارج؛
- يعتبر الترخيص بديل جيد مقارنة باستيراد نفس المنتج، وخاصة في حالة ارتفاع أسعاره العالمية،
- يمثل الترخيص مصدراً ثابتاً و مضموناً للدخل بالنسبة للشركة المانحة له، مقارنةً بالدخل الناتج عن الاستثمار المشترك التي تتسم عوائده بالتقلب؛
- يزيد الترخيص من عمر المنتجات في مرحلة النضج، من خلال إنتاجها وتسويقها في أسواق جديدة؛
- تستفيد الشركات المحلية المرخص لها من تطوير منتجاتها في الخارج من جراء نقل التطويرات الجديدة ، مما يسمح لها بتوفير نفقات البحوث و التطوير؛
- يعتبر الترخيص أنسب بدائل النفاذ إلى الأسواق الخارجية، وخاصة في حالات التخوف من تأمين الاستثمارات، وارتفاع تكاليف الشحن للسوق المستهدف، أو خطر استيراد المنتج المعني.

ثانياً- عقود الامتياز الدولي :

هو شكل خاص من أشكال عقود التراخيص، بحيث تقوم شركة دولية بمنح حق امتياز أداء عمل معين لشركة محلية في دولة أخرى، تحت الاسم التجاري للشركة صاحبة الامتياز، خلال فترة زمنية معينة، و في مكان محدد، مقابل الحصول على عائد مالي

¹ يحيي سعيد، علي عيد، بحوث التسويق والمصدر الناجح" ، دار الأمين للطباعة والنشر والتوزيع، مجهول بلد النشر، الطبعة الأولى 1997، ص 86

من الحاصل على الامتياز،¹ وهو يعد خيار استراتيجي لدخول الأسواق العالمية من خلال منح الشركة الأم، و التي تكون شركة كبيرة ذات إمكانيات مالية و فنية متقدمة في العادة، حق استخدام علامتها التجارية أو بيع منتجاتها إلى شركات صغيرة في مناطق متفرقة و بلدان متعددة، للامتياز ثلاثة أشكال هي:²

أ- امتياز المنتج : يقوم من يحصل على هذا الامتياز بدفع الأجر و الرسوم إلى الشركة الأم صاحبة الامتياز بما يسمح له بحق بيع المنتج الذي يحمل العلامة التجارية للشركة الأم و الذي يشتريها من صاحب الامتياز ثم يعيد بيع هذه المنتجات

ب- امتياز التصنيع : يقوم من يحصل على هذا الامتياز بإنتاج و توزيع منتجات الشركة الأم واستخدام المواد الخام و التركيبة الفنية للإنتاج التي تعتمد عليها الشركة الأم ذاتها.

ج- امتياز تأسيس بعض الأنشطة : يصبح من يحصل على هذا الامتياز حق تأسيس نشاط يحمل اسم صاحب الامتياز و نفس المظهر الخارجي للشركة الأم، و خير مثال على ذلك سلاسل مطاعم الوجبات السريعة (مكدونالدز، كنتاكي، برجر كنك، بيتزا هت).

وهناك أنواع أخرى سنكتفي بذكرها لنعود لتفصيل فيها في الفصل الموالي و التي تتمثل في:

عقود تسليم المفتاح أو المنتج

عقود التصنيع و عقود الإدارة

صفقات التعاقد من الباطن

الفرع الثاني: إستراتيجية الدخول إلى السوق عن طريق التملك

تعتمد هذه الإستراتيجية على أن تكون الشركة الأجنبية طرفا في المعادلة وتعرف أيضا بأنواع الاستثمارات الأجنبية المباشرة، أي تواجد الشركة على تراب الدولة المضيفة عكس التراخيص و حقوق الإمتياز، أو التحالفات الإستراتيجية وهذا من أجل الظفر بمواقع سوقية جديدة .

أولاً-التحالف الإستراتيجية: Strategic Alliances

تعرف التحالفات الإستراتيجية العالمية على أنها ، شراكة بين شركتين أو أكثر من دول مختلفة ترتبط معا لتحقيق مشروعات معينة، أو التعاون في مجالات مختارة من الأعمال أو هي قيام منظمين أو أكثر بالاشتراك في الموارد و النشاطات من أجل تنفيذ

¹عمرو خير الدين، مرجع سابق ، ص 57

²زكريا مطلق الدوري ، د احمد على صالح ، إدارة الأعمال الدولية منظور سلوكي واستراتيجي ، مرجع سابق، ص140.

إستراتيجية معينة و هو ما يدخل في إطار التعاملات الودية، أما أسباب دخول الشركة في تحالفات أو إتحادات مع شركات أخرى للتعادل أو التكافؤ التنافسي، أو الحصول على المزايا التنافسية ذات الصلة بالمنافسين فضلا عن إعتمادها لإنتاج و إدارة الإبداعات المشتركة.¹ يمكن للتحالفات الإستراتيجية أن تتخذ عدة أنواع و التي يمكن حصرها فيما يلي :

أ-التحالفات الوظيفية: التحالفات الإستراتيجية الوظيفية قد تكون ضيفة المجال و ترتبط فقط في منطقة وظيفية واحدة من العمل و في هذه الحالات يكون تكامل الاحتياجات للشركات المساهمة أقل تعقيدا و بذلك فالتحالفات المستندة وظيفيا عادة لا تأخذ شكل الاتحاد بالريح و الخسارة.²

ب-التحالفات الإنتاجية :

يساهم التحالف الإنتاجي في تعزيز قدرات المتحالفين أو أحدهم ،حيث هناك العديد من الشركات الأمريكية، و اليابانية و الآسيوية، التي تقيم مصانعها خارج حدودها الإقليمية تحقيقاً لإحدى المزايا المذكورة أعلاه. وخير مثال على ذلك التحالف الاستراتيجي الإنتاجي بين شركتي جنرال موتورز و تويوتا (Toyota)، حيث يتيح ذلك للأولى فرصة تعلم المعرفة الإنتاجية الخاصة بشركة Toyota في مجال صناعة السيارات صغيرة ومتوسطة الحجم، في مقابل مساعدة Toyota في الدخول إلى السوق الأمريكية، وبناءً عليه، فقد قامت الشركتين بالدخول في مشروع مشترك لإنتاج 200.000 سيارة سنوياً.³

ج-التحالفات التسويقية :

إن التحالفات التسويقية هي تحالفات تتقاسم فيها شركتين أو أكثر خدمات التسويق أو الخبرات و في أغلب الحالات فهي تربط شريكا يقدم منتجاتها أو خدماتها في سوق يكون الشريك الآخر له حضور فيه بحيث تساعد القادم الجديد بالترويج و الإعلان و توزيع منتجاته أو الخدمات و أن هذه الشركة التي تم تأسيسها قد تتفاوض على سعر ثابت لما تبديه من مساعدة أو تشارك بنسبة مئوية بمنتجات القادم الجديد على أسس متبادلة،⁴ و يترتب على التحالفات في التسويق العالمي ما يلي:⁵

- 1- الإشتراك في الإعلانات ذات المصالح المشتركة؛
- 2- الإشتراك في دراسة البحوث و التطوير بموازنة مشتركة؛
- 3- الإشتراك في دراسة التصميمات الصناعية الجديدة؛
- 4- الإشتراك في تغطية تكاليف دراسة السوق. مثل اشتراك أكثر من شركة تنتج الهاتف المحمول في ميزانية دراسة السوق في المغرب أو السوق الخليجي؛
- 5- التحالف بين عدد من حلقات التوزيع لتحقيق صفقات معينة بأسعار متفق عليها؛

¹ زكريا مطلق الدوري، د احمد على صالح، مرجع سابق،ص142.

² نفس،المرجع السابق ص143.

³ عمرو خير الدين، مرجع سابق ، ص 73

⁴ زكريا مطلق الدوري، د احمد على صالح،نفي المرجع السابق،ص143.

⁵ فريد النجار، التحالفات الإستراتيجية: من التنافس إلى التعاون - خيارات القرن الحادي والعشرين، الطبعة الأولى، إيتراك للنشر والتوزيع، مصر، الطبعة الأولى 1999 ص67.

6- التحالفات التجارية لإنشاء منطقة تجارة حرة أو اتحاد جمركي؛

د-التحالفات المالية :

إن التحالف المالي هو تحالف للشركات التي تريد تقليل المخازفة المالية المتعلقة بمشروعها ، و قد يتشارك الشركاء بشكل متساوي في المساهمة في الموارد المالية للمشروع أو إن أحد الشركاء يساهم بالأموال المالية بينما يزود الطرف الثاني أو الشريك الخبرات الخاصة أو عمل أنواع أخرى من المساهمات بموازنة جزئية لنقصها في الاستثمار المالي.¹

هـ-التحالف بالبحث و التطور(R&D)

يركز تحالف(R&D) على موافقة الشركاء على تحمل مصاريف البحث لتطوير منتجات أو خدمات جديدة ويمكن أن تنقسم التحالفات التكنولوجية إلى المجموعات التالية:²

- تحالفات في شكل برامج المعونة الفنية و التدريب؛
- تحالفات بين المنتجين الكبار في نفس الصناعة؛
- تحالفات بين المنتجين الكبار و المنتجين الصغار؛
- تحالفات تكنولوجية في الصيانة و الإحلال الاعتمادية؛
- تحالفات بين الدول الصناعية في فرض الحظر على بعض الدول؛
- تحالفات بين المنظمات الدولية، و مجموعة الدول النامية.

بالإضافة إلى الأشكال السابقة يمكن للتحالفات أن تتخذ أشكال أخرى:³

1-التحالفات بين المنافسين : هذه التحالفات تستلزم وجود شركات متنافسة بصورة مباشرة في نفس قطاع

الصناعة ، و عادة يكون هذا التحالف قصير الأجل ، و في معظم الأحيان لا يحقق الأهداف الإستراتيجية للطرفين .

2-تحالفات الضعف :

تتكون بين شركتين أو أكثر بهدف توحيد إمكانياتهم و تحسين موقعهم في السوق ،وهذا النوع من التحالفات يفشل أو يتلاشى في النهاية أو قد ينتهي إلى إنتقال ملكية أحد الأطراف إلى الطرف الآخر .

3-تحالفات المتميزين :

تتكون بين شركة ضعيفة و أخرى قوية ، و في معظم الأحيان يبقى الضعيف ضعيفاً و تنتقل الملكية إلى الطرف الأقوى ، هذا النوع من التحالفات لا يتعدى عمره خمس سنوات و يمثل الشكل التالي . نطاق التحالفات الإستراتيجية الدولية.

¹زكريا مطلق الدوري ،د احمد على صالح،نفس المرجع السابق،ص143

²فريد النجار، التحالفات الإستراتيجية: من المنافسة إلى التعاون "خيارات القرن الحادي و العشرون ، مرجع سابق ، ص 76.

³هاني العمري ،الإدارة الإستراتيجية في البيئة العالمية ،مرجع سابق ،ص37.

و-التحالف الاستراتيجي بأسلوب الشراكة Joint venture¹:

هو نوع خاص من التحالفات الإستراتيجية الدولية الذي تقوم أسلوب الشراكة من خلاله شركتان أو أكثر بالاشتراك معًا في خلق وحدة أعمال جديدة ، أو منظمة جديدة تكون بصفة قانونية مستقلة عن عائلتها (أي الشركة المؤسسة) .
 منظمات الشراكة تؤسس بصورة طبيعية كوحدات أعمال و تكون مملوكة من قبل الشركات المؤسسة و حسب حصة كل شريك.
 هذه الحصة قد تكون متساوية بين الشركات المؤسسة ، أو قد تكون حصص غير متساوية .
 ومن هذا المنطلق نشير إلى أن التحالف الاستراتيجي هو مدخل مهم للشراكة في ميدان الأعمال بغرض الدخول أو التوسع في السوق الدولية و الذي يتطلب وجود تعاون بناء و مثمر بين شركتين أو أكثر. كل شريك أو مساهم في التحالف الاستراتيجي له دوافع العمل لمصلحته و لكنه محدد بالتعاون مع المساهمين الآخرين و ذلك باعتبار أن هذا التعاون هو أفضل طريقة للوصول إلى الأهداف المنشودة.

تستخدم المشروعات المشتركة الدولية لتحقيق أربعة أهداف إستراتيجية كما هو واضح في المصفوفة التالية:

الشكل رقم (2-7) الأهداف الإستراتيجية التي تحققها المشروعات المشتركة.

	منتجات جديدة	منتجات حالية وموجودة
أسواق جديدة New Markets	<p>للتنوع والدخول إلى أنشطة أعمال جديدة TO DIVERSIFY IN TO A NEW BUSINESS</p>	<p>لدفع المنتجات الحالية إلى الأسواق الأجنبية TO TAKE EXISTING PRODUCTS TO FOREIGN MARKETS</p>
أسواق حالية Existing Markets	<p>لإدخال منتجات أجنبية إلى الأسواق المحلية TO BRING FORRIGN PRODUCTS TO LOCAL MARKETS</p>	<p>لتعزيز أنشطة الأعمال المحلية TO STRENGTHEN THE EXISTIN BUSNINESS</p>

المصدر: هاني العمري، الإدارة الإستراتيجية في البيئة العالمية، ص44.

وهناك عدة أسباب جوهرية لتكوين هذا النوع من التحالفات الإستراتيجية الدولية² يمكن ذكر بعضها على سبيل المثال:

¹ نفس المرجع السابق، ص33.

² هاني العمري، مرجع سابق، ص44.

- 1- العمل من أجل تحقيق التكامل المنظم في المهارات والخبرات والتكنولوجيا التي تملكها منظمات مختلفة
- 2- ضمان الدخول إلى الأسواق الدولية بسرعة وسهولة
- 3- لسد الفجوة التكنولوجية بين المنظمات المتنافسة
- 4- الاستجابة الإستراتيجية لتحديات المنافسة الشديدة في هيكل الصناعة او في السوق.

ثانيا-المشروعات المملوكة بالكامل :

يمثل هذا الخيار أعلى درجات المخاطرة والإلتزام بالنسبة للشركات متعددة الجنسيات، وهو عادة ما يحتفظ به للأسواق المحلية، لما يمكنه تحقيقه من ربح وإستقرار كبيرين. ويتيح هذا الخيار للشركات متعددة الجنسيات الكبرى أن يكون لها تواجد من خلال شركات تابعة تمتلكها كلية داخل الأسواق الناشئة الرئيسية، وتشكل تلك الأنشطة عناصر أساسية في الإستراتيجيات التي توجه طرق الإنتاج والتوزيع العالمية الخاصة بهذه الشركات.¹

ثالثا-مشروعات أو عمليات التجميع: تكون هذه المشروعات على شكل اتفاقية بين طرف أجنبي وآخر وطني سواء عام أو خاص، يقوم من خلالها الطرف الأجنبي بتوفير المكونات الأصلية لمنتج معين كالسيارات مثلا على أن يقوم الطرف الوطني بتجميعها لتصبح منتجا نهائيا، وقد تنطوي مشروعات التجميع على الاستثمار المشترك أو شكل التملك الكامل للمشروع الاستثماري من جانب الطرف الأجنبي.²

رابعا-شراء حصص أغلبية في شركات الدولة المضيفة :

يتحقق هذا الشكل من خلال شراء الأسهم، أو عن طريق الخصخصة، أو إستبدال الديون بالملكية أو غيرها من الأساليب. ويتطلب هذا الخيار إلتزاماً أشد من جانب المستثمرين الأجانب وكذلك أفق زمني أطول (أي طول الوقت الذي يرغب خلاله المستثمر في المخاطرة برأس ماله إنتظار منه للعوائد المرجوة من الإستثمار). والشركات متعددة الجنسيات التي تقوم بالاستثمار في الشركات المحلية إنما تقدم فوائد كبرى للدول المضيفة، وعادة ما تعكس هذه الاستثمارات الإستراتيجية العالمية للشركات متعددة الجنسيات سواء في الإنتاج أو التوزيع مما يعمل على الإسراع بمجهودات الدول المضيفة للاندماج في الاقتصاد العالمي.³

تعد هذه الإستراتيجيات أهم وأكثر الطرق شيوعا في سبيل غزو و دخول الأسواق الدولية، حيث تستعملها الشركات المتعددة الجنسيات من أجل تحقيق فوائد و مزايا كثيرة كتوسيع الرقعة السوقية و الإستفادة من تدني الأجر و القرب من المواد الأولية، و تخطي الحواجز الاقتصادية، لكنها في المقابل تقدم خدمات و لو عن غير قصد لاقتصاديات الدول التي تستضيفها.

¹ جون د. سوليفان و اخرون، الاستثمارات الأجنبية المباشرة، مركز المشروعات الدولية الخاصة، CIPE، واشنطن الولايات المتحدة، 2004، ص23.

² عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سابق، ص 185.

³ جون د. سوليفان و اخرون، مرجع سابق، ص23.

خلاصة الفصل الثاني :

لقد حاولنا في هذا الفصل إبراز أهم الاستراتيجيات التي تعتمد إليها الشركات المتعددة القومية في طريق نموها وغزوها للأسواق العالمية و هذا بداية بتعريف الإستراتيجية وإبراز تحول المصطلح من العلوم العسكرية إلى الاقتصادية ، كما أننا أظهرنا مداخل وطرق إتخاذها ،بالإضافة إلى ذلك حاولنا ذكر أبرز وأهم الإستراتيجيات التي غالبا ما تستخدمها الشركات و بالأخص المتعددة الجنسيات عن طريق ذكر أنواعها محاولتا منا إبراز عقلية و تفكير هذه الشركات التي تهدف إلى الهيمنة على الاقتصاد العالمي، بغيت إظهار جوانب القوة و الضعف فيها ،وهذا للإستفادة من المزايا التي تمتلكها هذه الشركات وتطويعها لمصالح الدول المستضيفة و بالأخص تلك التي سوف تدفع بعجلة الإقتصاد إلى الأمام ،كمزايا خلقها لفرص العمل ،وبناء القواعد التصديرية وترقية الخبرات و نقل المعارف التقنية و التكنولوجيا عن طريق إستقطاب هذه الشركات التي تعد أكبر ممتلك للتكنولوجيا ،والتي أضحت في الوقت الحالي من أبرز المعاملات التي تدخل في معادلات النمو و الرفاه الاقتصادي وهذا ما سنتطرق إليه في الفصل الموالي الذي سيعرفنا على دور التكنولوجيا في عملية النمو الاقتصادي و على أهم وأبرز طرق خلقها ونقلها، خصوصا عن طريق من يمتلكها ألا وهي الشركات المتعددة الجنسية .

الفصل الثالث: أهداف الشركات المتعددة الجنسيات من نقل التكنولوجيا وأثرها على اقتصاد الدول المتلقية

تمهيد :

في الفصلين الأول و الثاني تم التعرف على ماهية الشركات المتعددة الجنسيات و على مراحل تطورها و الاستراتيجيات التي تنتهجها وعلى دورها في الاقتصاد العالمي، وباقتراحها بالعمولة وزوال الحواجز الاقتصادية و المنافسة الشديدة أصبحت هذه الكيانات تسعى جاهده إلى خلق منافذ جديدة لتصريف منتجاتها وتطويرها، كما أضحت دائمة البحث على أسواق تستوعبها لذا فهي تصطدم مع الدول التي تريد الدخول إليها ، وهنا تتضارب المصالح ، فمن الدول من تسعى جاهدة للظفر بخدمات هذه الكيانات ومنها من يجابها بعراقيل وقيود ولكل من الفريقين وجهة نظر يركز عليها ، وهذا بحسب رؤيته لها فمنهم من يرى أنها دينصورات عملاقة همها الوحيد يكمن في امتصاص و نهب و استغلال ثروات الدول النامية وفرض سيطرتها عليها ومنهم من يرى أنها أدوات دافعة لعجلة النمو ، و على كل من استطاع انتهاز الفرصة و اغتنامها وتسخيرها بغية اللحاق بركب التقدم والرقى الاقتصادي.

لقد أشارت معظم الدراسات الاقتصادية إلى أن الشركات المتعددة الجنسيات أضحت من أهم معالم الاقتصاد العالمي خاصة في الوقت الراهن وهذا ما جعل منها تكتسب دورا مؤثرا على الساحة الدولية ناهيك عن تأثيراتها المباشرة وغير المباشرة على الدول المضيفة لها ، أما فما يخص هذه التأثيرات فمنها ما هو إيجابي ومنها ما يتسم بالسلبية ، ومن بين هذه الآثار و الأدوار، تأثيرها على عملية نقل التكنولوجيا ، و التي سنحاول إبراز أهم معالمها في هذا الفصل عن طريق تقسيمه إلى ثلاث مباحث و التي سيتم استعراضها على النحو التالي:

المبحث الأول: التكنولوجيا ودورها في التنمية الاقتصادية

المبحث الثاني: نقل التكنولوجيا المفهوم والطرق .

المبحث الثالث: أهداف الشركات المتعددة الجنسيات من نقل التكنولوجيا وأثره على اقتصاد الدول المتلقية

المبحث الأول: التكنولوجيا ودورها في التنمية الاقتصادية

أصبح مصطلح التكنولوجيا في وقتنا الحالي دليلاً على الرقي والتقدم وهذا لما خلفته من آثار مباشرة وغير مباشرة على شتى جوانب الحياة، بل وصلت إلى غاية اعتبارها ضرورية في بعض الأحيان وهذا لعدم القدرة على الاستغناء عن بغض إفرانها، التي أضحت من مقومات الحياة في وقتنا الراهن كالكهرباء والتلفاز وسائل المواصلات، وبارتباطها بالتطبيقات المعاصرة للعلوم في شتى جوانب الحياة، وكذا اقتراحها بما يعرف بالموجة الثالثة أضحت تتبوأ مكانه مرموقة وذات أهمية شديدة على مستوى الحياة اليومية والاقتصادية وهذا لإسهامها الكبير في نشر المعرفة الفنية والابتكار وكذا تطوير وسائل وآليات ونظم إنتاج تتسم بالسرعة والمرونة ووفرة الإنتاج والجودة الشديدة.

المطلب الأول تعريف التكنولوجيا وأنواعها.

انطلاقاً من الأهمية البالغة للتكنولوجية تعددت وتنوعت التعريفات التي عنت بتفسير هذا المصطلح، لكن ورغم هذا التعدد الهائل إلا أن الغموض لا يزال سيد الموقف وهذا لاقتزان هذه الكلمة بعدة جوانب كالعلم والتجديد والتكنيك، فهنالك من يعتبر التكنولوجيا مرادفاً للعلم ومنهم من يرى أنهما مختلفان ومنهم من يعدها كل المنتجات الصناعية الشائعة اللصيقة بالاستخدام العادي والحديثة العهد كالكمبيوتر والقطار والسيارة، الطائرة والمذياع والتلفزيون، وهنا يكمن الخلط بين التكنولوجيا ومنتجاتها لذا وجب علينا الوقوف عند هذه الكلمة ومحاولة إزالة الغموض الذي يحيط بها من خلال تعريفها وإبراز كنهها.

الفرع الأول: تعريف التكنولوجيا

عند سماع كلمة تكنولوجيا فإن أول ما يتبادر إلى الذهن هو تحويل العمل اليدوي إلى عمل آلي، وهذا هو المفهوم الذي كان سائداً في العصور الأولى عندما حاول أسلافنا تسخير الطبيعة وابتكار الآلات لتساعدهم على ذلك كالمخراش والطواحين المائية والهوائية، لكن وبساطة هذا المفهوم فهو لم يعد له القدرة على التعبير عن معنى هذا المصطلح لاسيما بعد التطور السريع الذي طرأ على العلم والتكنولوجيا في وقتنا الراهن، لذا وجب علينا تناول المفهوم بدقة في جانبه اللغوي وكذا الاصطلاحي.

لقد حاول الكثيرون تعريف التكنولوجيا انطلاقاً من الترجمة الحرفية للكلمة وهذا من خلال العودة إلى أصولها اللغوية المنبثقة من اللاتينية والإغريقية، فعند استعراضنا للكلمة التي تعد ذات أصول يونانية نجد أنها كلمة ذات شقين أي أن Technologie تنقسم إلى Techno و Iogie، حيث أن الشق الأول من الكلمة تكنو techno يعني الفن والصناعة، أما الشق الثاني أي

لوجيا logia ويقصد به العلم، وبتدريجنا للمصطلحين نتحصل على كلمة تكنولوجيا Technologie التي بدورها تعني "الدراسة الرشيدة للفنون و علي وجه الخصوص الفنون الصناعية"¹، أي بمعنى آخر علم التقانة.

أما إذا عدنا إلى معاجم الغلة الفرنسية فان الكلمة Technologie ترتبط بلفظ تكتيك Technique حيث يعد اللفظ الأول حديثا نسبيا مقارنة باللفظ الثاني والذي يقصد به الأسلوب أو الطريقة الذي التي يستخدمها الإنسان في إنجاز عمل أو عملية ما أي أسلوب أداء المهنة أو الصناعة².

أما بالانجليزية فتختلف تماما عنها فهي تعني العلم الذي يدرس الصناعة³.

ومنه يمكن القول بان التكنولوجيا هي "جميع أنواع المعرفة العلمية والمهارات الفنية التي يتطلبها تطوير الآلات وطرق الإنتاج والتصميم وإنتاج السلع طبقا للقواعد الاقتصادية"⁴.

وتعرف أيضا على أنها "علم الفنون والمهن ودراسة خصائص المادة التي تصنع منها الآلات و المعدات"⁵.

لكن يشوب هذين التعريفين قليلا من النقص لأنهما لا يعبران عما يحدث حاليا من تقدم في مجال إنتاج الخدمات حيث يتم توظيف تكنولوجيا متطورة لا تقل أهمية عن تلك المستخدمة في إنتاج السلع، ناهيك عن امتداد استخدام التكنولوجيا إلى ميادين أخرى كالفن والأدب والرياضة والتي تحظى بدورها بكثير من المعارف و التقنيات الجديدة و المتطورة، حيث يضيق التعريفان مجال استخدام المعارف و التكنولوجيا ويجعلها تنحصر في التطبيقات المتعلقة بالمنتجات والسلع الملموسة فقط. أما التعريف الموالي فهو يدرج الخدمات ضمن مجمل تطبيقات التكنولوجيا حيث يعرفها فوزي العكش بأنها "المعرفة العلمية والهندسية والإدارية التي يمكن بواسطتها تصور وتصميم وتطوير وإنتاج وتوزيع مواد وخدمات مختلفة"⁶.

أما التعريف الموالي فيعد أكثر شمولية و أوسع نطاقا من سابقه لاعتباره التكنولوجيا على أنها "مجموع الوسائل التي يستخدمها الإنسان لبيسط سلطته على البيئة المحيطة به لتطويع ما فيها من مواد و طاقة لخدمة وإشباع احتياجاته المتمثلة في الغذاء والكساء والتنقل ومجموع السبل التي توفر له حياة رغدة متحضرة آمنة". وتشتمل هذه الوسائل على أدوات ومعارف، هذه الأخيرة تدعى

¹ نصيرة بوجمعة سعدي، عقود نقل التكنولوجيا في مجال التبادل الدولي، مرجع سابق، ص 18 .

² أنطونيوس كرم، العرب أمام تحديات التكنولوجيا، (سلسلة عالم المعرفة، العدد) 59 الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، نوفمبر 1982، ص 25.

³ محمد السيد عبد السلام، التكنولوجيا الحديثة والتنمية الزراعية في الوطن العربي، (سلسلة عالم المعرفة)، العدد 50 الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، فيفري، 1982 ص 54 .

⁴ قاسم جميل قاسم، نقل التكنولوجيا وعملية التنمية وجهة نظر من الدول النامية، منشورات المنظمة العربية للعلوم الإدارية مطابع الدستور التجارية، عمان، الأردن، 1984، ص 27 .

⁵ أنطونيوس كرم، مرجع سابق، ص، ص 25-26.

⁶ قاسم جميل قاسم، مرجع سابق، ص 27 .

أساس أو قاعدة التكنولوجيا، و المنتجات التي تتولد عما تم وصفه في التعريف ليست هي التكنولوجيا بعينها وإنما تسمى " إنجازات تكنولوجية".¹

رغم التعاريف السالفة الذكر إلا أنه من الواضح عدم وجود اتفاق على تعريف شامل ودقيق يجمع عليه الفقهاء في سعيهم لتعريف التكنولوجيا وهذا ما جعل البعض منهم يرفضون تعريفها بطريقة تقليدية وحصرها في بضع كلمات، بل يلجؤون إلى ربطها بالخلفية التاريخية و التي يعتقدون أنها الطريقة الأنسب لتعريف هذا المصطلح، الذي يعد في نظرهم المرآة العاكسة لحضارة شعب ما في حقبة زمنية محددة وهذا لارتباطها بالمجتمع الذي ظهرت وتطورت فيه. وتمر التكنولوجيا بحسب آرائهم بعدة مراحل وخطوات تتمثل أولها في (البحث وهو الوسيلة التي تؤدي إلى إثراء المخزون المعرفي لمجتمع معين وإزالة العوائق التي تمنع ذلك الإثراء، ثم ينظم هذا التراكم المعرفي بطريقة منهجية وهو المعنى الذي يشير إليه العلم و الذي يعد ثاني مراحل تطور التكنولوجيا ثم تأتي المرحلة الموالية و التي يستخدم فيها نتاج المرحلة السابقة للقيام بالإنتاج بأسلوب معين، وهو بالتحديد تعريف الفن، ثم يأتي دور الاختراع لخلق معارف جديدة، تليها مرحلة التطبيق العلمي لتلك المعارف في عملية الإنتاج و التي تعرف بالتجديد)².

كما يعرف المكتب العالمي لمنظمة الويبو³ (WIPO) التكنولوجيا بأنها: مجموعة

المعلومات المنظمة التي تمكن إنتاج البضائع والخدمات.⁴

أما الأمم المتحدة ووكالاتها المتخصصة فتعرف التكنولوجيا بأنها (مجموع المعارف والأساليب العملية التطبيقية التي تتيح تحقيق هدف محدد على أساس التمكن من المعارف العلمية الأساسية) وبصيغة أخرى (مجموع المعارف المقرونة بالأساليب العلمية التطبيقية التي تجعل من الممكن إنجاز هدف محدد على أساس إتقان المعرفة المختصة به). فالتكنولوجيا تنطوي على البعد الحضاري الذي يصاحب استخدام العدد والطرق المتبعة في الإنتاج لتشمل بمفهومها العام:⁵

- رأس المال والأساس المادي المتمثل بالأجهزة والمعدات.

- التكنيك (التقنية) الذي يعني بأسلوب التعامل مع الآلة وتسلسل العمليات وترابط التقنيات مع بعضها.

¹ د محمد السيد عبد السلام، مرجع سابق، ص.55-54

² ليلي شيخه، اتفاقيات الملكية الفكرية ذات العلاقة بالتجارة الدولية وإشكالية نقل التكنولوجيا إلى الدول النامية دراسة حالة الصين، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الحاج لخضر - باتنة، الجزائر، 2006-2007، ص.49.

³ World Intellectual Property Organization

⁴ "Technology is a systematic and organized set of information that enables the production of goods and services", The international bureau of WIPO, **Effective protection and enforceability of industrial property rights as an incentive for transfer of technology**, Paper presented at WIPO national seminar on licensing and transfer of technology, Dammam\KSA, March 20 and 21, 2001, available at:

http://www.wipo.int/mdocsarchives/wipo_lic_dmm_01/wipo_lic_dmm_01_9_e.pdf, accessed (20/10/2012. 23 :40).

⁵ نفس المرجع السابق ص 4.

- مجموع المعلومات فيما يخص الخبرات والمعارف والدراية الفنية ذات الصلة بالتقنية إضافة إلى المعلومات حول الحاجة والكلف والاقتصاد.
- النظام أو النمط من حالات الإنتاجية والإدارية والفنية والارتباطات التقنية.

بعد استعراضنا للتعريف السابقة أضحى بإمكاننا استنباط و استخراج ما يلي:

- أن التكنولوجيا هي مرادفة للفن وهذا بالرجوع إلى التعريف القائل على أنها الجهد الذي يستخدم نتائج العلم .
- التكنولوجيا ليست العلم وهذا لما لهما من فوارق جوهرية تجعل لكل منها معنى مختلف فالعلم هو معرفة لماذا how whay أما التكنولوجيا فهي معرفة كيف أي how know ، كما أن العلم يأتي بالنظريات والقوانين العامة والتكنولوجيا تحولها إلى أساليب وتطبيقات خاصة في مختلف النشاطات الاقتصادية والاجتماعية.
- وفي هذا الصدد يمكننا الاستدلال بما قاله «ليوناردو دي فنشي» وتشببه للعلم بالقائد العسكري وللتكنولوجيا بالجنود في ساحة القتال¹.

- إن التكنولوجيا تتضمن التقنية أما التحديث أو التطور التكنولوجي فينتج عنه:

- إنتاج نوع من السلع الجديدة.
- تحديث طريقة أو وسيلة الإنتاج.
- تقليل تكاليف الإنتاج.
- إستخدام مدخلات جديدة، ... الخ*²

- إن التكنولوجيا ليست استعمال الكمبيوتر والأجهزة الحديثة، و لكنها عملية خلق وإفراز هذه المنتجات حيث يعد الكمبيوتر نتيجة من نتائج التكنولوجيا، وهذا ما يجعل منها تعني الاستخدام الأمثل للمعرفة العلمية وتطبيقاتها وتطويعها لخدمة الإنسان ورفاهيته

- لا تقتصر التكنولوجيا على الصفة المادية فقط بل تتعداها إلى الجانب المعنوي و الغير محسوس فهي لا تقتصر على الوسائل بل تتعداها إلى جعل الفكر الإنساني في حد ذاته عملا تنجم عنه إفرازات تكنولوجية .

- لا تقتصر التكنولوجيا على كونها دوما عملية تؤدي إلى إشباع احتياجات الإنسان المتمثلة في الغذاء والكساء والتنقل بل تتعدى ذلك لتصبح أدها لمنافسة القدرات التكنولوجية لمجتمعات أخرى أو حتى تدميرها وهذا ما ينطبق على التكنولوجيا الحربية و التي تؤدي البشرية و لا تنفعها كالأسلحة الكيميائية (الجمرة الخبيثة) أو أسلحة الدمار الشامل أي أن نواتج التكنولوجيا ليست دوما

¹ انطونوس كرم، مرجع سابق، ص27.

² لمزيد من الإيضاح: انظر أنظر تفاصيل أكثر عن الفروقات بين العلم والتكنولوجيا في كرم، مرجع سابق، ص26 .

إيجابية بل حتى هي تنطوي على أمور سلبية قد تؤدي بالبشرية إلى شفير الهلاك أي أنها سلاح ذو حدين وأفضل ما يمكن الإستدلال به هنا أن تكنولوجيا الطاقة النووية التي تستخدم لأغراض سلمية يمكن استخدامها لأغراض حربية مدمرة.

الفرع الثاني: أنواع التكنولوجيا

تقسم معظم الدراسات التكنولوجية بحسب طبيعتها أو عن طريق مكوناتها ، وهذا قصد التفريق بينها مما يتيح للمالك و المستخدم معرفة القيمة المضافة التي تقدمها التكنولوجيا

1-التقسيم بحسب الطبيعة

تقسم التكنولوجيا حسب طبيعتها إلى ثلاثة أقسام رئيسية، و المقصود بالطبيعة المجال الموجهة له وكذا الدور الذي تلعبه ، ومدى توفرها وكيفية نقلها وهي كالآتي:¹

1- التكنولوجيا المشاعة

هي التكنولوجيا الموجودة بوضوح تام في الكتب والأبحاث والمجلات والدوريات وهذه تنقل عن طريق إيفاد البعثات واللقاءات والمؤتمرات العلمية.

2- التكنولوجيا التجارية

هي التكنولوجيا التي تخضع في حركتها ونقلها واستخدامها إلى شروط خاصة ، وغالبا ما تكون محمية بصفة القانون وذلك عن طريق تسجيلها في مكاتب متخصصة ولا يمكن لغير صاحب الحق القانوني التصرف بها بدون اذن مسبق ودفع رسوم كلفة مثل براءات الاختراع وحقوق الامتياز وخدمات المكاتب الاستشارية.

3- التكنولوجيا الإستراتيجية

إن هذه التكنولوجيا لا تنشر في الكتب أو الدوريات ولا تسجل في مكاتب متخصصة وتكون غالبيتها ذات طابع سري وتحتكر في هيئات ومؤسسات خاصة وتشمل على احدث الاكتشافات والابتكارات للثورة العلمية والتكنولوجية الأكثر أهمية كبحوث الفضاء والطاقة الذرية والتقنية العسكرية وتكنولوجيا المعلومات وغيرها ، حيث أخذت مؤسسات معينة على درجة عالية من التخصص والاضطلاع بمهمة البحث والتطوير التي تشترك فيها الدول إلى جانب المؤسسات كتعبير عن اندماج جهاز الدولة بمصالح رأس المال أي أصبح هناك طابع مؤسسي للتقدم التكنولوجي وهو من أهم مظاهر الثورة العلمية والتكنولوجية.

¹عباس الفياض، نقل وتوطين التكنولوجيا وأثرها في تنمية الموارد البشرية دراسة نظرية تطبيقية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة العدد الخامس والعشرون، 2010، ص9.

ب-التصنيف بحسب المكونات :

يعد هذا التصنيف، الأكثر تداولاً لبساطته كما انه يهتم بالمكونات، ويقسمها إلى قسمين المكونات الصلبة و اللينة و التي تكون كالتالي:¹

1-التكنولوجيا الصلبة (hardware technology) : هي التكنولوجيا المتجسدة في أدوات :الإنتاج- المعدات والآلات-السلع الوسيطة والمعامل الجاهزة ، وبإمكان الدول المستوردة الكشف عنها عن طريق فك الأجهزة والمعدات ودراسة أجزائها الأصلية ثم إعادة تركيبها ، وتعد اليابان نموذجاً مبدعاً في عملية نقل التكنولوجيا الصلبة والتي كان شعارها مع مراحل التصنيع الأول (الماكينة الأولى بالاستيراد والثانية بالإنتاج المحلي).

2 -التكنولوجيا اللينة (software technology): تأتي من خلال استخدام الخبرات الأجنبية والمؤسسات الاستشارية أو شراء براءات الاختراع وبرامج الحاسب الإلكتروني والكتب والمجلات ولكن من الممكن اكتسابها) أو بعض عناصرها (من خلال التعليم والممارسة العملية إذا توفر مستوى من التطور الاقتصادي والقدرة الوطنية على التأهيل والتدريب العلمي والمهني ، كما أنها تشكل جزءاً لا يتجزأ من الإطار الحضاري الذي تنشأ فيه) أي تتمثل في معرفة واستخدام وصيانة وتطوير التكنولوجيا الصلبة وتتحوّل خلاصات البحوث العلمية المبتكرة إلى تطبيقات عملية وعلمية مفيدة في النشاطات الاقتصادية . من الجدير بالإشارة إن التكنولوجيا ، ليست شيئاً مادياً يسهل نقله.

بعد أن أوضحنا معنى التكنولوجيا و أنواعها سوف نحاول إبراز دورها في التنمية الاقتصادية و التي تعد مبتغى الإنسان من اجل الوصول إلى الحياة الرغدة كما أنها الوسيلة الأمثل بالنسبة للدول النامية في سبيل سعيها إلى بلوغ مصاف التقدم و الرقي.

المطلب الثاني التكنولوجيا و التنمية الاقتصادية

لقد ألهمنا التاريخ و أعطانا دروساً قيمة فالدارس للحضارات القديمة سوف يرى أن الأمم التي قامت باستغلال علم التقانة بطريقة فعالة، قد حققت ثروة وسلطة كبيرتين، فالبابليون و الفراعنة والإغريق والرومان ومن بعدهم الحضارة الإسلامية كلهم بنو حضاراتهم على أساس المعرفة في الزراعة ، والبناء والنقل ، كما أن التاريخ يوضح لنا أيضاً أن هذه المعارف و التقنيات كانت تتوارث بين الحضارات المتعاقبة، فما من حضارة قامت إلا و لسابقتها فضلاً عليها و الأمثلة على ذلك كثيرة ولعل أبرزها ما قام به الأوروبيون الذين ارتكزوا على علوم و تقنيات الأندلس التي كانت تعد في تلك العصور منارة للتقدم و الرقي بغية المضي في تشييد حضارتهم .

كما أنها تعد أيضاً من الطرق المنتهجة من طرف الأمم لاستعادة أجمادها الغابرة ففي العصر الحديث، قامت كل من ألمانيا واليابان باسترداد قوتهم عن طريق إعادة بناء قدراتهم التكنولوجية.

¹ عباس الفياض، مرجع سابق، ص 10.

رغم ما ذكرناه سابقا إلا أن النماذج الاقتصادية الكلاسيكية لم توليها اهتماما كبيرا حيث كانت تشير إلى أن رأس المال والعمال والموارد الطبيعية هم الأسس للحفاظ على النمو الاقتصادي ، في حين أن النهج الجديد يشير إلى أن العلم والتكنولوجيا هي بذور النمو وخلق الثروات ، وهذا لوجود شبه إجماع بين العلماء المهتمين بأن "التقدم التكنولوجي يشكل واحدا من أهم العوامل المسؤولة عن النمو الاقتصادي إن لم يكن أهمها على الإطلاق"¹، لذا سوف يحاول الباحث إبراز دور التكنولوجيا في النمو الاقتصادي وهذا من خلال تعريف النمو و إدراج النظريات التي عننت بدراسة هذه الظاهرة .

الفرع الأول تعريف النمو الاقتصادي

تشق كلمة النمو لغة من الفعل نمى أي ارتفع الشيء من موضعه إلى موضع آخر، كأن نقول نمى المال أي ازداد وربما وكثر، أما اصطلاحا فمفهومها يثير كثيرا من الجدل لا لشيء إلا لكونها عرفت من طرف مختصين في علوم مختلفة، فالدارس لهذا المصطلح سوف يجده في عدة مؤلفات لكل منها ميدانه، فالعلوم السياسية و الاجتماعية و الاقتصادية كلها تنطرق لهذه الكلمة، لذا سوف نقتصر على تعريفها الاقتصادي تفاديا للجدل الحاصل .

لقد اختلف الفقهاء الاقتصاديين في تعريفهم للنمو الاقتصادي لكن هذا الاختلاف خص الفروع ولم يمس المعنى الإجمالي علي العموم وهذا ما سنلاحظه عند سردنا للتعريف المختلفة ، بداية بالتعريف القائل بان النمو هو "حدوث زيادة مستمرة في متوسط الدخل الفردي الحقيقي مع مرور الزمن"²، حيث اعتمد القائلون بهذا التعريف على متوسط الدخل الفردي لأن هذا الأخير سوف يؤثر بطريقة إما مباشرة أو غير مباشرة في المتغيرات الكلية للاقتصاد كالدخل الوطني، الناتج الوطني، العمالة، الاستهلاك، الادخار وتكوين رأس المال، فالزيادة فيه تؤدي حتما إلى ارتفاع معدلات تلك المتغيرات وبالتالي تحقيق الرفاهية لأفراد هذا الاقتصاد، فيما ذهب البعض الآخر إلى القول بأن "النمو الاقتصادي هو حدوث زيادة في الدخل الفردي الحقيقي وليس النقدي هذا الأخير الذي يشير إلى عدد الوحدات النقدية التي يتحصل عليها الفرد خلال فترة زمنية معينة عادة ما تكون سنة واحدة مقابل الخدمات الإنتاجية التي يقدمها"³، وهذا ما يتفق مع تعريف جون أرو القائل " بان النمو هو الزيادة المستمرة في كمية السلع و الخدمات المنتجة من طرف الفرد في محيط اقتصادي معين"⁴.

كما يوجد من يعرفونه على انها "حدوث زيادة في إجمالي الناتج المحلي أو إجمالي الدخل القومي بما يحقق زيادة في متوسط نصيب الفرد من الدخل الحقيقي"⁵.

من التعريف السالفة الذكر يمكن استنباط و استخلاص بعض من الخصائص التي يتسم بها النمو الاقتصادي وهي كالآتي

¹ انطونيوس كرم، مرجع سابق، ص41

² عبد القادر محمد عبد القادر عطية، اتجاهات حديثة للتنمية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص11 .

³ نفس المرجع، ص12

⁴ Jean Arrous, **les théories de la croissance**, paris, éditions du seuil, 1999, p 9.

⁵ محمد عبد العزيز عجمية ، إيمان عطية ناصف ، "التنمية الاقتصادية دراسات نظرية وتطبيقية"، قسم الاقتصاد ، كلية التجارة بالإسكندرية ، 2000 ، ص51

- النمو الاقتصادي هو الزيادة المستمرة في معدل الدخل الحقيقي الفردي لان هذا الأخير هو المقياس المتعارف عليه لدلالة على المستوى المعيشي الذي تتمتع به دولة ما.

- إن الزيادة في إجمالي الناتج المحلي لا تعني بالضرورة النمو الاقتصادي، بل يجب أن تصاحب تلك الزيادة ارتفاع في دخل الفرد الحقيقي، بمعنى أن تفوق الزيادة في معدل الدخل الكلي معدل النمو السكاني، "لان في حال ما كان معدل عدد السكان يفوق معدل الزيادة في إجمالي الناتج المحلي فلن تكون هناك زيادة في متوسط دخل الفرد الحقيقي"¹ و بالتالي لن يتحقق النمو الاقتصادي. وهذا ما يمكن التعبير عليه بالمعادلة التالية:²

$$\text{معدل النمو الاقتصادي} = \text{معدل النمو الدخل القومي} - \text{معدل النمو السكاني.}$$

- لا يهتم النمو الاقتصادي بهيكل توزيع الدخل الحقيقي بقدر ما يهتم بالزيادة في متوسط الدخل والتي لا تعني أن كل فرد من أفراد المجتمع قد زاد دخله، فقد تنحصر تلك الزيادة في طبقة قليلة من الأغنياء وتحصل هي على كل الزيادة في الدخل الكلي وتحرم منها الطبقة العريضة من الفقراء وبالرغم من ذلك يزداد متوسط الدخل الفردي وهذا ما ينطبق على عدة دول كالألمانيا والبرازيل مثلاً.

- أن استخدام معدل الدخل الحقيقي الفردي للتعبير عن النمو الاقتصادي عوضاً عن الدخل النقدي لا يجعل من هذا الأخير عنصراً هامشياً في تحديد معالم الظاهرة بل هو عنصر فعال في المعادلة حيث انه بالرجوع للتعريف نجد أن معدل الدخل النقدي هو طرف في المعادلة التي تعبر عن معدل الدخل الحقيقي، لان هذا الأخير يساوي "نسبة الدخل النقدي إلى المستوى العام للأسعار (معدل التضخم) أي انه يشير لكمية السلع والخدمات التي يحصل عليها الفرد من إنفاق دخله النقدي خلال فترة زمنية معينة"³. علي ضوء ذلك يمكن القول بان الزيادة في نسبة الدخل النقدي لما تكون مقرونة بنفس نسبة الزيادة التي يحققها معدل المستوى العام للأسعار سوف تنعكس على مستوى الدخل الحقيقي وتجعله ثابتاً مما يترتب عليه عدم حدوث تحسن في مستوى معيشة الفرد، وفي حال ما إذا زاد الدخل النقدي بمعدل أقل من معدل الزيادة في الأسعار فإن الدخل الحقيقي للفرد سوف ينخفض ويتدهور مستوى معيشته و بالتالي لا يمكن تحقيق النمو الاقتصادي، إلا إذا كان معدل الزيادة في الدخل النقدي أكبر من معدل التضخم⁴،

ومنه فان المعادلة التي تعبر عن النمو الاقتصادي تصبح كالتالي:⁵

$$\text{معدل النمو الاقتصادي الحقيقي} = \text{الزيادة في الدخل الفردي النقدي} - \text{معدل التضخم.}$$

- إذن فالنمو الاقتصادي ليس بتلك الظاهرة الظرفية أو المؤقتة، حيث أنه لا يعد نمواً اقتصادياً إلا إذا كانت سمة الاستمرارية مصاحبة له، فلو فرضنا مثلاً "أن دولة غنية قدمت إعانة لدولة فقيرة، لتزيد من مستوى الدخل الحقيقي فيها لمدة معينة فهذه الزيادة المؤقتة لا تعبر عن النمو الاقتصادي لأنها تبقى ظاهرة ظرفية وتنقصها الاستمرارية"¹.

¹ محمد عبد العزيز عجمية، إيمان غظية ناصف، مرجع سابق ص 51.

² نفس المرجع السابق، ص 51.

³ عبد القادر محمد عبد القادر عطية، اتجاهات حديثة في التنمية، الإسكندرية، الدار الجامعية بالإسكندرية، 2000، ص 12.

⁴ نفس المرجع، ص 12.

⁵ نفس المرجع، ص 12.

مما سبق يمكننا القول بان النمو الاقتصادي هو ظاهرة تتسم بالاستمرارية بغية تحقيق وتوفير مستوى معيشي مرتفع ومتزايد للأفراد وهذا ما سيمكنهم من الحصول على المزيد من السلع والخدمات ، ذات النوعية الفضلى .

كما انه يعد من أهم المؤشرات الدالة على مستويات التطور الاقتصادي من جهة والطاقة الإنتاجية المحلية من جهة ثانية ،وهذا ما يجعل منه امراً ضروريا في اقتصاديات الدول ،لأنه يعد أحد أهم المؤشرات التي يستخدمها المستثمرون في اتخاذ قرارهم الاستثماري، فالأداء الضعيف للنمو الاقتصادي سوف ينعكس سلبا على المناخ الاستثمار لأي دولة ويجعل المستثمر الأجنبي ينفر منها ².

و لأجل تحقيق هذا النمو الذي تطمح إليه كل دولة يجب توافر عدة موارد إنتاجية و التي يعدها البعض عناصر للنمو الاقتصادي والمتمثلة فيما يلي

أ-عنصر الموارد الطبيعية: يعرف الاقتصاديون الموارد الطبيعية بأنها تشمل الأرض والمواد الخام مثل: المعادن والمياه ، وضوء الشمس والنفط،³ لكن إذا ما ذكرنا بعض تجارب الدول التي تعد معجزات اقتصادية فإن هذا العنصر لا يعد ضروريا بنسبة كبيرة بغية تحقيق النمو الاقتصادي، فالدارس للتاريخ الاقتصادي سوف يصادف أن المعجزة اليابانية لم تعتمد عليه لتحقيق نسب عالية من النمو الاقتصادي لأنها لا تمتلك موارد طبيعية غنية مقارنة ببعض الدول النامية ورغم ذلك فهي تعد من أقوى الإقتصاديات العالمية

ب-عنصر العمل:والذي يتمثل في مجموع القدرات الفيزيائية والثقافية التي يمكن للإنسان استخدامها في إنتاج السلع والخدمات الضرورية لتلبية حاجياته، حيث أن استمرار التدريب والتعليم يزيد من التطوير النوعي للعمال، وإنتاجية عنصر العمل تتحدد بدرجة كبيرة حسب العمر والتعليم والتدريب والخبرة، والتأهيل التكنولوجي الذي تعتمد عليه كفاءة استخدام عناصر الإنتاج في العمليات الإنتاجية.⁴

ج-عنصر رأس المال: يعتمد تحسين الناتج بدرجة كبيرة على الزيادة في كمية ونوعية المعدات الرأسمالية، و التي تشمل المصانع والأدوات والمؤن والمعدات فتوافرها في اقتصاد ما سوف يؤدي توفير السلع و الخدمات ذات النوعية المميزة كما أنها تساعد على تحقيق التقدم التقني و بالتالي فهي تعد عنصر أساسيا من عناصر النمو الاقتصادي ⁵.

¹ عبد القادر محمد عبد القادر عطية ،مرجع ،سابق ،ص13.

² عمر بھاتا وآخرون، إفريقيا جنوب الصحراء كيف تستطيع جذب المزيد من رؤوس الأموال الخاصة، مجلة التمويل والتنمية، البنك الدولي، ترجمة مطابع الأهرام، القاهرة، جانفي 1997 ،، ص4 .

³ عثمان أبو حرب ، الاقتصاد الدولي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى ، الأردن ، 2008 ، ص34

⁴ محمد ناجي حسن خليفة، النمو الاقتصادي النظرية والمفهوم :دار القاهرة، القاهرة، 2001، ص34.

⁵ سولو روبرت، نظرية النمو، ترجمة ليلي عبود، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، لبنان بدون سنة النشر، ص306 .

د- عنصر التقدم التقني: ويقصد به "تنظيم جديد للإنتاج يسمح بالاستخدام الأكثر فاعلية للموارد المتاحة والتي توظف بطريقة أكثر كفاءة"¹، وهي باختصار تشير إلى البحث العلمي والبحث في مجال الأعمال والمخترعات أما مؤشر قياسها فهو مقدار الإنفاق الكلي على البحث والتطوير الذي تعتمد عليه كل دولة .

بعد أن تعرضنا لتعريف النمو وأبرزنا أهم عناصره وقبل الخوض في النظريات المفسرة له وجب علينا أن نعرض على تعريف التنمية وهذا بغية إيضاح الجوانب التي تميزها عن النمو حيث إن التنمية لغة تشتق من النمو لكنها اصطلاحاً تعد أعمق وأشمل من النمو .

الفرع الثاني: تعريف التنمية الاقتصادية

يختلف مفهوم التنمية في الفكر الاقتصادي عن النمو لطبيعة الفوارق الموجودة بينهما، فالتنمية أوسع من النمو وهي تحظى بأهمية بالغة في نشاط الاقتصاديين في جميع أنحاء العالم وبالأخص في الدول النامية²، لذا تعددت وتنوعت التعاريف التي عنت بإبراز مفهوم هذه الظاهرة الاقتصادية فمنهم من يعرفها انطلاقاً من اعتبارها وسيلة لزيادة الدخل الخام سواء الفردي أو الوطني حيث اعتبرت التنمية الاقتصادية على أنها العملية التي تستخدمها الدولة غير المستكملة النمو في إستغلالها مواردها الاقتصادية الحقيقية بهدف زيادة دخلها الوطني الحقيقي، ومنهم من يعدها على أنها تلك العملية التي بمقتضاها تحدث عملية الانتقال من حالة التخلف إلى حالة التقدم، حيث أن هذا الانتقال يقتضي إحداث العديد من التغيرات الجذرية والجوهرية في الهيكل الاقتصادي³.

ومنه فإن التنمية لا تقتصر على معدل النمو كمؤشر وحيد أي أنها لا تنطوي فقط على تغييرات اقتصادية معينة بل تتضمن كذلك تغييرات هامة في المجالات الاجتماعية والهيكلية والتنظيمية، وهذا ما يجعل منها "عملية انتقال حضارية شاملة لمختلف أوجه النشاط في المجتمع بما يخص رضاء الإنسان وكرامته، والنتيجة تنطوي أيضاً على بناء الإنسان وتحريراً له وتطويراً لكفاءاته وإطلاقاً لقدراته للعمل البناء، وهي كذلك اكتشاف لموارد المجتمع و تنميتها و الاستخدام الأمثل لها من اجل بناء الطاقة الإنتاجية القادرة على العطاء المستمر"⁴، وهذا ما جعل الاقتصاديون يقترحون مؤشرات ومقاييس جديدة تختلف عن مؤشر نمو الدخل القومي الذي كان يعد كمقياس لتقدم الدول وتنميتها، والذي اثبت عجزه علي التعبير لوحدة على التنمية في اقتصاد بلد ما و ايسط مثال ما "وقع في البرازيل في ثمانينيات القرن المنصرم حيث كانت تحقق معدل نمو قدر بـ 9 بالمئة في حين عم التفاوت الطبقي و الفقر جميع أرجاء القطر، لذا قام الاقتصاديين باقتراح مقاييس أخرى للدلالة على التنمية الاقتصادي كمؤشر ASHA و الذي أدرج فروعاً أخرى من المؤشرات تحتها كمعدل الأمية و البطالة و العناية الصحية و معدل الولادة و متوسط العمر"⁵، كما أن منظمة الأمم المتحدة قامت قامت باستحداث مقياس جديد للتنمية و الذي كان أول ظهور له في سنة 1990 و المتمثل في دليل التنمية البشرية للأمم المتحدة للتنمية ، (PNUD) ، وهو يشمل ثلاث معايير أساسية متمثلة في المستوى الصحي (HDI) المعبر عنه بالسنة المتوقع عند الميلاد ، و المستوى التعليمي ، و العامل الثالث مستوى المعيشة المعبر عنه بمستوى الدخل الحقيقي المعدل، بالإضافة إلى هذا الدليل

¹ محمد ناجي حسن خليفة، مرجع سابق، ص 58 .

² الطيب داودي، الإستراتيجية الذاتية لتمويل التنمية الاقتصادية، دار الفجر، القاهرة، الطبعة الأولى، 2008، ص 05

³ محمد عبد العزيز عجمية ، إيمان غطية ناصف، مرجع سابق ، ص 55.

⁴ سليمان رشيد سلمان ، العلم و التكنولوجيا و التنمية البديلة ، دار الطليعة، بيروت ، 1986، ص 79.

⁵ نفس المرجع ص 75

هناك دليل آخر يأخذ بعين الاعتبار عدم العدالة في توزيع القدرات البشرية بين الذكور و الإناث بالإضافة إلى المعايير الثلاثة السابقة المذكورة ، ويتمثل هذا المقياس في دليل التنمية البشرية المعدل للجنس.¹

أما الدليل الأخير للتنمية يتمثل في مؤشر الفقر التنموي الذي يرجع استعماله إلى التقرير العالمي حول التنمية البشرية لسنة 1997 ، ويهتم هذا المؤشر أساسا بالاختلالات و النقائص في نفس مكونات أو عناصر التنمية، حيث أن الفقر التنموي يتمثل في حرمان الفرد من العناصر الأساسية للتنمية البشرية و المتمثلة في رعاية صحية جيدة و مستوى تعليمي مرضي و مستوى معيشي عام مقبول لحد ما.²

ومما سبق يمكننا إستخلاص ما يلي :

- التنمية هي عملية انتقالية تتم بموجبها نقل المجتمع من حالة التخلف إلى حالة التقدم.

- التنمية هي الوسيلة الفضلى التي تتبناها الدولة بغية الاستفادة من مواردها الاقتصادية الحقيقية بهدف زيادة دخلها الوطني الحقيقي.

- التنمية هي الرقي بالمجتمع في شتى الميادين سواء الاقتصادية أو الاجتماعية او الثقافية.

- تصبو التنمية الاقتصادية إلى إقامة مجتمع يتمتع بأعلى مستويات المعيشة الطيبة من خلال الزيادة في الإنتاج إلى أقصى حد ممكن، وتحقيق الكفاية لكل فرد سواء بجهوده الخاصة أو العامة وتحقيق الوفرة الاقتصادية إلى جانب الرفاهية الاجتماعية.³

- تختلف التنمية عن النمو بكونها تهتم بمشكل التوزيع الأمثل للثروة على طبقات المجتمع المختلفة بغية تحقيق العدالة الاجتماعية ، كما أنها تعمل على إزالة جميع المصادر الرئيسية لبقاء التخلف منها والفقر والطغيان وضعف الفرص الاقتصادية

- ترمي التنمية إلى تحقيق الاستقلال الاقتصادي للدول النامية وتقليص الفجوة بينها وبين الدول المتقدمة بالاعتماد على الإستغلال الأمثل للموارد الذاتية المتاحة.⁴

¹ صدر الدين صوابلي، النمو والتجارة الدولية في الدول النامية، أطروحة لنيل شهادة. الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2006، ص60

² نصيب رحم، ظاهرة الفقر و آثارها على التنمية الاقتصادية، مجلة الاقتصاد والمناجنت، العدد 04، جامعة تلمسان، الجزائر، مارس 2005، ص192

³ إبراهيم حسين العسل، التنمية في الفكر الإسلامي مفاهيم - عطاءات - معوقات - أساليب، المؤسسة الجامعية للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2006، ص27-28.

⁴ زبروني مصطفى، النمو الاقتصادي واستراتيجيات التنمية حالة اقتصاديات دول جنوب شرق آسيا، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2000، ص14.

الفرع الثالث نظريات النمو بالاعتماد على العامل التكنولوجي:

لقد بدأت الدراسة الجديدة لكيفية حصول النمو الاقتصادي بالاعتماد على المتغير التكنولوجي مع علماء الاقتصاديين الكلاسيك حيث أوضحت الشغل الشاغل لرواها (ادم سميث وريكاردو ومالتوس)، فبالرجوع إلي تصورات ادم سميث يلاحظ أنه كان واعيا جدا إلي الدور الرئيس الذي تلعبه التحسينات التكنولوجية في رفع إنتاج العمال و الذي سوف يؤدي بدوره إلى توفير الرفاهية الإجتماعية حيث يرى أن تكاثر الإنتاج بأشكاله المختلفة في مجتمع محكوم جيدا سوف يؤدي إلى إحلال وتعميم الوفرة التي سوف تمس الطبقات الأفقر من الشعب، كما انه أشاد في كتاباته بالفضل الذي ينجم عن تقسيم العمل والذي سوف يسرع من عملية التقدم التكنولوجي حيث قال: " يبدو أن الفضل يعود في اختراع كل هذه الآلات التي تسهل وتوجز العمل، إلي مبدأ تقسيم العمل، فالإنسان قادر على اكتشاف طرق أسهل وأفضل للوصول إلى أي هدف عندما يكون تركيزه كله موجها نحو هذا الهدف فقط عوضا من أن يكون مشتتا بين أمور كثيرة"¹، ولم تتوقف تصوراته عند هذا الحد بل وصلت إلى غاية التنبؤ بظهور ما ندعوه اليوم بمخابر البحث و التطوير، حيث ربط سميث إيجاد الآلات المحسنة للعمل بعامل الاستثمار أو ما يعرف بعامل تراكم رأس المال الذي ينزع إليه رجال الأعمال في الاقتصاد القائم على الربح،² أما عموما فقد استندت النظرية الكلاسيكية على فرضيات أهمها: الملكية الخاصة والمنافسة التامة وسيادة حالة الاستخدام التام للموارد والحرية الفردية في ممارسة النشاط، كما أنهم اعتمدوا على أسلوب التحليل الاقتصادي الجزئي في دراستهم لأسباب النمو طويل الأمد في الدخل الوطني، أما بالنسبة لافتراضاتهم حول العملية الإنتاجية فهم يقلون أنها تعتمد على ثلاثة عوامل رئيسة، هي العمل ورأس المال والأرض (الموارد الطبيعية)، مع شبه تقليل من أهمية عامل التكنولوجيا.

على الرغم من توقعات ادم سميث القائلة بان الأشخاص المدعون ومنظمات البحث و التطوير المتخصصة سوف تساهم في دفع التغيير التكنولوجي و النمو الاقتصادي إلى الإمام، إلا أن الفكر الذي كان سائدا في ذلك الوقت تاه لما يقارب القرنين، حيث كان يركز أكثر من اللازم على علاقات الإنتاج التي كان يغيب عليها عامل التغيير و خاصة التغيير التكنولوجي، أما الان ومنذ وقت ليس بالبعيد طور الاقتصاديون شيئا فشيئا نظرة جديدة للنمو الاقتصادي اخذين بعين الاعتبار التكنولوجيا الحديثة، ليس فقط كعامل مهم ولكن أيضا كونها تتأثر كثيرا بمتطلبات السوق و السعي وراء الربح،³ وتعد ابرز تلك المحاولات ما قام به سولو عندما ظهرت نظريته في النمو والتي تعرف ب"نظرية النمو الخارجية Théorie de la croissance exogène" و التي كانت رائده في عصرها بإدراجها لعامل التكنولوجيا وجعله ركيزة أساسية في عملية النمو و بالتالي مهدت الطريق لنشوء ما يعرف بنظريات النمو الخارجي Théories de la croissance endogène و التي أعطت لنظريات النمو بعدا آخر باعتمادها على متغيرات جديدة كالابتكارات الحديثة، والقيام بالاستثمار في رأس المال البشري وتطوير ونشر المعلومات العلمية و الاعتماد على البحث و التطوير و التعليم ومن ابرز روادها (Lucas، Romer، Rebello) .

¹ فريدريك م شرر، نظرة جديدة إلي النمو الاقتصادي و تأثيره بالابتكار التكنولوجي، ترجمة علي أبو عشمه، مكتبة العبيكان، الرياض، المملكة العربية السعودية 2002، ص19.

² نفس المرجع، ص20.

³ نفس المرجع، ص77.

أولاً: نظريات النمو الخارجي :

تعرف هذه النظرية بنظرية النمو الخارجي لاعتبارها التكنولوجيا عامل خارجي في معادلة النمو الاقتصادي و من ابرز روادها روبرت صولو،الذي يعتبر أول من ادخل عامل التغير التكنولوجي على نظريات النمو .

1- نموذج سولو :

التاريخ الثامن من ديسمبر 1987المكان قاعة المحاضرات المحاضر روبرة سولو الذي إستهل القول بعد المقدمة التي ألقاها . " الواقع أن نظرية النمو لم تبدأ في الفكر الاقتصادي من مقالاتي في عامي 1956 و1957، وكذلك لم تنتهي بمما فهي ربما تكون قد بدأت مع "نراء الأمة"ومن المحتمل أن لأدم سميث من سبقه في هذا المجال .في الخمسينيات فقد سعت إلى تتبع الخط الذي تم تحديده في شان مسألة النمو بواسطة روي هارولد و افسى دومار ،وكذلك آرثر لويس في ظروف تاريخية تختلف عن تلاك التي عاشها ادم سميث ،وقد شعرت بعدم الارتياح في شان هذا الخط ،وحاولت إبراز هذا الانزعاج و التخفيف من حدته "1.

يعد نموذج سولو R. Solow النيوكلاسيكي الخاص بتفسير ظاهرة النمو الاقتصادي أول إسهام حمل في طياته بذور التطوير للنظرية النيوكلاسيكية في النمو ،فقبل قيامه بإدخال عامل التقدم التكنولوجي على النظرية الكلاسيكية الجديدة للنمو الاقتصادي في بحثه المنشور عام 1956 ،كانت العملية الإنتاجية كما سبق الذكر تعتمد على ثلاثة عوامل رئيسة، هي العمل ورأس المال والأرض (الموارد الطبيعية) ،أما في نمودجه للنمو فهو يعد التقدم التكنولوجي (إضافة إلى رأس المال والعمل) المصدر الأساس للنمو الاقتصادي في الأجل الطويل .وهذا ما سيحاول الباحث ذكره باستعراض تفاصيل النموذج .

ب -النموذج الرياضي سولو:2

النموذج الذي اقترحه سولو Solow عام 1956 قائم على دالة الإنتاج في ظل فرض ثبات الغلة مع الحجم:

$$y_t = F(K_t, L_t)$$

↑
ناتج

↑
رأس المال

↑
عمل

* ينمو العمل(خارجيا)بنفس معدل نمو السكان:

¹ صولو روبرت،مرجع سابق ،ص13.

² د احمد الكواز ،نموذج صولو، المعهد العربي لتخطيط متوفرة على الموقع :

$$L_t = 1/L_t = 1+n$$

معدل النمو السكاني

* يترتب على فرض ثبات العلة مع الحجم أن تكون :

$$F(\lambda K, \lambda L) = \lambda F(K, L) = \lambda y$$

بعد تعريف $(y=Y/L)$ و $(K=K/L)$ و $f(K)=F(K, L)$ يمكن إعادة كتابة دالة الإنتاج المشار إليها أعلاه ، على أساس حصة الفرد من العمل *Intesive Form* بحيث تصبح كالتالي :

$$Y=f(k)$$

و تقول هذه الصياغة أن حصة الناتج للعامل (y) هي دالة في حصة العامل من رأس المال (k) أي أن الناتج يعتمد فقط على رأس المال، بغض النظر عن الحجم الإجمالي للاقتصاد.

* يفترض نموذج سولو أيضا باستثمار نسبة ثابتة من الناتج (S) ، أي :

$$S=sY$$

كما يفترض أن رأس المال الحالي يستهلك أو يندثر بنسبة (d) .

و بناء على ذلك يمكن كتابة التوازن التنافسي لنموذج سولو كالتالي :

$$K_{t+1}-k_t = \frac{1}{1+n} [sf(sf(kt) - (d+n)kt)]$$

تقرأ المعادلة التوازنية (اقتصاديا) أعلاه كالتالي :

أن التغير في حصة العامل من رأس المال (الجانب الأيسر من المعادلة) يتحدد على أساس عاملين (في الجانب الأيمن): حصة العامل من الاستثمار، $sf(k)$ ، و ذلك الاستثمار الذي يجب أن يستثمر للمحافظة على حصة العامل الحالية من رأس المال أو نقطة تعادل الاستثمار k ، $(d+n)$

* و عندما تكون في الحالة المستقرة *Steady-State*

$$K_{t+1}=k_t \Rightarrow sk(K_t)=(d+n)k_t$$

و في حالة زيادة حصة العامل من رأس المال الفعلية عن نقطة تعادل الاستثمار، أي $kt+1 > 0$ فإن حصة العامل من رأس المال (kt) ترتفع حتى تصل إلى نقطة الاستقرار، و العكس صحيح.

* و تسود المعادلة أدناه في الأجل الطويل عندما يغطي الاقتصاد مستوى حصة العامل من رصيد رأس المال اللازم لحالة الاستقرار، و عندما ينمو الناتج بنفس معدل النمو السكاني (n)، أي :

$$Y_{t+1}/L_{t+1} = yt/L \Rightarrow y_{t+1}/y_t = L_{t+1}/L_t = (1+n)$$

و في ظل الفرضيات التالية للنموذج و المشار إليها أعلاه:

- ثبات معدلات نمو معدل الادخار.

- ثبات معدل النمو السكاني.

- ثبات العلة مع الحجم.

فإن نموذج سولو يقرر أن النمو في المتغيرات الاقتصادية الكلية الأساسية يتحدد بمعدل النمو السكاني.

و قد وسع سولو نموذجه الأساسي بإضافة التغير التكنولوجي (A) و الذي يفترض أنه ينمو بمعدل ثابت ، و يتم إدخال متغير التغير التكنولوجي، و العمل في دالة الإنتاج تفاعلياً Multiplicatively (أو ما يطلق عليه بتفعيل مدخل العمل أو زيادة فعالية Labour- Augmenting أو Harrod Natutal):

$$Y_t = F(K_t, L_t)$$

و وفقاً لسولوف فإن النمو بالأجل الطويل، بعد إدخال التغير التكنولوجي، يتحدد بـ:

معدل النمو السكاني

معدل نمو التغير التكنولوجي

$$Y_{t+1}/y_t = A_{t+1}/L_{t+1} / A_t L_t = (1+n) (1+g)$$

• يصنف كلا من النموذجين لسولو (مع و بدون التغير التكنولوجي) باعتبارهما نماذج خارجية Exogenous

Growth Models.

• ينبأ نموذج سولو بأن التحسينات الطويلة الأجل في مستويات المعيشة تعتمد على المقومات الرئيسية للاقتصاد و هي

شاملة

← معدل النمو السكاني.

← معدل الادخار

← معدل التغير التكنولوجي

← معدل اندثار رأس المال

- و بناء على ذلك فإن تطبيق النموذج هيكليا من وجهة نظر السياسة الإقتصادية يتطلب :

← خفض معدل النمو السكاني.

← تشجيع الادخار.

← تحفيز التطور التكنولوجي.

← خفض معدل اندثار رأس المال

- يلعب تراكم رأس المال الدور المحوري في نموذج سولو باعتباره متغير عامل الإنتاج (الداخلي) الوحيد.

- إلا أن تراكم رأس المال يتحدد بمعدل الادخار الذي يتحدد، بدوره (خارجيا).

الارتفاع في معدل الادخار ← الارتفاع بحصة العامل الناتج.

مما سبق يمكن إستخلاص أن إجمالي الناتج الكلي قد ينمو بشكل مستمر إذا كان هناك تطوراً تقنياً حتى وإن لم يحدث نمو في زيادة رأس المال أو العمل، وبالتالي فإن إعتداد النمو الاقتصادي في الناتج الإجمالي على العمل ورأس المال فقط لن يحقق للإقتصاد النمو المستمر بسبب قانون تناقص الإنتاجية الحدية، لذا يجب الاستثمار في التقنية من أجل المحافظة على نسبة العائد المتحقق على رأس المال والعمل أو زيادته، حيث أن عدم الاستثمار في التقنية والذي ينتج عنه انعدام النمو في التقنية سوف يؤدي إلى انخفاض النمو الاقتصادي نظراً لتناقص الإنتاجية في رأس المال والعمل التي لا يمكن المحافظة عليها إلا من خلال التطور التقني.¹

¹ رجا بن مناحي المرزوقي البقمي، أثر التطور التقني على النمو الاقتصادي: حالة المملكة العربية السعودية، معهد الدراسات الدبلوماسية الرياض، المملكة العربية

السعودية ، بدون سنة ، ص 2 .

ثانيا: نظريات النمو الجديدة

كان يهدف " سولو " من وراء طرحه إلي البحث عن أسباب التفاوت الحاصل بين الدول الغنية والدول الفقيرة، وتوصل إلى أنه كلما كان في دولة ما تراكم رأسمالي و/أو تطور تقني كبيرين و/أو نمو سكاني ضعيف ساعدها على التطور وكلما كان العكس ساعدها على البقاء في حيز الفقر، والنتيجة الأخرى التي توصل إليها نموذج " سولو " تتمثل في فكرة التقارب بين الدول أين يمكن أن تلحق الدول النامية بالدول الغنية في المدى البعيد إذا توفرت بعض العوامل المعينة كالتراكم الرأسمالي مثلا ، إلا أن نتيجة " سولو " التي توصل إليها تعرضت هي الأخرى إلى انتقادات شديدة على يد ثلة من الاقتصاديين والذين أسسوا فيما بعد ما يعرف بنماذج النمو الداخلي، ولقد نبعت هذه الانتقادات من المشاهدات الميدانية في عقد الثمانينات من القرن الماضي، حيث دحض الواقع فكرة التقارب أين لوحظ أن الدول الغنية زادت تطورًا وغنى وأصبحت الهوة تزداد بين هذه الدول والدول الفقيرة،¹ أما الانتقاد الثاني الذي وجه إلى نظرية " سولو " فهو فكرة افتراضه الرقي التقني كمتغير خارجي، حيث لم يقيم " سولو " عند عرضة لنموذجه بتقديم تفسيراً لكيفية وطريقة تطور هذا العامل رغم اعتباره من أهم عوامل النمو الاقتصادي، لذا قام بول رومر في منتصف ثمانينيات القرن المنقضي بإستحداث نموذجا جديدا عرف بعد ذلك نموذج النمو الداخلي و الذي يعد التكنولوجيا كمتغير داخلي بعكس نموذج سولو، حيث اعتبر أن التغير التكنولوجي لا يقتصر على تغيير أسلوب الإنتاج أي شكل دالة الإنتاج الكلية، بل يرى أن التغييرات التكنولوجية في الغالب سوف تؤدي إلى إحداث تغييرات متزامنة في كل من مدخلات وشكل ومخرجات دالة الإنتاج الكلية، فإكتشاف أسلوب إنتاجي جديد يؤدي في غالب الأحيان إلى ظهور آلات جديدة (تغيير مواصفات K).²

ولم يقتصر رومر في نموذجه على ما سبق بل ادخل مفهوم الفكرة، والفكرة برأيه هي أصل كل إبداع، فمهما كان نوع الإبداع فإن وراءه فكرة تتحول فيما بعد إلى معرفة وجعل لها كيان اقتصادي مثلها مثل السلع تماما (لديها قيمة) ولكن بمواصفات تميزها بصورة جذرية عن السلع التقليدية الخاصة أو العامة أو الاثنين معا، حيث تتلخص ميزاتها في ثلاث عناصر وهي : عدم قابلية الخضوع للسيطرة وعدم التنافسية، والتراكمية وهذا ما جعلها تختلف جذريا عن السلع الأخرى، وترتبط جوهريا بوجود مردودية متزايدة، وهذا ما سمح لهم بالقول أن تراكم المعرفة وعلى عكس تراكم رأس المال المادي يمكنها أن تتولد ذاتيا (لا تخضع على المدى الطويل لقانون المردودية المتناقصة).³

كما أن رومر تمكن من إعطاء نفس جديد للنظرية النيوكلاسيكية ، وهذا عن طريق الفرضية المتمثلة في إدخال عامل التعلم عن طريق التمرن ، بحيث أن المؤسسة التي ترفع من رأس مالها المادي تتعلم في نفس الوقت من الإنتاج بأكثر فعالية ، وهذا الأثر الإيجابي للخبرة على الإنتاجية ، يوصف بالتمرن عن طريق الاستثمار ، بالإضافة إلى ذلك فإن الفرضية الثانية متمثلة في أن المعرفة المكتشفة تنتشر آتيا في كل الاقتصاد.⁴

¹ البشير عبد الكريم ، دحمان بواعلي سمير ، مداخلة بعنوان قياس أثر التطور التكنولوجي على النمو الاقتصادي-حالة الاقتصاد الجزائري ، Les deuxièmes Journées Scientifiques du FEM ، جامعة الشلف- الجزائر ، 2008 ، ص22.

² فطيمة حفيظ ، الإصلاحات الاقتصادية وإشكالية النمو الاقتصادي في دول المغرب العربي (تونس ، الجزائر ، المغرب) ، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة الحاج لخضر باتنة ، الجزائر ، 2012 ، ص112.

³ نفس المرجع السابق ، ص. 113-114.

⁴ صدر الدين صواليبي ، مرجع سابق ، ص50.

وفقا له فان هذا العامل يؤثر على النمو من خلال قناتين هما: ¹

-أولا، إن رأس المال البشري مدمج ظاهريا كمدخل input في دالة الإنتاج، وذلك من خلال نمذجة خيارات الاستثمار التعليمي الفردية وكذا من خلال الأثر الخارجي لرأس المال البشري.
-ثانيا، إن العوامل المسببة للنمو الداخلي (تحييدا للتقدم التقني) مرتبطة بشكل واضح بمخزون رأس المال البشري، وذلك إما بافتراض أن رأس المال البشري ينتج مباشرة (R&D) التكنولوجيا أو المعرفة الجديدة أو انه مدخل أساسي في قطاع البحث والتطوير الذي يتكرر تكنولوجيا أو معرفة جديدة.

أما فيما يخص عامل رأس المال البشري فيعتبر لوكس هو أبو هذا التوجه رغم وجود عدة محاولات سابقة لنموذجه و المتمثل في نظرية رأس المال البشري لشولتز (Shultz سنة 1961) وبيكر (Becker: 1964) وكانت هذه النظرية في البداية مرتبطة بسوق الشغل أي بمقارنة عائد الوقت المخصص للعمل بالعائد المستقبلي الناتج عن تخصيص هذا الوقت في تكوين وتعليم الأطفال والاهتمام برأس المال البشري، ولكن يبقى أهم نموذج تطرق مفصلا لدور رأس المال البشري في النمو بصفة مباشرة هو ذلك الذي قدمه لوكا (Lucas) عام 1988، ولكن قبل ذلك كانت هناك محاولة لإدراج رأس المال البشري في نموذج النمو النيوكلاسيكي أي نموذج سولو قدمها كل من مانكيو، رومور ووايل سنة 1992 والذي يعرف بنموذج (MRW).²

1: نموذج روبرت لوكاس 1988: ³

لقد اعتمد لوكاس على الفرضية القائلة بأنه على عكس رأس المال المادي يمكن زيادة رأس المال البشري، والمحافظة على عوائد حدية ثابتة، عوضا عن تناقصها مما يسمح باستمرار النمو الاقتصادي دون توقف، انطلاقا من دالة كوب-دوجلاس على النحو التالي :

$$y = k^B (UH)^{1-B} \dots \dots \dots (1)$$

حيث أن:

y : يمثل الإنتاج.

k : المال رأس العيني

U : الوقت المخصص للعمل

H : يعبر عن عنصر العمل

¹ فيصل بوطيبة، العائد من التعليم في الجزائر، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة أبي بكر بلقايد - تلمسان سنة 2009-2010، ص.32.

² شرفي براهم، دور رأس المال البشري في النمو الاقتصادي في الجزائر: - دراسة قياسية في الفترة 1964-2010، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية-جامعة الشلف الجزائر، 2012 العدد 8ص35.

³ رفيق نزاري، الاستثمار الأجنبي و النمو الاقتصادي دراسة حالة (تونس الجزائر، المغرب)، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2007-2008، ص90.

هذه المعادلة تدل على أنه كلما تراكم رأس المال البشري كلما أصبح الفرد أكثر إنتاجية حيث تم تحديد صيغة تتم بها عملية تراكم رأس المال البشري على النحو التالي:

$$H = \delta H(1 - U) \dots \dots \dots (2)$$

حيث: $0 < \delta$

ومنه يمكن قراءة المعادلة رقم (2) على أنها دالة لإنتاج رأس المال البشري تتكون، مدخلاتها من الزمن المخصص للدراسة (1) (U) ، ومن رأس المال الذي تم تراكمه، وتتصف دالة الإنتاج بعوائد متزايدة في مدخلات إنتاجها، ويتضح من المعادلة رقم (2) أن الإنتاجية الحدية لرأس المال البشري تساوي $\delta(1 - U)$ أي معدل العائد على رأس المال البشري يعتمد على الوقت الذي يخصص للدراسة.

أن هذا النموذج يسمح لنا ان نلمس أن سبب وجود اختلاف في درجة الغنى والفقر بين مختلف الدول يرجع في الأساس إلى اختلاف المدة الزمنية المسخرة للتكوين والتعليم، فنجد أن دول الشمال تمتاز بمعدلات نمو جيدة وذلك لأنها أعطت الأهمية الكبيرة والوقت الكافي للتكوين في حين نجد أن دول الجنوب تمتاز بمعدلات نمو ضعيفة وذلك لعدم اهتمامها أو اهتمام أفرادها بالتكوين، وهكذا فإن السياسة التي لها القدرة على الرفع من وقت التكوين بشكل دائم- تفضيل تراكم المعارف -سوف يكون لها أثر إيجابي على النمو الاقتصادي¹.

ب-نموذج بول رومر 1990²

لقد قام بول رومر 1990 بدراسة الأفكار الصادرة من سولو والذي اعتبر أن التقدم التكنولوجي ناتج أساسا من الخارج، وأكد رومر أن رأس المال البشري يصبح منتجا من خلال تفاعله مع مخزون المعرفة، فكلما ازدادت هذه الأخيرة (المعرفة) أصبحت جهود البحث والتطوير المعتمدة على رأس المال البشري منتجة أكثر.

ويعتمد نموذج رومر على ثلاث قطاعات: قطاع البحث والتطوير، قطاع إنتاج السلع الوسيطة، وقطاع إنتاج السلع النهائية.

1- قطاع البحث والتطوير .

والتي اعتمدت على معادلة تراكم المعرفة من الشكل:

$$\dot{A} = \delta H_A A$$

حيث $0 < \delta$ وهي معلمة فعالية البحث .

A : مخزون الأفكار

H_A : عدد الباحثين

\dot{A} : مقدار الأفكار الجديدة

¹البشير عبد الكريم ، دحمان بوعلي سمير،مرجع سابق،ص16.

²رفيق نزاري، مرجع سابق،ص92.

أما معدل نمو الأفكار فتكون من الشكل $\left(\frac{A}{A} = \delta H_A\right)$ ، أي أن كل وحدة إضافية من الباحثين ستزيد من مخزون المعرفة.

2-قطاع السلع الوسيطة .

ويعتمد إنتاج السلع الوسيطة X_i عن طريق براءة الاختراع المشتراه من قطاع البحث والتطوير، ويتم التعبير عن قطاع السلع الوسيطة بالمعادلة:

$$K = \int_0^A X(i) di$$

حيث k رأس المال المادي $X(i)$ الكمية الموجودة من كل نوع من رأس المال .

3:قطاع الإنتاج النهائي

ويعتمد على المعادلة التالية :

$$y = H_y^\alpha L^B \int_0^A [X(i)]_{d_i}^{1-\alpha-\beta}$$

وتتميز هذه الدالة بغلة حجم ثابتة والتي تأخذ في الحسبان خاصية عدم التجانس في رأس المال، وأعتبر رومر أن الشركات سوف تقوم بطلب هذه السلع بشكل يجعل أسعارها متساوية وتنتج $X_i = \bar{X}$ من السلع وبالتالي فإن رأس المال المستخدم من قبل الشركات العاملة في قطاع السلع النهائية هو $(A\bar{X} = K)$ ، حيث A هو العدد الذي يدل على الشركات التي تنتج السلع الوسيطة، وعلى هذا الأساس فإن دالة الإنتاج لهذا القطاع يمكن كتابتها كما يلي:

$$y = H_y^\alpha L^B \bar{A} X^{1-\alpha-\beta}$$

والتي تعبر عن أن مخزون المعرفة A يعتب محور للنمو الاقتصادي وأن يعتبر X يعتبر معلمة وليس عاملا من عوامل الإنتاج.

لقد إعتبر رومر أن التغيرات التكنولوجية تأتي على شكل مكتشفات علمية في أثناء البحث الأكاديمي أو في المخابر الحكومية، ويرى أن الدول النامية اليوم هي أنهم فقراء لأن مواطنيهم ليس لديهم القدرة على تطبيق الأفكار التي استخدمتها الدول الصناعية لتوليد قيمة اقتصادية، وأكد أن الفجوة الموجودة بين الدول الغنية والفقيرة تنقسم إلى:

-فجوة مادية وتتضمن المصانع والطرق والآلات الحديثة.

-فجوة فكرية، والتي تحتوي على المعرفة عن الأسواق والتوزيع والتحكم في المخزون

وقد قام الاقتصاديون بتطبيق نموذج رومر لمحاولة إثبات دور المعرفة والبحث العلمي في زيادة الإنتاجية، فكانت بعضها مماثلة لنموذج رومر والأخرى مختلف عنها.

لقد إقتصرت الذكر على بعض النظريات دون غيرها لأنها تعد رائدة في مجال استخدام عامل التكنولوجيا على مستوى نظريات النمو الإقتصادي، حيث دحضت هذه النظريات الفكرة السائدة في السابق والتي ترجع نقص التنمية إلى ما يعرف بمعضلة ندرة رؤوس الأموال، حيث برهنت على أن الأولوية التي إكتسبها عنصر رأس المال من خلال الإعتماد على كركيزة لعملية النمو لم تعد تحدي، بل أثبتت أن هناك عناصر أخرى يجب أن تكون مرافقت له إذا ما أريد بلوغ معدلات عالية من نسب النمو، ومن أهم هذه العناصر التكنولوجيا، لذا إهتمت الدول المتقدمة بها وقامت بتطويرها وخلقها لكن الدول النامية وبحكم موقعها الاقتصادي بقيت تفتقر لهذا العامل، الذي أصبح يلعب دورا مفصليا في المعركة التي تخوضها إقتصادياتها .

كما أنها أصبحت اليوم من أهم عوامل تحديد نجاح أو فشل الخطط التنموية، بل حتى وسيلة للحفاظ على السيادة الوطنية عن طريق إكتساب تكنولوجيا الصناعات الحساسة كقطاع الصناعات الحربية و الدواء وكذا مجال الطاقة، مما جعل الدول النامية تلجأ إلى محاولة إكتساب التكنولوجيا و سد الفجوة بينها وبين الدول الرائدة، وهذا عن طرق جملة من المنافذ التي سوف تتيح لها فرصة إكتساب التكنولوجيا وتوطينها وحتى محاولة خلقها من أجل الوصول إلى مصاف الدول المتقدمة إقتصاديا ومن بين هذه الطرق و المناهج، تشجيعها و تمويلها لمجالات البحث و التطوير وكذا محاولاتها جلب و نقل التكنولوجيا و توطينها عن طريق إستقطاب الشركات المتعددة الجنسيات و التي تتمتع بإمتلاكها لتكنولوجيا عالية و كذا مراكز رائدة في البحث و التطوير.

إن عملية نقل التكنولوجيا ستظل أحد الأهداف الرئيسة لدول العالم النامية والفقيرة، فالتقنية الحديثة هي أقصر طرق التنمية والإزدهار ، لذا سوف يتطرق الباحث في ما يلي إلى ماهية نقل التكنولوجيا و إلى طرق نقلها كما أنه سيحاول ربط التكنولوجيا بإستراتيجيات الدول المتلقية لها وكذا إستراتيجيات الدول المتقدمة وخاصة عن طريق الشركات المتعددة الجنسيات التابعة لها .

المبحث الثاني: نقل التكنولوجيا المفهوم والطرق.

لقد أصبح مفهوم نقل التكنولوجيا الشغل الشاغل للدول النامية و المتقدمة على شكل سواء ،وهذا ما يفسر الدور المهم الذي أضحي يلعبه هذا العنصر (العلم والتكنولوجيا) على مستوى التنمية الاقتصادية و الأعمال الدولية ، و لدحض الغموض الذي يحيط بمآلته على هذا المصطلح وجب الوقوف على معنى وتعريف هذا المصطلح الذي يختلف من مؤلف لأخر،وكذا بقصد تغيير بعض المفاهيم الخاطئة كاعتبار استيراد الآلات و المعدات كنقل للتكنولوجيا و التي سادة في حقبة زمنية سابقة ،واثبت الواقع بطلانها.

المطلب الأول التعريف

إذا ما انطلقنا من التعريف البسيط لعملية نقل التكنولوجيا و القائل بأنها عملية "إنتقال غرض معين من شخص إلى شخص آخر"¹. سوف نلاحظ انه يتفق مع الاعتقاد الذي يعتبر التكنولوجيا سلعة تباع و تشتري كأى سلعة أخرى و الذي دفع بالدول النامية إلى اقتناء المعدات و الآلات وحتى المصانع الجاهزة في سبيل سعيها إلى نقل التكنولوجيا ،لكن إذا ما أمعنا النظر جيدا في التعريف السابق و إذا ما دعمناه ببعض التعاريف الأخرى سوف نجد أن نقل التكنولوجيا في الحقيقة هي عملية انتقال ،لكن إنتقال ماذا ومن من و إلى من أو إلى أين ؟ ولإجابة على هذا الطرح نرجع إلى التعريف القائل بأنها عملية "نقل العلوم و التكنولوجيا من بلد إلى آخر أو من منطقة إلى أخرى أو تبادلها بين أرجاء العالم المختلفة"².

هذا ما يجيب على شق من الطرح السابق ومنه فهي عملية يقتضى بموجبها انتقال و تبادل المعرفة والآلات و المعدات التكنولوجية من مناطق الوفرة إلى مناطق الحاجة ، و للمزيد من التفصيل يرى التعريف التالي على أنها عملية نقل "أساليب صناعة وسائل الإنتاج و فن تلك الصناعة إلى بيئة غير مصنعة ،ودمج تلك الأساليب وذلك الفن في صميم البيئة المعنية عن طريق تحويل بيئتها الاجتماعية تحويلا نوعيا و تثير نمط الحياة الاقتصادية فيها بصورة متناسقة و متكاملة"³.

مما سبق تتضح لنا أنها عملية نقل لأساليب و فنون الصناعة و الإنتاج وهذا ما يدعمه تعريف منظمة الأمم المتحدة و القائل بأن عملية النقل هي عبارة عن " نقل جملة من المعارف إلى المنشأة قصد إستخدامها في عملية إنتاج السلع، وعملية تقديم الطلبات أو تقديم خدمة"⁴، لكن لكي تتم عملية النقل يجب أولا إكتساب ما سينقل فالمثل يقول فاقد الشيء لا يعطيه لذا يجب البحث عن منبع تلك الأساليب ،و التعريف التالي يمكننا من إيجاد ذلك المنبع حيث يعرف هذه العملية على أنها عملية "تحويل الإنجازات

¹Silvere seurat , **Réalités du transfert de technologie**,2 édition .MASSON .PARIS 1978. p34.

²قاسم جميل قاسم، نقل التكنولوجيا وعملية التنمية وجهة نظر من الدول النامية،مرجع سابق،ص27.

³قاسم جميل قاسم، مرجع سابق، ص28.

⁴ Daniel rouach et joseph klatzmann, **que sais- je ? les transferts de technologie**, Presses universitaires de France, 1993, p 10.

العلمية المحققة في مراكز البحث المختلفة والجامعات إلى قطاع الأعمال من أجل تحويلها إلى سلع رأسمالية ووسيلة واستهلاكية، وتعرف هذه العملية أيضا بالنقل الرأسي للتكنولوجيا"¹.

إذا فالمنبع هو مراكز البحث و التطوير والجامعات و الغرض المراد نقله هو الانجازات العلمية أي المعرفة أما المتلقي في هذه الحالة هو قطاع الأعمال أو الدول الأقل تقدما و التي لم تنجح في إيجاد ما يعرف بالنقل الراسي ,وبحسب هذا التعريف فان عملية النقل تكون إما داخلية وعلى المستوى الوطني كما أنها يمكن تكتسب طابع الدولية وهذا عن طريق النقل الراسي العمودي أو النقل الأفقي والذي يعرف على انه نقل المعدات و الآلات و الخبرات من الدول التي حققت النقل الراسي إلى الدول التي لم تستطع تحقيقه أو الدول النامية التي لا تمتلك التكنولوجيا .

كما يمكننا التمييز بين نوعين مختلفين للنقل الدولي للتكنولوجيا ، الأول : هو النقل الداخلي للتكنولوجيا، وهو الذي يتم داخل المشروع ، كالنقل داخل المشروع متعدد القوميات من الشركة الأم إلى شركاتها الوليدة المنتشرة في أماكن متفرقة من العالم ، أو فيما بين هذه الشركات الوليدة . ويطلق على هذا النوع من الاستثمار المباشر النقل الداخلي للتكنولوجيا لأنه لا يتضمن نقلا حقيقيا للتكنولوجيا، بل تظل التكنولوجيا في قبضة المشروع وسيطرته ولا تخرج منه ، أما النوع الثاني فهو النقل الخارجي للتكنولوجيا وهو الذي يتم بين المشروع الناقل ومشروع آخر مستقل عنه، كالنقل من المشروع متعدد القوميات من الشركة الأم أو شركاتها الوليدة إلى مشروعات أخرى مستقلة في دول أخرى.²

من التعاريف السابقة يمكن القول بان عملية نقل التكنولوجيا هي :

- هي عملية "ترجمت البحوث التي تجرى في مخابر ومعامل البحث العلمي إلى وسائل متقدمة تدخل في عملة الإنتاج أو تقديم طرق متقدمة ومتطورة للخدمات المساعدة"³، وهذا ما يعرف بالنقل الرأسي على المستوى الوطني.

- هي تلك العملية التي يوجب بمقتضاها نقل المعرفة والآلات التكنولوجيا من مناطق الوفرة إلى مناطق الحاجة أي هي نقل للمعرفة من الدول المتقدمة إلى دول أخرى اقل تقدما لكنها فشلت في تحقيق "النقل الراسي" كما يمكن لهذا النقل أن يكون أفقيا أي نقل التكنولوجيا من الدول المتقدمة إلى الدول النامية"⁴ ، أي هي عملية تنسم بطابع الدولية

¹ . قاسم جميل قاسم ،مرجع سابق،ص29

² حسام الدين الصغير، ترخيص الملكية الفكرية ونقل التكنولوجيا ، ندوة الويبو الوطنية عن الملكية الفكرية ،تنظمها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو بالتعاون مع وزارة التجارة والصناعة ومجلس الشورى ،مسقط، 23 و24 مارس/آذار 2004، ص2 .

³ سمير عبد، العرب والتكنولوجيا ، دار الآفاق الجديدة ،بيروت، 1981، ص 115

⁴ انظر انطونوس كرم،مرجع سبق ذكره، ص 58

- هي عملية ربط نقل المعرفة العلمية (المعلومات التكنولوجية أو الخبرة الفنية) بنقل التكنولوجيا المادية (الآلات الفعلية أو المعدات المادية الأخرى) لتفادي الوقوع في ما يعرف (بالنقل الخالي من التكنولوجيا)¹.

- لا تكون عملية نقل التكنولوجيا مثمرة² إذا لم يتبع النقل الأفقي للتكنولوجيا بالنقل الرأسي لها لأن هذا الأخير يعمل على إيجاد السبل الكفيلة بالمرج بين التكنولوجيا الأجنبية المنقولة أفقياً وبين خصائص التراكم المعرفي للمجتمع الذي نقلت إليه².

- إن نقل التكنولوجيا لا يقتصر على نقل المعدات و الآلات بل يجب أن يتعدى ذلك إلى نقل ما يعرف بالخبرة و المعرفة و التي تعرف بمصطلح (savoir- faire) و التي يتضمن حملة من المضامين الأخرى كالدراية التقنية (Savoir faire technique), المعرفة التجارية (Savoir faire commercial), إدارة المعرفة (Savoir faire de gestion).³

بما أن نقل التكنولوجيا هي عملية تحويل للمعارف و الخبرات و الآلات و المعدات وكذا يعني تبادل المعلومات التقنية بشكل يسهل معه تطبيقها علمياً بين البلدان فهي بالتالي تحتاج إلى قنوات و سبل لكي تصل إلى الذي يريد تلقيها .

المطلب الثاني: قنوات نقل التكنولوجيا

عند التكلم عن قنوات نقل التكنولوجيا يتبادر إلى الذهن السؤال التالي ما هي القنوات التي توصل التكنولوجيا إلى الدول النامية؟ لكن قبل الإجابة على هذا السؤال يجب التفريق بين أنواع الطرق التي تنقل بها التكنولوجيا، و التي يرى البعض أنها تنقسم إلى شقين ألا وهما النقل الداخلي و النقل الخارجي أو المباشر و الغير مباشر كما يحلو للبعض تسميتها .

لقد كان المفهوم القديم للتجارة يعني بيع و شراء السلع كالأغذية و المواد الأولية، و الوقود، ومنتجات التكنولوجيا فان هناك نوعاً جديداً من (البضائع) في التجارة الدولية بدأ يتخذ أهمية متزايدة من نهاية الحرب العالمية الثانية وأصبح الآن يمثل الشغل الشاغل لمختلف الحكومات عبر العالم وهو يتمثل بالاتجار ببراءات الاختراع و العلامات المسجلة (TRADE MARK) و التصاميم الخاصة، و أسرار كيميائية الصنع، و أصبح هذا النوع، من التجارة يلعب دوراً هاماً فيما يسمى بالحركة العالمية للتكنولوجيا INTERNATIONALK MOVEMENT OF TECHNOLOY حيث يقصد من مفهوم (الحركة) انه يمثل المعنى الأعم لمفهوم (النقل TRANSFER) النقل الدولي للتكنولوجيا عبر القنوات الاقتصادية و الصناعية أصبح يعد المؤشر الرئيسي في العلاقات الدولية بسبب المشاكل و القضايا السياسية و الاقتصادية و الأمنية الهامة التي يطرحها.⁴ حيث تتنوع هذه القنوات و التي يمكن ذكر أهمها و أبرزها فيما يلي.

¹ أي نقل تكنولوجيا المعرفة دون أن تنقل معها سلعا رأس مالية، انظر قاسم جميل قاسم، مرجع سبق ذكره، ص 28.

² انطونيوس كرم، مرجع سابق، ص 57 .

³ Daniel rouach et joseph klatzmann, **que sais je ? les transferts de technologie**, op.cité, p16-17.

⁴ محمد آدم، التكنولوجيا والاقتصاد في خدمة الإنسان والتنمية مجلة النبا العدد 44 نيسان 2000
http://annabaa.org/nba44/taknolngi.htm (12/09/2012. 23 :40).

أولا - النقل الغير مباشر:

1- عقود التصدير (عقد الوكالة) : كما ذكرنا سابقا فان أول مرحلة تلجأ إليها الشركات المتعددة الجنسيات هي مرحلة التصدير، وهذا لان المؤسسات الصناعية التي ترغب في التوسع واقتحام الأسواق الدولية دوما ما تلجأ في البداية إلى عملية التصدير بأنواعها أي المباشرة وغي المباشرة بغيت غزو الأسواق الدولية، لكن كيف تنقل التكنولوجيا عن طريق التصدير؟.

يتخذ نقل التكنولوجيا أثناء التصدير عدة صور، فعند اقتناء الآلات و المعدات و السلع الاستهلاكية و التي تعد تجسيدا للتكنولوجيا التي أنتجت بها يصبح بإمكان الدول المقتنية لهذه المخرجات الاستفادة منها بطرق شتى من بينها فك الآلات والأجهزة إلى أجزائها ودراستها وإعادة تركيبها كما فعلت اليابان بنجاح من قبل¹، يقصد اكتساب التقنية و المعرفة دون التقليد، بالإضافة إلى الطريقة السابقة فان "كثييات تعليمات التشغيل المصاحبة للآلات المعقدة والتي تشرح طريقة الاستعمال والتركيب تمثل نقلا للمعرفة الفنية، وهذا ما ينطبق في كثير من الحالات على مخططات الدارات التي تكون مرافقة للأجهزة الالكترونية كالثلاجات والتلفاز والحواسيب إلى جانب النشرات المصاحبة للأدوية والتي تحتوي على المركبات الكيميائية للدواء ونسبها"²، وكل هذا يتيح للدولة المستوردة فرصة اقتناء التكنولوجيا و اكتسابها لكن ما يعاب على هذا المنفذ هو تفضي ظاهرة التقليد التي يعاقب عليها القانون الدولي، أما العيب الثاني هو عدم امتلاك الدول النامية القدرة على تفكيك وإعادة تركيب مثل هذه السلع الرأسمالية والاستهلاكية، كما أن النشرات و الكتيبات وكذا عمليات التفكيك لا يمكن لها أن تكشف أسرار وخبايا التكنولوجيا المستعملة في عملية الإنتاج لان المنتج دوما ما يحاول إخفاء وجزء بسيط من تلك التكنولوجيات بغية خلق التميز والاحتكار لذا فمن وجهة نظر الباحث فان عملية نقل التكنولوجيا عن طريق الاستيراد لا تعد نقلا كاملا للتكنولوجيا بل هي تقل جزئيا لها، كما أنها تأخذ الكثير من الوقت .

ب- المعارض الصناعية : يتم نقل التكنولوجيا بموجب هذا الأسلوب عن طريق قيام الدول النامية بإقامة معارض دولية على أراضيها ودعوة الدول والمؤسسات والشركات الأجنبية لعرض منتجاتها الصناعية من الآلات والمعدات والأجهزة، ثم يقوم البلد المضيف بتنظيم زيارات لمهندسيه وجهاته الفنية للاطلاع على المعارض والتعرف على التطور التكنولوجي للجهات المشاركة ومحاولة نقل معارفها وخبراتها، وقد تقوم الدولة المضيفة بشراء بعض الآلات والمعدات بأسعار زهيدة وبالتالي تتمكن من نقل التكنولوجيا دون تكاليف باهظة. إلا أن من عيوب هذا الأسلوب هو ضرورة توفر كفاءات فنية وخبرات علمية في البلد المعني لفحص التكنولوجيا الأجنبية ومحاولة تقليدها أو نقلها إضافة إلى إن معظم المعارضات قد تكون من النوع القديم الذي تحاول الشركات التخلص منها.³

¹ انطونيوس كرم، مرجع سابق، ص58.

² ليلى شبيخ، اتفاقيات الملكية الفكرية ذات العلاقة بالتجارة الدولية وإشكالية نقل التكنولوجيا إلى الدول النامية دراسة حالة الصين، مرجع سابق، ص54.

³ عباس الفياض، نقل وتوطين التكنولوجيا وأثرها في تنمية الموارد البشرية دراسة نظرية تطبيقية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة العدد الخامس والعشرون 2010 ص11

ج- عقود تسليم المفتاح *Turn-Key Contracts*

هو عبارة عن عقد يبرم بين طرفين الأول أجنبي و الثاني و طني حيث يوجب العقد الطرف الأجنبي بتصميم وإنجاز وإقامة المشروع الاستثماري والإشراف عليه حتى بداية التشغيل، وما أن يصل المشروع إلى مرحلة التشغيل يتم تسليمه إلى الطرف الثاني . حيث تلتزم الشركات التي توقع هذا النوع من العقود بمسئولية تسليم المشروع وكل ما يتعلق به إلى الطرف الأجنبي الذي أنجز من أجله وتشغيله مقابل مبلغ متفق عليه، ويمكن أن يمتد الاتفاق إلى التوريد بالآلات والمعدات، وتميز عقود تسليم المفتاح باستمرار خدمات ما بعد التسليم كالصيانة والإدارة والتدريب لكنها تتم في غالب الأحيان وفق عقود مستقلة عن العقد الأساسي الذي أنجز بموجبه المشروع¹، ويتميز هذا العقد بالخصائص الآتية:²

- أن تقوم الدولة المضيفة أو المستثمر الوطني بدفع أتعاب للطرف الأجنبي مقابل قيامه بوضع أو تقديم التصميمات

الخاصة بالمشروع والطرق اللازمة للقيام بهذا المشروع وطرق إدارته.

- أن تتحمل الدولة المضيفة تكلفة الحصول على التجهيزات والآلات للطرف الأجنبي أو المورد.

- بعد إجراء تجارب التشغيل والإنتاج يتم تسليم المشروع للبلد المضيف.

إن عقود تسليم المفتاح هي عملية تصدير من نوع خاص لا يكون موضوع التعاقد فيها سلعا ملموسة وإنما إنشاء مشاريع، وترم هذه العقود من طرف المنظمات المتخصصة في التصميم والبناء وهي معروفة بشكل خاص في ميدان الكيمياء والصيدلة ومحطات تكرير النفط ومعالجة المعادن (التعدين) وكل أنواع الصناعات التي تحتاج إلى تكنولوجيا مكلفة ومعقدة وغير متاحة لجميع الدول، وتعتبر هذه العقود ضرورية للحصول على العوائد المجزية للمؤسسات التي تملك تكنولوجيا جاهزة للتسويق في الدول التي تنظر للاستثمار الأجنبي المباشر بشيء من الخوف وكثير من التردد، أو تلك التي تتعرض بشكل دائم لأزمات اقتصادية أو تتميز بعدم الاستقرار السياسي، ويظهر جليا أن عقد تسليم المفتاح إذا استوفى كل الشروط، يعد عقدا متكاملًا لنقل التكنولوجيا المتطورة بدء من الهياكل إلى الآلات والمعرفة الفنية وانتهاء بالتدريب.³

كما أن عقد تسليم المفتاح يعد من العقود التي ظهرت أولا في مجال البناء والتشييد، ثم انتقل حديثا إلى مجال التصنيع، بحيث أصبح يعد هذا العقد من إحدى قنوات التعاون التكنولوجي بين الدول وأداة لتنفيذ خطط التنمية، وعلى الرغم من الدور الذي يؤديه هذا العقد في مجال التنمية ونقل التكنولوجيا، إلا أنه لم يحظ بتنظيم تشريعي خاص في المجال الوطني.⁴

¹ الحضيري، محسن أحمد، اقتصاد المعرفة. مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2001، ص، ص، 41-42.

² عبد السلام أبو قحف، إدارة الأعمال الدولية بيروت: الدار الجامعية، 2001، ص، ص، 313-314.

³ ليلي شيخة، مرجع سابق، ص، 54.

⁴ حمدي محمود بارود، محاولة لتقييم التنظيم القانوني لنقل التمكين التكنولوجي في ظل الجهود الدولية ومشروع قانون التجارة الفلسطيني، مجلة جامعة الأزهر بجزء، سلسلة العلوم الإنسانية 2010، المجلد 12، العدد 1، ص، 870.

لذا هناك من يعارض هذا النوع من أنواع النقل لأنهم لا يعدونها عملية نقل للتكنولوجيا بقدر ماهية نقل لتقنية، حيث وحسب رأيهم فإن هذه العقود تسمح بنقل التقنية التي تتضمنها المواد و الأدوات المقدمة من المنشئ، فتؤدي إلى حيازة المؤسسات لتقنية متقدمة، وان لم تكن قادرة على السيطرة عليها لعدم توافر المعارف التكنولوجية، كما أنهم يعدون هذا النمط على انه لا يساعد بناء وتطور القاعدة التكنولوجية لأنه لا يحقق نقلا فعالا للتكنولوجيا إلا إذا توفر بين الطرفين تقارب في المستوى التكنولوجي، وهذا ما يجعل الدول النامية بعيدة عن تحقيق الهدف المرجو من إبرام هذه العقود، لذا فمنها من أصبح يلجأ إلى إبرام عقود أخرى و التي تعرف بعقود تسليم الإنتاج في اليد ومن بين هذه الدول الجزائر.¹

كما ذكرنا آنفا فان الدول و بالأخص تلك النامية منها أضححت تتجه إلى ما يعرف بعقود تسليم الإنتاج و التي تعد امتدادا لعقود تسليم المفتاح لكنها تتميز عنها في جوانب عدة و التي يمكن حصرها فيما يلي:²

- أن هذا الأخير قد يصبحه عقود لتدريب العاملين و تقديم المساعدة الفنية بينما عقد تسليم المفتاح يبدو كعقد واحد ومتعدد الالتزامات، حيث يمكن للمورد أن لا يلزم نفسه بعملية التدريب .
- إن تنوع التزامات مورد التكنولوجيا يضمن استمرارية تدفق المعلومات الفنية بين مرحلتي إبرام العقد وتسليم الإنتاج مما يجنب المشروع عدم ملاحقة التطورات التكنولوجية
- إن الشروط العقدية المتعلقة بمدة التنفيذ لا تتسم في الواقع العملي بالجمود كما هو شأنها في عقود تسليم المفتاح، إذ على الرغم من وجود جداول زمنية متفق عليها، إلا انه لا يتم تسليم المراحل المختلفة بصورة اتوماتيكية بمجرد إنجازها إذ يسبق ذلك مفاوضات و دراسات تجري بين الطرفين بالنسبة لكل مرحلة من مراحل تشييد المشروع.

كل هذه المزايا التي يتوفر عليها هذا النوع من العقود مقارنة بسابقه إلا انه لا يخلو من بعض الانتقادات الموجهة له، كالتكلفة الباهظة لنقل التكنولوجيا من خلال إبرام هذا العقد، وكذا ما يحمله هذا العقد في طياته من تبعية تكنولوجية و التي تتجلى في التواجد الدائم و الحاجة المستمرة للخبرات الفنية الأجنبية طيلة حيات المشروع و الذي يزيد من التبعية.³

بعد تطور الالتزامات كما رأينا في الأعلى إلى غاية ضمان الإنتاج فقد ظهرت إلتزامات أخرى وهي بالأحرى صورة دوما ما ترافق عقود تسليم الإنتاج وهي الإلتزام بتسليم الإنتاج و التسويق وهذا الإلتزام دوما يكون إما دائما أو مؤقتا بغية مساعدة طالب التكنولوجيا في توزيع الإنتاج حتى يتمكن من ذلك بنفسه، أما إذا كان الإلتزام دائما فقد يصل إلى غاية ضمان مقدم التكنولوجيا بيع وتصدير جزء من محدد من إنتاج الوحدة الصناعية وهذا بإدماج الوحدة الإنتاجية للدولة المتعاقدة في الشبكة التجارية للمورد . بل إن المورد قد يفرض ذلك على الدولة كتعويض جزئي أو كلي مقابل ما نقله لها من تكنولوجية.⁴

¹ صلاح الدين جمال الدين، عقود نقل التكنولوجيا (تنازع القوانين وتسوية النزاعات)، مرجع سابق، ص، ص، 77-78.

² نفس المرجع ص80.

³ نفس المرجع ص81.

⁴ نفس المرجع المذكور أعلاه، ص85.

لكن ما يعاب على هذا الأسلوب هو السماح لمورد التكنولوجيا من زيادة نسب تدخله في أساليب الإنتاج بحجة ضمان المواصفات المناسبة للمنتج الذي يتولى هو تسويقه، كما انه يسمح له بالتحكم و الإشراف عن النواحي التكنولوجية اللازمة للإنتاج، وقد يتطور هذا العقد ليصبح أكثر من ذلك متحولاً إلى عقد إنشاء الشركات المشتركة و التي سيتطرق إليها الباحث

د- عقود التصنيع *Manufacturing Contracts*

عقود التصنيع هي عبارة عن اتفاقيات مبرمة بين الشركة المتعددة الجنسيات وإحدى الشركات الوطنية (عامة أو خاصة) بالدولة المضيفة، بمقتضاها يقوم الطرف الثاني نيابة عن الطرف الأول بتصنيع وإنتاج سلعة معينة أي أنها اتفاقيات إنتاج بالوكالة،¹ حيث أن هذا العقد يحول للشركة الأجنبية إيكال مهمة تصنيع سلعة ما (قطع غيار أو منتج نهائي) لفترة من الزمن عادة ما تكون طويلة، حيث يقوم الطرف الثاني بتصدير تلك السلعة إلى الطرف الأول تحت العلامة التجارية لهذا الأخير، ومثال ذلك إنتاج أجزاء الكمبيوتر أو قطع غيار السيارات في الهند لفائدة شركات في الولايات المتحدة الأمريكية.²

ويتجسد نقل التكنولوجيا في هذا النوع من العقود عندما يرسل الطرف الأول من العقد إلى الطرف الثاني قطعاً أو منتجات نصف مصنعة أو المادة الأولية مرفقة بطريقة التصنيع، أو عندما يطرح الطرف الثاني قسماً من المنتج النهائي أو النصف مصنع في السوق المحلي.³

هـ- العقود الإدارية *Management Contracts*:⁴

يتمثل هذا الإجراء بقيام "المؤسسة بتقديم بعض الخدمات الخاصة لطرف أجنبي كالإشراف الإداري و الخبرة الفنية لفترة زمنية محدودة مقابل إتاوة مالية يدفعها الطرف الثاني من العقد تعرف بRoyalty، حيث تقدر قيمتها مسبقاً أو تكون على أساس نسبة معينة من المبيعات، أما فيما يخص مميزات هذا النوع من العقود فهي في الغالب عقود لا تحتوي على استثمار حقيقي بل هي عبارة عن عملية تقدم تقدم المعرفة الفنية والإدارية للطرف الثاني و الذي يكون في الأغلب ممتلكاً للتكنولوجيا الصناعية و الهياكل المتطورة لكنه يفتقر إلى الطريقة المناسبة لإدارتها وهنا تكمن عملية النقل التكنولوجي و الذي يتمثل في نقل الخبرة والمعرفة الإدارية .

و- عقود امتيازات الإنتاج والتصنيع الدولي من الباطن

عقد أو إمتياز الإنتاج الدولي من الباطن هو عبارة عن اتفاقية بين وحدتين إنتاجيتين (شركتين أو فرعين من فروعها مثلاً)، بموجبها يقوم أحد الأطراف بإنتاج وتوريد أو تصدير قطع الغيار أو المكونات الأساسية الخاصة بسلعة معينة للطرف الأول (الأصيل) الذي يقوم باستخدامها في إنتاج سلعة بصورتها النهائية وبعلامته التجارية، وقد تنطوي هذه الاتفاقية على أن يقوم الأصيل بتزويد المقاول من الباطن بالمواد الخام اللازمة لتصنيع مكونات السلعة ثم يقوم بعد ذلك بتزويدها للأصيل.

¹ عبد السلام أبو قحف، إدارة الأعمال الدولية، مرجع سابق، ص، ص، 414، 415.

² الخضيري، مرجع سابق، ص 42 .

³ ليلي شيخة، مرجع سابق، ص 55.

⁴ نفس المرجع، ص 55.

تشتمل عقود الإنتاج والتصنيع الدولي على أربع أنماط رئيسية وهي:¹

- النمط الأول يمثل اتفاقية بين طرفين للاستثمار يتمتعان بالاستقلال التام عن بعضها البعض، ويقعان في بلدين مختلفين أحدهما دولة متقدمة (الدولة الأم الأصلية) والأخرى دولة نامية أو مضيضة.
- النمط الثاني يمثل اتفاقية بين أحد فروع شركة متعددة الجنسيات وبين شركة محلية وطنية داخل الدولة المضيفة، حيث تقوم الشركة المحلية (مقاول الباطن) بتصنيع مكونات السلعة وتوريدها إلى الفرع الذي يقوم بدوره أما بتصديرها للمنتج النهائي للسوق الخارجي أو بيعها في السوق المحلي بالدولة المضيفة أو تصديرها للدولة أو الشركة الأم.
- النمط الثالث وفيه يتم الاتفاق بين فرعين من الفروع يكون أحدهما تابع للشركة المتعددة الجنسيات أما الآخر يكون تابع لشركات أخرى متعددة الجنسيات، لا يجب أن يقع هذان الفرعان في بلد واحد مضيض.
- أما النمط الرابع للاتفاقية فيتم بين إحدى الشركات المتعددة الجنسيات وبين أحد فروعها أو بين فرعين من فروع هذه الشركة في بلدين مختلفين. وفي ظل هذا النمط تستبعد الشركات الوطنية المحلية باعتبارها مقاولي الباطن بالدولة المضيفة.

ز- عقد الترخيص Licensing

الترخيص لغة يعني: الإذن، رخص له كذا أو في كذا: أذن له فيه بعد النهي عنه، أما إذا جذورها الاتنية فاصطلاح الترخيص يشتق من المصطلح licentio ومعناه الحرية liberty وهذا ما يعني منح الإذن و حرية التصرف.² أما فيما يخص تعريف الترخيص أو العقد، فيمكن تعريفه بالاعتماد على تعريف منظمة الملكية الفكرية العالمية (WIPO) ومركز التجارة العالمي (ITC) بأنه "الإذن الممنوح من قبل حائز حق الملكية الفكرية لآخر لاستخدامه بناء على شروط متفق عليها، ولغرض معين، في منطقة معينة، ولفترة زمنية متفق عليها"³.

أما إذا ما أردنا اعتماد تعريف أشمل فهو "إذن من طرف يطلق عليه المرخص (الحائز الأصلي للحق) سواء كان شفاهة أو كتابة، بمقابل أو دون مقابل، صراحة أو ضمناً، لصالح طرف آخر يطلق عليه (المرخص إليه)، باستغلال الرخصة المملوكة للأول والتي قد تغطي براءات للاختراع وللعلامات التجارية و حقوق التأليف و المعرفة الفنية و المساعدات الفنية، فردية كانت أم بالاشتراك مع آخرين، و سواء كان ترخيص قصري أو غير قصري من حيث الزمان والمكان يسمح فيه باستغلال الترخيص"⁴، و غالباً ما تلجأ إلى التراخيص منظمات الأعمال التي تفتقر إلى الخبرة على مستوى الأسواق الدولية أو تلك التي تكون مواردها محدودة أو عندما تخشى المؤسسة المرخصة من التغيرات في البيئة الدولية لكون هذه الطريقة تعد من أنجع السبل لتقليل الخطر والتكلفة.⁵

¹ د. عبد السلام أبو قحف، التسويق الدولي، مرجع سابق، ص 128-131

² صلاح الدين جمال، مرجع سابق، ص 51

³ "Exchanging value-negotiating technology licenses, a training manual agreed period of time".

published jointly by the World Intellectual Property organization (WIPO) and the International Trade Center (ITC), 2005, page.14 <http://www.wipo.int/tools/en/> (22/01/2013. 03:30.)

⁴ صلاح الدين جمال، مرجع سابق ص 52

⁵ الخضيري، مرجع سابق، ص 40.

ويعتبر عقد الترخيص الأداة الرئيسية للنقل الدولي للتكنولوجيا ، وهو يتضمن أساسا نقل المعرفة الفنية من المرخص إلى المرخص له. غير أن الترخيص قد يشمل بالإضافة إلى المعرفة الفنية نقل الحق في استغلال براءة اختراع أو تصميم صناعي أو علامة تجارية إلى المرخص له . فإذا كانت التكنولوجيا محل العقد تشتمل في أحد عناصرها على حق من حقوق الملكية الفكرية ، وجب أن يتضمن العقد أحكاما خاصة تنظم استغلالها ، ومن ثم فإن عقد الترخيص الذي يتضمن نقل تكنولوجيا محمية عن طريق حقوق الملكية الفكرية يعتبر عقدا مركبا إذ تسرى عليه قواعد وأحكام عقود نقل التكنولوجيا من جانب ، كما يخضع للقواعد والأحكام المتعلقة باستغلال حقوق الملكية الفكرية من جانب آخر¹.

من التعريف أعلاه يمكن استخلاص ان عقود التراخيص تتخذ عدة أشكال و صور يمكن حصرها فيما يلي :²

1- الترخيص الإستهاري exclusive license : وبمقتضاه يقتصر الحق في استغلال البراءة أو العلامة أو غير ذلك من حقوق الملكية الفكرية على المرخص له دون سواه داخل الحدود الجغرافية التي يرسمها العقد ، وهذا النوع من الترخيص يسلب حق المرخص في الاستغلال داخل النطاق الجغرافي الذي يحدده العقد ، غير أن المرخص لا يفقد حق ملكيته للبراءة أو العلامة أو غير ذلك من حقوق الملكية الفكرية ، كما لا يجوز للمرخص أن يرخص لشخص آخر في الاستغلال داخل الحدود المكانية التي يرسمها عقد الترخيص الإستهاري.

2- الترخيص الوحيد sole license : وبمقتضاه يمتنع على المرخص أن يمنح ترخيصا آخر لغير المرخص له داخل الحدود الجغرافية التي يرسمها العقد . غير أن صاحب البراءة أو العلامة أو غير ذلك من حقوق الملكية الفكرية يحتفظ لنفسه بالحق في استغلالها داخل هذه الحدود دون قيد .

3- الترخيص غير الاستهاري non-exclusive license : وهذا النوع من الترخيص لا يمنح المرخص من منح تراخيص أخرى بالاستغلال لأي عدد يشاء من الأشخاص، كما يكون من حقه الاستغلال بنفسه . وفي جميع الأحوال لا يجوز للمرخص له أن يتجاوز في استعماله للبراءة أو العلامة أو غير ذلك الحدود التي يرسمها العقد ، ويجب على المرخص له أن يتبع تعليمات المرخص ويحترم الطرق والأساليب التجارية التي يحددها العقد ، كما يلتزم بدفع الإتاوة المتفق عليها.

بالإضافة إلى السابق يمكن أن نميز أشكال أخرى و تصنيفات متعددة لترخيص وهي كالتالي:³

- الترخيص الرئيسي : وهو اتفاق محدود المدة يعقد بين المرخص *licenor* وطرف أجنبي هو المرخص له *licensee* . ويقوم العقد على أساس أن يسمح الطرف الأول للطرف الثاني باستخدام حقوقه كبراءة الاختراع والاسم التجاري والعلامة التجارية والتصاميم الصناعية والتراكيب الكيميائية ومختلف أنواع الاختراعات والعمليات المبتكرة مقابل إتاوة يدفعها الطرف الثاني للطرف الأول من العقد، ومن أشهر منظمات الأعمال المانحة للتراخيص الرئيسية كوكاكولا وسلسلة فنادق هيلتون وشيراتون.

¹ حسام الدين الصغير، ترخيص الملكية الفكرية ونقل التكنولوجيا، مرجع سابق، ص3.

² نفس المرجع السابق، ص4 .

³ ليلى شيخة، مرجع سابق، ص55.

-**اتفاقية المعرفة:** تتميز بأن موضوعها ليس اختراعاً بل معلومة مهمة وسرية في مجال ما ولها قيمة تجارية، حيث يسمح المرخص للمرخص له بالاستفادة من المعلومة في حدود ما تم الاتفاق عليه في العقد على أن يحافظ الطرف الثاني على سرية المعلومة..

ح- عقود الامتياز -Franchising Contracts: ويتعلق الامتياز بقيام المرخص له ببيع سلعة أو خدمة المرخص واستعمال علامته التجارية واسمه التجاري. وينفرد عقد الامتياز بخاصية تتمثل في منح الحق للمرخص بمراقبة المرخص له عند استغلال الترخيص وإجباره على الخضوع لقوانينه ورقابته. وتتعلق هذه الرقابة بالتدخل في إستراتيجية الإدارة وفي كيفية التعامل مع الزبائن وأساليب الترويج وفي العديد من القضايا يتم الاتفاق عليها، ويعد ماكدونالدز من الأمثلة الشهيرة عن عقود الامتياز.

يعتبر عقد الترخيص من أهم أنماط النقل الغير مباشر للتكنولوجيا ، كما انه يعد من مقاييس الإنتاج التكنولوجي و الذي يشيع استخدامه في قياس التدفقات التكنولوجية على المستوى الدولي ، كما انه ينطوي على جملة من المزايا غير انه لا يخلو من العيوب وهي كالتالي:¹

1- المزايا

- إمكانية التخلص من صاحب الترخيص في أسواق الدول المضيفة أو في إدارة المشروع وأنشطته الإنتاجية و بالتالي المحافضة على الاستقلال السياسي و الاقتصادي
- تجنب خطر التبعية التكنولوجية للدول الأجنبية
- إمكانية تنمية التكنولوجيا الوطنية

2- العيوب

- قد تحرم الدولة المضيفة من بعض أنواع التكنولوجيا الحديثة إذا رفض الطرف الأجنبي منح الترخيص الخاص بها.
- ارتفاع تكاليف الحصول على التراخيص أو الامتياز في بعض الأحيان
- انخفاض تدفقات رؤوس الأموال الأجنبية .
- عدم توفر الكفاءات الفنية و الإدارية في الدول المضيفة قد يهدد إمكانية استغلال براءة الاختراع المعينة استغلالاً مجدياً.

تعتبر عقود التراخيص من أهم الطرق لنقل التكنولوجيا و التي تتيح للدولة النامية الإبقاء على إستقلاليتها و الحد من التبعية للدول الأجنبية كما أنها تعد من أبرز الطرق نحو إكتساب ومن ثم خلق و تطوير التكنولوجيا وهذا في حال ما إستطاعت الدول المنتهجة لهذه الطريقة من تفادي عيوبها .

ثانياً: النقل المباشر

يشترط في هذا النوع من الطرق و التي تعرف كذلك بأنواع الإستثمار الأجنبي المباشر بالنقل المباشر لإن المانح للتكنولوجيا في هذه الحالة يكون طرفاً مباشراً في المعادلة ، حيث يشترط تواجده على ارض الدولة المضيفة عكس الطرق العقدية كالتراخيص مثلاً ، كما

¹عبد السلام ابو حفص، السياسات والأشكال المختلفة للاستثمارات الأجنبية ، مؤسسة شباب الجامعة ، الإسكندرية ، 1989 ص 43-44.

أنه يصبح مطالباً بالنقل المباشر بغيت الحفاظ على مصالح الشركة، كما أن هذا النوع من أنماط النقل يعد مكلفاً مقارنة بالأنواع الأخرى، وينقسم بدوره إلى نوعين رئيسيين وهما كالآتي .

أ- الاستثمار المشترك *Joint-ventures* :

يعرف الاستثمار المشترك على أنه كل استثمار يشترك فيه طرفان أو أكثر من دولتين مختلفتين من خلال شركة . دولية النشاط ويتم في شكل مشروعات اقتصادية وينطوي على عمليات إنتاجية وتسويقية ومالية¹، كما يرى كولدس "Kolde"، أن الاستثمار المشترك هو أحد مشروعات الأعمال الذي يمتلكه أو يشارك فيه طرفان (شخصيتان معنويتان) أو أكثر من دولتين مختلفتين بصفة دائمة والمشاركة هنا لا تقتصر على الحصة ورأس المال بل تمتد أيضاً إلى الإدارة والخبرة وبراءات الاختراع أو العلامات التجارية²، كما انه يعد كشكل من أشكال التحالفات الإستراتيجية في حال ما كان الاتفاق بين شريكين أو أكثر لإنجاز مشروع مشترك في بلد ثالث ينتمي إليه أحد الشركاء ويكون هذا المشروع مختلفاً ومنفصلاً قانونياً عن الكيانات المنشئة له (الشركات الأصلية)، ويرم هذا العقد لترقية الاهتمامات المشتركة واستغلال الفرص المتاحة المشتركة. ويتم في هذا العقد الاتفاق على حصة كل شريك وأغلب الاستثمارات المشتركة هي متساوية التكاليف والأرباح وتسمى *Equity Joint-Ventures* وقد تغيب الحصص عندما يساهم أحد الأطراف بالخبرة الفنية بدل رأس المال أو عندما يقدم المعلومات اللازمة عن السوق إذا كان المشروع المشترك قد أقيم على أرضه. ويكمن وجه نقل التكنولوجيا في هذا الصنف عندما يزود الشريك الأجنبي الطرف الوطني بالهياكل والآلات المتطورة وأساليب الإدارة الحديثة واستراتيجيات التسويق الفعالة أو عندما يمارس عمليات البحث و التطوير.³

من التعريف السابقة يمكن لنا ملاحظة أن الإستثمار المشترك يحتوي عنصراً مهماً يجعل من هذا النوع من أنواع نقل التكنولوجيا يتميز بما على عقود الإدارة واتفاقيات التصنيع أو مشروعات تسليم المفتاح، ألا وهو منح الحق لكل طرف في المشاركة في إدارة المشروع وهذا ما يصب في مصلحة الدول المتلقية للتكنولوجيا بالإضافة إلى عدة مزايا أخرى بالإضافة إلى مساهمته الكبيرة في نقل التكنولوجيا، فهو يساهم في خلق فرص عمل جديدة وهذا ما ينعكس بشكل إيجابي على الجانب الاقتصادي و الاجتماعي للدولة المضيفة وهذا بخفضه لمستويات البطالة، القضاء على الفقر والمشاكل الاجتماعية المرتبطة به، كما أنه و بإنتلاق عمليات الإنتاج وتحقيق الاكتفاء الذي سوف يؤدي حتماً إلى الحد من الاستيراد بل يمكن حتى لانتقال إلى مراحل التصدير، و التي سوف تحسن حتماً من وضع ميزان المدفوعات، كما أنه و بنقله لجملة من المعارف سوف يخلق طبقة جديدة من رجال الأعمال الوطنيين ذوي كفاءة واحترافية مما يؤدي إلى رفع تنافسية الاستثمارات المحلية وبالتالي تحقيق النمو الاقتصادي كهدف رئيسي أو أساسي.

أما بالنسبة للشركات الأجنبية فهو يعد من جملة الاستراتيجيات التي تمكنها من اختراق الأسواق العالمية وخاصة في حال فشلها في إقناع الدول المضيفة بالاستثمار الكامل وخاصة في بعض المجالات و القطاعات الحيوية كالبترول أو صناعة الكهرباء والتعدين للحفاظ، كما انه يسمح للشركات بان تكتسب ثقة الهيئات القائمة على الاستثمار في هذه الدول مما يجعل باب تملك المشاريع بفتح على مصراعيه، وخاصة في حالة نجاحه و تحقيقه للأهداف المرجوة منه. بالإضافة إلى ما ذكر فإن وجود طرف محلي مع

¹ عبد الحميد عبد المطلب، العولمة الاقتصادية) منظماتها، شركاتها، تداعياتها، مرجع سابق، ص184

² عبد السلام أبو قحف، إدارة الأعمال الدولية، مرجع سابق، ص.364.

³ ليلي شيخة، مرجع سابق ص56.

الشركات الأجنبية سوف يسهل عليها عمليات التواصل مع العمال وكذا يمكنها من اجتناب المشكلات الاجتماعية والثقافية التي تواجهها كإجراء كافٍ الأنشطة الوظيفية للشركة المعنية.

لكن بالرغم من جملة المزايا المذكورة سواء بالنسبة للدول المضيفة أو الشركات الأجنبية إلا أن هذا النوع ينطوي على عدة عيوب تلقي بظلالها على الجانبين .

حيث يمكن أن يجرم الاستثمار المشترك الدول المضيفة من المزايا السابقة إذا أصر الطرف الأجنبي على عدم مشاركة أي طرف وطني في الاستثمار . كما أن تحقق المنافع السابقة من عدمه يتوقف على مدى توفر الطرف الوطني على القدرات الفنية والإدارية والمالية للمشاركة في مشروعات الاستثمار المشترك خاصة في الدول النامية، ونظراً لاحتمال انخفاض القدرة المالية للمستثمر الوطني، فقد يؤدي هذا إلى صغر حجم المشروع مما يقلل من إسهاماته في تحقيق أهداف الدولة مثل التوظيف، وإشباع حاجات السوق المحلي من المنتجات، وانخفاض تدفق العملات الأجنبية¹، وهذا بالنسبة للدولة المضيفة .

أما إذا ما تكلمنا عن الشريك الأجنبي فالعيب الممكن ذكره هو الخوف من محاولة سعى الطرف الوطني إلى إقصاء الطرف الأجنبي بعد فترة زمنية وهذا يعني زيادة درجة الخطر التجاري، وهو ما يتعارض مع أهداف المستثمر الأجنبي في البقاء والنمو والاستقرار في هذه السوق، وإذا كان الطرف الوطني هو الحكومة فقد تفرض شروطاً صارمة على التوظيف وتحويل الأرباح والتصدير، وهو ما يحول دون انتعاش إستراتيجية الشركة الأم وتحقيق أهدافها التمويلية (تحويل الأرباح) والتمويلية (الإمداد بالمواد الأولية منخفضة التكاليف) ، كما أنه يعتبر من بين أكثر الأشكال تهديداً للملكية الفكرية للشركة الأم خصوصاً بوجود مستثمر وطني إلى جانب المستثمر الأجنبي، مما يؤدي إلى صعوبة الحفاظ على الملكية الفكرية . وبراءات الاختراع الخاصة بالشركة الأم.²

ب- المشروعات المملوكة بالكامل *Wholly Owned Subsidiaries*

يعتبر إنشاء المشاريع المملوكة بالكامل من أكثر الأنواع تفضيلاً لدى الشركات متعددة الجنسيات حيث تقوم باستثمار جزء من رأس مالها في دولة أخرى من خلال مشروعات إنتاجية أو خدمية مملوكة لها بالكامل، وهي المسؤولة عن العمليات الإدارية والإنتاجية والتسويقية وتكون هنا درجة المخاطرة عالية نسبياً مقارنة بالاستثمار المشترك، وتستطيع الشركات الدولية امتلاك مشاريع استثمارية في البلد المضيف عن طريق شراء شركة محلية قائمة بتجهيزاتها وتقاناتها وخطوطها الإنتاجية واستخدام العمالة الموجودة فيها- إذا سمحت الأنظمة السائدة في البلد المضيف بذلك - أو عن طريق قيام الشركة الدولية بإنشاء شركة جديدة بالكامل في البلد المضيف استناداً إلى دراسات الجدوى الاقتصادية المنجزة والخاصة بهذا الإنشاء أو الاستثمار.³

تعد هذه الطريقة من أهم وأبرز أنماط نقل التكنولوجيا لأنه وبمجرد دخول الشركة متعددة الجنسيات للاستثمار في الدول المضيفة بصيغة الاستثمار المملوك بالكامل للمستثمر الأجنبي تبدأ تدفقات الآلات والمعدات وطرق الإنتاج الجديدة، أي تواجد الشركة

¹ عبد السلام أبو قحف، الأشكال والسياسات المختلفة للاستثمارات الأجنبية، مرجع سابق، ص 17-18.

² علي عباس، إدارة الأعمال الدولية: الإطار العام، مرجع سابق، ص 154.

³ علي إبراهيم الخضر، إدارة العمال الدولية، دار رسلان، دمشق، الطبعة الأولى، 2007، ص 52 .

بكامل هيكلها وكودارها و الذي سوف يساهم في التسريع من عملية إجراء البحوث والدراسات التسويقية التي تهدف إلى الاستجابة السريعة لاحتياجات السوق والمستهلكين، وهذا ما يجعل منها تساهم بشكل مباشر في بناء وتحديث البنية التكنولوجية مقارنة بالأشكال الأخرى للاستثمارات الأجنبية وخاصة غير المباشرة ، كما أن هذه المشاريع سوف تساهم بشكل كبير في دفع عجلة الاقتصاد الوطني للدول المضيفة عن طريق خلق فرص للعمل مباشرة أو غير مباشرة سواء في مراحل إنشاء المشروع أو أثناء التشغيل كما أنها وبتوفيرها للسلع والخدمات وفي حال بلوغها لتكوين قاعدة تصديرية فهي سوف تنعكس بالإيجاب على ميزان مدفوعات الدولة المضيفة والأوضاع الاجتماعية، وهذا في ما يخص الدول المضيفة .

أما بالنسبة للشركات متعددة الجنسيات وكما ذكرنا سابقا فهي من أفضل الطرق التي تنتهجها عند محاولتها اختراق الأسواق العالمية وتخطي العقبات والحواجز التجارية والجمركية التي تضعها الدول المضيفة على الواردات من خلال تحول هذه الشركات إلى الإنتاج المباشر والاقتراب أكثر فأكثر من مواطن المواد الأولية ، كما أنها تتمكن من الاستفادة من تدني تكلفة اليد العاملة خاصة في الدول النامية ، و الأهم من ذلك أن هذا النمط أو الإستراتيجية تعطي الشركات الحق لتتمتع بالحرية التامة في الإدارة والتحكم في النشاط الإنتاجي وسياسات الأعمال المرتبطة بمختلف أوجه النشاط الوظيفي للشركة، مما يساعدها في التغلب على معظم المشاكل الناجمة عن الأشكال الأخرى للاستثمار الأجنبي المباشر،

و التحكم في التكنولوجيا واحتكارها، كذا ضمان الحفاظ على سرية نتائج البحث والتطوير التي تعد من أهم الميزات التنافسية على مستوى الصعيد الدولي.

لكن رغم ما يحققه هذا النوع من مزايا للشركات والدول المضيفة إلا أنه تشوبه جملة من العيوب و وهذا لكونه يعمل في بيئة متقلبة و خارج وطنه و التي سوف تجعله، عرضة للأخطار غير التجارية كالتأميم والمصادرة والتصفية الجبرية أو التدمير الناجمة عن عدم الاستقرار السياسي أو الاجتماعي أو الحروب الأهلية ، خاصة إذا كان مجال أعمال الشركات يقع في إطار ما يعرف بالصناعات الإستراتيجية مثل البترول والأسلحة والأدوية ، و التي تتطلب رؤوس أموال ضخمة ، أي أن الخسائر تكون معتبرة في حالة الإنسحاب أو الفشل.

كما أن الحرية الكاملة التي تكتسبها الشركات المتعددة الجنسيات عند انتهاجها هذا النمط أدت إلى خلق بعض المخاوف لدى الدول وخاصة النامية و النابعة من فكرة التبعية الاقتصادية وما يترتب عليها من آثار سياسية على الصعيدين المحلي والدولي، وهذا ما دفعها إلى الحيطة و الحذر من احتمالات سيادة حالة احتكار الشركات المتعددة الجنسيات لأسواق الدول النامية ، كما أنها تتذرع باعتبار المشروع المملوك بالكامل كوسيلة للتخلص من التكنولوجيا المتقدمة، لتبرير عدم تفضيل كثير من دول العالم الثالث للاستثمارات المملوكة بالكامل للمستثمر الأجنبي، وهذا ما يعده البعض العيوب المترتبة على الاستثمارات المملوكة بالكامل .

غير أن بعض الدول النامية كسرت هذه القاعدة وقامت بمنح فرصا للشركات المتعددة الجنسيات بتملك فروعها تملكا كاملا كوسيلة لجذب المزيد من الاستثمارات الأجنبية في الكثير من مجالات والأنشطة الاقتصادية، فدول شرق آسيا (كوريا الجنوبية - سنغافورة - وتايوان) وأمريكا اللاتينية كالبرازيل والمكسيك، هذا ما دحض الفكرة السابقة وكسر قاعدة التردد و الخوف المبالغ فيه و الذي لا توجد دلائل عملية كافية لتأييده.¹

¹ عبد السلام أبو قحف، مقدمة في إدارة الأعمال، مرجع سابق، ص. 246

تعد الصور المختلفة للاستثمار الأجنبي المباشر وغير المباشر وعقود التصدير من أهم و أبرز الطرق التي تعتمد الشركات الأجنبية للدخول سوق دولة أجنبية وممارسة النشاط خارج المواطن الأصلية وهذا ما أوضحه الباحث في الفصل الثاني ، كما أنها تعد من أبرز سبل نقل التكنولوجيا إلى البلدان النامية و التي ذكرناها سابقا ، ولكل طريقة ما يميزها و ما يؤخذ عليها ، أما ما جعل منها موزعا مهما فهو دخول عامل التكنولوجيا والابتكارات في المعترك الاقتصادي ، و الذي جعل منها أداة فعالت لتحقيق الأهداف الإستراتيجية بالنسبة للشركات المتعددة الجنسيات أو الدول و خاصة النامية بغية تحقيق النمو ، وهذا ما جعل من الدول تزيد في طلبها على نقل التكنولوجيا كما أن الشركات أصبحت تعتمد على هذا العامل لوضع استراتيجياتها خاصة كاستراتيجيات الدخول إلى الأسواق و الإنتاج وتدويله، بحيث تكون هذه الإشكال مترابطة ومتكاملة في بعض الأحيان فالمؤسسة التي تود نقل التكنولوجيا يمكن أن تختار أسلوبا أو أكثر يتلاءم مع إستراتيجيتها المسطرة ، وبيئة الدولة التي سوف تتم عملية نقل التكنولوجيا إليها .

المبحث الثالث: أهداف الشركات المتعددة الجنسيات من نقل التكنولوجيا وأثره على اقتصاد الدول المتلقية

قبل الخوض في أهداف الشركات المتعددة الجنسيات من استخدامها عامل نقل التكنولوجيا يجب إيضاح بعض المعالم و التي أشار إليها الباحث في الفصل الأول، و بالأخص عامل إمتلاك الشركات لميزة التكنولوجيا و البحث العلمي، حيث أن جل الملاحظات و الدراسات تعد أن الشركات المتعددة الجنسيات من ابرز محركات عمليات البحث و التطوير على المستوى العالمي و هذا ما جعل منها أكبر رافد للتكنولوجيا لان مستواها التكنولوجي عموما عالي مقارنة بالدول النامية ما يمكنها من خلق تقدم تقني معتبر، و يجعلها تعتمد على هذه التطور التقني و التكنولوجي الذي يمنحها الميزة التنافسية و يجعلها مؤسسات ذات طابع قيادي بفضل الابتكارات، كما يعد ورقة رابحة فيما يخص موقع تفاوضها وغزوها للأسواق .

المطلب الأول: أهداف الشركات المتعددة الجنسيات من نقل التكنولوجيا

أن الدور الذي تلعبه الشركات متعددة الجنسيات في تسهيل نقل التكنولوجيا يختلف حسب قطاع النشاط و حسب استراتيجياتها العامة، و المناخ الاقتصادي السائد على المستوى العالمي و على مستوى الدول المضيفة، وهذا ما يجعلها تتبع في عملية نقلها للتكنولوجيا الحديثة إلى الاقتصاديات النامية المضيفة ونشرها أربع آليات أساسية هي: الروابط العمودية مع الموردين المحليين، الروابط الأفقية مع الشركات المحلية المنافسة أو المكملة المنتمية إلى نفس قطاع النشاط، هجرة الموارد البشرية المؤهلة من الشركات متعددة الجنسيات إلى الشركات المحلية وتدويل مشاريع البحث والتطوير من الدول المتقدمة إلى الدول المضيفة لفروع الشركات متعددة الجنسيات، و الذي يعرف كما ذكرنا سالفا بعملية النقل العمودي.

تعتبر الشركات متعددة الجنسيات المحرك الرئيسي لمشاريع البحث والتطوير على الصعيد العالمي، حيث نما الإنفاق العالمي على البحث والتطوير نمواً سريعاً ليصل إلى نحو 677 مليار دولار سنة 2002، والجدير بالملاحظة انه لا يرد ضمن أكبر عشرة بلدان منفقة على البحث والتطوير سوى بلدين ناميين هما الصين وكوريا الجنوبية، وتستحوذ الدول المتقدمة على نصيب وصل إلى 91% سنة 2002 فيما بلغ نصيب الشركات متعددة الجنسيات قرابة النصف من الإنفاق العالمي على البحث والتطوير، وفي الواقع فان إنفاق بعض الشركات الكبرى يفوق ما تنفقه الكثير من البلدان على البحث والتطوير، فعلى سبيل المثال قامت 6 شركات وهي: فورد، فايزر، دايمر-كرايزلر، سيمتر، تويوتا وجنرال موتورز بإنفاق أكثر من خمسة مليار دولار على البحث والتطوير سنة 2003 وهو المبلغ الذي لم تصل إليه . جل الدول النامية عدا البرازيل، الصين، كوريا الجنوبية وتايوان.¹

هذا ما جعل منها قوة اقتصادية بامتلاكها هذا العنصر الفعال الذي أصبح يندرج تحت جملة أولوياتها في خضم صياغتها أهدافها و استراتيجياتها و التي يمكن تبيانها فيما يلي :

¹ مؤتمر الأونكتاد، تقرير الاستثمار العالمي 2005، نيويورك، ص.. ص 29، 30.

تستخدم الشركات المتعددة الجنسيات نقل التكنولوجيا كوسيلة لإطالة منتجاتها وحتى طرق إنتاجها وهذا ما أبرزته نظرية دورة حياة المنتج بالتفصيل.

تعد تجارة التكنولوجيا وعملية نقلها من أبرز الوسائل المعتمدة لفتح وغزو واختراق الأسواق المغلقة أمام منتجات الشركات المتعددة الجنسيات عن طريق الصور المختلفة لنقلها

كالاتثمار الأجنبي المباشر وغير المباشر وعقود التصدير و التي تعد في الواقع طرقا مختلفة لدخول سوق دولة أجنبية وممارسة النشاط خارج المواطن الأصلية.

تستخدم الشركات المتعددة الجنسيات عقود تسليم المفتاح وهذا لتحقيق مكاسب من تصدير تكنولوجيا التسيير والصيانة دون أن تخشى على أسرارها المهنية وهذا لسهولة التحكم فيها وإبقائها حكرا عليها، أي تحقيق عوائد مادية دون المخاطرة، كما أنها تسمح لها بربط وتقييد الطرف المتلقي و الذي يبقى في احتياج للخبرات الأجنبية كلما ظهرت صعوبات في تشغيل المشروع أو تنفيذ مرحلة من مراحل الإنتاج.

تفضل الشركات المتعددة الجنسيات المشروعات المملوكة بالكامل لأنها تتمكن من التحكم في التكنولوجيا واحتكارها، كما تضمن لها المحافظة على سرية نتائج البحث والتطوير، و في ما إستعصى عليها التملك فإنها تلجأ إلى المشاريع المشتركة مع مراعاة جانب إنتقاء الدول التي يكون فيها مستوى حماية حقوق الملكية الفكرية رديعا بالدرجة التي تمنع الشريك المحلي أو أي منافس محلي من إنتهاك حقوق الأجانب

في حال ما إذا كانت منتجات الشركات المتعددة الجنسيات تحوي تكنولوجيا يصعب فكها وتقليدها في فترة وجيزة، فإنها تعتمد على التصدير بشتى أنواعه، كما أنها تفضل ترخيص تكنولوجياه إلى منتج محلي إذا كانت مستويات الحماية مرضية بدل تحمل تكاليف إنشاء مشروع جديد.

أي أن الشركات المتعددة الجنسيات تعتمد إلى نقل التكنولوجيا وكذا تختار الوسيلة الأنسب من اجل تحقيق استراتيجياتها و الحفاظ على ميزتها التنافسية.

تستعمل الشركات المتعددة الجنسيات نقل التكنولوجيا كوسيلة لنقل الأعباء والتكاليف اللازمة لإنتاج التكنولوجيا ووضعها على عاتق أطراف أخرى من غير المساهمين، كما أنها تحقق هدفاً إستراتيجيا آخر ألا وهو تمويل أنشطة البحث و التطوير والتي و التي سوف تضمن بها مراكزها الاحتكارية في الأسواق.

حيث تضطلع فروع الشركات متعددة الجنسيات بأدوار هامة أخرى في كثير من أنشطة البحث والتطوير بالبلدان المضيفة، وهو ما يعكس زيادة دورها في تدويل مشاريع البحث والتطوير، حيث ارتفع الإنفاق على البحث والتطوير من جانب الفروع على مستوى العالم بين عامي 1993 و 2002 من 30 مليار دولار إلى 67 مليار دولار، وإستفردت الدول النامية بنسبة هامة من هذه الزيادة حيث ازداد نصيب الفروع المتوطنة في الدول النامية من ميزانيات البحث والتطوير من 2% إلى 18% بين عامي 1996 و 2002.¹

¹الأونكتاد، تقرير الاستثمار العالمي 2005، مرجع سابق، ص 29-30.

كما أصبح نقل التكنولوجيا شرطا أساسيا من عملية تدويل الإنتاج، حيث لم يعد مجرد وسيلة لتقوية وتنمية قدراتها على حماية ابتكارها، وإنما وسيلة مباشرة لتحقيق ذلك وبعبارة أخرى فإن نقل التكنولوجيا باعتباره جزءا من تدويل رأس المال، يعد أحد الأسباب الرئيسة خلف نمو الإنتاج الدولي و توزيع وتقسيم المعلومات الفنية و العلمية.¹

كل هذا يمكن حصره في الجدول التالي و الذي يربط بين طرق النقل و الاستراتيجيات المتبعة من طرف الشركات المتعددة الجنسيات

¹صلاح الدين جمال الدين، مرجع سابق، ص30.

الجدول رقم (3-1) تفاعل الاستراتيجيات مع طرق نقل التكنولوجيا

الاستراتيجية 1	الاستراتيجية 2	الاستراتيجية 3	الاستراتيجية 4	الاستراتيجية 5	
الإنتهائية و التفاعلية	التعاقدية و الهجومية	الإستثمار و الملكية	الإمتياز و الشراكة	التعايش التكنولوجي بحسب المشروع	الخصائص
التخلي عن التكنولوجيا عن طريق المفتاح في اليد	المساعدة التقنية نقل المعرفة توفير التدريب عن طريق ترخيص الامتياز التعاقد من الباطن	شراكة بأقلية شراكة بأغلبية إنشاء فروع	العقود الصناعية	اتفاقات محددة تخص بحث تبادل التراخيص	طريقة نقل التكنولوجيا
المدى القصير	المدى المتوسط	المدى المتوسط	المدى الطويل	المدة مربوطة بدورة حياة المنتج التكنولوجية	مدى التخطيط
ضعيفة	متوسطة	معتبرة	جد معتبرة	البحث عن الرقابة الدائمة و الإستقرار .	مدى المراقبة المفروضة من طرف الناقل
ضعيفة	معتبرة	جد معتبرة	معتبرة	معتبرة و دائمة	مدى مشاركة الناقل في طرق التسيير
منخفضة	منخفضة جدا	معتبرة	متوسطة	قوية وتعتمد بشكل كبير على نوع المشروع	مدى المشاركة برأس المال من طرف الناقل

SOURCE : Daniel rouach et joseph klatzmann, que sais- je ? les transferts de technologie, Presses

universitaires de France, 1993. P92. ترجمة الباحث.

يشير الجدول أعلاه إلى وجود إرتباط وثيق بين طريقة النقل و الإستراتيجية المتبعة من طرف الشركة المتعددة الجنسية كما يلاحظ أن حل استراتيجيات الدخول إلى الأسواق تعد نفسها طرق النقل لذا يمكن القول أن طريقة النقل تؤثر و تتأثر بالإستراتيجية العامة للشركة وهذا قصد تحقيق الأهداف التي تسطرها في المدى القصير و الطويل و التي تعود عليها بالنفع و الفائدة عليها ، كما أنها تعود بمنافع على الدولة المتلقية .

كما يمكن الاستدلال بالجدول الموالي و الذي يظهر كل إستراتيجية و نوع السوق الذي تستعمل لدخوله و المخاطر المحتملة مواجهتها في حال نقل التكنولوجيا في هذه الأسواق

الجدول رقم 3-2 الإستراتيجية ونوع السوق الموجهة له.

المخاطر الرئيسية	السوق المستهدف	الإستراتيجية
تأثير يرتد: نقل التكنولوجيا الي منافس مستقبلي	الأسواق ذات الأولوية المنعدمة الأسواق ذات القدرة المنخفضة الأسواق التكميلية أسواق يصعب الوصول إليها	الانتهازية
عدم التحكم في نشر التكنولوجيا و الاتقان	الأسواق مع ارتفاع الحواجز الجمركية الأسواق مع الحواجز غير الجمركية أسواق تصدير العتاد مع الحاجة لنقل التكنولوجيا و التوجيه التقني	التعاقدية
سوء اختيار الشريك و عدم تأقلمه	الأسواق ذات الأولوية مع قدرة استيعاب عالية الأسواق ذات القدرة الحقيقية الأسواق التي تتطلب الشراكة الإجبارية أسواق ذات قدرة تنافسية عالية	الإستثمارية
انقطاع الشبكة و صعوبة تسيير التراخيص	الأسواق الهامة الأسواق المتاحة	الامتياز
الشراكة التكنولوجية و التنافس علي الصعيد التجاري و المالي	لأسواق العالمية ذات قدرة تنافسية عالية الأسواق المهمة ذات الطابع الأساسي	التعايش و التحالف

SOURCE : Daniel rouach et joseph klatzmann, que sais- je ? les transferts de technologie, Presses universitaires de France, 1993 P92. ترجمة الباحث.

من الجدول أعلاه يمكن استخلاص أن الإستراتيجية المستعملة للدخول تؤثر في طريقة النقل كما أنها تتأثر هي في حد ذاتها بالسوق المراد اقتحامه لذا فالشركات المتعددة الجنسيات تختار دوما الإستراتيجية التي تعدها ناجعة بالنسبة لها ، كما انه يوضح جل المخاطر التي تصاحب الإستراتيجية المتبعة و طريقة النقل .

بالإضافة إلى ما ذكر سابقا فهناك بعض الملاحظات التي تخص أنماط نقل التكنولوجيا التي تتبناها الشركات متعددة الجنسية و التي يمكن تصنيفها في خانة السلبيات بالنسبة للدول المتلقية للتكنولوجيا وهي كالتالي:¹

-تقوم هذه الشركات بنقل تكنولوجيا أحدث وأكثر إنتاجية إلى فروعها، مقارنة بما توفره لجهات أخرى في الدول النامية المضيفة، والتي تسعى إلى الانتقال إلى اقتصاد السوق؛

-بصورة عامة فإن الدول الأكثر تقدما تحصل على التكنولوجيات الأكثر تعقيدا وحادثة من الشركة متعددة الجنسية، مما تحصل عليه الدول الأقل تقدما؛

-على الرغم من أن الاستثمار الأجنبي المباشر يمكن من نقل التكنولوجيا الأكثر حداثة و إنتاجية، فإنه يشكل نمطا أكثر كلفة مقارنة بالأنماط الأخرى، هذه الأخيرة يمكن اللجوء إليها لنقل التكنولوجيا، كالترخيص مثلا، هذا بالطبع عندما يكون نقل التكنولوجيا بواسطة الترخيص ممكنا .وبصفة عامة، فإن التكنولوجيا التي تقبل الشركات متعددة الجنسية نقلها بواسطة الترخيص تكون في الغالب أقل حداثة و إنتاجية مما تقبل نقله عن طريق الاستثمار الأجنبي المباشر؛

-تتفاوت العلاقات المألوفة أساسا للتحالفات الإستراتيجية، عبر مجال متسع نسبيا، يضم من جهة المشاريع المشتركة وفي الجهة المقابلة نجد أنه يضم الاتفاقيات التعاقدية.

ويشكل التحالف-في معظم الأحيان -أداة فعالة لنقل التكنولوجيا، إلا أن التحالفات الإستراتيجية غالبا ما تقتصر على التعامل بين شركات الدول المتقدمة أو من الدول النامية الأكثر تقدما، هذه الأخيرة نجحت في بناء قواعد تكنولوجية تسمح لها باستيعاب واستثمار المعارف التكنولوجية المتاحة نتيجة التحالف.

ومنه فان عملية نقل الشركات المتعددة القوميات للتكنولوجيا أصبح امراً جوهريا و لا مناط منه سواء بالنسبة للشركة التي تعده من ابرز ميزات التنافسية وكذا من أهم مواطن القوة التفاوضية ، حيث أن اكتسابها لهذه الميزة يجعلها تتمكن من اتخاذ موقع تفاوضي ذو قوه خاصة مع الدول التي تشكل في نوايها و لا ترحب بها ، أما فيما يخص الدول الطالبة للتكنولوجيا فيمكن حصر أهدافها من عملية التوطين و الطلب في ما يلي .

¹ عمر الفاروق البزري، نقل التكنولوجيا و أنماط الاستثمار الأجنبي المباشر في : الإسكوا، نقل التكنولوجيا و التحديد التكنولوجي في دول اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، الرياض، 2001، صص، 20، 21.

المطلب الثاني: نقل التكنولوجيا بالنسبة للدول الطالبة

تعد الأدبيات الاقتصادية، نقل التكنولوجيا من أهم المؤثرات الايجابية للشركات المتعددة الجنسيات على الاقتصاديات الدول المضيفة لها و خاصة النامية نظرا لكون الشركات متعددة الجنسيات هي المصدر الأساسي لعمليات البحث والتطوير في العالم المتقدم.

الفرع الأول: مزايا نقل التكنولوجيا.

إن عملية نقل التكنولوجيا أصبحت من حتميات الوصول إلى تطوير الاقتصاد و الدفع بعجلة النمو إلى الأمام بحكم عدم قدرت الدول النامية من سد الفجوة التكنولوجية عن طريق خلقها لذا وجب التركيز على الجوانب الايجابية التي يمكن للدولة المتلقية للتكنولوجيا أن تجنيها عن طريق توطينها وجلبها، من ابرز ما تجنيه الدول النامية من عملية نقلها للتكنولوجيا هي استفادة الشركات المحلية من عدة ايجابيات منها:¹

- بمجرد دخول الشركات المتعددة الجنسيات إلى الدول المضيفة تقوم بنقل المهارات الإدارية إلى الدول المضيفة، ونقل التكنولوجيا الحديثة في المجال التصديري إلى الشركات المحلية، وبالشكل الذي يساعد على تحسين وتغيير الخصائص التكنولوجية للمنتجات المحلية وعناصر الإنتاج.

- تحسن أداء و إنتاجية الشركات المحلية من خلال تبني هذه الأخيرة الممارسات الإنتاجية والإدارية التي تطبقها الشركات متعددة الجنسيات.

- انتقال العمال من الشركات متعددة الجنسيات إلى الشركات المحلية يضمن انتقال المعارف العملية والإدارية الحديثة إلى العمال التابعين للشركات المحلية.

- تفرض الشركات متعددة الجنسيات على مورديها المحليين عند التعامل معهم احترام معايير الجودة المطبقة على السلع الوسيطة مما ينعكس بالإيجاب على جودة السلع الموردة ونوعية الخدمات المقدمة.

- ترفع الشركات متعددة الجنسيات من درجة المنافسة مما ينعكس بالإيجاب على إنتاجية الشركات المحلية من خلال تخليها على المسارات غير الفعالة خلال العملية الإنتاجية، و محاولة إيجاد ميزات تنافسية خاصة بها .

- تستفيد الدول من الخبرات العلمية عند نقل الشركات المتعددة الجنسيات لمراكز البحث و التطوير لها وهذا ما أبرزته دراسة ميدانية أجريت على 56 شركة عابرة للقارات منها 34 شركة أمريكية الأصل، و 16 شركة أوروبية، و 2 شركات يابانية (تعمل في المكسيك، البرازيل، الهند، جنوب أفريقيا، مصر، تايوان، هونغ كونغ، و التي خرجت بالنتائج التالية:²

- تقوم 31 شركة أمريكية بممارسة بعض أنشطة البحوث و التنمية للمنتجات و التسويق و غيرها من الأنشطة الوطنية في خارج الدولة الأم.

- أن جميع الشركات الأوروبية التي تم دراستها تمارس أنشطة بحوث و تنمية خارج الدولة الأم.

¹ OECD, L'impact de l'investissement direct étranger sur les salaires et les conditions de travail, Centre des conférences de l'OECD, Paris, France 23-24 juin 2008, p 14.

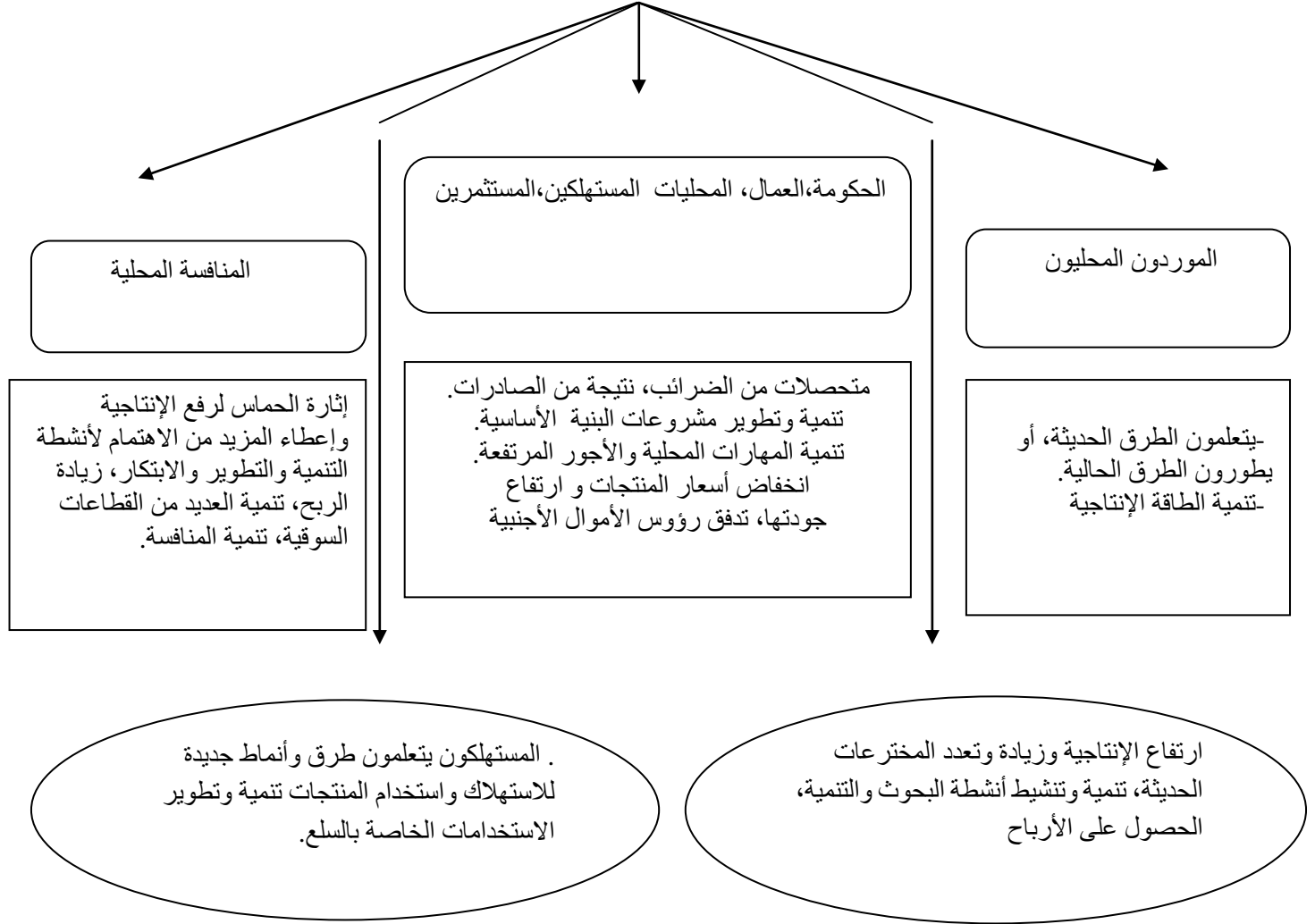
² نزيه عبد المقصود مبروك، الآثار الاقتصادية للاستثمارات الأجنبية، دار الفكر، الجامعي، شركة الجلال للطباعة العامرة، الطبعة الأولى 2006 ص 451

- أن معظم أنشطة البحوث و التنمية التي تقوم بها الشركات الأمريكية و الأوروبية تتم في 30 دولة من الدولة النامية ،وبصفة خاصة في مصر، وهونغ كونغ، تايبان، الهند، المكسيك، البرازيل ،جنوب إفريقيا، و كوريا الجنوبية.
- أن معظم البحوث التي تجري في البلدان النامية يغلب عليها الطابع التطبيقي.
- أن جميع الشركات التي تم دراستها تقوم بتوظيف الوطنيين بنسبة % 100 في كافة الأنشطة الخاصة بالبحوث والتنمية.
- تقوم الشركات الأمريكية و الأوروبية التي تم دراستها بتنفيذ برامج تدريبية للوطنيين.
- كما أن هناك إيجابيات اخرى يمكن ذكرها و الشكل الموالي يوضح بعض المكتسبات التي يمكن للدولة المتلقية أن تحضي بها عن طريق نقل الشركات المتعددة الجنسيات للتكنولوجيا لها معتمدا على طريقة الاستثمار المباشر .

الشركات المتعددة الجنسيات



فرع الشركات المتعددة الجنسيات / الأجنبية



المصدر: عبد السلام أبو قحف، إدارة الأعمال الدولية، مرجع سابق ، ص 51 : بتصرف الباحث .

كما يمكن للدولة النامية أن تحقق مزايا أخرى بالإضافة إلى ما ذكر سابقا و التي تتمثل في:¹

- توفير الوقت عن طريق التحول التكنولوجي أي الإسراع في تجاوز الفجوة بين التقدم التخلف عن طريق إدخال التقنية الحديثة في شتى قطاعات المجتمع المختلفة و الإسراع بعمليات التنمية .
- يوفر انتقال التكنولوجيا إمكانية تجاوز الحدود الضيقة للصناعات الدول النامية بحيث تستطيع هذه الدول أن تسرع من وتيرة نموها بتجاوزها للحدود التي تحيط بمجتمعاتها
- القضاء على البطالة أو التقليل منها عن طريق خلق فرص عمل جديدة.
- يشجع نقل التكنولوجيا على الابتكار و توفير المنافسة المطلوبة ,وهذا عن طريق دفع الخبرات الوطنية إلى محاولة محاكاة أو التفوق أو تحسين التكنولوجيا المتوفرة انطلاقا من التكنولوجيات المستوردة .
- تتيح عملية نقل التكنولوجيا للدول وخاصة النامية منها تجاوز بؤرة التخلف و الاقتراب أكثر من دول الصدارة .

الفرع الثاني: السلبات المترتبة علي عملية نقل التكنولوجيا

علي الرغم من تزايد الدعوات و المسلمات القائلة و الداعية إلى ترسيخ الفكرة القائلة بأهمية التكنولوجيا ودورها الكبير في التنمية مرتكزين على الجوانب الإيجابية التي ذكرت أعلاه ،و التي إذا ما تحققت على ارض الواقع فسوف تعد من أبرز المزايا التي سوف تكتسبها الدول المتلقية ، وخاصة الدول النامية و التي أضحت ترى فيها مخرجا و حلا لمشاكلها و معضلاتها الاقتصادية و الاجتماعية ،وبما أن معظم الدراسات تلوح بمزايا نقل التكنولوجيا و تأييد هذا الرأي ، فإن الدول النامية أصبحت ترى فيها طوق النجاة من محن تحبظها في غياب جب الفقر و التخلف ،بيد أن هناك من ينادي ويرفع لواء الرفض و ينصب العداء لعملية إستيراد التكنولوجيا والتقنية الأجنبية الحديثة و يدعو إلى التركيز على التنمية الذاتية المناسبة مع متطلبات التنمية و التطور الطبيعي للدولة و المرتكزة على تشجيع القدرات الوطنية ،متحججين بفكرة أنها تجرهم إلى التبعية و الإستعمار السياسي و الإقتصادي الذي أضحي يتنكر تحت قناع فتح الأسواق و نقل التكنولوجيا ،إضافة إلى إستدلالهم بالسلبات الأخرى التي يمكن أن تترتب على تبنى هذه الفكرة و التي يمكن سردها في ما يلي:²

- تلجا بعض الشركات إلى رفع قيمة الأدوات الاحتياطية مقابل تخفيض سعر بيع التكنولوجيا أو أنها تثقل كاهل الدولة المستوردة للتكنولوجيا عن طريق فرض استخدام خبراتها لفترة زمنية معينة مقابل أجور مرتفعة .
- طول مدة الاتفاق او العقد الملزم للدولة المتلقية للتكنولوجيا و الذي قد يصل إلى 10 او 15 سنة ،وموجهه تمنع الدول من التعامل مع غيرها من الشركات، أي تمتع الشركة بمكانة احتكارية في جل ما يخص توريد الأدوات و المواد الوسيطة و الاحتياطية .
- خلق الشركات للدول المتلقية للتكنولوجيا عراقيل تحد و تصل إلى درجة منعها من منافستها على المستوى الدولي عن طريق اشتراطها على الدولة المستوردة أو المتلقية تحديد نطاق الإنتاج أو النشاط أو حتى الأسعار .

¹قاسم جميل قاسم، نقل التكنولوجيا و التنمية وجهة نظر الدول النامية، مرجع سبق ذكره ، ص53

² نفس المرجع، ص48.

لكن لا يجب إلقاء اللوم فقط على الشركات المتعددة الجنسيات و الدول المتقدمة و التي بالطبع سوف تتبع ما يناسبها و ما يعود عليها بالنفع والدعوة إلى الانقطاع التام بل يجب أيضا دراسة و تصحيح الأخطاء التي ارتكبتها القيادات السياسية التي اخطأت في حقوق دولها بعدم رشداً في استيرادها للتكنولوجيا المتقدمة جدا بغرض الظهور و التقليد لا بهدف تحقيق التنمية بواسطتها و التي ترتبت عنها نتائج غير مرغوب بها زادة من دعم رأى المشككين في هذه الإستراتيجية و في نوايا المصدرين للتكنولوجيا و التي يمكن حصرها في النقاط التالية:¹

1- عدم تحقيق الأهداف التنموية و الأهداف المبتغاة نتيجة عدم مواءمة التكنولوجيا المنقولة للبيئة المحلية , كما أن تجايف تركيب البناء الاقتصادي لهذه البلدان كمدى توافرا الخبرة الفنية لتشغيل أو استخدام التكنولوجيا الحديثة أو تنمية المهارات خلق نتائج عكسية تمثلت في ارتفاع حجم البطالة و غيرها .

2- إن الفوارق بين القطاعات الاقتصادية الرئيسية في المجتمع قد تزايدت بتفاوت الاستفادة أو استخدام التكنولوجيا فيها وهذا ما عكس اضطرابات سياسية و اجتماعية عميقة مما أدى إلى ظهور ما يعرف بحجرة الأدمغة .

3- الاستثمار في بعض البلدان (نقل التكنولوجيا) في قطاع معين من الاقتصاد و التركيز عليه خلق شبه إلا نقل عزلة لقطاع وحيد عن بقية القطاعات التي همشت مما أدى إلى نمو غير متوازن للقطاعات .

4- اتجاه معظم الدول النامية إلى استيراد تكنولوجيا رديئة و تحتاج إلى صيانة مرتفعة جعلت منها تتحمل تكاليف جد مرهقة بالأخص تلك التي كانت حديثة الاستقلال , وهذا إما للأسباب السياسية و العلاقات الدولية التي كانت تسود تلك الحقبة أو لنقص وعدم وجود الخبرة للصناع القرار .

5- جلب بغض الدول لتكنولوجيا ذات طاقة إنتاجية مرتفعة لا تستوعبها و لا تتحملها المحلية او اقتناء تكنولوجيا استهلاكية مثل التلفزيون و الأجهزة الكمالية عوض التركيز على التكنولوجيا الإنتاجية مثل الآلات الصناعية

6- ظهور ازدواجية الاستيراد التكنولوجي ضمن قطاع معين بدل الاهتمام باستغلال الطاقة الإنتاجية الكامنة للتكنولوجيا المنقولة سابقا , وهذا لنقص التنسيق بين القطاعات و المؤسسات .

كل هذا جعل من بعض المفكرين يعدون التكنولوجيا الحديثة و عملية نقلها نمط و أداة جديدة لتحقيق السيطرة الأجنبية و تغيير المفهوم التقليدي للاستعمار، متجاهلين جل إيجابياتها لذا ظهرت بعض الأصوات التي تطالب بالنقل العقلاني أي المخطط وهذا بلوغ هدف الاكتساب "أي القيام بنقل وتوطين ثم توليد التكنولوجيا محلياً

الفرع الثالث المراحل المنهجية في عملية نقل التكنولوجيا

بجسب الاقتصاديين و لتفادي الأخطاء التي وقعت فيها الدول النامية وخصوصا في سبعينيات القرن المنصرم ،أنشاء محاولتها نقل التكنولوجيا فأهم يقترحون على الدول السير بطريقة منهجية و منظمة تبدأ بالاختيار العقلاني لنوع التكنولوجيا من ثم توطين أو استيعاب التكنولوجيا" و التي تعني تلك المرحلة التي يتمكن المختصون المحليون أو الوطنيون من فهم عمليات الإنتاج ومواصفات المواد المستعملة مع المقدرة على تطويرها وتحسينها لتجاري التطور العالمي لهذه لتكنولوجيا ، بحيث يبقى المصنع يجاري التنافس العالمي

¹ جميل قاسم، مرجع سابق ، ص 49-50.

الحاصل نتيجة التطور التكنولوجي للمواد وللعمليات الداخلة في تصنيع هذا المنتج، من ثم تليها مرحلة "توليد التكنولوجيا" و التي يقصد بها إيجاد تكنولوجيات جديدة مبتكرة أو مطورة محلياً يمكن بواسطتها تصنيع منتجات مستحدثة تمكنها من المنافسة العالمية.¹ حيث وحسب آرائهم فإن عملية نقل التكنولوجيا في الدول يجب أن تمر بعدة مراحل لجعلها عملية تنموية مثمرة وتتمثل في المراحل التالية :

أولاً- مرحلة اختيار التكنولوجيا

تعد مسألة اختيار التكنولوجيا كأول مرحلة في عملية تتوطن وتطويع ثم خلق التكنولوجيا، حيث إن ملائمة التكنولوجيا المنقولة تشير إلى ضرورة ملائمة المنقول لاحتياجات وموارد الاقتصاد المنقول إليه. كما أن هذه المرحلة تنطوي تحت ما يعرف بإدارة نقل التكنولوجيا:²

- اختيار التكنولوجيا Selection
- اقتناء التكنولوجيا Acquisition
- استخدام التكنولوجيا Deployment.

لذا يجب على الدول التريث ودراسة وإيجاد الإيجابيات و مراعاة بعض الشروط عند اختيارها التكنولوجيا الملائمة قبل أن تقوم بنقلها وتمثل جملة هذه الشروط في ما يلي:³

1 . يجب تحديد الطاقات الاستيعابية للتكنولوجيا المستوردة بموجب الطاقة الإنتاجية الحالية للمؤسسات الصناعية والإنتاجية.

ب . توفر شروط نجاح نقل التكنولوجيا الجديدة واستيعابها محلياً من خلال تطوير الظروف المادية وهيئة وتنمية الموارد البشرية من المهندسين والفنيين لاستيعاب وتطوير التقانة الجديدة.

ج . أن يكون اختيار التكنولوجيا المستوردة سهلة التطويع لكي تستوعب خلال فترة زمنية قصيرة ويسهل تطويعها وتوطينها وبالتالي استيعابها بما يتناسب مع الظروف المحلية.

د . يفضل نقل التكنولوجيا المنتجة بما يتوافق وطبيعة الصناعة في البلد النامي، ففي البلدان ذات الكثافة السكانية تفضل التكنولوجيا التي تحتاج إلى الإنسان كالصناعة كثيفة العمل وعلى العكس في البلدان الغنية وقليلة الموارد البشرية يتم التفضيل للتكنولوجيا كثيفة رأس المال.

هـ . يفضل اختيار التكنولوجيا التي تحافظ قدر الإمكان على نظافة البيئة وكذلك اختيار التكنولوجيا الاقتصادية في استهلاكها للطاقة وبالتالي يقلل من أهدار في الموارد الطبيعية.

و . مدى توفر العمالة المحلية الماهرة والفنية واستعدادها للتشغيل والعمل على تطوير التكنولوجيا الجديدة.

¹ محمد مرياتي، التطور التكنولوجي لاستدامة الصناعة في ظل منافسة عالمية واقتصاد المعرفة، ص4 مقال متوفر على الموقع :

(12/02/2013. 19:45.) <http://www.mafhoum.com/syr/articles/mrayati/mrayati.htm>

² محمد مرياتي، نفس المرجع السابق، ص5.

³ عباس الفياض، نقل وتوطين التكنولوجيا وأثرها في تنمية الموارد البشرية دراسة نظرية تطبيقية، مرجع سابق، ص12.

ثانياً- إدارة توطين التكنولوجيا أو استيعابها

وهي تلك العملية التي يتم بموجبها الكشف عن جانب يسير من أسرار التكنولوجيا المنقولة كخطوة أولى ثم القدرة على تطويرها وتحسينها بما يتناسب ومتطلبات التنمية للدولة التي نقلت إليها التكنولوجيا¹، أي أن يتمكن المختصون المحليون أو الوطنيون من فهم عمليات الإنتاج ومواصفات المواد المستعملة مع المقدرة على تطويرها وتحسينها لتجاري التطور العالمي لهذه التكنولوجيا وبحيث يبقى المصنع يجاري التنافس العالمي الحاصل نتيجة التطور التكنولوجي للمواد وللعمليات الداخلة في تصنيع هذا المنتج².
وتعد عملية التكييف وتوطين التكنولوجيا في الدول النامية من العمليات المهمة لتهيئة وتنمية القدرات التكنولوجية المحلية وإعداد الكوادر العلمية والفنية القادرة على اكتساب واستيعاب التكنولوجيا المنقولة وتطويعها في التكنولوجيا المحلية³، وتشمل

➤ الهندسة العكسية Reverse Engineering⁴

➤ التطويع التكنولوجي Local Development

➤ فك الحزمة التكنولوجية Unbundling⁵.

ثالثاً- إدارة توليد التكنولوجيا: ويقصد به القدرة على ابتكار وإيجاد تكنولوجيات جديدة مبتكرة أو مطورة محلياً يمكن ان ترقى إلى مستوى المنافسة العالمية وتنقل الدولة من موقع استيراد التكنولوجيا إلى موقع نقلها إلى دول أخرى. وتتمثل في:⁶

✓ البحث والتطوير Research and Development

✓ إدارة النظام الوطني للابتكار National Innovation System

✓ براءات الاختراع وحقوق الملكية الفكرية

✓ توليد مصانع أو شركات جديدة Entrepreneurship

✓ توليد التكنولوجيا Technology Funding

أما عملية الاكتساب فهي ثمرة السلسلة التي تبدأ بالنقل ثم التوطين و الاستيعاب ثم التوليد وبعد ذلك اكتساب التكنولوجيا المحلية، والتي سوف تمكن الدولة المتلقية إلى التحول من بلد مستورد ومتلقي للتكنولوجيا إلى بلد مصدر و خالق لهذه التكنولوجيا، و بالتالي خلق وثبة نوعية نحو طريق النمو الاقتصادي الذي تسعى إليه معظم الأقطار العالمية منذ القدم .

¹ ليلي شيخة، مرجع سابق، ص52

² محمد مرياتي، المرجع السابق، ص4.

³ عباس الفياض، نفس المرجع السابق، ص13.

⁴ هي آلية تعنى باكتشاف المبادئ التقنية لآلة أو نظام من خلال تحليل بنيته، ووظيفته وطريقة عمله. غالباً ما تتم هذه العملية بتحليل نظام ما (آلة ميكانيكية، برنامج حاسوبي، قطعة إلكترونية) إلى أجزاء أو محاولة إعادة تصنيع نظام مشابه له يقوم بنفس الوظيفة التي يقوم بها

⁵ فك الحزمة التكنولوجية إلى عناصرها ومكوناتها المختلفة وفصلها عن بقية أجزاء المشروع مثل المساعدات الفنية، الامتيازات الصناعية، الدراسات الفنية المتخصصة، براءات الاختراع ومشاريع ومؤسسات والشركات الوطنية مع شركاء آخرين على ان يكون احد الشركاء ممن يملكون التكنولوجيا المتقدمة والكفاءات الإدارية والتنظيمية

العالية. انظر عباس الفياض، مرجع سابق، ص11

⁶ 4 محمد مرياتي، مرجع سابق، ص4.

إن ضرورة اهتمام الأقطار النامية في استخدام التكنولوجيا كإحدى الوسائل الأساسية في التنمية الوطنية، له كل المبررات لا سيم إذا أخذنا بعين الاعتبار نتائج الأبحاث والدراسات العلمية التي أجريت حول معرفة التأثير العلمي والتكنولوجي في التطور الاقتصادي ومساهمة التقدم التكنولوجي في زيادة إنتاجية العمل، ففي الولايات المتحدة الأمريكية نجد أن تقدم التكنولوجيا يساهم بنسبة تتراوح ما بين 80 إلى 90% في زيادة إنتاجية العمل، نستنتج من ذلك أن التقدم التكنولوجي قد أثر على إنتاجية العمل، وأولت الدول المتقدمة الاهتمام البالغ لهذه المسألة فنجد أن ما ينفق في المتوسط ما بين 2 إلى 3.5% من الدخول القومية على البحوث العلمية والتكنولوجيا، ونستخلص القول أن التطور العلمي والتكنولوجي أدى إلى اختراعات جديدة وذلك للتخفيف من عبء العمل الجسدي، بل تجاوز هذا حتى إلى الأدوات التي تمارس العمليات الذهنية، كذلك ساعد في تطوير وتحديث الإنتاج سواء الزراعي أو الصناعي، وإلى تقدم ملحوظ في مجال التعليم وخصوصاً الكوادر والفنيين، مما يدفعهم إلى إيجاد طرق وسائل التنمية، وعلى هذا يتحتم على الدول النامية أن تهتم بتهيئة المستلزمات الأساسية المساعدة على ربط التقدم العلمي والتكنولوجي بالتعليم، وبذلك يصبح له خدمة للإنتاج وقوى الإنتاج، وعلى البلدان النامية أن تطور البنية التكنولوجية للاقتصاد الوطني بغية دعم وتعزيز معدلات نمو إنتاجية العمل ورأس المال وفقاً لخطة العلم والتكنولوجيا على عدة مؤشرات.¹

¹ محمد آدم، التكنولوجيا والاقتصاد في خدمة الإنسان والتنمية، مرجع سابق.

خلاصة الفصل الثالث

لقد حاولنا في هذا الفصل إلقاء الضوء على أهم المعالم التي تخص عملية نقل التكنولوجيا، انطلاقاً من تعريف التكنولوجيا و تبيان موقعها و أهميتها على الساحة الاقتصادية وذلك عن طريق الخوض في أهم معالمها، بغيت إظهار خباياها و إبراز دورها خصوصاً في عملية التنمية الاقتصادية التي أضحت تعد الشغل الشاغل لمعظم إقتصاديي الدول النامية وهذا عن طريق التطرق لأهم و ابرز النظريات التي اعتمدت تفسيراتها على إدخال عامل التكنولوجيا انطلاقاً من تصورات ادم سميث ووصولاً إلى احدث النظريات التي لا تزال تتطور إلى غاية الوقت الراهن .

بعد أن أظهرنا أن عملية النمو الإقتصادي ترتبط إرتباطاً وثيقاً بالتطور العلمي و التكنولوجي و مدا إكتسابهما حاولنا إظهار أهم الطرق التي يمكن للدول النامية إنتهاجها لكي تكتسب هذا المعامل الهام ألا وهو التكنولوجيا، وهذا بدأ بتعريف عملية نقل التكنولوجيا و ذكر أهم قنوات نقلها مبينين مميزات و عيوب كل نوع .

بما أن الشركات المتعددة الجنسيات تعد منابع و مصادر التكنولوجيا فقد حاولنا ربطها بالموضوع و إبراز أهم الاستراتيجيات التي تتبعها في عملية دخولها إلى الأسواق و كيفية إستخدام التكنولوجيا و طرق نقلها كأدوات للدخول وإختراق الأسواق الدولية و التي رائينا أنها تتطابق و إستراتيجيات الدخول إلى الأسواق ، كما أننا حاولنا جاهدين إبراز أهم الخطوات التي تقوم بها الدول النامية من أجل الظفر بالتكنولوجيا عن طريق نقلها و محاولة توطينها و لما لا إكتسابها و خلقها، وهذا ما سنحاول تطبيقه على دولة كانت في السابق نامية أما الآن فهي في غز عنفوانها الإقتصادي ألا وهي الدولة التي تفوقت على أعظم الإقتصاديات العالمية في السنوات الأخيرة محققنا معدلات نمو لا يستهان بها ونقصد بها البرازيل و التي سنتطرق إلى دراسة أهم معالم إقتصادها في الفصل الموالي مع التركيز على تجربتها في عملية نقل التكنولوجيا.

الفصل الرابع : تجربة البرازيل في اكتساب التكنولوجيا وأثرها في إحداث التنمية

تمهيد:

عند سماع كلمة البرازيل كان أول ما يتبادر إلى الأذهان ذلك البلد الساحر و المشهور بنجومه وسحرته الممارسين لمعشوقة الملايين كرة القدم ورقصة السمبا الشهيرة أو ذلك البلد الذي يعد أول مصدر للبن، لكن وبعد أن أعلن أن البرازيل باتت سادس أكبر اقتصاد عالمي متخطية بريطانيا في نسبة النمو الاقتصادي، شددت إليها الأنظار و سلطت عليها الأضواء وباتت تجربتها الاقتصادية محل تطلع لكل الدول التي تسعى بجهد إلى بلوغ مصاف الدول المتقدمة ،من أجل فك طلاسم التجربة البرازيلية و التي استطاعت خلال عقدين من الزمن الانتقال من دولة تترنح تحت وطأة التضخم والفقر والدين، إلى دولة ذات اقتصاد متطور وصاعد، بحيث أصبحت تُعدُّ من الدول العشر الأولى في العالم بمعايير قوة اقتصادها، ودخلها القومي.

لقد حققت البرازيل على مدى العقدين الماضيين استقرارا اقتصاديا، تجلّت بعض مظاهره في إنخفاض معدلات التضخم، وتحقيق نمو اقتصادي مرتفع، وإنخفاض نسبة الديون إلى إجمالي الناتج المحلي، فضلا عن الحد من التفاوت في الدخل، وانحسار نسبي للفقر، كما أن الدراسات الاقتصادية أشارت إلى أنها لم تتأثر كثيرا بتداعيات الأزمة المالية العالمية الأخيرة التي تركت أثرا سلبيا على عديد من دول العالم.

كل هذا جعل من هذه التجربة محل دراسة بغية الاستفادة منها، فحتى منتصف الثمانينيات من القرن العشرين كانت غير قادرة على سداد ديونها الخارجية، ولم تكن قادرة كذلك على السيطرة على نسب التضخم في الأسعار التي راحت ترتفع بمعدلات عالية للغاية، ومظاهر البؤس والفقر، ، فضلا عن انتشار الجريمة والعنف بمعدلات جعلت الحياة هناك شبه مغامرة، و لدراسة هذه التجربة قسمنا هذا الفصل إلى ثلاث مباحث و التي سوف نستعرضها كالتالي :

المبحث الأول : نظرة عامة على البرازيل

المبحث الثاني :الدورات الاقتصادية التي مرت بها البرازيل .

المبحث الثالث : تجربة البرازيل في نقل التكنولوجيا وأثرها في إحداث التنمية

المبحث الأول: نظرة عامة على البرازيل

كي نقيم مستقبل نمو الاقتصاد البرازيلي يجب إعطاء وصف موجز لها و للخلفيات السياسات والاقتصادية التي تبنتها الدولة في السنوات الأخيرة. عبر عرض أهم المراحل الاقتصادية التي مرت بها ، قصد الوقوف على دور الشركات المتعددة الجنسيات في الاقتصاد البرازيلي و الإجابة على الإشكالية القائلة بنقل التكنولوجيا إلى هذه الدولة

المطلب الأول: التعريف بالبرازيل

تمتلك البرازيل ثروات طبيعية و بشرية هائلة بحكم موقعها الجغرافي و مساحتها ، كما أنها تعد بلد التعديدات العرقية و الجنسية و الخيرات الاقتصادية وهذا ما سنراه من خلال التعرف عليها .

الفرع الأول: الجغرافيا

تقع البرازيل في النصف الجنوبي من القارة الأمريكية، وتشكل تقريبًا نصف مساحة أميركا الجنوبية، أي ما يوازي (8,511,965 كلم²). تمتد على القسم الشرقي لهذه القارة على مساحة طولها من الشمال إلى الجنوب نحو 4395 كلم، ومن الشرق إلى الغرب نحو 4319 كلم. تسعة أعشار هذه المساحة تقع بين خط الاستواء ومدار الجدي، تحدد البرازيل جميع دول أميركا الجنوبية ما عدا الإكوادور، وتشيلي، حدودها البرية حوالي 15,719 كلم، أما حدودها البحرية على المحيط الأطلسي فتبلغ مع تعرجاتها حوالي 9 آلاف كلم، وهي خامس أكبر دولة في العالم من حيث المساحة، كما أن الأراضي البرازيلية بمعظمها صالحة للزراعة وغنية جدًا بالموارد الطبيعية والمعدنية، بالإضافة إلى ذلك تملك البرازيل أوسع غابة استوائية في العالم هي غابة نهر الأمازون (ثاني أطول نهر في العالم بعد نهر النيل)، وتشكل أكبر مولد ومخزون للأوكسجين فوق الكرة الأرضية.¹

الفرع الثاني: السكان

يقترّب عدد سكان البرازيل من 200 مليون نسمة وهي بالتالي أكبر دول أميركا الجنوبية من حيث الكثافة السكانية وخامس دول العالم. ونظرًا للمساحة الشاسعة للبلاد فإن كثافتها السكانية منخفضة ولا تتجاوز 24 نسمة/كلم²، وقد قفز عدد سكان البرازيل عدة مرات خلال القرن الماضي، فبعد أن كان لا يزيد عن 18 مليون نسمة في عام 1900 تضاعف إلى 40 مليون نسمة عام 1940 ، ثم تضاعف مرة أخرى إلى أكثر من 90 مليون نسمة عام 1970 قبل أن يقفز قفزته الواسعة عام 2010 ويصل الى ما يقرب من 200 مليون نسمة، يتألف سكان البرازيل من 54 % (من البيض) ذوي الأصول البرتغالية والإيطالية والهولندية والألمانية والإسبانية والبولندية، و 39 % من ذوي البشرة البنية والذين ينقسمون بدورهم إلى شقين (المالاتو) سلالة ناتجة

¹ محمد عبد العاطي و آخرون، البرازيل القوة الصاعدة من أميركا اللاتينية، مراكز الجزيرة للدراسات الملفات، سلسلة ملفات القوى الصاعدة، 3، قطر، 2010، ص16.

عن تزاوج البيض والأفارقة، والكابوكلوز) تزاوج البيض والهنود الأصليين، (والكافوكوز) تزاوج الأفارقة والهنود الأصليين،) و 6 % من السود) أحفاد الأفارقة الذين جلبوا قسرا، ونحو 1 % من المهاجرين من أصول آسيوية وعربية وغيرهم¹.

المطلب الثاني: تاريخ البرازيل

قبل الخوض في تفاصيل إقتصاد البرازيل وجب الوقوف على الحقب التاريخية التي مرت بها البرازيل و أنظمة الحكم التي سادت فيها .

عاش الهنود فيما يعرف الآن بالبرازيل فترة طويلة قبل وصول الأوروبيين الأوائل، الذين قاموا باستكشافها في 26 جانفي 1500 من قبل فيسنتي يانيز بينسون Vicente Yanez Pinzon، بعد ذلك بشهرين ارسل ملك البرتغال دون مانويل Dom Manoel بعثة مجهزة بقيادة العميد بيدرو الفاريس كابرال Pedro Alvares de Cabral الذي أرسى بأسطوله على الشواطئ البرازيلية في 24 ابريل 1500، واعتقادا منه بأنها جزيرة وبعد ضمها للتاج البرتغالي قام بإطلاق اسم جزيرة الصليب الحق Ilha de Vera Cruz عليها، ولكن الملك غير هذا الاسم بعد وقت قصير وأطلق عليها اسم جزيرة "أرض الصليب المقدس Terra de Santa Cruz"²، وبعد عدة سنوات أصبحت هذه الجزيرة تحمل الاسم المعروف بالبرازيل الذي ينسبه البعض إلى اللقب الذي كان يطلق على جامعي الخشب الأحمر بلون النار الذي اكتشف فيها والذي عرف بهذا الاسم نسبة إلى الصباغ الذي كان يستخرج منه و الذي إذا ما عرض للشمس يكتسب لون الجمر الذي يعرف في اللغة البرتغالية و الاسبانية بالبراسا (Brasas) ومنه اشتقت كلمت البرازيليون (Brasileiros) وكان من ذلك البرازيل³.

ومنذ ذلك الحين ولمدة قاربت الثلاث قرون و البرازيل تحت وطأة الحكم البرتغالي تخضع للملك عبر "حاكم عام"، وقد تحولت البرازيل مع هذا النظام الإداري الاستعماري إلى أكبر مركز في العالم لزراعة قصب السكر وهو ما تسبب في جلب مئات الآلاف من الرقيق الأفارقة والقضاء على أغلب السكان الأصليين الذين لقوا حتفهم إما دفاعا عن أنفسهم، أو في معسكرات العبودية، أو بالأمراض التي جلبها معه الرجل الأبيض وفي مقدمتها الجدري الذي يعتقد أنه فتك بآلاف السكان الأصليين⁴.

لقد استمر الحكم البرتغال للبرازيل كمستعمرة تابعه لها إلى غاية عام 1815 وهي السنة التي شهدت البرازيل فيها نقلة مهمة في تاريخها السياسي حين قام الملك البرتغالي جون السادس بمنح البرازيل صفة المملكة السيادية لكن مع بقائها في حالة من الاتحاد مع البرتغال، وفي عام 1822 خطا الأمير (بيدرو دي ألكانترا) الذي حكم مملكة البرازيل وصيا على عرش والده (جون السادس) خطوة تاريخية حين رفض عودة البرازيل مستعمرة تحت حكم البرتغال، وفي 7 سبتمبر من ذلك العام أعلن (بيدرو ألكانترا) الذي سيعرف لاحقا باسم (بيدرو الأول) إستقلال البرازيل، وصار أول إمبراطور للبلاد، وخاض حربا ضد البرتغال استمرت حتى 8 مارس 1827، وهو تاريخ استسلام آخر عسكري برتغالي في البرازيل⁵.

¹ محمد عبد العاطي مرجع سابق، ص 17.

² Brazil - Article on Brazil from the 1913 *Catholic Encyclopedia*

<http://www.newadvent.org/cathen/02745c.htm> (21/12/2012 23:15)

³ شاكر مصطفى، الأدب في البرازيل، إصدارات عالم المعرفة، الكويت، 1986، ص 16.

⁴ محمد عبد العاطي، مرجع سابق، ص 13.

⁵ نفس المرجع، ص 14.

بقيت البرازيل تحت الحكم الملكي لما يقارب النصف قرن وكانت أطول فترة للحكم الملكي تحت حكم الإمبراطور بيدرو الثاني الذي خلف أباه من 1831 إلى غاية 1889 تاريخ إعلان قيام الجمهورية بعد قيام قادة الجيش بالإطاحة بالحكم الملكي، وبهذا أصبحت البرازيل جمهورية في 15 نوفمبر عام 1889م، وقد أقر الشعب دستورا عام 1891م على غرار دستور الولايات المتحدة، وتم انتخاب الجنرال مانويل ديدورو دافونسيكا أول رئيس للبرازيل، وكان حكم فونسيكا حكما استبداديا غير من رؤساء البرازيل الأوائل، وسرعان ما تولى منصب الرئاسة زعماء سياسيون من ولايتي ساو باولو و ميناس جيراس وهما أكبر الولايات قوة.¹ لقد بقيت البرازيل تحت ما يعرف بالحكم الشعبي الذي خلف الحكم الملكي إلى غاية التحول إلى الحكم العسكري و الذي سيدخل البرازيل محطة تاريخية جديدة و طويلة و حرجة من تاريخها السياسي والاجتماعي والاقتصادي، و التي سيسيئر عليها كبار رجال تصدير البن، ولن تكتب لها النهاية إلا في عام 1974 ، فعلى مدار تلك الفترة الطويلة تعاقبت الحكومات العسكرية الاستبدادية على حكم البلاد في فترة تراجعت فيها الحريات، وُفتحت فيها المعتقلات، وسقطت البلاد في حروب أهلية وأزمات إقتصادية، وخلال تلك الفترة يبرز اسم الزعيم البرازيلي غيتوليو فارغاس الذي صعد إلى سدة الحكم مرتين الأولى من 1930 وحتى 1945، والثانية من 1951 وحتى 1954 ومن ثم تعاقبت الحكومات العسكرية إلى غاية تولي الجنرال إيرنستو غيسيل 1974 1979 رئاسة البلاد ثم خليفته الجنرال جون بابتيستا فيغوريديو (1979-1985) تم التحول التدريجي عن النمط الاستبدادي في سبيل الانتقال إلى الحكم المدني المؤسسي الديمقراطي الذي ترسخت معالمه مع الحكومات المدنية التي تولى فيها رئاسة البلاد شخصيات سياسية توجت بأول رئيس مدني سنة 1985 بتولي خوسيه سارني زمام الحكم إلى غاية اختيار أول رئيس منتخب يصوره مباشرة من طرف الشعب سنة 1990 وفيرناندو كولور.²

بيد أن إستمرار الحكم المدني الديمقراطي في البرازيل لمدة عشرين عاما متواصلة منذ أفول نجم الحكم العسكري، لم يكن بالأمر الهين خاصة بعد وفاة تانكريدو دي ألميدا نيفيز أول رئيس منتخب من جانب المجلس التشريعي وممثلي الولايات قبل توليه السلطة رسميا وبعد إجبار الرئيس فيرناندو كولور دي ميللو أول رئيس منتخب بصورة مباشرة من جانب الشعب في عام 1992 على الإستقالة على إثر اتهامات بالفساد، ولم تشهد البرازيل إستقرارا على المستوى السياسي سوى مع إنتخاب فيرناندو هنريك كاردوسو رئيسا في عام 1994 ثم بعده لولا دا سيلفا في 2000.³ ثم تتوجت الديمقراطية بانتخاب أول امرأة في سنة 2010 وهي ديلما فانا روسيف.

¹ تاريخ البرازيل، موسعة المعرفة ، متوفر على الموقع: <http://www.marefa.org/index.php> : (2013/02/22 00:23).

² محمد عبد العاطي، مرجع سابق ص 14.

³ مساعيد فاطمة، التحولات الديمقراطية في أمريكا اللاتينية: نماذج مختارة، دفاثر السياسة و القانون عدد خاص 1 أفريل جامعة قاصدي مبراح ورقلة الجزائر

المطلب الثالث: الموارد الاقتصادية

إضافة إلى أهمية الموقع وعظم المساحة وضخامة الحجم السكاني، تتمتع البرازيل بموارد وإمكانات عالية، في مقدمتها المواد الخام والزراعية والرعوية والمعدنية فضلا عن الاستفادة من تنوعها البيئي في تطوير أنواع بديلة من الوقود الحيوي القائم على تحويل بعض المحاصيل الزراعية إلى غاز الإيثانول.

تحتل البرازيل المرتبة السادسة عالميا في حجم القوى العاملة (95 مليون عامل). وتتنوع هذه القوى على قطاع الزراعة (20%) ، والصناعة (14%) ، والخدمات (66%) : حيث تقدر نسبة مساهمة الزراعة 5.4% والصناعة 27.4% والخدمات 67.2%، إلى الناتج المحلي الإجمالي.¹

الفرع الأول: الزراعة

تبلغ مساحة الأراضي الزراعية في البرازيل نحو 50 مليون هكتار في مقابل نحو 180 مليون هكتار للأراضي الرعوية² ، ونظرا لهذه الإمكانيات المساحية الكبرى فان البرازيل تعد عملاق زراعي، فهي الدولة الأولى في إنتاج البن والحوامض والكافوا، ومن الدول الأولى في إنتاج السكر والقطن والصويا والقمح، وصناعة النبيذ، وتصدير الخضار والثمار واللحوم والأسماك. ويمتاز قطاعها الزراعي بمشاريع التصنيع الزراعي واستغلال الأراضي الواسعة لديها في الاستثمار في هذا القطاع، الذي يعتبر أحد أعمدة تجارتها مع الخارج، ولا تغادر البرازيل المراتب الأربعة/الخامسة الأولى في عديد من المحاصيل الزراعية ذات الأهمية الاقتصادية مثل القطن حيث في سنة 2009 احتلت المرتبة الرابعة بنسبة 8.3% من الإنتاج العالمي.³

أما بالنسبة للثروة الحيوانية فهي تمتلك 200 مليون رأس وهو ما يعادل 13% من إجمالي ثروة العالم من الماشية. كما أنها واحدة من أكبر دول العالم في إنتاج اللحوم بطاقة إنتاج سنوية مقدارها 15 مليون طن. كما تحتل المرتبة السادسة بين أكبر دول العالم إنتاجا للألبان بطاقة إنتاج سنوية مقدارها 22 مليون طن.⁴ والجدول الموالي يوضح موقع البرازيل من الإنتاج العالمي لبعض المحاصيل الزراعية.

¹ Brazil : <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/br.html>

(02/01/2013. 12:23.)

² محمد عبد العاطي، مرجع سابق، ص16

³ Mylène GAULARD, *L'économie du Brésil*, Paris : Éditions Bréal, 2010, p63

⁴ محمد عبد العاطي، نفس المرجع، ص17.

الجدول رقم 4-1 المحاصيل الزراعية في البرازيل لسنة 2009.

المحاصيل الزراعية	مرتبة البرازيل عالميا	نسبة الإنتاج العالمية
القصب السكري	1	40.1%
البرتقال	1	32.7%
الأناناس	1	13.8%
البن	1	40.3%
الحوم البقرية	2	18.2%
التبغ	2	14.1%
السوجا	2	25.2%
القمح الصلب	3	21.4%
لحوم الدواجن	3	26.4%
الفلفل	4	17.9%
الذرة	4	5.3%
القطن	4	8.3%
الحمضيات	4	7.2%

Source : Myléne GAULARD, L'économie du Brésil, Paris : Éditions Bréal, 2010, p63 .

من الجدول أعلاه يتجلى بوضوح أن البرازيل تعد من أكبر الدول الزراعية في العالم هذا ما جعلها تبرز في مجال الصناعة الزراعية أو تلك التي تعتمد على المواد الزراعية.

الفرع الثاني: الصناعة و الطاقة

بعد أن تكلمنا عن الزراعة في البرازيل سنتطرق في هذا المطب للقدرات الصناعية و الموارد الطاقوية التي تتمتع بها هذه الدولة من خلال إبراز أهم مواطن القوة الصناعية فيها و ابرز الموارد الطاقوية التي تستخدمها.

اولا : الصناعة

تعد البرازيل من الدول المصنعة وهذا لامتلاكها صناعات في مجالات متعددة حيث يشكل بناء وسائل الملاحة، من الزوارق واليخوت الفخمة إلى ناقلات النفط (سعة 300 ألف طن)، كذلك المعدات الضخمة والثقيلة والقاطرات، أحد أهم ركائز

الصناعات البرازيلية الثقيلة، كذلك صناعة السيارات بأحجامها المختلفة، وأنظمة الرادارات والكاشفات عن بعد. كذلك فالبرازيل تصنع عتاد المعلوماتية وبرمجتها للقطاع المصرفي والإلكترونيات والألعاب والأخشاب والأثاث والأدوات المنزلية، و المنتوجات البتر وكيميائية والأحذية والورق، وأجهزة الاتصال السلكية واللاسلكية. وتعتبر هذه المصنوعات من أهم الركائز في صادراتها وتجارتها الخارجية.¹

كما أنها تعد رائدة في مجال صناعة الطائرات بامتلاكها «إمبراير»، التي تعد ثالث أكبر شركة مصنعة للطائرات التجارية في العالم براس مال قدر 5.4 مليار دولار، ولديها مصانع خارج مدينة ساو باولو ومصانع أخرى ستفتح قريباً في البرتغال وملبورن في ولاية فلوريدا. وتتمتع ما تنتجه الشركة من طائرات، بينها مقاتلات وطائرات نفائثة خاصة وطائرات الركاب طراز «E-195»، بروج كبير، كما أنها تمثل 37 في المائة من أسطول شركات الطيران الإقليمية في أميركا، بالإضافة إلى ما سبق يمكن ذكر ان البرازيل تعد أكبر منتج للأحذية والجلود وصناعة ذات قدرة تنافسية عالية؛ تحتل المرتبة الثالثة في العالم لإنتاج المشروبات الغازية، تحتل المركز الخامس من صناعة المطاط، سادس أكبر سوق لمستحضرات التجميل، مع 9 مليارات دولار أمريكي في مبيعات سنوية؛ سابع أكبر الصناعة الكيميائية؛ ثامن أكبر منتج للصلب ب 27 مليون طن في السنة؛ عاشر أكبر منتج للسيارات 1.8 مليون سيارة في السنة وهذا ما جعل البرازيل تزيد من تصدير السلع التقنية ذات المستوى المتقدم والمتوسط.²

ثانياً: الطاقة

تعتبر البرازيل ثاني أكبر منتج للنفط في أميركا الجنوبية بعد فنزويلا. ويحتوي حقلاً البترول كامبوس وسانتوس، واللذان يقعان في جنوب شرق البلاد، على الغالبية العظمى من احتياطات النفط المؤكدة في البرازيل، كما يسهمان بأكبر قدر من الإنتاج النفطي في البلاد. ويتم استخراج معظم النفط البرازيلي من منطقة المياه بالغة العمق في المنطقة البحرية المواجهة لسواحل المحيط الأطلسي.³ حيث وفي سنة 2006 أعلنت البرازيل بحسب الاستشرافات المستقبلية أنها سوف تحقق الاكتفاء الذاتي من الإمدادات الطاقوية وهذا ما استطاعت تحقيقه بعد سنتين فقط حيث في سنة 2008 حققت الاكتفاء الذاتي فيما يخص البترول، كما أنها تعتمز عن طريق شركتها الرائدة بتروبراس و التي قامت بإستثمار 174 مليار دولار للفترة (2009-2013)،⁴ بالخصوص بعد إكتشافها لخامات نفطية جديدة تقدر بنحو 6 إلى 8 بليون برميل في حقول قديمة (تضم كلا من النفط والغاز الطبيعي) وذلك في حقل تيوبي Tupi

¹ أحمد علّو البرازيل عملاق اقتصادي، مجلة الجيش العدد 308 - شباط، 2010

(14: 23 /13/12/2012) <http://www.lebarmy.gov.lb/article.asp?ln=ar&id=27268>

² جوان فوريرو، كيف أصبحت «إمبراير» البرازيلية ثالث أكبر مصنع للطائرات التجارية في العالم، مقال منشور في جريدة الشرق الأوسط الأحد 15 ذو

الحجة 1431 هـ 21 نوفمبر 2010 العدد متوفر 11681

<http://www.aawsat.com/details.asp?section=6&article=596134&issueno=11681#.UTr4rNbkrlE>

(14/12/2012. 22 :00)

³ اقتصاد البرازيل: http://www.marefa.org/index.php/اقتصاد_البرازيل (21:22 /2012/09/13)

⁴ Charline Jacob-Nassimian **Brésil Etat des lieux de la coopération internationale et des investissements étrangers** , Etude réalisée sous la direction d'IDEFIE, Juillet 2010 , p04.

الواقع ضمن حوض سانتوس، على بعد نحو 300 كم من ساحل ريو دي جانيرو. وتقع هذه الاحتياطات المكتشفة في المياه الواقعة على عمق يزيد عن 18.000 قدم أسفل مياه المحيط.¹ كما أن نفس الشركة تصبو إلى زيادة إنتاج النفط إلى أكثر من 30 ملايين برميل يوميا بحلول عام 2015، أي بزيادة تقدر بنحو مليون برميل يوميا على مدى السنوات الأربع المقبلة. لقد ارتفع إنتاج النفط البرازيلي أكثر من 100 ألف برميل يوميا في عام 2010، من المتوقع أن يرتفع بنحو 200 ألف برميل يوميا هذا العام، حيث إن خمسة مشاريع عملاقة جديدة بطاقة إجمالية تقرب من 0.6 مليون برميل يوميا من المقرر أن تبدأ في الإنتاج في هذا العام، ثلاثة منها قد بدأت بالفعل في الإنتاج.²

أما فيما يخص الطاقات البديلة يُعد إنتاج الإيثانول من قصب السكر أحد المشروعات الحكومية الناجحة الأخرى في البرازيل؛ فبعد أزمة الطاقة في أعقاب حرب أكتوبر/تشرين الأول 1973 (في ذلك الوقت كانت البرازيل تعتمد بشدة على الواردات النفطية) أطلقت الحكومة العسكرية في البرازيل البرنامج الوطني لإنتاج الكحول. وقد وُجّه هذا البرنامج لزيادة إنتاج الكحول من قصب السكر، فضلا عن تحديث وتوسعة معامل تقطير السكر القائمة بالفعل، وتطوير وحدات إنتاجية جديدة. وقد قدم هذا البرنامج حوافر ضريبية لتوسعة صناعة السكر، ولقي مساندة من استثمارات القطاعين العام والخاص. وقد حوّلت حكومة البرازيل شركة بتروبراس الحق في شراء وتوزيع إيثانول قصب السكر في البلاد، وبحسب بيانات إدارة معلومات الطاقة الأميركية AEIA تعد البرازيل واحدة من أكبر دول العالم إنتاجا للإيثانول، وأكبر مصدر لهذا النوع من الوقود عالميا.³

مما دفع ببعض الشركات العملاقة إلى تطوير تقنيات جديدة لتماشي مع وقود الإيثانول باعتباره كبديل موثوق لمصادر الطاقة ، ففي عام 2002 قدمت شركة فورد نوعا جديدا من السيارات المتوافقة مع استخدام الإيثانول، وتبعتها شركة فولكس فاغن في عام 2003 ، حيث استحدثت نوعا من السيارات التي تتوافق مع استخدام أنواع الوقود الثلاثة: الإيثانول، أو لجازولين، أو الوقود المهجن من النوعين ، هذا ما دفع بالحكومة البرازيلية إلى دعم هذه الأنواع الجديدة عن طريق تقديم حوافر للمستهلكين لشراء السيارات المتوافقة مع الإيثانول، وذلك من خلال خفض ضرائب الشراء بنسبة 2 % مقارنة بالسيارات التي تعمل محركتها بالجازولين فقط، وهذا ما جعل إنتاج هذا النوع من السيارات يزدهر ففي عام 2004 كان إنتاج هذا النوع من السيارات قد بلغ 328.300 سيارة قبل أن يقفز حجم الإنتاج في عام 2008 إلى 5 ملايين سيارة ، واليوم تبلغ نسبة السيارات الجديدة المنتجة في البرازيل والمتوافقة مع استهلاك الإيثانول 90 %،⁴ بالإضافة إلى ما سبق من مصادر طاقة فان البرازيل تحتل مراتب جد متقدمة في مجال إنتاج الكهرباء حيث احتلت المرتبة 11 عالميا بحسب إحصائيات 2010 و الجدول الموالي يوضح ذلك بالتفصيل .

¹ اقتصاد البرازيل ،مرجع سابق .

² نعمت أبو الصوف ، صناعة النفط البرازيلية تمر بتحديات جذرية، صحيفة الاقتصادية ،الأربعاء 30شوال 1432هـ الموافق 28سبتمبر 2011 العدد: (45: 20 15/09/2012); http://www.aleqt.com/2011/09/28/article_584622.html

³ اقتصاد البرازيل،مرجع سابق

⁴ محمد عبد العاطي،مرجع سابق،ص73.

الجدول رقم 4-2 مصادر الطاقة في البرازيل

البرازيل	الرتبة العالمية	الكمية
إنتاج الكهرباء	11	489.5 billion kWh
الاستهلاك	12	438.3 billion kWh
التصدير	56	1.257 billion kWh
الاستيراد	7	36.63 billion kWh
إجمالي الطاقة الإنتاجية للمولدات المثبتة حاليا	11	106.2 million kW
التوليد من الوقود الأحفوري	196	17.1%
التوليد من المصادر النووية	31	1.9%
توليد الطاقة الكهربائية عن طريق المحطات المائية	20	74.7%
توليد من مصادر الطاقات المتجددة	31	6.3%

المصدر: من إعداد الباحث انطلاقا من إحصائيات دائرة معلومات الطاقة - EIA - إحصاءات الطاقة الرسمية من الحكومة الأمريكية.¹

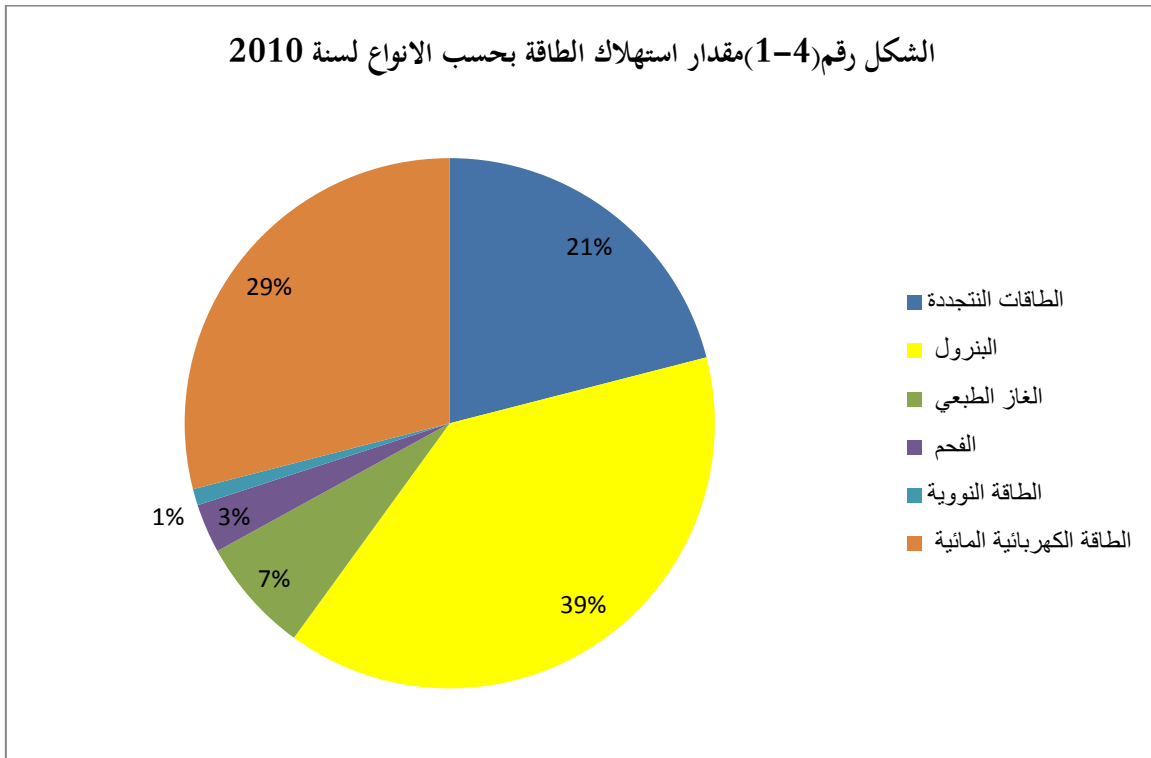
من خلال الجدول يمكن القول أن البرازيل من أبرز الدول المنتجة للطاقة الكهربائية وبالأخص تلك التي تعتمد على الموارد المائية بحكم مرور ثاني أكبر نهر في العالم على أرضها وتحتل بذلك مركزا متقدما عالميا , كما أنها تنتهج درب الطاقات البديلة و الدليل على ذلك مركزها 31 على المستوى الدولي حتى ولو كانت نسبة التوليد المعتمدة عليه لا تتعدى 6.3, كما أنها تتوافر على معاملات نووية موجهة للاستعمالات السلمية .

¹ الموقع الرسمي . 15 : "http://www.eia.gov/totalenergy/12/01/2013 00:00"

أما فيما يخص إنتاج الغاز الطبيعي ففي عام 2010، أنتجت البرازيل 445 بليون قدم مكعبة من الغاز الطبيعي، حيث كان مرتبطين غالبية هذا الإنتاج مع النفط.

بالنسبة للاستهلاك الغاز الطبيعي هو جزء صغير من مزيج الطاقة في البلاد بشكل عام، تشكل 7٪ فقط من إجمالي استهلاك الطاقة في عام 2010، كما أن الاحتياطي الذي يمتلكه 14.7 ترليون قدم مكعب بحسب الجريدة الرسمية البرازيلية الصادرة في 2012.

كما أنها تعد من أكبر المستهلكين للطاقة أما جملة الاستهلاكيات فتتمثل في البترول والكهرباء إضافة إلى اعتمادها على مصادر طاقة أخرى كالفحم الحجري و الغاز الطبيعي و هذا ما يوضحه الشكل الموالي



المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على إحصائيات دائرة معلومات الطاقة - EIA - إحصاءات الطاقة الرسمية من الحكومة الأمريكية.¹

يوضح الشكل أن البرازيل تعد من أبرز مستهلكي الطاقة فهي تاسع أكبر مستهلك للطاقة في العالم، وهي الثالثة في نصف الكرة الأرضية الغربي، وراء الولايات المتحدة وكندا، وقد زاد إجمالي استهلاك الطاقة الأولية في البرازيل بما يقرب من الثلث في العقد الماضي، ويرجع ذلك إلى النمو الاقتصادي وهذا بحكم توفرها على مراكز صناعية وإنتاجية جبارة كما أن تعدد وكثرة فروع الشركات الأجنبية المتواجدة على أراضيها و عمليات الإنتاج التي تقوم بها تحتم على البرازيل إنتاج واستهلاك الطاقة، بالإضافة إلى ذلك حققت البرازيل خطوات كبيرة في زيادة إنتاج الطاقة الكلي، ولا سيما النفط والإيثانول.²

¹ <http://www.eia.gov/totalenergy/01/12/2013>

² **Energy information administration Brazil**

<http://www.eia.gov/cabs/brazil/Full.html> ;(12/01/2013. 01 :15.)

المبحث الثاني: الدورات الاقتصادية التي مرت بها البرازيل .

تعد البرازيل من أخصب وأوفر الأراضي في العالم و أكبرها امتلاكاً للثروات الطبيعية ,كم أنها تتمتع وبمجموعة متناعمة من العرقيات و الثقافات و هذا جعل منها من أهم اقتصاديات العالم في هذا العصر وبامتلاكها لكل هذه الموارد الاقتصادية و البشرية إستطاعة البرازيل أن تشيد اقتصاد قوى لكنها وقبل بلوغ مراحل النضوج مرت كسائر الدول بما يعرف بالدورات الاقتصادية و التي غالبا ما ارتبطت بأنظمة الحجم التي كانت تسود هذا الدولة و التي سبق وان اشرنا إليها ،فكان نظام حكم انتهج سياسات و أيديولوجيات اقتصادية تخصه سنأتي على ذكرها ببعض من التفصيل .

المطلب الأول: المرحلة الاستعمارية و بداية التحرر

لقد مر اقتصاد البرازيل بحلقات اقتصادية متعاقبة و هذا بحكم تاريخ و توجه السلطات التنفيذية للبلاد والتي يمكن حصرها فيما يلي

الفرع الأول: مرحلة الخشب الأحمر « cycle » du bois de braise .Le

بعد قدوم المستعمرة البرتغالي و إكتشافه لخشب الفحم الأحمر الذي كان يستعمل من اجل استخراج الدهان و الصباغة الموجهة لصناعة المنسوجات حيث قاموا بتصديره لأوربا و بالتالي أصبح أول مورد طبيعي اقتصادي تغنمه البرتغال من البرازيل ولكنه لن يكون الأخير¹

الفرع الثاني: دورة القصب السكري 1660-1570 Le cycle du sucre

تعتبر هذه المرحلة ثاني الحلقات التي مر بها اقتصاد البرازيل كما أنها تعد بداية لإنشاء أول منظومة اقتصادية مبنية على زراعة القصب السكري قصد إستخراج و صناعة السكر ،وتوجيهها إلى التصدير لكن كان نقص اليد العاملة هو العيب الوحيد ،لذا لجأ الرجل الأبيض إلى الاستعانة بالعبيد من السكان الأصليين وهذا ما جعل سوق العبيد يزدهر في تلك الحقبة الزمنية ،ثم واصل النمو باستقدام العبيد من إفريقيا إلى أن وصل عدد المستقدمين 3ملايين عبد اسود في مطلع سنة 1850.²

إلى غاية سنة 1670 كان هذا هو النمط الاقتصادي الذي يسود المنطقة ،و باستقدام العبيد الذين كلفوا بإنشاء البني التحتية للبرازيل من سكك الحديد من أجل ربط المناطق الداخلية و المزارع الإقطاعية المعنية بزراعة القصب السكري الموجه للصناعة بموانئ التصدي و التي جعلت من هذه الصناعة تحتكر الأسواق و وتجعل من هذه المنطقة غنية إلى غاية ظهور منافس جديد على الساحة وهو السكر الكاريبي الذي أنهى الاعتماد عليه مما دفع برؤوس الأموال إلى الهجرة و الخروج للاستفادة من الوفرة الموجودة في المناطق المطلة على البحر الكاريبي و بهذا انتهت هذه الحقبة التي تسيد فيها القصب السكري الاقتصاد البرازيلي.³

¹ Myléne GAULARD , **L'économie du Brésil**, op.cité, p10.

² Ibid,p11.

³ Marie-Françoise Fleury , **Les contrastes du développement au Brésil**. op, cité p3

الفرع الثالث: دورة الذهب. *Le cycle de l'or*. 1780-1680

مع إكتشاف مناجم الذهب في الاراضي الداخلية للبرازيل سنة 1680. بدءا ما يعرف بجمي الذهب استقطب هذا المجال العديد من البرتغاليين الذين هاجروا من أجل الحصول على الغنيمة مستقدمين معهم العبيد قصد تشييد البني التحتية المرافقة لهذا القطاع الاقتصادي الذي، حيث أن 90% من العبيد في البرازيل ولدوا في المناطق الداخلية الغنية بالذهب، كما أن هذه الدورة صاحبها تشييد أول مدينة كبيرة رمزت إلى القوه ألا وهي اوروبريتو (uro preto) التي تعرف الآن فيلا ريكا (vila rica) و التي تجاوز تعداد سكانها في ذلك الوقت مدينة نيو يورك، كما أن هذا الاكتشاف الباهر جعل من البرتغال تعوض الخسائر التي تكبدتها بفقدانها لمستعمراتها الآسيوية، هذا ما جعل من البرازيل تصبح جوهرة تاج المستعمرات البرتغالية.¹

لم تقتصر هذه الدورة الاقتصادية على تنمية الموارد الذهبية فقط بل تعدت ذلك ودفعت بعجلات اقتصادية أخرى إلى البروز ومن أهمها ولادة ما يعرف بالاقتصاد الرعوي قصد توفير اللحوم بأنواعها و استغلال الثروة الحيوانية و التي لا تزال البرازيل تعتمد عليها لغاية الوقت الراهن.²

الفرع الرابع: دورة القهوة و القطن و المطاط *Les cycles du café, du coton, du caoutchouc*

تزامنت هذه الحقبة مع تراجع إنتاج الذهب في البرازيل و اضمحلال إنتاج القطن الذي سببته الحرب الأهلية في النصف الشمالي من القارة الأمريكية 1776-1783 كل هذا جعل البرازيل تزيد من تركيزها على صناعة القطن و صناعة السكر مغتتمه هذه الفرصة حيث عرفت رواجاً كبيراً للقطن البرازيلي الذي شكل ثلث مصادر الصناعة البريطانية، وواصلت البرازيل غزوها لهذه السوق فبحلول 1800 كانت إجمالي تصديرها للقطن تقدر 85% من إجمالي التجارة العالمية لكن و بعد تعافي الاقتصاد الأمريكي بدأت صناعة القطن تنحسر تدريجياً وتمهد الطريق لأنواع أخرى كالقهوة التي لاقت رواجاً كبيراً في أوروبا في تلك الحقبة حيث في سنة 1880 حققت البرازيل 56% من الإنتاج الدولي للقهوة التي كانت مرتكزة في ريو برايا و ساو باولو، كما أن إكتشاف شجرة سيرجويرا و التي تعد المصدر الطبيعي لاستخراج المطاط في غابات الأمازون جعل منها مصدراً لاستعمالها في المصانع الأوروبية وأمريكا الشمالية ومن هنا بدأت حلقة المطاط الطبيعي البرازيلي.³

يكتشف كل هذه الموارد الطبيعية التي سوف تصبح في المستقبل من أهم مواطن قوة الاقتصاد البرازيلي و الذي سوف يحاول دخول مجال التصنيع وخاصة في المجال الغذائي بقوة و التي شكلت 57% من إجمالي الإنتاج الصناعي في البرازيل سنة 1907⁴، مشكلة مع تصنيع الأحذية و صناعة النسيج القطاعات الصناعية البارزة و هذا إلى غاية تبنيه سياسة التصنيع عوضاً عن الاستيراد و التي انتهجها في مطلع الخمسينيات إلى غاية ثمانينات القرن المنصرم.

¹ Myléne GAULARD , *L'économie du Brésil* .op, cité , p12

² Marie-Françoise Fleury , *Les contrastes du développement au Brésil*, op, cité , p8.

³ Myléne GAULARD, op, cité, p13-14.

⁴ Ibid, p20.

المطلب الثاني مرحلة الحكم العسكري

بعد التحرر من الحكم البرتغالي حكمت البرازيل من طرف الحكومات الشعبوية إلى غاية استيلاء العسكر على الحكم معلنين بداية حقبة جديدة في تاريخ البرازيل، و التي ستتخللها محطات كثيرة و التي سوف نحاول إلقاء الضوء على أبرزها في هذا المطلب.

الفرع الأول: العصر الذهبي أو المعجزة الاقتصادية

لقد تبعت البرازيل الخطى التي نحتها بقية دول أميركا اللاتينية، حيث تميزت الفترة من 1950 وحتى 1980 بتبني سياسة التصنيع عوضا عن الاستيراد، واتبعت الحكومة سياسة الحماية والدعم الجماهيري وبعضا من المشاركة المباشرة (في المشروعات المملوكة للدولة)؛ وذلك من أجل دعم قاعدة التصنيع في البلاد¹.

كما أن هذه الفترة، شهدت تشكيل شركة النفط البرازيلية بتروبراس Petrobras في عام 1954، ومنحتها الدولة حقوق احتكار التنقيب عن البترول واستخراجه وتكريره. وفي المقابل سمحت الدولة لشركات التكرير الخاصة بالاستمرار في العمل لكن دون أن تتوسع في أنشطتها. ومن 1950 وحتى 1980 نما الاقتصاد البرازيلي بمعدلات عالية جدا، ونوع هذا الاقتصاد من قاعدته الصناعية². كما أن هذه الحقبة كانت شاهدة على تأسيس شركة امبراير لصناعة الطائرات في سنة 1969.

إنتهجت البرازيل هذه السياسة قصد الانتقال من إستراتيجية إحلال الواردات، إلى إستراتيجية الإنتاج للتصدير وهي في الوقت نفسه، تبين أهمية السياسة التجارية بالنسبة للبلدان التي توجد فيها أسواق محلية واسعة نسبيا وقبل عام 1964 كان الإنتاج في البرازيل، يتمتع بحماية كبيرة سواء التعريفات الجمركية، أو القيود الكمية، ففي الخمسينات وبداية الستينات، كانت معدلات صافي الحماية لكل سلع التجارة الدولية، تتراوح بين 50. 100%، ولكنها كانت أعلى بكثير بالنسبة للسلع المصنعة عنها في حالة السلع الأخرى، ولم تكن السياسة التجارية المتبعة، تشجع على التصدير، بسبب المبالغة في سعر الصرف الأجنبي، فكان صافي الضرائب الضمنية على الصادرات يتراوح بين 30 - 40%، وتزيد هذه النسبة بوضوح في حالة السلع المصنعة وقد حقق الاقتصاد البرازيلي تقدما في بعض جوانبه³.

بفضل هذه السياسة شهد الاقتصاد البرازيلي نموا سريعا وتنوعا كبيرا في نشاطاته الإنتاجية نتيجة لسياسة التصنيع لإحلال الواردات فيما بين عام 1950 و 1961، حيث تجاوز معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي نحو 7% سنويا، وكانت الصناعة التحويلية تمثل قاطرة النمو بتحقيقها معدل نمو سنويا يزيد على 9% خلال هذه الفترة، وذلك مقارنة بنمو القطاع الزراعي بنحو 4.5% فقط، ونتيجة لهذه السياسة التصنيعية شهدت الصناعة تغييرات هيكلية واضحة، فقد انخفضت أهمية الصناعات التقليدية مثل المنسوجات

¹¹ Myléne GAULARD, op, cité ,p21.

² محمد عبد العاطي و آخرون، البرازيل القوة الصاعدة من أميركا اللاتينية، مرجع سابق، ص59.

³ إبراهيم نوار، أميركا اللاتينية الواقع والمتغيرات: تنمية الفقر وهموم التبعية

http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?Serial=215180&eid=130 (22/01/2013 .21 :30):.

الملابس والمنتجات الغذائية، بينما زادت فروع صناعية أخرى مثل معدات النقل والآلات والمعدات الكهربائية والصناعات الكيماوية مقارنة مع ثلاثينيات و أربعينيات القرن،¹ و الجدول الموالي يوضح ذلك :

الجدول:رقم 4-2 معدلات النمو الاقتصادي في الفترة الممتدة بين 1920-1980

الفترة	الناتج المحلي الحقيقي	قطاع الزراعة	قطاع الصناعة
1930-1920	4.2	3.7	3.9
1940-1930	5.1	2.0	8.9
1950-1940	5.9	3.1	7.7
1960-1950	7.4	4.6	9.2
1970-1960	5.9	2.9	6.9
1980-1970	8.6	5.5	9.3

Source *Fernando de Holanda Barbosa ECONOMIC DEVELOPMENT: THE BRAZILIAN EXPERIENCE* Basingstoke, Hampshire 1998.p2

يتمثل بوضوح أن هذه الإستراتيجية أتت أكلها وهذا ما شارته إليها الإحصائيات، خاصة فيما يخص قطاع الصناعات الذي شهد قفزة نوعية ليصل إلى مستويات نمو تقارب 8% . لقد بدأت البرازيل بتوجيه هذه السياسة في بداية الخمسينيات إلى السلع الاستهلاكية غير المعمرة و بعد ذلك أعقبتها في الستينيات بإحلال الواردات في قطاع السلع المعمرة .

هذا ما أدى إلى تغيير الهيكل الاقتصادي في البرازيل تغيرا جذريا، ففي عام 1950، كان إسهام القطاع الزراعي يقدر ب 25.1% من الناتج المحلي الإجمالي البرازيلي أما في عام 1990 فقط كان 11.5% من الناتج الإجمالي القادمة من الزراعة. أما القطاع الصناعي فقد زادت حصته من 24.9% في عام 1950 إلى 42.1% في عام 1990. كما أن هذه السياسة ساهمت في تحويل القوة العاملة من المناطق الريفية إلى المناطق الحضرية، وفي عام 1950، 59,90% من القوة العاملة تعمل في القطاع

¹ هاني شاكر، البرازيل عملاق على الطريق مقال منشور في جريدة الأهرام الخميس 7 افريل 2005 العدد 43221 : <http://www.ahram.org.eg/Archive/2005/4/7/FRON10.HTM> (17/01/2013. 10:25)

الزراعي، في حين في عام 1980 تناقصت هذه النسبة إلى 23،29 %، أما في القطاع الصناعي فإذا ما قورنت سنة 1950 بـ 1980 فسرى أن حصة هذا القطاع فقد إرتقت من 40.10% إلى 70.77%¹.

رغم أن هذه السياسة التي دفعت بعجلة الاقتصاد البرازيلي إلى الأمام إلا أنها ترتبت عليها جملة من المشاكل، فاستخدام البرازيل هذه السياسة، إلى جانب بعض السياسات الاقتصادية التي أدخلها نظام الحكم العسكري أفقد الاقتصاد البرازيلي الكثير من حيويته بين عامي 1962 و1967، حيث انخفض معدل نمو الناتج في هذه الفترة إلى 4% سنويا ونمو الصناعة التحويلية إلى 3،9% فقط، هذا ما دفع بالنظام العسكري القائم آنذاك إلى تبني بعض السياسات الإصلاحية، التي تركزت على تغيير سياسة سعر الصرف بإتباع سياسة أكثر مرونة خفضت من سعر الصرف بصورة كبيرة، كما اتبعت سياسة لجذب رؤوس الأموال الأجنبية وتشجيع الصادرات. وقد ترتب على تلك الإصلاحات ارتفاع معدل النمو السنوي للناتج إلى نحو 11،1 خلال الفترة 1968-1973. وكانت الصناعة التحويلية مرة أخرى هي القطاع القائد للنمو بتسجيلها معدلا سنويا للنمو خلال هذه الفترة بلغ 13.1%. وكانت الفروع الصناعية القائمة داخل القطاع الصناعي في تلك الحقبة هي إنتاج السلع الاستهلاكية المعمرة، والصناعات الأساسية مثل الصلب والأسمنت.²

استمرت البرازيل في تشجيع الإستراتيجية التي اعتمدت على الديون كأحد الركائز الأساسية، والتي نقلت عبء النمو المرتفع إلى الأجيال المقبلة وأصبح هذا الدين مرهقا خاصة حين ضربت أزمة الديون اقتصاد البلاد في الثمانينيات، هذا ما جعل من الاقتصاد البرازيلي يتسم بالمدىونية الخارجية الثقيلة والارتفاع الشديد في معدلات التضخم والانخفاض الشديد في معدلات النمو .

المطلب الثالث: مرحلة الحكم المدني و الإصلاحات

قامت البرازيل في بداية تسعينيات القرن المنصرم بتبني سياسات إصلاحية و هذا لتعديل مسار اقتصاد البلاد، فانتهجت التوجه نحو اقتصاد السوق وهذا عن طريق القضاء على الحواجز غير الجمركية، إطلاق برنامج الخصخصة خاصة في قطاعي التجارة والمال من خلال بيع أسهم الشركات الصلب العامة و شركة إنتاج الأسمدة كخطوة أولى، كما أنها قامت بتحرير والأنشطة التجارية، وزيادة الدعم المالي الموجه للبحوث والتنمية.

لكن النتيجة كانت أشبه بالكارثة، خاصة مع بعض الإجراءات الراديكالية التي اتبعتها هذه الحكومة مثل غلق بعض المشروعات العامة وتسريح العاملين فيها. وكان من المنطقي افتقاد هذه الحكومة أي دعم سياسي ملموس، خاصة أن معدل النمو الاقتصادي هبط في عام 1990 بمقدار 4% (سالب 4%) ومع أن هذا المعدل ارتفع إلى 10% في عام 1991، إلا أنه عاد للهبوط من جديد إلى 0،9% فقط في عام 1992. وكانت النتيجة هي عزل الرئيس دو ميلو في سبتمبر 1992 بتهم تتعلق بالفساد، وتولي الحكم نائب الرئيس حتى نهاية عام 1994. وكان الرئيس الجديد في وضع لا يحسد عليه من زاوية انخفاض التأييد السياسي لحكومته، وبرغم أن الاقتصاد حقق نموا في عام 1993.³

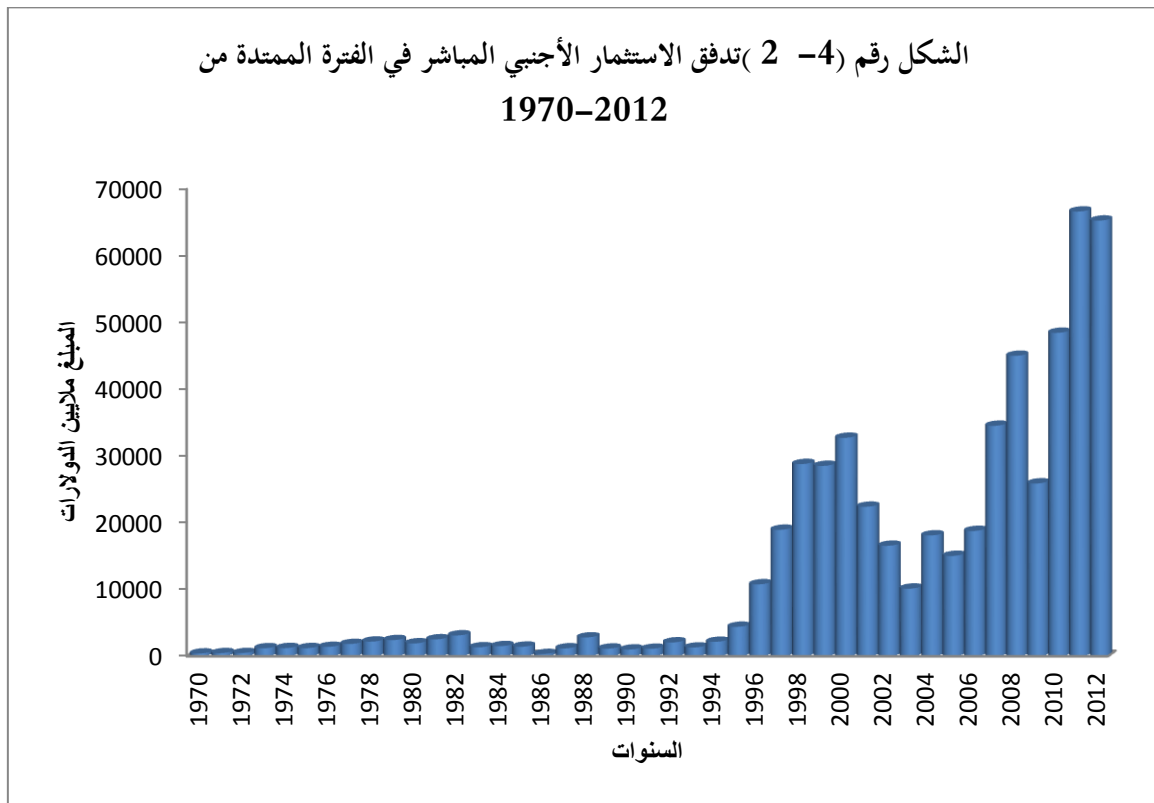
¹ Fernando de Holanda Barbosa **ECONOMIC DEVELOPMENT: THE BRAZILIAN EXPERIENCE** Development Strategies in East Asia and Latin America, 1999. p2

² هاني شاكر، البرازيل عملاق على الطريق، مرجع سابق .

³ نفس المرجع .

غير أن هذه النتائج لم تشب من عزيمة الرئيس الجديد الذي قام بإطلاق أولى المحاولات الإصلاحية عن طريق التي ما يعرف بخطة الريال في سنة 1994 و هي العملة الحالية للبرازيل قصد الحد من معدلات التضخم التي فاقت معدلات هائلة كما تبنى السياسات الداعية إلى إلغاء الحواجز التي فرضت في فترة زمنية سابقة قلة رؤوس الأموال الأجنبية وكذا الشركات الأجنبية و بالتالي الانفتاح التام للاقتصاد البرازيلي الذي كانت له بعض التحفظات خصوصا بعد خصوصية جملة من الشركات الوطنية العاملة في قطاعات البني التحتية كالكهرباء و النقل و الاتصالات.¹

كما أن هذا الانفتاح والتعدلات الاقتصادية التي شملت التخفيض من التعريفات الجمركية و الضرائب على الشركات الأجنبية و كذا الخصوصية، جعلت من البرازيل محجا و وجهة لكبريات الشركات العالمية، الساعية إلى دخول سوق يتمتع بكبر المر دودية كما انه يعتبر بوابة سوق المكسيك، وهذا ما نجم عليه ارتفاع فاحش في تدفقات الاستثمارات الأجنبية مقارنة بفترة الستينيات و الشكل الموالي يوضح ذلك .



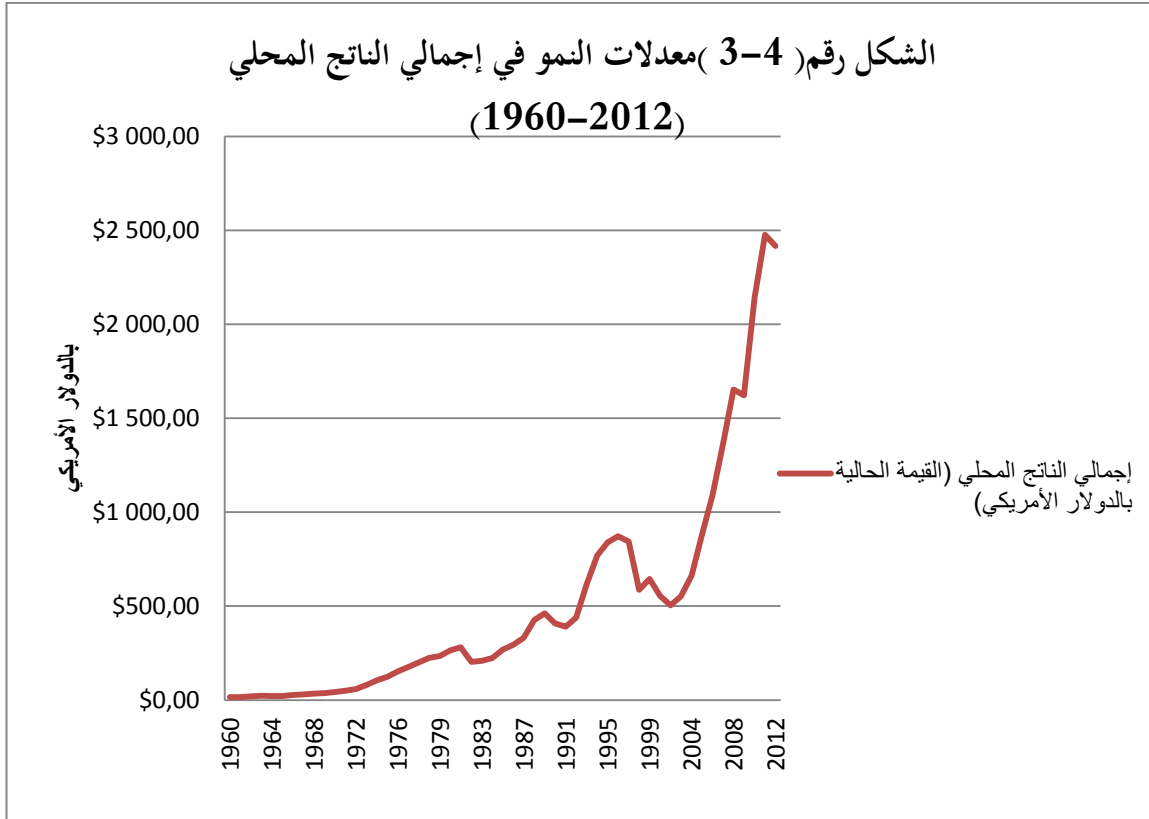
المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على مركز بيانات الاونكتاد.²

¹ Lia Hasenclever et Yves-André Fauré , **Les défis du développement économique et social du Brésil contemporain** , Documents de travail from Groupe d'Economie du Développement de l'Université Montesquieu Bordeaux IV .2012. p5

² http://unctadstat.unctad.org/ReportFolders/reportFolders.aspx?sCS_referer=&sCS_ChosenLang=fr
22/01/2013.20:13

يدل هذا المنحنى على التطور الباهر الذي شهدته البرازيل في مجال استقطاب الاستثمارات الأجنبية المباشرة من فترات السبعينيات إلى غاية الوقت الراهن، وأن فترة الإصلاحات التي اعتمدها كاردوزو قامت بتحسين مناخ الاستثمار في البرازيل وجلب الشركات الأجنبية إلى البرازيل وتعاقبت هذه النجاحات في إستقطاب الاستثمارات في حقبة الرئيس لولا، "حيث تلقت البرازيل نحو 200 مليار دولار كاستثمارات مباشرة خلال الفترة من 2004 إلى 2011، مع ارتفاع درجات الثقة في الاقتصاد وهذا نتيجة لإتباع برنامج التقشف الذي أدى إلى خفض عجز الموازنة وارتفاع التصنيف الائتماني للبلاد"¹، مما أسال لعاب عدد من الشركات العالمية وزاد من رغبتها في اقتحام هذا السوق الواعد السريع النمو أما في ما يخص الأزمة العالمية فلم تؤثر كثيرا على الاستثمارات الداخلة بل المنحنى يدل على أن الاقتصاد البرازيلي تعافى سريعا من تبعات الأزمة العالمية بل أن معدل الاستثمارات زاد .

على الرغم من أن البرازيل حققت من وراء الإجراءات السابقة قدرا من التعافي قصير المدى، وجنت بعض المكاسب، إلا أن فترة ما بعد الإصلاح التي امتدت من 1996 وحتى 2003 فشلت في تحقيق توقعات النمو الاقتصادي المأمولة، ففي تلك الفترة حقق الناتج المحلي الإجمالي معدل نمو مقداره % 1.9 سنويا) الوقت الذي كان معدل نمو الدخل الفردي يبلغ % 0.4 سنويا².



المصدر : إعداد الباحث بالاعتماد على إحصائيات البنك الدولي³

¹ محرر، كيف أصبحت البرازيل سادس اقتصاد في العالم في 9 أعوام، جريدة اقتصادية اليوم، الأربعاء 28 مارس 2012، (30: 02 .12/01/2013): <http://www.eqtisadalyoum.com/success-stories/3696.html>

² محمد عبد العاطي و آخرون، البرازيل القوة الصاعدة من أميركا اللاتينية، مرجع سابق، ص 59.

³ <http://databank.albankaldawli.org/data/home.aspx#> (23/01/2013. 12:30)

يوضح الشكل أن اقتصاد البرازيل عرف نموا مستطردا وخاصة في تسعينات القرن بعد الإصلاحات و لكنه لم يحقق المعدلات التي كانت مرجوة وهذا مرور الاقتصاد البرازيلي بمرحلة تحول ، كما أن الأزمة التي شهدتها اقتصاد أمريكا الجنوبية ألقت بظلالها على الاقتصاد البرازيلي إلى غاية وصول الرئيس لولا إلى سدة الحكم و تبنيه سياسات اقتصادية تنموية واعدده سرعان ما أثبتت مدى فاعليتها فبعد سنوات قليلة وخاصة في الفترة الممتدة بين عامي 2004 و 2008 كان معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي % 4.7 سنويا حيث وصلت البرازيل إلى اعلي معدلاتها التنموية في حقبة هذا الرئيس متجاوزة كل التوقعات و المطبات بما فيها أزمة الديون الأمريكية التي سرعان ما تعافى الاقتصاد البرازيلي منها و اثبت قدرته على تحطيط هذه العقبة التي عصفت بكيان دول عظمى ،"محققا معدل نمو مقداره 5.1% في عام 2008 ، وهو العام الذي يمثل قمة الأزمة وذروة العاصفة، ثم حافظ على معدل أعلى بقليل في عام 2009، أما خلال الثلث الأول من سنة 2011 فاقت معدلات النمو في الاقتصاد البرازيلي ما حققته بريطانيا و احتلت المرتبة السادسة عالميا متجاوزة إياها بسبب ما قام به الرئيس لولا دسلفا وسلفه كاردوزو. وهذا بتحقيقها 7.5، هذا ما جعل الاقتصاد البرازيلي يحقق نموا يحسب لهذه السياسات و للقادة فالمتتبع لحقبة الرئيس دسيلفا سوف يرى أن معدلات النمو في البرازيل كانت تحقق أرقام ممتازة إذا ما قورنت بالفترة التي تعرف بالعشرية الضائعة ألا وهي فترة الثمانينيات و الجدول التالي يوضح ذلك

الجدول رقم (4- 3) معدلات النمو في الاقتصاد البرازيلي 2004-2011

السنة	معدل النمو
2004	7.5
2005	3.2
2006	4.0
2007	6.1
2008	5.2
2009	0.6-
2010	7.5
2011	3

المصدر : اعداد الباحث بالاعتماد على بيانات البنك الدولي¹

كما أن السياسات التي انتهجها هذا الرئيس إنعكست على الشعب البرازيلي الذي كان يقبع في خانة الفقر و اللامساواة التي طبعت السنوات التي خلت ، هذا باستكمال خطة من سبقه و التي طبقت منتصف تسعينيات القرن العشرين ، حيث اعتمدت البرازيل على عدة وسائل لمحاربة الفقر والتفاوت في الدخل .ومن بين هذه الوسائل برنامج الإعانات المالية المشروطة للأسر الفقيرة. (بولسا فاميليا)، وكان هذا البرنامج قد بدأ قبل وصول الرئيس " لولا دا سيلفا"، ولكنه استمر في متابعة هذا البرنامج ويعود له الفضل في توسيع نطاق المنفعة من هذا المشروع وضح طاقة أكبر وأموال أكثر فيه، وقد كان إجمالي الإنفاق على البرنامج يصل إلى

¹ [http://databank.albankaldawli.org/data/home.aspx#\(24/01/2013.21:30\)](http://databank.albankaldawli.org/data/home.aspx#(24/01/2013.21:30))

0.5% من إجمالي الناتج المحلي بتكلفة تقدر بين 6 و 9 مليار دولار . ويقوم البرنامج على أساس إعطاء معونات مالية للأسر الفقيرة بقصد رفع مستواها وتحسين معيشتها، على أساس أن تُعرف الأسر الفقيرة بأنها الأسرة التي يقل دخلها عن 28 دولار شهريا.¹

لكن تم ربط هذا البرنامج بشروط جد صارمة شملت التزام الأسرة بإرسال أطفالها للتعليم والالتزام بالحصول على الأمصال واللقاحات للأطفال بشكل منتظم. وبعد التأكد من التزام الأسرة بالشروط السابقة، تحصل الأسرة على دعم بمتوسط يبلغ تقريبا 87 دولار شهريا وهو ما يعادل 40% من الحد الأدنى للأجر في البلاد، وتصرف الإعانة عن كل طفل بحد أقصى ثلاثة أطفال، كما تصرف هذه الإعانات للام بهدف ضمان صرفها لتحسين ظروف الأطفال والأسرة، مما جعل هذا البرنامج يحقق نجاحا باهرا ، حيث وصل عدد المستفيدين إلى نحو 11 مليون أسرة، وهو ما يعنى 64 مليون شخص بما يعادل حوالي ربع الشعب البرازيلي.²

بالإضافة إلى ما سبق سمح هذا البرنامج لما يربو عن 23 مليون شخص إلى الارتقاء من الطبقتين (د) و(و) إلى الطبقة (ج)، وهي الطبقة التي يتراوح دخلها من 457 إلى 753 دولارا شهريا أي زيادة الطبقة المتوسطة في البرازيل بحسب تصنيف مؤسسة سيتيليم المتخصصة في أبحاث المستهلكين.³

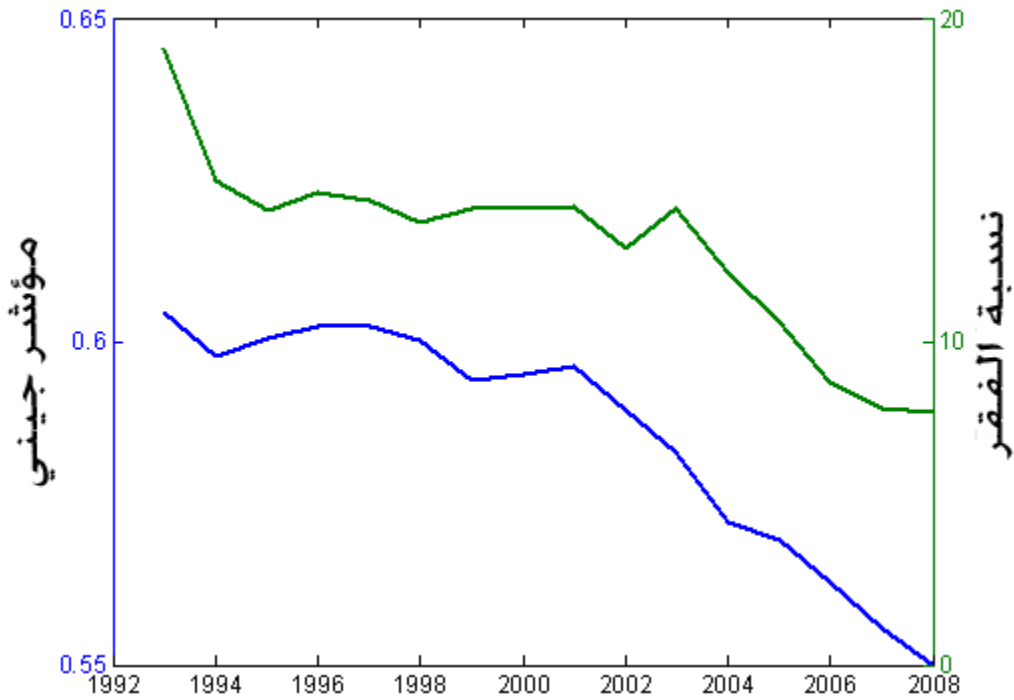
كما يمكن الاسترشاد بالشكل الموالي لتوضيح ما نجم على هذه السياسة التي أخرجت فئات كبيرة من السكان البرازيليين من دائرة الفقر و الحرمان إلى نور الحياة الكريمة

¹ أمل مختار، تجربة النمو الاقتصادي في البرازيل: نموذج استرشادي لمصر ،مركز الاهرام للدراسات الاقتصادية والسياسية
http://acpss.ahramdigital.org.eg/News.aspx?Serial=84 (10 :45 . 24/02/2013):

² محمد عبد العاطي و آخرون، البرازيل القوة الصاعدة من أميركا اللاتينية ،مرجع سابق،ص61.

³ مقال بعنوان: في البرازيل تبني الطبقة المتوسطة أحلامها على الائتمان
http://ara.reuters.com/article/idARAEGO63486720080716 .:(25/02/2013. 20 :49.)

الشكل رقم (4-4) مؤشر جيني ومعدلات الفقر في البرازيل (1992-2008)



يعبر الخط الأزرق والمحور الرأسي الأيسر من الشكل عن مؤشر جيني للدخل، ويعبر الخط الأخضر والمحور الرأسي الأيمن عن نسبة الفقراء لإجمالي عدد السكان

المصدر: محمد عبد العاطي و آخرون، البرازيل القوة الصاعدة من أميركا اللاتينية، مرجع سابق، ص62.

يشير المنحنى إلى انخفاض مؤشر جيني بنسبة 21% وهذا بمساعدة برنامج (بولس فاميليا)، في حين أدت عمليات رفع الحد الأدنى من الأجور إلى خفض المؤشر بنسبة 32%، و يقول البنك الدولي أن دخل أفقر 10% من السكان يزيد بنسبة 9% سنويا في حين يزيد دخل الطبقات الأغنى بنسبة تتراوح بين 2-4% سنويا، وهذا يعنى تقليل الفجوة بين الطبقات بصورة تدريجية. إذا فقد توصل "لولا" اليساري إلى العدالة الاجتماعية عن طريق رفع الحد الأدنى للأجور وإعطاء الإعانات للأسر الفقيرة، وليس عن طريق تبني سياسات التأمين، بمعنى انه ترك قمة المجتمع وعمل على تحسين قاعدة المجتمع.¹

¹أمل مختار تجربة النمو الاقتصادي في البرازيل: نموذج استرشادي لمصر، مرجع سابق .

المبحث الثالث: تجربة البرازيل في نقل التكنولوجيا وأثرها في إحداث التنمية

بعد استعراض أهم جوانب الاقتصاد البرازيلي والمراحل التي مر بها وبعد أن ذكرنا بعض إنجازاته، سوف نلقي الضوء على دور الشركات المتعددة الجنسيات في الاقتصاد البرازيلي ودور الدولة في العملية المنوطة بنقل التكنولوجيا و المعرفة عن طريق هذه الشركات العملاقة، وذلك بذكر جملة من المحاولات التي قامت بها هذه الدولة في سبيل نقلها للمعارف و التكنولوجيا

المطلب الأول : المرحلة الأولى 1950-1990.

اتسمت هذه المرحلة بسطوة وهيمنة الحكم العسكري على البلاد إلى غاية زواله في منتصف ثمانينات القرن المنقضي، لكن هذا لا يعني أن البرازيل لم تحاول في هذه الفترة تقوية اقتصادها و السير في درب النمو بل حاولت جاهدة وكان لها ذلك في ما يعرف بالعصر الذهبي الذي ذكرناه سابقا، أما عن محاولتها توطين و جلب التكنولوجيا فقد كنت من بين الدول الرائدة في هذا المجال و هذا ما سنستعرضه في هذا المطلب .

الفرع الأول : نقل التكنولوجيا عن طريق الاستثمار الأجنبي المباشر

لقد عرف الاقتصاد البرازيلي الاستثمارات الأجنبية منذ القدم حيث أشارت بعض الدراسات إلى إن الشركات الأجنبية بدأت بالظهور في هذا الاقتصاد منذ نهاية القرن التاسع عشر معلنة بداية حقبة الاستثمارات الدولية في هذا البلد، و لقد تركزت هذه الإستثمارات في بدايتها عن طريق ضخ الأموال الأجنبية في القطاعات الحساسة التي كانت تشكل الاقتصاد البرازيلي آنذاك وهي شركات السكك الحديدية و الخدمات العامة و الصناعات الغذائية و التعدين وتمثلت الأموال الأجنبية المتدفقة إلى الاقتصاد البرازيلي في الإستثمارات الموجهة من الولايات المتحدة و بريطانيا و فرنسا و التي تركزت في قطاع السكك الحديدية ثم سرعان ما إنتقلت إلى قطاع الطاقة بالرغم من القوانين الحمائية التي اتبعتها البرازيل في هذا القطاع ، أما فيما يخص الصناعات الغذائية فقد حضت بعناية أكثر من طرف المستثمرين الأجانب و هذا عن طريق إنشاء أربع شركات كبرى في الفترة الممتدة من 1917 إلى غاية 1918 و بقيت تزدهر إلى نهاية سنة 1970 حيث فاقت نسبة رأس المال الأجنبي المساهم في هذا القطاع 80% و الذي أصبح بفعل ذلك تحت رحمة الأموال الأجنبية.¹

كما أن هذه الفترة الممتدة بين الحربين شهدت دخول شركات عملاقة إلى الاقتصاد البرازيلي ففي عشرينيات القرن المنصرم قامت فورد و جنرال موتورز، و فيليبس بإنشاء فروع لها داخل البرازيل و التي كانت منوطة بعمليات التجميع و التوزيع و عملية الصيانة و المساعدة التقنية.²

¹Dimitri Germidis , **Le transfert technologique par les firmes multinationales** volume1, oecd, 1977, p215.

² José E Cassiolato **Brazil TNCs and the NSI International Seminar on Innovation and Development under Globalization: BRICS Experience** Trivandrum, 19–21 August 2009 , p9.

² نادية رمسيس فرح، إعادة تدويل اقتصاديات العالم الثالث، مقال منشور في جريدة الأهرام متوفر على الموقع (12/03/2013 . 23:30).<http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?Serial=96103&eid=891>

كل هذا كان نتيجة انتهاج الدولة طريق تطوير الصناعة خلال الثلاثينات والأربعينات، وهذا بفرض سيطرتها على عوائد التصدير عن طريق فرض تعريفية حمائية ضد الواردات الاستهلاكية، في نفس الوقت الذي دعمت فيه واردات السلع الرأسمالية والوسيطية، وقامت الدولة بوظائف الاستثمار في قطاع الهيكل الصناعي الأساسي، ودعم الصناعات القومية بمزيج من الإعفاءات الضريبية وتثبيت الأسعار وتوفير التمويل بتكلفة منخفضة .. الخ ما نجم عنه نقص في التمويل مما جعل النظام الحاكم آنذاك مجبرا على السماح بدخول رأس المال الأجنبي إثر الحرب العالمية وأوائل الستينات وخاصة في القطاعات التي كان المعتقد أنه لن يشكل خطرا على الاقتصاد القومي، والتي تستخدم جهود إحلال الواردات، وبحكم تغلغل فروع الشركات الأجنبية في هذه القطاعات، فلم يمر وقت طويل قبل أن تحكم الشركات الأجنبية وخاصة الأمريكية قبضتها على هذه الفروع الصناعية مما زاد من تخوف الحكومة البرازيلية أن ذلك ما اضطر الدولة إلى وضع قيود معينة على حرية العمل للشركات الأجنبية خاصة إزاء الشركات القومية.¹ وهذا ما يدعمه الجدول التالي الذي يوضح توزيع أصول الشركات الأجنبية في الاقتصاد البرازيلي

الجدول رقم(4-4) توزيع أصول الشركات الأجنبية في الاقتصاد البرازيلي في الفترة الممتدة من 1968-1974

1974	1973	1972	1971	1970	1969	1968	
74.4	73.3	70.9	69.4	67.6	60.2	58.6	الشركات العمومية
10.9	8.9	10.6	11.4	11.4	12.5	13.1	الخاصة الوطنية
14.7	17.8	18.5	19.2	21.0	27.3	28.3	الخاصة الأجنبية

Source : Dimitri Germidis , **Le transfert technologique par les firmes multinationales.**

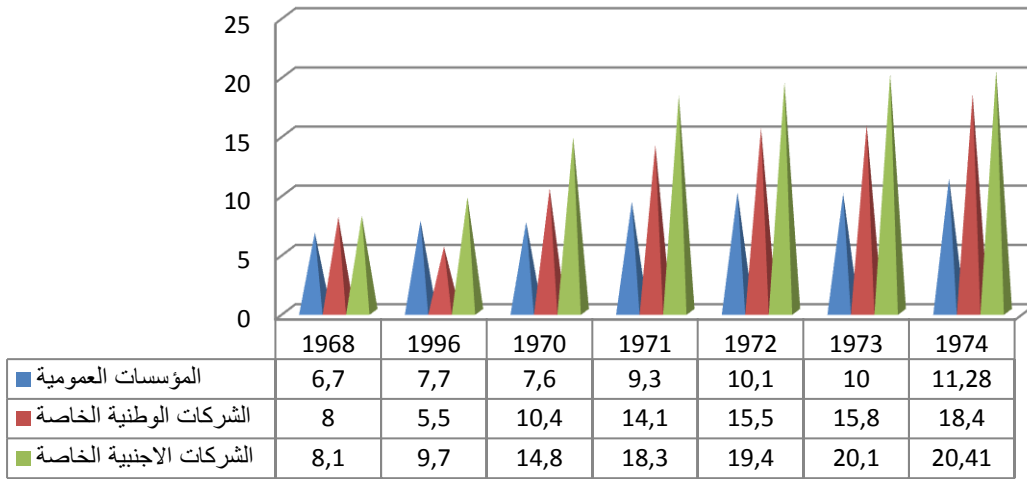
volume1,oeed,1977 ,p216.

تشير الإحصائيات التي كانت ناتجة عن دراسة إحصائية لأكثر مئة شركة ناشطة في الاقتصاد البرازيلي في الحقبة الممتدة من 1968 إلى 1974 تناقص الأصول التي تمتلكها الشركات الأجنبية نتيجة المخاوف و التأميمات التي قامت بها الحكومة العسكرية آنذاك لكن هذا التناقص لم يكن بمعدلات كبيرة لان نظام الحكم العسكري أن ذلك قام بإنتهاج تدويل الاقتصاد البرازيلي و لكن مع فرض بعض القيود عكس ما قام به النظام السابق الذي إعتد "سياسة تنمية الصناعة التصديرية وإيجاد أسواق خارجية للتصدير (وهو ما تطلب خفض الأجور وإتباع سياسة تحرير للتجارة وزيادة تمركز القطاع الخاص في الاستثمار). وحول هذه الاختبارات الإستراتيجية تكون تحالفا يضم رأس المال الأجنبي (الشركات متعددة الجنسية) والبرجوازية الصناعية والمالية الخاصة التي طمعت في التوسع في الأسواق الخارجية من خلال التحالف مع الشركات متعددة الجنسية ودعم ربحيتها عن طريق خفض الأجور.²

²نادية رمسيس فرج، مرجع سابق .

لكن إذا ما نظرنا إلى دخول رؤوس الأموال الأجنبية إلى الاقتصاد البرازيلي بنظرة إيجابية فإننا حتما سنرى أن البرازيل بعد ما أضحت وجهة لشركات المتعددة الجنسيات التي أثبتت قوتها و تقدما معتمدة على إستراتيجية التوسع في الأسواق و القرب من مصادر المواد الأولية وهذا ما يشير إليه الشكل التالي الذي يوضح مستويات الربح التي حققتها الشركات الأجنبية بالمقارنة مع نظيرتها الوطنية في البرازيل .

الشكل رقم (4-5) نسب الارباح المحققة من طرف الشركات الناشطة في الاقتصاد البرازيلي 1968-1974



Source : Dimitri Germidis , **Le transfert technologique par les firmes multinationales.**

بتصرف. volume1, oecd, 1977, p217.

تشير الإحصائيات التي في الشكل إلى أن نسبة الأرباح و المداخل ، التي حققتها الشركات الأجنبية العاملة في الاقتصاد البرازيلي نمت من في هذه الفترة بمعدل يقارب 15.83 مقارنة مع نظيراتها العمومية و الوطنية التي حققت نموا تراوح ما بين 8.96 و 12.53 % على التوالي أما القطاعات التي كانت تستحوذ عليها هذه الشركات في تلك الفترة فقد تمثلت في القطاعات التالية.

الجدول رقم (4-5) الأصول الأجنبية في بعض القطاعات

القطاع	نسبة الأصول الأجنبية في القطاع
الآلات الالكترونية و الاتصالات	60.8
معدات النقل	62.8
صناعة المطاط و الصناعة التحويلية التابعة له	60.5
صناعة التبغ	98.8

Source : Dimitri Germidis , **Le transfert technologique par les firmes multinationales** , volume1, oecd, 1977 , p220

ولم تقتصر على ذلك بل كانت تسيطر على قطاعات أخرى سيطرة كلية كقطاع تركيب وصناعة السيارات و الصناعات الصيدلانية التي فاقت نسبة الأصول الأجنبية 80%¹.

لقد تركز نشاط الشركات المتعددة الجنسيات في هذه الحقبة في القطاعات ذات التكنولوجيا الكثيفة و التي تحتاج إلى رؤوس أموال ضخمة مما جعل البرازيل تطمح إلى ما يعرف بعمليات نقل التكنولوجيا عن طريق هذه الشركات العملاقة التي اعتمدت إستراتيجية الاستثمار الأجنبي المباشر في سوق اتسم بالأهمية و الكبر مغتمة فرصة تعبيد الطريق و المناخ الاستثماري المواتم و لو بشكل من الرقابة على بعض القطاعات، وكذا طموح الدولة في نهج درب التنمية عن طريق نهج إحلال الواردات ومن ثم إيجاد قطاعات موجهة للتصدير و كذا طموح النظام أن ذلك في اكتساب و نقل التكنولوجيا و التي واكبت الفترة الذهبية في الاقتصاد البرازيلي .

أما جملة ما قامت به البرازيل في تلك الفترة فقد تجسد في تعديل القوانين التي تخص الاستشارات الأجنبية و طريقة استيراد التكنولوجيا كما أنها قامت بإنشاء المعهد الوطني الخاص بحقوق الملكية الفكرية في البرازيل سنة 1971 لدعم نشاط نقل المعرفة و التكنولوجيا إليها بمعونة البنك المركزي البرازيلي و الذي كان يهتم بعمليات نقل التكنولوجيا قبل إنشاء المعهد الخاص بحقوق الملكية الفكرية².

¹Dimitri germidis, **Le transfert technologique par les firmes multinationales volume 1.op.cité** , p221.

² **Ibid**, p235.

كما يمكن تلخيص السياسات التي اتبعتها الدولة في عقد السبعينات و التي تميزت ببعض الخصائص في النقاط التالية:¹

1. إعطاء أولوية مطلقة للتصنيع والإنتاج من أجل التصدير لان التصنيع قادر على زيادة الدخل القومي و القضاء على الفقر و التخلف

2. الاعتماد في التصنيع على رأس المال الأجنبي ,و العمل على تشجيع القطاع الخاص ,وإشراك الشركات المتعددة الجنسيات المتعددة الجنسية في عمليات التصنيع و خاصة تلك التي تحتاج إلى رؤوس أموال ضخمة

3. الاعتماد الكامل على استيراد التكنولوجيا من الخارج ، خاصة المتقدمة التي تعتمد على الكثافة في رأس المال.

بالإضافة إلى ما سبق فان تجربة البرازيل في الدفع بعجلة التصنيع من منتصف 1950 إلى 1970أضحت مثالا نموذجيا لإحلال الواردات التي تقودها الدولة بمشاركة قوية من رأس المال الأجنبي والتكنولوجيا التكنولوجية المصاحبة له .

على الرغم من كل هذا الانفتاح إلا أن البرازيل بقيت مسيطرة على بعض المنشآت و القطاعات الصناعية كالنقيب والاستخراج وتكرير النفط، شركات الطيران المحلية والاتصالات والنشر والنقل البحري الساحلي في حين كان يسمح بالمشاركة الأجنبية جزئية فقط في التعدين والصيد الكهرومائية المصرفية والطاقة والتأمين .بالإضافة إلى تلك القطاعات توجهت البرازيل نحو تصنيع و اكتساب تكنولوجيا السلاح ،و التي مكنت البرازيل في تلك الحقبة من أن تبرز في مجال الصناعات العسكرية و اكتساب التكنولوجيا في هذا المجال ،حيث حققت طفرة في عقد الثمانينات ،هذا ما جعل البرازيليون في الثمانينات يتميزون بسرعة خروج منتجهم العسكري من الورق إلى خطوط الإنتاج في فترة قصيرة للغاية فكانت التصميمات تخرج للواقع في ظرف عام وبمعايير تلك الفترة كانوا أسرع من الأوربيون والأمريكيون استطاع البرازيليون تحقيق طفرات في مبيعاتهم العسكرية في بعض المنتجات التي اشتهروا بها فالتوكانوا البرازيلية بيعت لبريطانيا وفرنسا ومصر.²

لكنها لم تستطع اكتساب التكنولوجيا المدنية و أحسن مثال يمكن تقديمه صناعة الكمبيوتر والاتصالات اللاسلكية في البرازيل و الذي يعد مثالا تقليدياً على منهج التنمية الموجه إلى الداخل والذي فرض قيوداً على الاستثمار،ففي عام 1969 قامت الحكومة بإنشاء الوزارة لتنظيم صناعة تصنيع الكمبيوتر، (SEI) Special Secretary of Information الخاصة للمعلومات حيث انفردت الشركات الوطنية بتصنيع أجهزة الكمبيوتر ولوازمها -وهي ما تعد الطرف الأدنى من هذا السوق-، ولم يسمح بالمشاركة الأجنبية ولو من خلال حصص صغيرة في الشركات المشتركة ،كما فرض الحظر على الواردات .ولقد بدى للوهلة الأولى أن تلك السياسة القائمة على " احتياطي السوق "نجحت نجاحاً كبيراً في تنمية صناعة أجهزة الكمبيوتر على المستوى المحلي، فقد قفز حجم المبيعات لدى المصنعين المحليين ليصل إلى حوالي 3 مليار دولار في عام 1988 بعد أن كان 190 مليون دولار في عام 1979 وخلال تلك الفترة، انخفضت حصة الشركات متعددة الجنسيات من 66 % إلى 33% .³

¹ سليمان رشيد سلمان، العلم و التكنولوجيا و التنمية البديلة ، دار الطليعة للطباعة و النشر بيروت الطبعة الأولى ،1986،ص73 .

² نبذة عن الصناعة العسكرية البرازيلية

(30: 15) (25/03/2013): <http://www.arabic-military.com/t19005-topic>

³ جون د. سوليفان و اخرون ، الاستثمارات الأجنبية المباشرة، مرجع سابق ص 14.

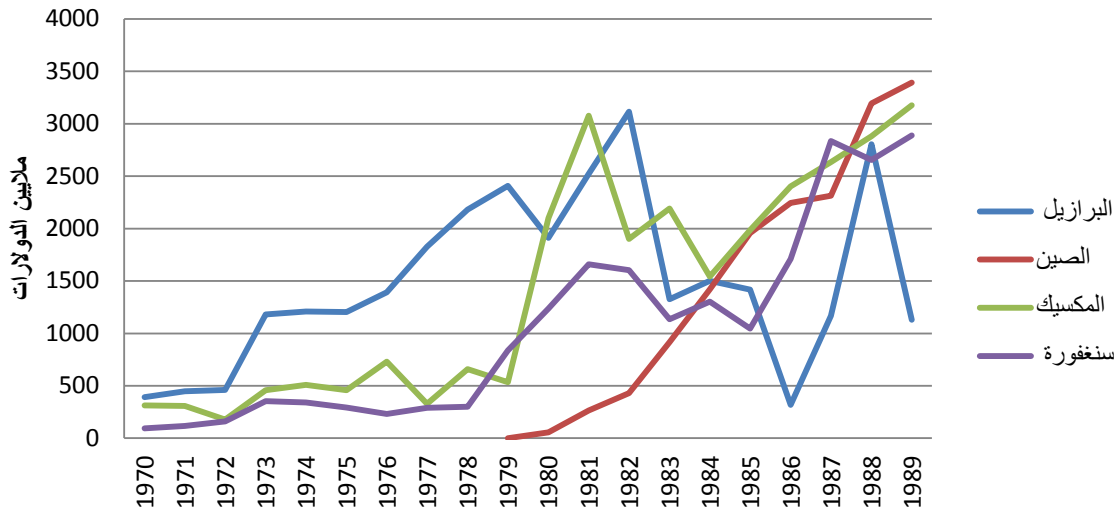
في الوهلة يتجلى إلى العيان أن البرازيل استطاعت تحقيق نجاحات باهرة عن طريق احتكار هذا القطاع الذي كان يشكل رأس المال الأجنبي 60% منه قبل 1969، "إلا أن العديد من المشاكل الكبرى بدأت تنشأ مع أواخر الثمانينات في صناعة الكمبيوتر في البرازيل، فالوزارة من خلال منعها للمساهمة الأجنبية، قامت بتجريم وسيلة رئيسية لنقل التكنولوجيا في صناعة تدفعها التكنولوجيا في المقام الأول وتغيير تغيراً سريعاً استجابة للتطورات التكنولوجية. من ثم نجد أنه في الوقت الذي تمكن فيه المصنعون البرازيليون من محاكاة التكنولوجيا الأجنبية كان المنافسون الأجانب قاموا بتطوير تكنولوجيا أحدث مما جعل الشركات البرازيلية تعاني على نحو مستمر من استخدام التكنولوجيا البالية وعدم القدرة على التنافس، فضلاً عن أن الشركات المحلية كانت لديها حافز ضعيف للسعي وراء الابتكارات التكنولوجية نظراً لسيطرتها على السوق المحلي بأكمله وعدم حاجتها إلى مواجهة المنافسة الأجنبية وهذا ما انعكس سلباً على الشركات المحلية العاملة في صناعات أخرى تعتمد على أجهزة الكمبيوتر الصغيرة أنها لا تستطيع الرجوع إلى المنتجات الأجنبية المتفوقة، ومن ثم كان عليها استخدام منتجات مصنعة محلياً، وهو ما أدى بدوره إلى إعاقه قدرة تلك الشركات على التنافس حيث كان للشركات الأجنبية العاملة في نفس الصناعات إمكانية الوصول إلى المعدات المتميزة في جانب خطير من جوانب إدارة تشغيل العمليات بها. لقد أعاقت سياسة "احتياطي السوق" تطور الصناعة البرازيلية وأضعفت نمو الاقتصاد.¹

حيث أنها جعلته لا يمتلك التكنولوجيا المتطورة و التي تواكب العصر، كما أن هذه السياسة انعكست سلباً على جذب الشركات والاستثمارات الأجنبية لعدم جاذبية القوانين التي كانت مفروضة من النظام العسكري آن ذالك و الذي كان يروج لسياسات وطنية تؤيد الاستثمار الوطني وتفضله عن أية استثمارات أجنبية تقوم بها الشركات متعددة الجنسيات، لكن المستثمرون الأجانب كانوا نشطاء في البرازيل خلال تلك الفترة، وهذا ما يشير إليه المنحني

الشكل رقم (4-6) مقارنة تدفق الاستثمارات الاجنبية في البرازيل و

الصين، المكسيك، سنغفورة

1970-1989



المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على إحصائيات الأونكتاد²

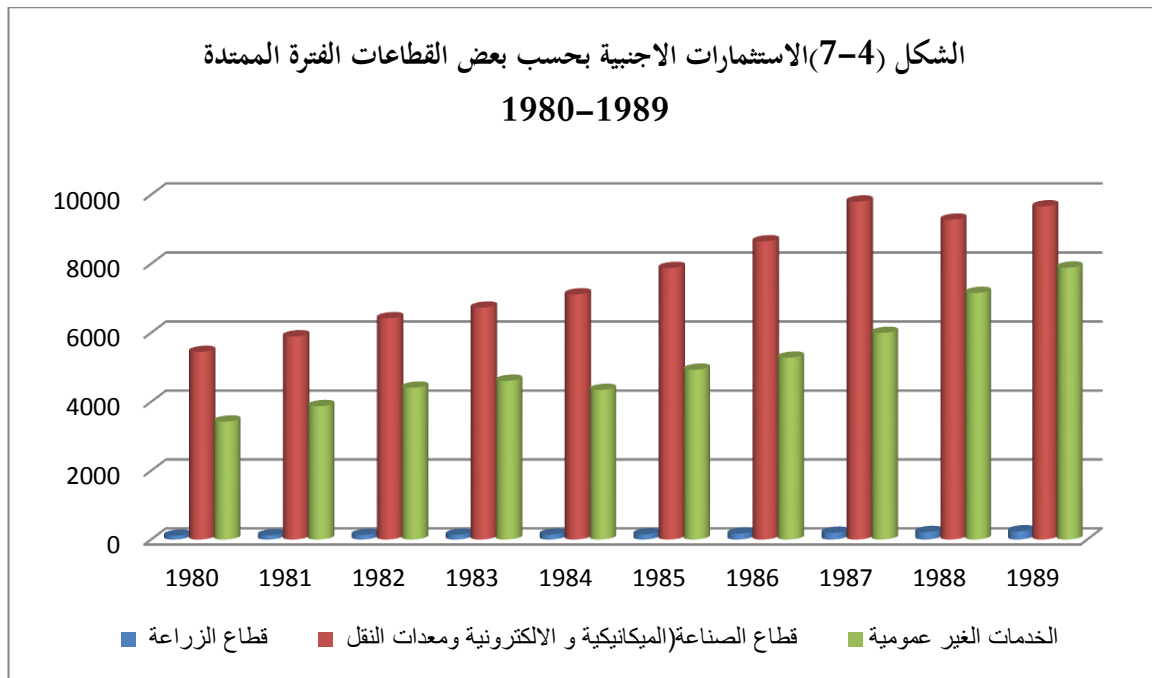
¹ جون د. سوليفان، مرجع سابق، ص 15.

² <http://unctadstat.unctad.org> (25/02/2013 16: 07)

يشير هذا المنحني إلى أن البرازيل حققت مستويات عالية من حيث جذبها للاستثمارات الأجنبية إذا ما قورنت بتوجهاته في تلك الحقبة و التي كانت تفضل اقتصاديات الدول المتقدمة و الدول النامية التي تلقى فيها تسهيلات و ارض خصبة لتحقيق الإرباح.

حيث حققت البرازيل هذه النتائج بالرغم من أن السياسات التي انتهجتها لم تكن ترق الشركات المتعدد الجنسيات إلا أن حجم السوق البرازيلي وقاعدة الموارد الطبيعية للبلاد شكلا مصدري إغراء لتلك الشركات، وهذا ما أظهرته "دراسة قام بها مركز الأمم المتحدة للشركات عابرة القوميات مظهرة أن البرازيل اجتذبت أكبر قدر من الاستثمارات الأجنبية المباشرة بين الدول النامية في الفترة من 1980 إلى 1984"¹، لكن في منتصف الثمانينيات دخل الاقتصاد البرازيلي في دوامه من المطبات نجمت عن الفترة الانتقالية من الحكم العسكري إلى النظام المدني و الذي ورث اقتصادا ذو بيئة فوضوية مثقلا بمعدلات هائلة من التضخم التي نشأت بدورها من النفقات الحكومية الكبيرة والاقتراض من الخارج ما دفع بها إلى انتهاج البرامج الطارئة التي وضعت لاحتواء أزمة التضخم هذا ما جعل نصيب البرازيل ينخفض مقارنة مع الاستثمارات الأجنبية المباشرة الموجهة إلى الدول النامية، وهذا ما أشرت إليه الدراسات التي قام بها مركز الأمم المتحدة للشركات عابرة القوميات حيث تراجع من " المرتبة الأولى سنة 1985 إلى المرتبة الخامسة سنة 1989 تاركا سنغافورة، الصين، المكسيك وهونج كونج تفوق عليه"².

أما فيما يخص القطاعات التي استفادت من هذه الاستثمارات في هذه الفترة الزمنية فالشكل الموالي يوضحها :



المصدر: إعداد الباحث انطلاقا من الملحق رقم (2)

لقد حظي قطاع الصناعات و بالأخص الصناعات المذكورة في الشكل بحصة الأسد في استقطاب اهتمام الشركات الأجنبية مقارنة مع قطاع الخدمات و الزراعة وهذا بالرغم من تناقص التدفق الإجمالي للاستثمارات الأجنبية في منتصف الثمانينات

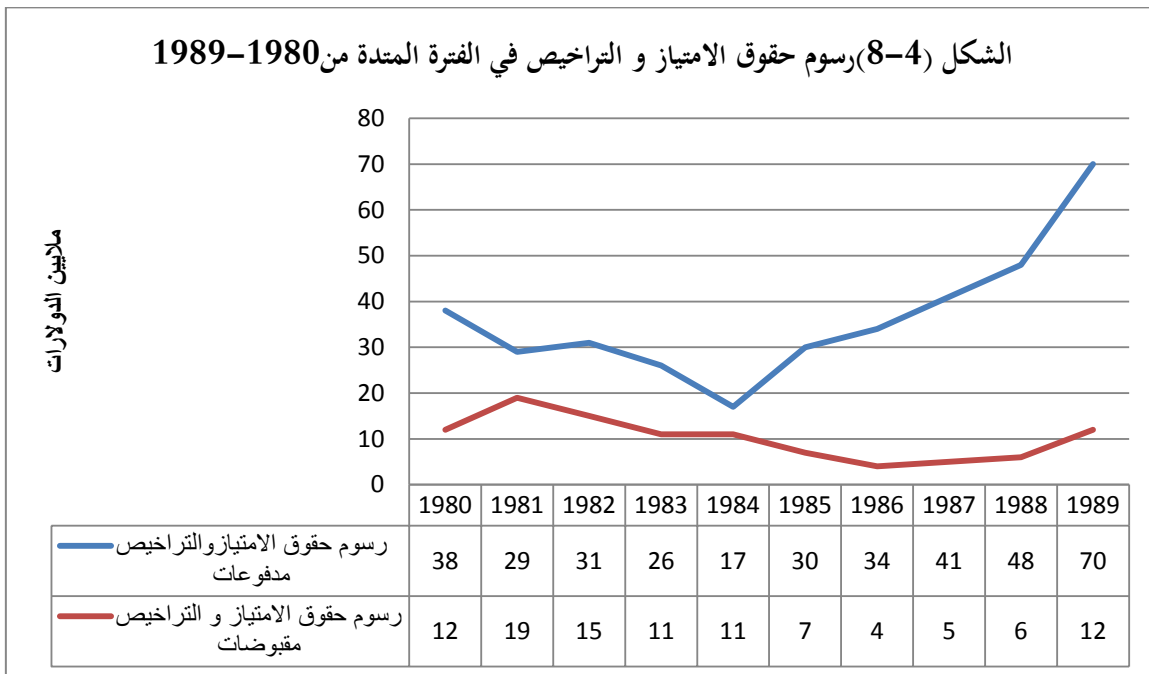
¹ جون د. سوليفان و اخرون ،مرجع سابق ،ص 38.

² المرجع السابق ،ص 39.

وهذا ما يوضحه الشكل حيث بقي هذا القطاع يجتذب الأجانب لما له من ميزات كعدم توفر المنافسة الوطنية و كبر القاعدة السوقية، حيث إعتمدت الشركات الأجنبية على الإستثمار و إعادة الإستثمار من أجل تنمية الحصة السوقية في البرازيل ثم التوجه إلى جعله كقاعدة تصديرية في الأمد الطويل، وهذا ما سيعود على الاقتصاد البرازيلي بالنفع في المستقبل كما أن تنامي دخول المستثمرين الأجانب في هذا القطاع سوف يوفر للبرازيل منفذا كبيرا لتلقي التكنولوجيا و اكتسابها .

الفرع الثاني: النقل عن طريق التراخيص ورسوم الامتياز

لقد تمت الإشارة في الفصل السابق إلى أن بيانات تدفق الإتاوات وأقساط التراخيص و عقود الامتياز من دولة معينة يمكن أن تعطي صورة واضحة عن حجم التراخيص الممنوحة لتلك الدولة من طرف الأجانب، وهي في ذات الوقت تعطي صورة عن مستوى التكنولوجيا المنقولة عبر التراخيص الممنوحة.

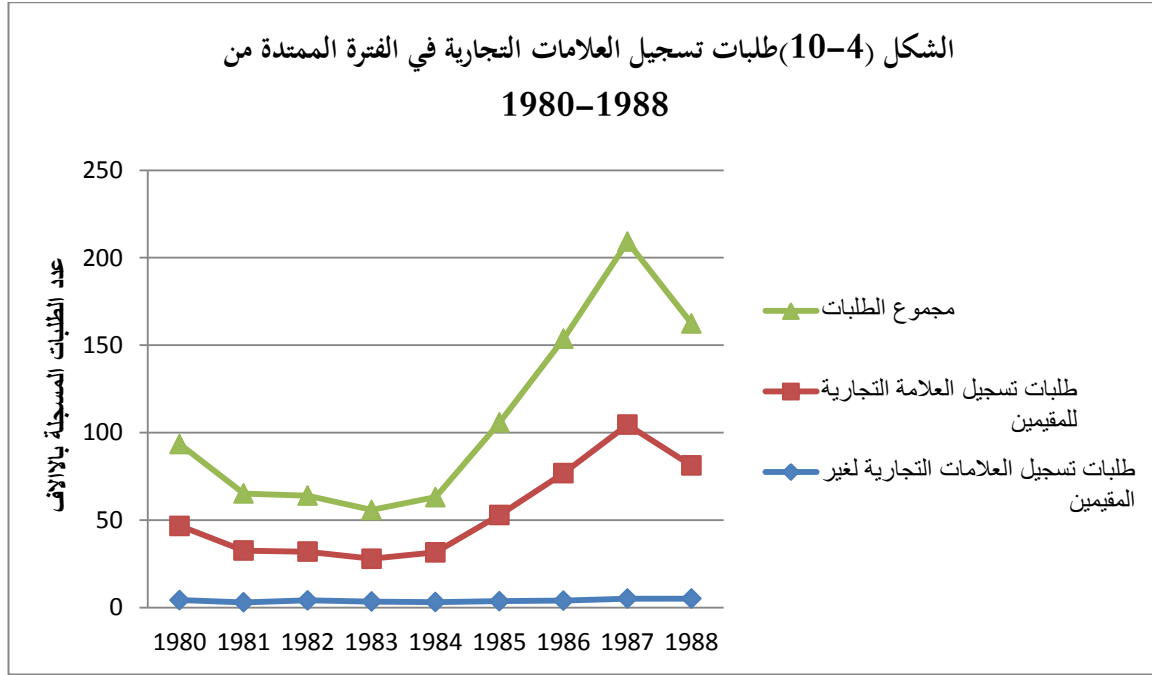


المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على قاعدة بيانات البنك الدولي.¹

يوضح المنحني أن حقوق الامتياز و التراخيص التي منحت للبرازيل لم ترق إلى المستوى المطلوب حيث قدر اعلي مستوى لها ب70 مليون دولار كما أنها مرت بتذبذبات كثيرة في تلك الفترة خصوصا في منتصف الثمانينات ، هذا ما عطل عملية نقل التكنولوجيا عن طريق هذا المنفذ الذي يعد من أبرزها إضافة إلى أنواع الاستثمارات المباشرة الأخرى، ويعود ذلك إلى البيئة الاقتصادية المترنحة وكذا تناقص دور حقوق الملكية الفكرية وكذا عدم قدرة الأطراف الوطنية على التمثيل الأمثل للعلامات العالمية كما أن نسب الفقر التي حالت دون وجود طبقة استهلاكية كبيرة، جعل هذا جعل الشركات الأجنبية تحجم عن منح

¹ [http://donnees.banquemondiale.org/theme/science-et-technologie\(.01/02/2013 00:15\)](http://donnees.banquemondiale.org/theme/science-et-technologie(.01/02/2013 00:15))

التراخيص و الامتياز ،لكنها نمت من تصاعديا منذ تغير نظام الحكم في البرازيل إلى أن بلغت أعلى مستوياتها في سنة 1989 ،وهذا ما يدل على زيادة التكنولوجيا المتدفقة عبر هذا المنفذ بالرغم من قلتها. هذا ما يمكن توثيقه باستعراض العلامات التجارية المسجلة في تلك الحقبة من زمن الاقتصاد البرازيلي و هذا ما يشير إليه الشكل أدناه.



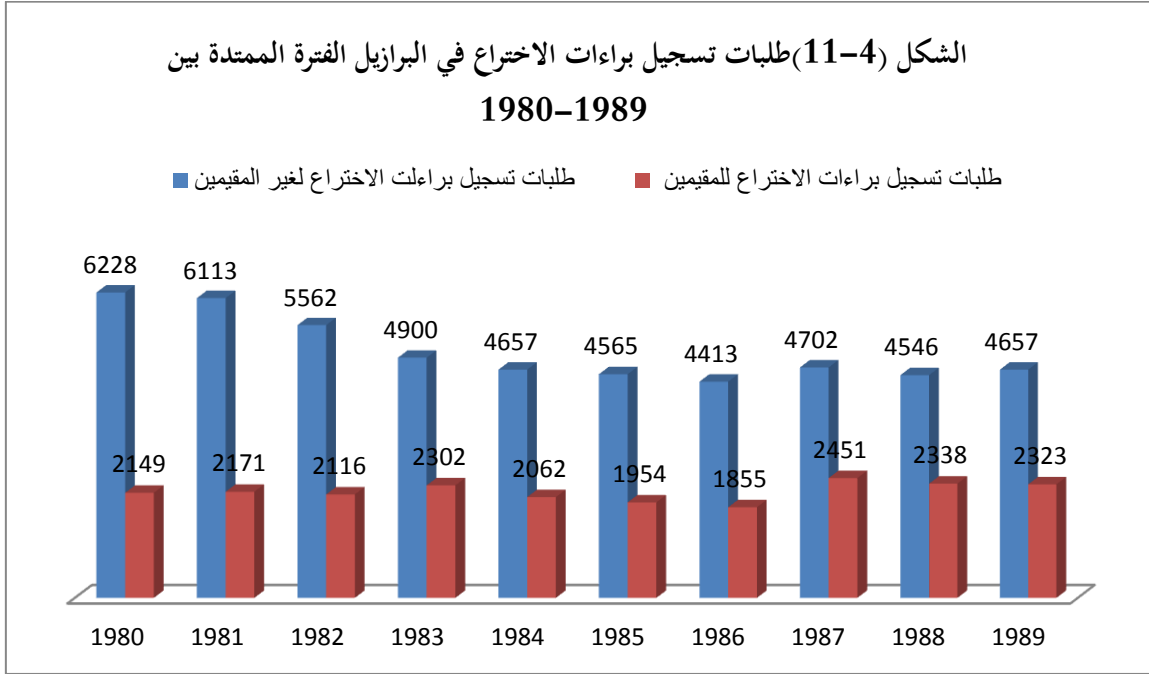
المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على إحصائيات البنك الدولي¹

تشير الإحصائيات إلى أن إجمالي العلامات التجارية التي سجلت في الفترة الممتدة من 1980 إلى غاية 1988 تنامت بشكل ملحوظ خاصة تلك العلامات التي سجلت من طرف المقيمين بينما التي سجلت من طرف الشريك الأجنبي فكانت ضعيفة وهذا دليل على أن نمط التعاقدات كان يجري مع شريك محلي ، كما انه يوثق الزيادة التي صاحبت إبرام عقود الامتياز و التراخيص و التي تزامنت مع الزيادة في تسجيل العلامات التجارية ، بالرغم من التذبذبات الاقتصادية التي صاحبت هذه الفترة و المرحلة الانتقالية التي كان يمر بها اقتصاد منهك و متعثر .

أما إذا ما أردنا قياس مدى مصداقية قوانين الملكية الفكرية المتبعة من طرف البرازيل ومقدار فاعليتها و كذا إبراز تنامي التكنولوجيا الداخلة إلى البرازيل و تلك التي تخلفها بالإمكان الاعتماد على نتائج الدراسة التي قام بها Keith Markus سنة 1993 حيث عند وصفه للبيانات المختارة أشار بأن السلع شديدة الحساسية تجاه براءة الاختراع هي في الواقع سلع ذات كثافة في البحث والتطوير وقابلة للتقليد نسبيا في ظل غياب نظام محكم البراءات، ومن هذا المنطلق يمكن القول بأن السلع ذات التكنولوجيا المتقدمة هي تلك السلع التي تتطلب حماية براءات مع ما تم الاعتماد عليه في معايير الدراسة بالنسبة لتحديد

¹ <http://donnees.banquemondiale.org> (.01/02/2013 03:15)

خصائص التكنولوجيا الاختراع، ومقارنة منطق *Maskus* المتقدمة يتبين أن هناك توافقاً بين الفكرتين¹، و البيانات التالية توضح ذلك بالنسبة للبرازيل.



المصدر: إعداد الباحث انطلاقاً من معطيات البنك الدولي²

تشير الإحصائيات إلى أن طلبات تسجيل براءات الاختراع لغير المقيمين كانت في تناقص تدريجي من بداية الثمانينات إلى غاية منتصفها حيث اتخذت وتيرة شبه ثابتة وهذا ما يدل على أن التكنولوجيا الداخلة أو المراد منحها متوسطة غير أنها لم تلبي رغبة هذه الدولة في امتلاك التكنولوجيا وأحسن دليل على ذلك صادرات البرازيل من التكنولوجيا المتقدمة والتي لم تكن تشكل ولو نسبة ضئيلة في تلك الفترة من إجمالي صادرات السلع المصنعة في البرازيل إلى غاية سنة 1989 حيث شكلت 6% من إجمالي المصدرات .

في الأخير يمكن القول أن هذه الفترة اتسمت بجذب الاقتصاد البرازيلي للشركات الأجنبية و لكنها لم ترق إلى مبتغاها في توطين و اكتساب التكنولوجيا رغم امتلاكها للصناعات الحربية و صناعة الطائرات وجملة من الصناعات الأخرى المعتمدة على الشركات الأجنبية كصناعة السيارات و التي كانت رائدة فيها بحكم تواجد شركات عملاقة (كفورد و فولس فاغن و فيات ،جنرال موتورز)³، وهذا لجملة الأسباب التي ذكرناها سابقاً، كما أن البرازيل لم تستطع الوصول إلى التقدم العلمي و التكنولوجي وتحقيق

¹ ليلي شيخة، مرجع سابق، 116.

² <http://donnees.banquemondiale.org> (02/02/2013 14:15)

³ Ford s'est implanté en 1921, General Motors en 1925, Volkswagen en 1957 et Fiat en 1976.

Brésil : le géant vert ? . <http://www.senat.fr/rap/r07-189/r07-1895.html>: (24/03/2013. 22:50.)

النقل العمودي بالرغم من توفرها على معاهد ومراكز بحث، هذا ما جعل جملة النقاد يرون أنها خلقت مراكز حضارية متقدمة وهمشت مناطق أخرى وهذه الغلطة التي وقعت فيها، حيث استقطبت البرازيل صناعات ذات تكنولوجيا عالية لم تستطع تكييفها مع حاجات أفرادها مما أدى إلى خلق موجه جديدة من العاطلين عن العمل بالقضاء على القطاعات الصغيرة و الحرفية وكذلك توجه المزارعين إلى القطاعات الجديدة التي لم تستطع امتصاص اليد العاملة، كل هذا جعل البرازيل تدخل في دوامات المساواة و الفقر عوض تحقيق التنمية المرجوة من استقطاب التكنولوجيا و الشركات الأجنبية، كما أن السياسات التي اتبعتها لم تأتي بثمارها لان البرازيل اكتسبت بعض من التكنولوجيا لكنها لم تطورها للتماشي مع تقلبات العصر ولقد تجلّى ذلك في المثال الذي ذكر سابقا فيما يخص صناعة الكمبيوتر

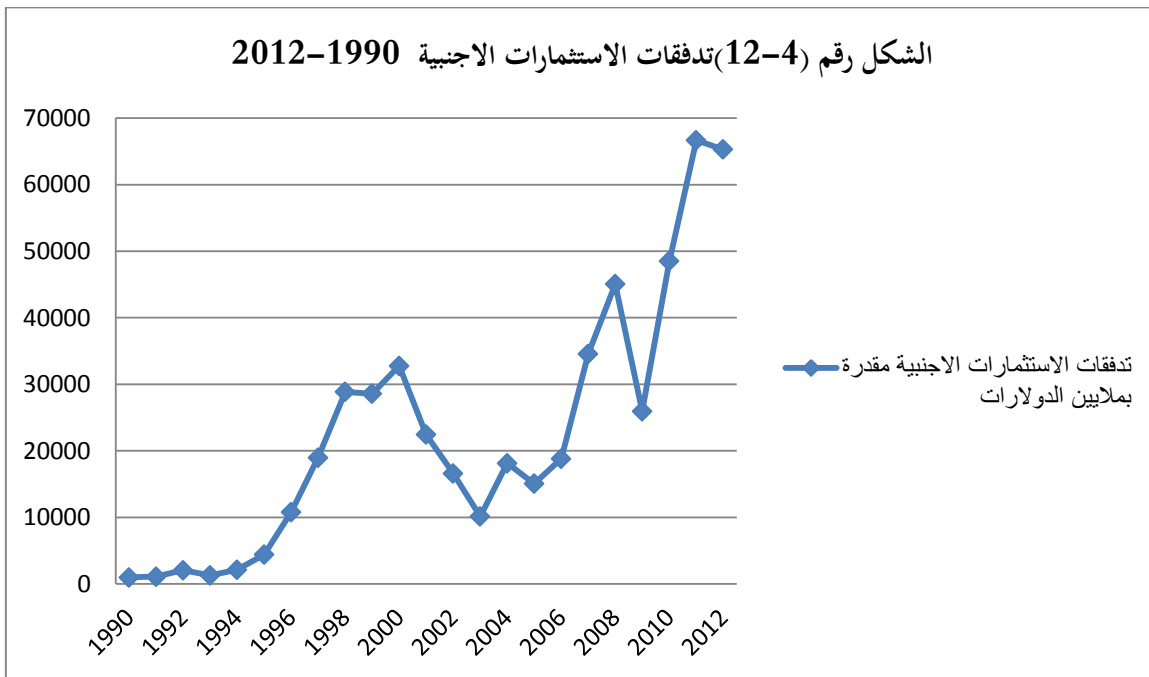
المطلب الثاني: المرحلة الثانية 1990-2012 .

تعد الفترة التي تلت الحكم العسكري نقطة الانطلاق للبرازيل فبعد تعثرات في البداية بدأت البرازيل برسم معالم طريق النمو الجديدة عن طريق تبني سياسات و خطط جديدة سوف نحاول التكلم عن أبرزها .

الفرع الأول : النقل عن طريق الاستثمار الأجنبي المباشر

بعد أن حاولت البرازيل ومنذ الستينيات اكتساب التكنولوجيا و نقلها عن طريق استقطاب التكنولوجيا ورؤوس الأموال الأجنبية وتعبيد الطريق لذلك بانضمامها إلى المنظمة العالمية في سنة 1955 والتوقيع على قوانين الملكية الفكرية ، إلا أنها لم تستطع الوصول إلى مبتغاهها بالرغم من وصولها إلى معدلات نمو معتبر في السبعينات و إكتسابها لبعض التكنولوجيات كتكنولوجية صناعة الطائرات و السيارات و الكمبيوتر و تفوقها في الصناعات الحربية وبعض الصناعات الصيدلانية، غير أن سياستها سرعان ما أطاحت بهذه التجربة التي كانت رائدة في تلك الحقبة وأدخلتها في دوامات التضخم و المديونية و الفقر الذي كان ينهش الغالبية العظمى من الشعب البرازيلي، وهذا ما حضي به النظام المدني الذي ورث كل هذه المشاكل من سلفه العسكري، غير انه لم يبقى مكتوف الأيدي بل اعتمد جملة من الإصلاحات و خاصة منذ سنة 1993 ،و التي سرعان ما اثبت نجاعتها فبحلول سنة 1997 بدأت بوادر الانفراج تلوح في أفق الاقتصاد البرازيلي و التي سرعان ما ستتوج بنجاحات كبيرة ستبدأ مع حلول القرن الجديد، تزامنا مع استلام الرئيس لولا الحكم، و الذي سوف يعود الفضل إليه في تحويل البرازيل من دولة مثقلة بالديون الخارجية و الفقر إلى دولة تراحم كبريات الدول العالمية، أما فيما يخص نقلها للتكنولوجيا فقد ساعدت الإصلاحات التي اعتمدها نظام كاردوزو التي أدخلت البرازيل في نظام اقتصاديا منفتح على العالم مزيجا جل العقبات التي أوجدها النظام الذي سبقه أمام الشركات الأجنبية و رؤوس أموالها بغية تطوير القاعدة الصناعية و جلب التقنيات و التكنولوجيا التي سوف تمكن البرازيل من مزاحمة كبار القوم في المجال .

بعد تولي فرناندو كولور Fernando Collor رئاسة البلاد في سنة 1990 بدأ بمحاولة اجتذاب الاستثمار الأجنبي المباشر من خلال تحرير الاقتصاد البرازيلي وإلزام الشركات المحلية بمواجهة المنافسة العالمية، وقد كان ذلك استجابة منه للوضع الاقتصادي الصعب الذي كانت البلاد تمر و تماشيا مع موجة التحرر الاقتصادي الموجهة إلى اقتصاد السوق، التي كانت تحتاج العالم النامي في ذلك الوقت، وهذا ما جعل من البرازيل مثالا حيا على التغييرات التي حدثت في التوجه العام إزاء الاستثمار الأجنبي المباشر، ففي ظل هذا المناخ تم إزالة القيود على الاستثمار في قطاعي الكمبيوتر والاتصالات السلكية واللاسلكية، كما تم تخفيض التعريفات على الواردات، وتم تخفيض أو إزالة القيود الخاصة بإصدار التراخيص وغيرها من العوائق غير المرتبطة بالتعريفات، فضلا عن إزالة معظم أشكال الحظر على الواردات وتحرير أسعار القطاع الخاص، كما استهدفت إجراءات الإصلاح الضريبي التي أقرها البرلمان البرازيلي عام 1991 زيادة تدفقات رأس المال إلى الداخل وتيسير نقل التكنولوجيا، كما شرعت الحكومة في وضع برنامج خصخصة في نفس السنة للحد من دور الدولة في الاقتصاد¹.



المصدر: إعداد الباحث اعتمادا على بيانات الاونكتاد².

يشير المنحنى البياني إلى تنامي تدفق الاستثمارات الأجنبية و التي بلغت ذروتها في البرازيل في سنة 2000 لتبلغ حوالي 33 مليار دولار، (ما يقرب من أكثر من 30 مرة ما كانت عليه عام 1991)، ويرجع الفضل في ذلك إلى تجارة البلاد الحرة وسياساتها الاستثمارية، مما جعل البرازيل من أكبر متلقي الاستثمارات في العالم، كما أن الابتعاد عن سياساتها الحمائية وفتحها لصناعاتها أمام رأس المال الأجنبي أضحت هي المفتاح الرئيسي لوصولها لما سبق الإشارة إليه، كما أنها تمكنت من توليد حجم كبير من الاستثمارات الأجنبية المباشرة من خلال برنامج للخصخصة.

¹ جون د. سوليفان و اخرون، مرجع سابق 38.

² <http://unctadstat.unctad.org> (26/02/2013 20: 07)

منذ تحرير السوق في أوائل التسعينات، بدأت البرازيل تشهد نموًا ثابتًا في معدلات الاستثمارات الأجنبية المباشرة، حيث كانت تنمى بشكل شبه ثابت تزامن مع بدايات الإصلاحات، لكن بعد تولي فرناندو كاردوسو الحكم قام بإجراء العديد من التعديلات الدستورية والتغيرات التشريعية في عام 1995، التي استهدفت بشكل أساسي إسراع عملية الخصخصة وإزالة العوائق التي تحول دون مساهمة رأس المال الأجنبي في اقتصاد البرازيل، حيث أقرت الحكومة عدد تشريعات لضمان معاملة الشركات التي يمتلكها الأجانب سواء كليًا أو جزئيًا معاملة منصفة¹، ما جعل البرازيل تحقق بفعل الك ففزة نوعية في مجال استقطاب الاستثمارات الأجنبية، والدليل على ذلك هو ارتفاعها بمقدار النصف في ما بين سنة 1995 و 1996 محققًا ما يقارب 10 آلاف مليون دولار معلنه بذلك بداية حقبة جديدة في مجال استقطاب الاستثمارات الأجنبية، حيث استبدأ بالتزايد بمعدلات مرتفعة إلى غاية بداية الألفية التي شهدت انخفاضًا بسبب التراجع الهائل في إجمالي تدفقات الاستثمارات الأجنبية المباشرة في العالم بسبب الهبوط الاقتصادي الحاد على مستوى العالم بشكل عام.

"غير ان البرازيل استطاعت اجتذاب ما مقداره 22 مليار دولار من الاستثمار الأجنبي المباشر -وهو ما يُعد رقمًا قياسيًا- حيث شكل 55% من إجمالي تدفقات الاستثمارات الأجنبية المباشرة إلى أمريكا اللاتينية. وفي السنوات التالية تراجعت تدفقات الاستثمارات ولكن ظلت البرازيل ثان أكبر متلقي لها من بين الدول النامية"².

أما في الفترة التي ولتها مباشرة فقد حققت البرازيل معدلات جد معتبرة إلى غاية هبوب عاصفة أزمة الديون في سنة 2007 والتي ضربت الاقتصاد العالمي في مقتل، مما أثر على البرازيل، حيث امتدت ما يقارب السنتين، قبل أن يثبت اقتصادها جدارته و يعود بقوة في سنة 2011 مستقطبا حوالي 66 ألف مليون دولار أمريكي من صافي التدفقات الاستثمارية المباشرة محققا أعلى مستوى في تاريخ هذه الدولة .

بالإضافة إلى ما سبق من الإصلاحات التي قامت بجذب المستثمرين فان البرازيل تعد بوابة للوصول إلى الأسواق في العديد من دول أمريكا اللاتينية من خلال "MERCOSUR"، وكذا جاذبية سوقها وقربها إلى أسواق الولايات المتحدة، كل هذه العوامل تضافرت لتحقيق الهدف التنموي وفتح السبيل أمام جلب التكنولوجيا عن طريق استقطاب هذا الكم الهائل من الاستثمارات و التي تعد من أنجع الطرق المنتهجة لجلب التكنولوجيا .

لقد أثبتت الإصلاحات نجاعتها في استقطاب التكنولوجيا عن طريق فتح أبواب لاقتصاد أمام المستثمرين الأجانب و كذا اعتماد نظام الخصخصة وإصلاح سياساتها الحمائية، فقامت البرازيل بإطلاق عنان الخصخصة وفتح بعض القطاعات التي كانت تحتكرها الدولة وأفضل مثال يمكن تقديمه عن خصخصة الشركات ما قامت به البرازيل عند خصخصة شركة امبراير عبر بيع حصصها في 7 ديسمبر 1994 مع احتفاظ الحكومة البرازيلية بالحصصة الذهبية التي تسمح لها بسلطة الاعتراض في مجلس إدارة الشركة ،

¹ جون د. سوليفان و اخرون، مرجع سابق ص 38.

² المرجع السابق ص 39.

وفي عام 2000 قدمت شركة امبراير إصدار أولي في بورصة نيويورك الأمريكية و بورصة ساو باولو البرازيلية¹، و بخصصتها سرعان ما بدأت نجحات الشركة في منتصف التسعينات مع بدء تصنيع الطائرة النفاثة «ERJ-145» التي يوجد بها 50 مقعدا والتي اشترتها «كونتيننتال إكسبرس» وخطوط جوية أخرى. وأعطى ذلك للشركة موطأ قدم في السوق الإقليمية للطائرات النفاثة الصغيرة ومتوسطة الحجم، حيث كانت تمثل سوقا واعدة آنذاك، ثم بدأت في التنامي إلى أن صبحت ثالث مصنع عالمي للطائرات غازية الأسواق الدولية حيث حققت سلسلة طائرات «E» نجاحا باهرا منذ إنتاج أول طراز عام 2004. وتستخدم شركات نقل جوي كبيرة مثل «دلتا» و«الخطوط الجوية البريطانية» و«الخطوط الفرنسية» و«الخطوط الكندية» هذه الطائرات النفاثة الضيقة التي تشبه الأنبوب وليس بها صف مقاعد في الوسط، والتي تعرف بإصدارها ضوءا قليلة وتسببها في القليل من المطبات الهوائية. ويقول ميغويل داو، موظف تنفيذي رفيع في شركة «أزول» البرازيلية الجوية الجديدة: «إنها طائر رائعة»².

كما أن تحرير صناعة الكمبيوتر من خلال فتح الأسواق والسماح بالمنافسة الأجنبية، مكن الأجانب من الدخول وخلق ما يعرف بالمنافسة في هذا القطاع الاقتصادي، حيث بهذا الإجراء لم تعد الشركات المملوكة محليا، والتي تنتج للأسواق المحلية هي التي تسيطر على صناعة الكمبيوتر، ما جعل الإنتاج المحلي لمعدات الكمبيوتر يتراجع نظرا لارتفاع حجم الواردات المتقدمة تكنولوجيا في عام 1991، لكن سرعان ما تداركت الحكومة البرازيلية هذه الهفوة وقامت بإصدار قانون تكنولوجيا المعلومات رغبة منها في زيادة الإنتاج المحلي، حيث سمح ذلك القانون لمصنعي الكمبيوتر المحليين بتجنب الخسائر، تحت شروط محددة، بالإضافة إلى ذلك قامت دعم أعمال البحث والتنمية التي تقوم بها الشركات المحلية، بغرض تفادي ما حدث في السابق، وأسفرت هذه السياسات الحكومية عن ارتفاع إنتاج الكمبيوتر محليا إلى أكثر من الضعف مع حلول عام 1999، مقارنة بما شهدته هذه الصناعة من تراجع عام 1992، مما جعل الأسعار تشهد انخفاضا كبيرا، وتوافرت الخدمات في هذا المجال على نحو أفضل مما عمل على زيادة توافر التكنولوجيا وبأسعار معقولة جعلتها في متناول المستهلكين. ومع تطور السوق بدأ يدفع بمنتجي الكمبيوتر الزائفين والذين لا يلتزمون بأساليب وقواعد الصناعة خارج هذا المجال من الأعمال، ولقد أسفرت ما شهدته أسواق معدات الكمبيوتر من تطورات ناجحة عن نمو في صناعة برامج الكمبيوتر أيضا، حيث وصلت إلى أكبر معدلاتها على مستوى المنطقة. واليوم ها هي البرازيل تمتلك أكبر سوق لتكنولوجيا المعلومات في أمريكا اللاتينية، كما أن لديها أكبر عدد من مستخدمي أجهزة الكمبيوتر والإنترنت في

¹ إمبراير مقال منشور في ويكيبيديا

، <http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A5%D9%85%D8%A8%D8%B1%D8%A7%D9%8A%D8%B1>

(26/03/2013. 16 :55).

² كيف أصبحت «إمبراير» البرازيلية ثالث أكبر مصنع للطائرات التجارية في العالم؟ مقال منشور في جريدة الشرق الأوسط، الأحد 14 ذو الحجة 1431 هـ

21 نوفمبر 2010 العدد 11681

<http://www.aawsat.com/details.asp?issueno=11700&article=596134#.UVNDARfkrlE> (23/03/2013.15:22)

المنطقة. وفي عام 2003 وصل حجم الإنفاق الحكومي المحلي خدمات تكنولوجيا المعلومات ومعدات الكمبيوتر حوالي 11 مليار دولار سنويًا، ومن المتوقع أن ينمو سوق تكنولوجيا المعلومات في السنوات القادمة بمعدل يزيد على 10 %، وتستحوذ الشركات العالمية الرائدة في مجال على نصيب كبير في سوق HP، IBM، Compaq، Unisys، SUN، DELL التكنولوجيا مثل معدات الكمبيوتر في البرازيل، بينما تبلغ واردات البرازيل من أجهزة الكمبيوتر نسبة ضئيلة حيث يفني الإنتاج المحلي بمتطلبات السوق.¹

بالإضافة إلى ما سبق فقد شهدت صناعة تكنولوجيا المعلومات تطورًا سريعًا، فقد شهدت صناعة الاتصالات السلكية واللاسلكية نموًا هائلًا بعد خصخصتها وفتحها أمام الاستثمار الأجنبي في الفترة ما بين منتصف إلى أواخر التسعينات، وأسفرت جهود خصخصة هذا القطاع إلى تحسين جودة الخدمات، وأصبحت الصناعة قادرة على مواجهة الطلب على الخدمات كما أنها أصبحت أكثر استعدادًا لتوفير تكنولوجيا جديدة للمستهلكين.²

كما أن صناعة السيارات و التي تعد قديمة في البرازيل شهدت دخول منتجين جدد ك رونو و بوجو وتعد تجربة رونو في نقل التكنولوجيا الرائدة في البرازيل فبعد دخولها مباشرة في 1999 سرعان ما قامت بإنشاء مركز للبحث و التطوير بمشاركة برازيلية، هذا الأخير اثبت جدارته بإخراج أول سيارة برازيلية 100 %، حيث تعد زنور سانيدرو أول سيارة صنعها و ركبها و البرازيليون تحت غطاء شركة أجنبية، ما يجعلنا نقول أن هناك نقلا فعالا للتكنولوجيا عن طريق الاستثمار المباشر الأجنبي.³

لقد سمحت هذه الإصلاحات لهذه الدولة من جذب الشركات العملاقة التي قامت بإنشاء معاقل لها في تراب البرازيل سواء عن طريق التملك أو المشاركة، و الدليل على ذلك الكم الهائل من الشركات التي تنتج داخل حدود البرازيل و لإعطاء لمحة على عدد هذه الشركات فالجدول الموالي يوضح بعض من تلك العاملة في الاقتصاد البرازيلي .

¹ جون د. سوليفان مرجع سابق، ص 13-14.

² جون د. سوليفان، مرجع سابق، ص 39.

³ للمزيد من التفصيل انظر:

الجدول رقم (4 - 6) بغض الشركات المتعددة الجنسيات العاملة في الاقتصاد البرازيلي.

الشركات	القطاع
Bombardier Inc., Eurocopter, Tenneco Inc	صناعة الطائرات و الصناعات العسكرية
ADM (Archer Daniels Midland Co.), Luis Calvo	قطاع الزراعة
Barilla Spa, Bestfoods, Bongrain SA, Bunge Ltd, Campari SpA, Cargill Inc, Cirio SpA, Cremonini SpA, Danone, Doux SA, Evalis ex-Guyomarch, Ferrero Spa, FHP (Freudenberg Haushalts Produkte), IFF International Flavors & Fragrances, Kellogg Co., Montedison SpA, Nabisco Holdings Corp., Nestlé SA, Nestlé Waters, Numico (Royal NV), Parmalat Finanziaria, PepsiCo Inc., Procter & Gamble, Co., Quaker Oats Co., Royal Canin SA, Segafredo Zanetti, Seragnoli Spa, SIF Ltd., SOS Cuetara, Symrise AG, Tate & Lyle plc., Tereos	الصناعات الغذائية
Aetna Inc., AGF (Assurance Générale de France), Millea Holdings Inc	التأمينات
Banco Frances SA, Bank of America Corp., BBVA Bancomer, HSBC Holdings (Hong-Kong & Shangai Banking Corp), JP Morgan Chase & Co., Société Générale, UBS (Union de Banques Suisses	البنوك
Agilent Technologies Inc., Ametek Inc, Celestica Inc., Flextronics International Ltd, Freescale Semiconductor, Inc., J&K Technologies, Jabil Circuit, Inc, Palm, Inc., Sagem, Saint Jude Medical Inc., Salcomp Oy, Storage Technology Corp, Thomson SA, Toshiba Corp., Wacker-GmbH Chemie	الصناعات الالكترونية
Bosch GmbH, Cooper Tire & Rubber Co., Daimler AG, Denso Corp., FIAT S.p.A., Ford Motor Co., General Motors Corp., Honda Motor Co., Ltd., Johnson Controls, Lear Corp., Peugeot SA, Polytec, Renault SA, Ryder System Inc., TRW Inc., Valeo SA, Visteon, Volkswagen AG	صناعة السيارات و معدات النقل

المصدر إعداد الباحث بالاعتماد على الملحق رقم (3).

معظم الشركات المذكورة في الجدول تعد من عمالقة الشركات العالمية في مجال تخصصها بامتلاكها لمراكز البحث و التطوير و التكنولوجيا ، فهي تعد مكسبا للبرازيل حيث بوجود مثل هذه الشركات على أراضيها سوف يمنحنا ميزة نقل التكنولوجيا و المعرفة سواء عن طريق الدورات التدريبية التي تقوم بها هذه الشركات أو عن طريق البحوث التي تجربها سواء كانت هذه البحوث في الأراضي البرازيلية أو خارجها .

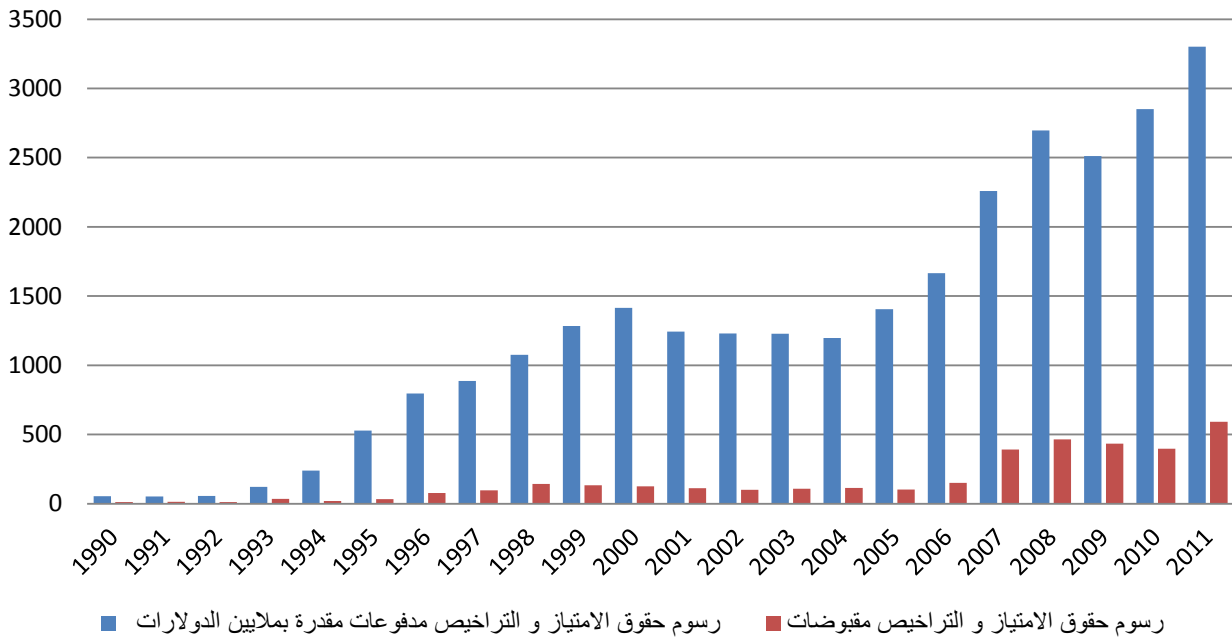
أن تواجد هذا الكم الهائل من هذه الشركات إنما يدل على جاذبية السوق البرازيلية و توفر البيئة الاستثمارية الفضلى التي تسمح بمزاولة الأعمال بالرغم من بعض النقائص، وكذا يدل على مقدار التكنولوجيا المنقولة من طرف هذه الشركات التي تلجا في الغالب إلى إتباع نمط الشركات المشتركة (JV) في هذه السوق، و الذي سبق و أن ذكرنا ميزاته بالنسبة لعملية نقل التكنولوجيا في الفصل السابق .

لقد حققت البرازيل معدلات هائلة من تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر و الذي ذكرنا انه من ابرز استراتيجيات الشركات المتعددة الجنسية المتبعة بغية الدخول إلى الأسواق كما انه يعد واحدا من أهم طرق نقل التكنولوجيا ومنه يمكن القول ان مقادير التكنولوجيا المنقولة للبرازيل عن طرق هذا السبيل هي جد معتبرة .

الفرع الثاني: النقل عن طريق التراخيص و عقود الامتياز

كما ذكرنا سابقا في هذا الفصل و في الفصل النظري فان هذا النوع من العقود يعد من أنواع أو سبل نقل التكنولوجيا لذ فانه كلما تزايدت هذه الأنواع من العقود إلا و ازداد ضخ التكنولوجيا إلى البلد المتلقي و لهذا قامت الحكومة البرازيلية في منتصف التسعينات بتخفيض أو إزالة القيود الخاصة بإصدار التراخيص و تقوية قوانين الملكية الفكرية التي كانت قائمة من قبل و الشكل الموالي يوضح ذلك.

الشكل رقم (4-13) رسوم حقوق الامتياز و التراخيص
1990-2011



المصدر: إعداد الباحث انطلاقاً من بيانات البنك الدولي¹.

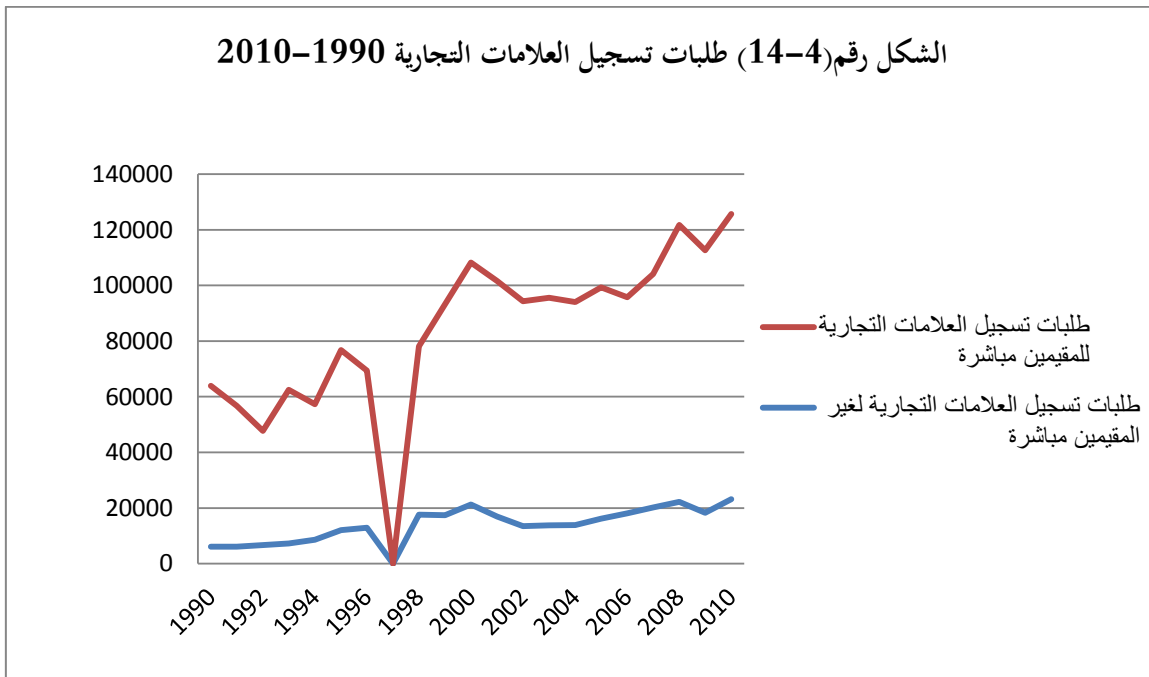
إن الشكل يوضح مقدار المدفوعات و المقبوضات التي تخص رسوم حقوق الامتياز و التراخيص في البرازيل منذ بداية حقبة الإصلاحات، و التي سرعان ما استبدأ نتائجها بالتجلي، حيث بدأت مدفوعات حقوق الامتياز و التراخيص إلى المصادر الأجنبية تتزايد بشكل تصاعدي مع بعض التذبذبات إلى غاية تحقيقها مستوى قياسي مقارنة بسنة 1989، سنة تسجيل أعلى قيمة في الفترة التي سبقت الإصلاحات .

و من ثم بدأت في الانخفاض إلى ما دون الخمسين مليون، وبعد أن بدأت فترة الإصلاحات بدأت بتسجيل معدلات جد واعدة حيث ارتقت إلى ما يقارب الـ 54 مليون دولار وبعدها بدأت بالارتفاع إلى غاية سنة 2000 حيث حققت أعلى مستوياتها بما يناهز 1400 مليون دولار، وهذا ما يدل على أن ما قامت به البرازيل في الفترة الممتدة ما بين 1990 إلى غاية 2000، عن طريق الإصلاحات حيث جاءت بنتائج طيبة فهذا المقدار يعبر على أن التدفقات التكنولوجية التي تنتقل عبر هذين المسلكين بدأت بالتنامي، من ثم عوادة في الانخفاض لكن بشكل طفيف إلى غاية 2005، و التي ستعد نقطة تحول و انعطاف وبداية تدفقات تكنولوجية كبيرة و ضخمة، حتى في عز الأزمة العالمية إلى غاية تحقيق رقم قياسي في سنة 2011 محققة أعلى مستوى في

¹<http://donnees.banquemondiale.org> (.27/02/2013 20:15)

تاريخ الاقتصاد البرازيلي باستقبالها لما يفوق 3300 مليون دولار أمريكي، وهذا ما يشير إلى أن التدفقات التكنولوجية في ازدياد مطرد وكبير، كما يعطي صورة على مستوى التكنولوجيا المنقولة عبر التراخيص الممنوحة و حقوق الامتياز، كما يرجع الفضل في ذلك إلى تنامي ظاهرة التدويل من طرف الشركات المتعددة القومية و جاذبية الأسواق الناشئة التي خطفت كل الأنظار في الآونة الأخيرة، و السياسات الإصلاحية و تزايد حرية المخصصة التي اعتمدها البرازيل.

أما فيما يخص العلامات التجارية التي سجلت في هذه الفترة، مواكبة فترة الإصلاحات و الانتعاش الاقتصادي التي ميزت اقتصاد هذه الدولة الطموحة فهي تشير إلى أن العلامات التجارية الأجنبية التي تنتج و تباع في البرازيل مما يتيح لنا التعرف على مدى فاعلية قوانين حقوق الملكية الفكرية و كذا نسب التكنولوجيا الداخلة من طرف أصحاب هذه العلامات التي إما تباع أو ترخص للشريك الوطني أو تمنحه الامتياز وهذا ما يمثله الشكل البياني .



المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على إحصائيات البنك الدولي¹.

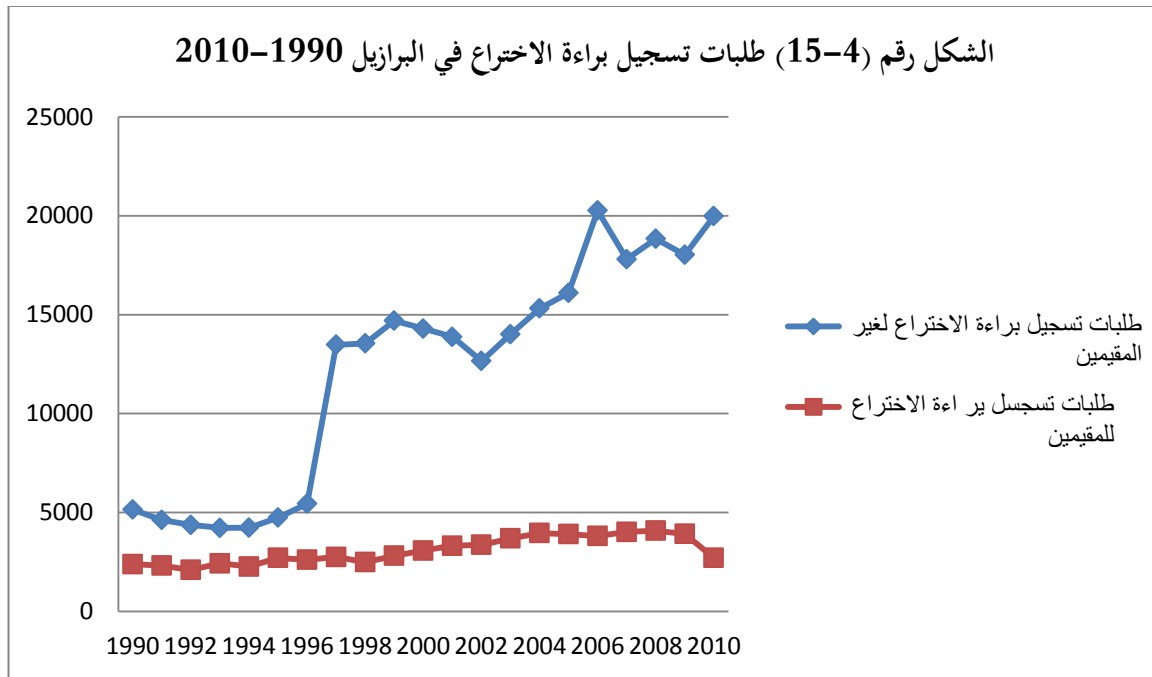
تشير البيانات إلى تنامي و تزايد طلبات تسجيل العلامات التجارية الوافدة من الخارج وهذا ما يوثق ازدياد التراخيص و حقوق الامتياز وكذا الاستثمارات الأجنبية المباشرة، فقد ارتفعت الطلبات بمعدل متزايد خلال السنوات التي تلت الإصلاحات كما أن التزايد الذي شهدته برفقة الطلبات الوطنية بعد سنة 1995 يوضح أن سياسة تسريع الخوصصة التي اعتمدها البرازيل كانت مثمرة، أما الزيادة الكبيرة للعلامات التجارية التي يسجلها المقيمون فإنها تدل على اكتساب الخبرات و زيادة الوعي الذي تأتي من

¹ <http://donnees.banquemondiale.org> (.28/02/2013 12:15)

الاحتكاك بالشريك الأجنبي الذي أتاح للمواطن اكتساب الخبرات و المعارف ،وبالتالي فهي دليل على تنامي النقل المعرفي و التكنولوجيا في هذه الدولية .

الفرع الثالث: طلبات تسجيل براءة الاختراع

لقد ذكرنا سابقا أن طلبات تسجيل براءات الاختراع من طرف الأجانب تشير بشكل كبير إلى مقدار و نوع التكنولوجيا المراد منحها للدولة المتلقية ، كما أن البراءات المسجلة من طرف المقيمين تشير بشكل واضح إلى مدى امتلاك و محاولة المقيمين تجديد و تطوير التكنولوجيا المطروحة و المكتسبة و الشكل الموالى يشير إلى هذه الإحصائيات .

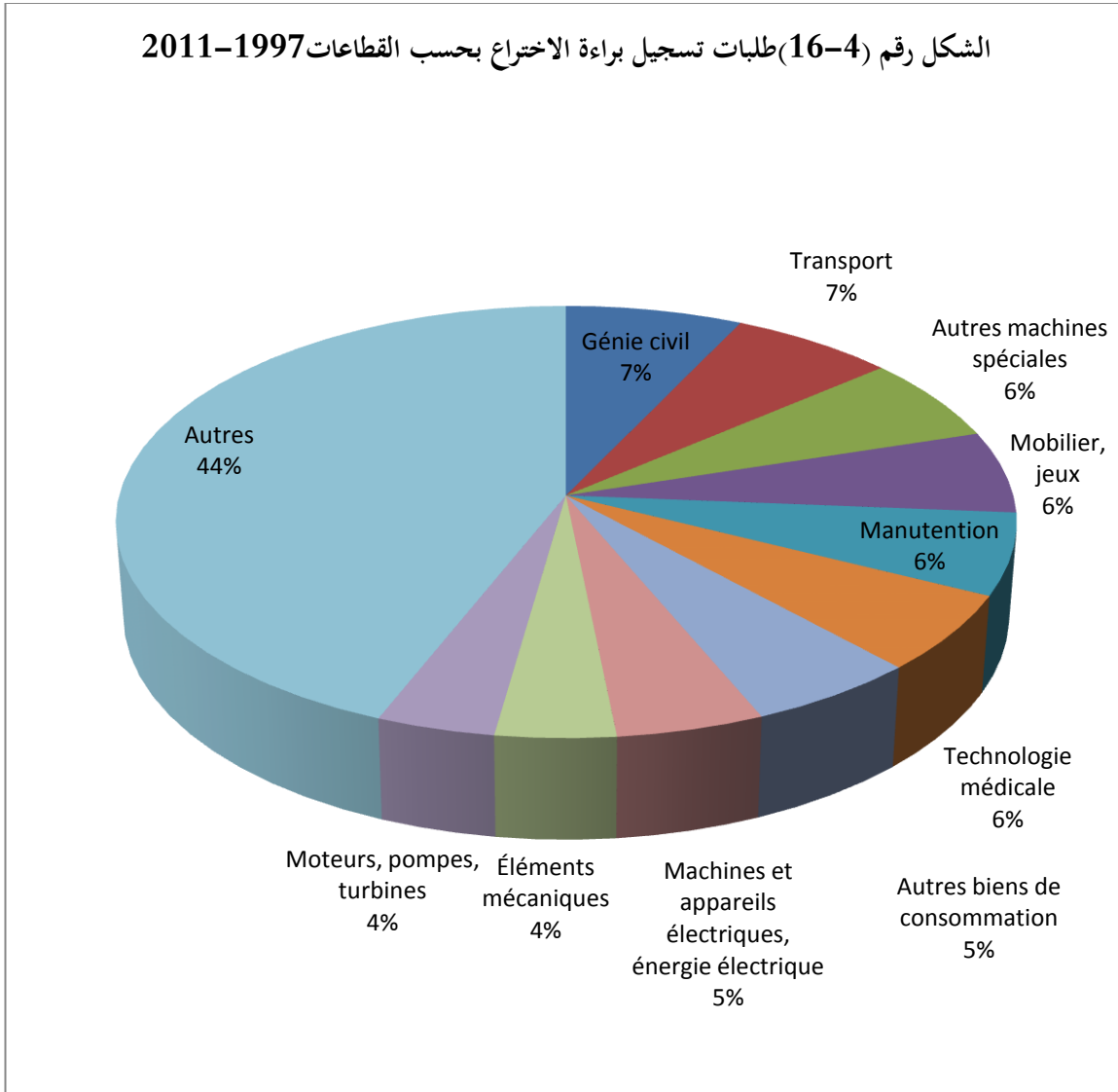


المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على إحصائيات البنك الدولي ¹.

تشير الإحصائيات إلى أن الطلبات التي تقدم بها الأجانب كانت تقارب 15 ألف طلب في السنوات التي بدأت فيها الإصلاحات و التحرير الاقتصادي لكن وبعد سنة 1996 اخذ نصيب هذه الطلبات في التنامي بشكل واضح و مطرد مشيرا إلى تحول الشريك الأجنبي إلى محاولة منح البرازيل صناعات تتصف بالتكنولوجيا المتقدمة وهذا يعود إلى جملة من الأسباب التي ذكرناها في السابق حيث و بحلول 2005 فاق مجموع الطلبات 20 ألف طلب سنويا ما يشير إلى أن الشريك الأجنبي أصبح يثق في الاقتصاد البرازيلي الذي أثبت مرونته ،وقدرته على امتصاص و تطويع التكنولوجيا المتطورة ،وهذا ما يعكسه الخط الأحمر الذي يشير إلى تنامي طلبات المقيمين ،الذين بحكم الاحتكاك بالأجانب و الاستغلال في مجالات البحث و التطوير أصبحوا من جملة المبتكرين و المنتجين للتكنولوجيا .

¹ <http://donnees.banquemondiale.org> (.01/03/2013 21:00)

أما فيما يخص القطاعات التي حضت بهذه الطلبات فيمكن تلخيصها في الشكل الموالي :



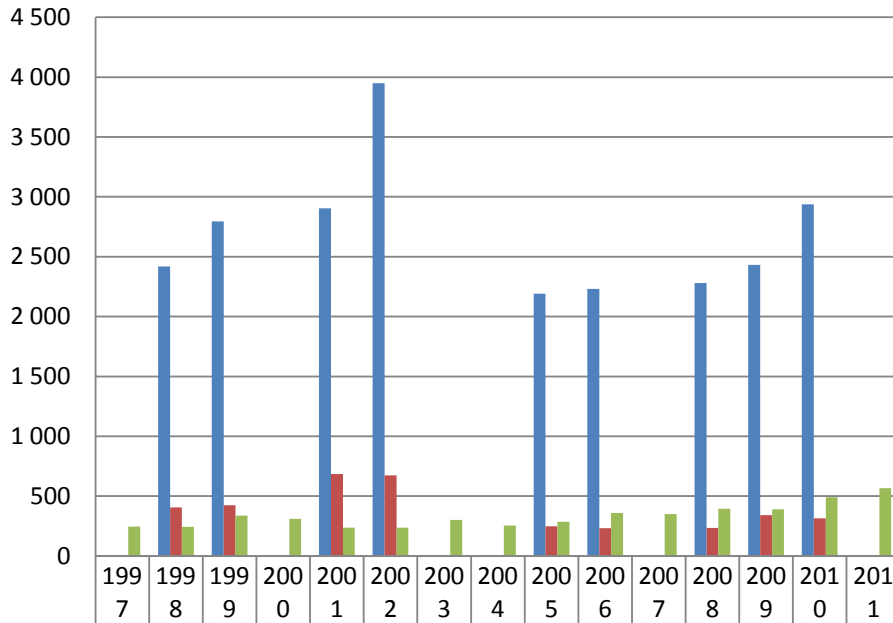
المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات wipo.¹

يشير الشكل إلى المجالات التي حضت بطلبات تسجيل براءة الاختراع، هي مجالات ذات تكنولوجيا متوسطة وعالية ومنه فيمكن القول أن نوع التدفقات التكنولوجية التي حضت بها البرازيل في الفترة الممتدة من 1997 إلى غاية 2011 و التي تشير إليها الإحصائيات المبينة في الشكل لم تكن تقتصر على التكنولوجيا البسيطة، بل تعدتها إلى القطاعات التي تتمتع بتكنولوجيا متطورة . أما إذا ما اعتمدنا على تقييم الطلبات التي صودق عليها وخاصة في حقبة الرئيس كروزو و لولا فسنجد أن البرازيل استطاعت أن تستقطب تكنولوجيات لا بأس بها وخاصة تلك التي تتصف بأنها ذات تكنولوجيا عالية و متقدمه، وحتى تحويلها و خلقها و هذا ما تشير إليه الطلبات التي قدمها البرازيليون وصودق عليها من الخارج .

¹ Statistiques de propriété intellectuelle

http://www.wipo.int/ipstats/fr/statistics/country_profile/countries/br.html.(03/03/2013. 22: 05)

الشكل رقم(4-17) طلبات تسجيل براءة الاختراع المصادق عليها 1997-2011



الطلبات المصادق عليها المقدمة من طرف غير المقيمين	2 419	2 795	2 904	3 949	2 190	2 232	2 279	2 431	2 937		
الطلبات المصادق عليها و المقدمة من طرف المقيمين	406	424	685	674	249	233	234	341	314		
الطلبات المصادق عليها من جهات خارجية و المقدمة من المقيمين	247	244	338	310	236	237	302	255	286	360	350

المصدر : إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات wipo.¹

تشير هذه الإحصائيات إلى أن الطلبات الخارجية المصادق عليها من طرف البرازيل في تنامي محسوس خصوصا بعد ما قام به الرئيس كوردوزو ، وهذا ما جعل منها تتنامى ولو بشكل ضئيل مع نسب تذبذب طفيفة و في الخصوص في حقبة الرئيس لولا دسيلفا أي 2005 إلى غاية 2010، هذا ما يدل على أن هناك كما معتبرا من التكنولوجيا التي نقلت إلى البرازيل إذا ما قورن بتسعينات و ثمانينيات القرن المنصرم، وبحسب منظمة الويبو التي تشير إلى أن البرازيل حققت مراكز جد متقدمة فيما يخص المصادقة على الطلبات إذا ما قورنت بالدول الأخرى و هذا ما سنشير إليه في الجدول الموالي .

أما فيما يخص تلك التي المصادق عليها و التي قام بتقديمها المقيمين فهي ورغم ضآلتها إلا أنها تشير إلى أن البرازيل تحاول امتلاك و خلق التكنولوجيا، ما جعل منها تتجه إلى الطلب من الجهات الخارجية أي أنها بالرغم من عدم وصولها إلى مصاف الدول الكبرى كألمانيا و اليابان و كوريا الجنوبية إلا أنها تتفوق على غالبية الدول الأخرى، وهذا ما يوضحه الجدول الموالي

¹ http://www.wipo.int/ipstats/fr/statistics/country_profile/countries/br.html.(04/03/2013. 23: 05)

الجدول (4-7) ترتيب البرازيل على المستوى الدولي فيما يخص براءة الاختراع المصادق عليها

السنة	الترتيب على المستوى العالمي للطلبات الممنوحة و المقدمة من طرف المقيمين	الترتيب على المستوى العالمي للطلبات الممنوحة من طرف جهات خارجية و المقدمة من طرف المقيمين
1997		28
1998	15	28
1999	14	25
2000		25
2001	12	30
2002	12	30
2003		33
2004		33
2005	18	33
2006	19	30
2007		33
2008	16	33
2009	17	34
2010	18	33
2011		31

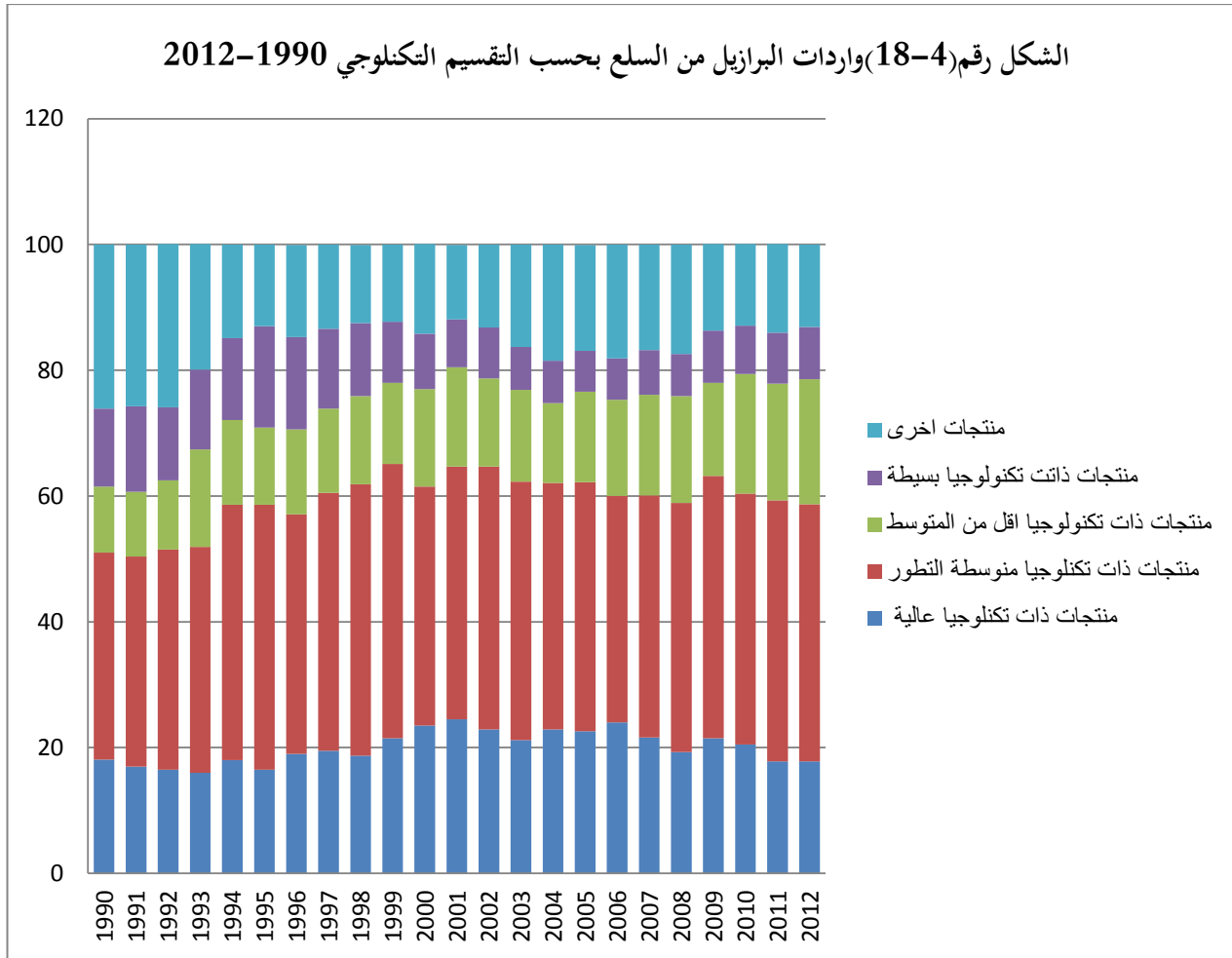
المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات wipo.¹

يشير هذا الجدول إلى أن المراكز التي تحتلها البرازيل جد متقدمة أي أن التكنولوجيا التي نفذت إليها جد معتبرة، كما أنها استطاعت جلب التكنولوجيا المتقدمة مقارنة بالدول الأخرى بل أضحى من المصدرين لها في مجالات معينة كالزراعة و الصناعات الدوائية، مما دفعها إلى امتلاك شركات متعددة الجنسيات هي الأخرى بدأت تحذو و تنتهج درب الشركات العملاقة الأجنبية التي كانت تحتك بها و تستسقي من خبراتها .

الفرع الرابع: النقل عن طريق الواردات

لقد اشرنا في الفصول النظرية إلى أن الاستيراد يعد دربا من دروب نقل التكنولوجيا لذا سنحاول قياس الكم الذي استفادت منه البرازيل عن طريق هذا النوع من أنواع النقل، بالاعتماد على معطيات الشكل الموالي:

¹ [\(05/03/2013.00: 05\)](http://www.wipo.int/ipstats/fr/statistics/country_profile/countries/br.html)



المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الملحق رقم (4) والتصنيف في الملحق رقم (5)

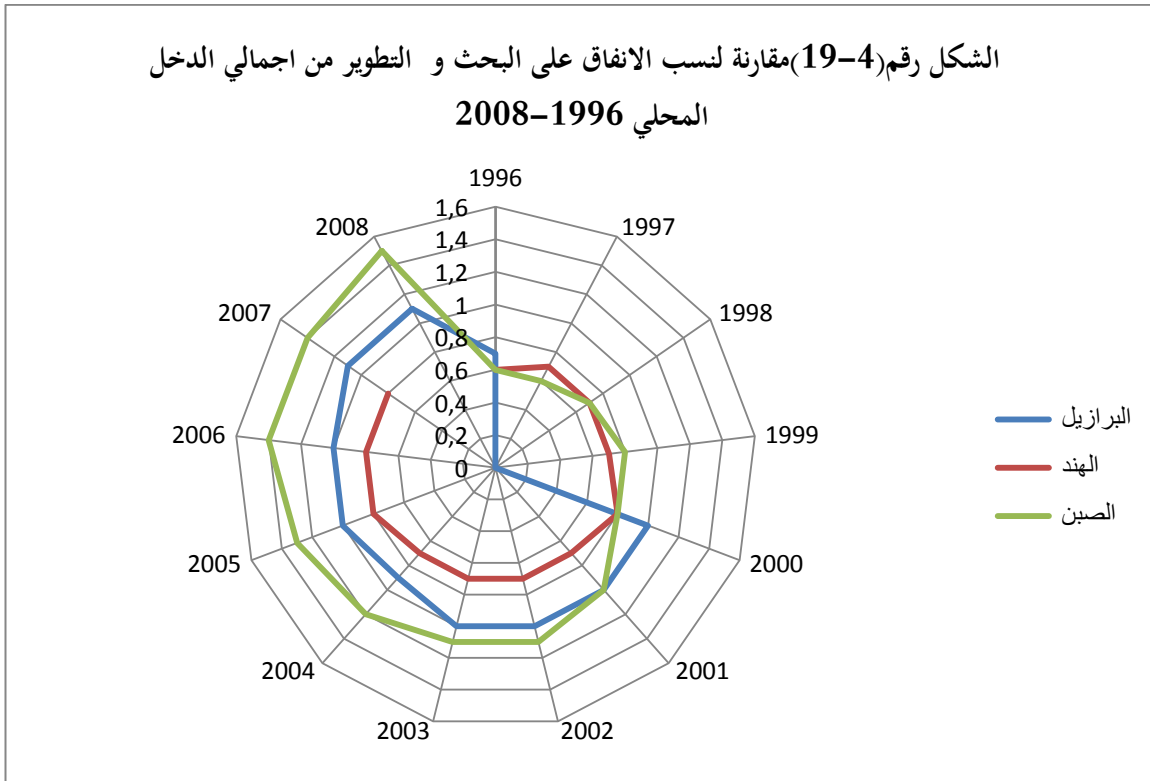
يشير الشكل البياني إلى نسب الواردات التي تدخل البرازيل بحسب التصنيف SITC Revision 3 . حيث يلاحظ أن تدفق السلع التي تعرف بالسلع العالية التكنولوجية في تزايد ملحوظ، باعتبار الاستيراد كمنفذ من منافذ نقل التكنولوجيا فإنه يمكن الجزم على أن البرازيل استفادة من فتح أبواب أسواقها و تطويع القوانين في سبيل جلب التكنولوجيا العالية، التي وصلت معدلات جد معتبرة 22% من إجمالي واردات السلع وخصوصا في فترة حكم كاردوزو الذي اعتمد برنامج الريال لمكافحة التضخم واعتمد على نظام السوق المفتوح مخفض الرسوم الجمركية بحكم أن البرازيل من أقدم الدول التي كانت منظمة إلى المنظمة العالمية للتجارة التي انبعثت في سنة 1993، وهذا ما انعكس على أنواع أخرى من المنتجات حيث تبقى المنتجات أو السلع و التي تتصف بأنها متوسطة التكنولوجيا تتلقى نصيب الأسد من إجمالي الواردات حيث وصلت في بعض السنوات ما يقارب 40% مما يدل على أن تدفق هذا النوع من التكنولوجيا يلقي رواجاً كبيراً في البرازيل، أما السلع التي تتصف بأنها سلع ذات تكنولوجيا أقل من المتوسط فيمكن وضعها في خانة أقل من المتوسط وهذا بحكم توفر البرازيل و امتلاكها لهذا النوع من التكنولوجيا و التي اكتسبتها من جراء التجربة الأولى و الإصلاحات التي شاهدها في بداية التسعينيات، أما فيما يخص السلع ذات التكنولوجيا البسيطة أو المنخفضة فهي تستوردها بنسب ضئيلة تتراوح بين (8,7%) من إجمالي الواردات كما أنها في تناقص وهذا ما يدل على أن البرازيل

استطاعت أن توطنها وتحكم قبضتها عليها، ما يجعلنا نقول أن البرازيل استطاعت أن تنقل التكنولوجيا وبشكل كبير عبر هذا المنفذ ألا وهو الاستيراد.

الفرع الخامس: الإنفاق على عمليات البحث و التطوير

يمكن القول إن البرازيل قد تمكنت من أن تستفيد من جل طرق نقل التكنولوجيا وهذا عن طريق توفير المناخ الملائم للشركات المتعددة الجنسية، عن طريق تعديلها لقوانين الاستثمار الأجنبي و اعتماد الخوصصة ،ونظام تجاري حر و توفرها على الشروط و القوانين الكافية لما يعرف بحقوق الملكية الفكرية تماشيا مع استراتيجيات تلك الشركات العملاقة و المنافسة الشرسة التي تتلقاها خصوصا على صعيد جلب الاستثمارات الأجنبية المباشرة و التي تعد من أهم سبل نقل التكنولوجيا ، إلا أنها لم تبق مكتوفة الأيدي بل هي تحاول توطين و خلق التكنولوجيا عن طريق تشجيع البحث العلمي و محاولتها إنتاج سلع ذات تكنولوجيا متقدمة وهذا ما تشير إليه إحصائيات البنك الدولي فيما يخص إجمالي النفقات الموجهة إلى البحث العلمي و كذا صادرات البرازيل من السلع ذات التكنولوجيا العالية .

إذا ما قورنت نسب الإنفاق التي توجهها البرازيل إلى عملية البحث العلمي و التطوير مع الدول المتطورة كألمانيا مثلا سنجد أن هناك فرق شاسع لكل إذا ما قورنت بالدول التي تعد اقتصادياتها ناشئة فسنجدها جد متقاربة و الشكل الموالي يوضح ذلك

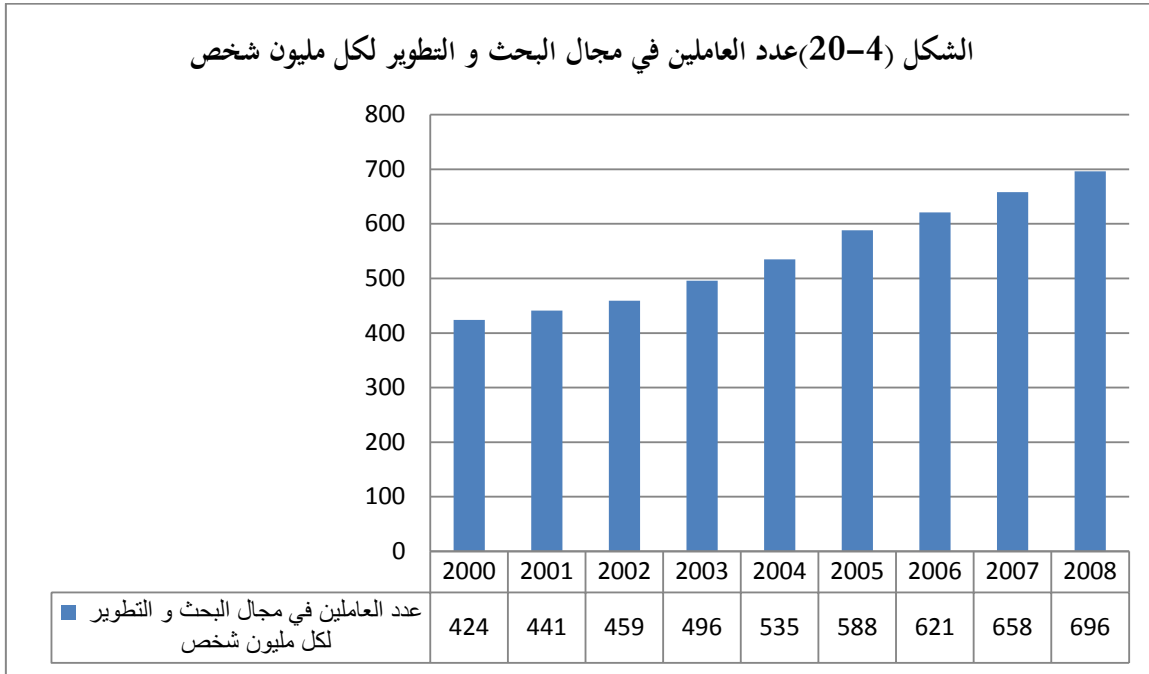


المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على إحصائيات البنك الدولي .¹

¹ <http://donnees.banquemondiale.org> (.01/04/2013 21:00)

يمثل الشكل نسب الإنفاق على البحث و التطوير العلمي لثلاث دول ناشئة، ألا وهي البرازيل الصين و الهند، حيث تشير هذه الإحصائيات إلى أن البرازيل توجهت إلى الاهتمام بالبحث العلمي و الإنفاق عليه خصوصا في بداية الألفية الأولى من هذا القرن، حيث أصبح نصيب نسب الإنفاق على البحث و التطوير من إجمالي الدخل المحلي يتزايد على مر السنوات مصاحبا لنسب النمو في الاقتصاد البرازيلي و الذي يحاول قدر المستطاع الاقتراب من مصاف الدول الخالقة لتكنولوجيا عن طريق تشجيع مجتمعات البحث و التطوير، سالكة طريق الصين و الهند .

وهذا ما يمكن توثيقه بعدد العاملين في مجالات البحث و التطوير لكل مليون شخص، و التي يظهرها الشكل الموالي

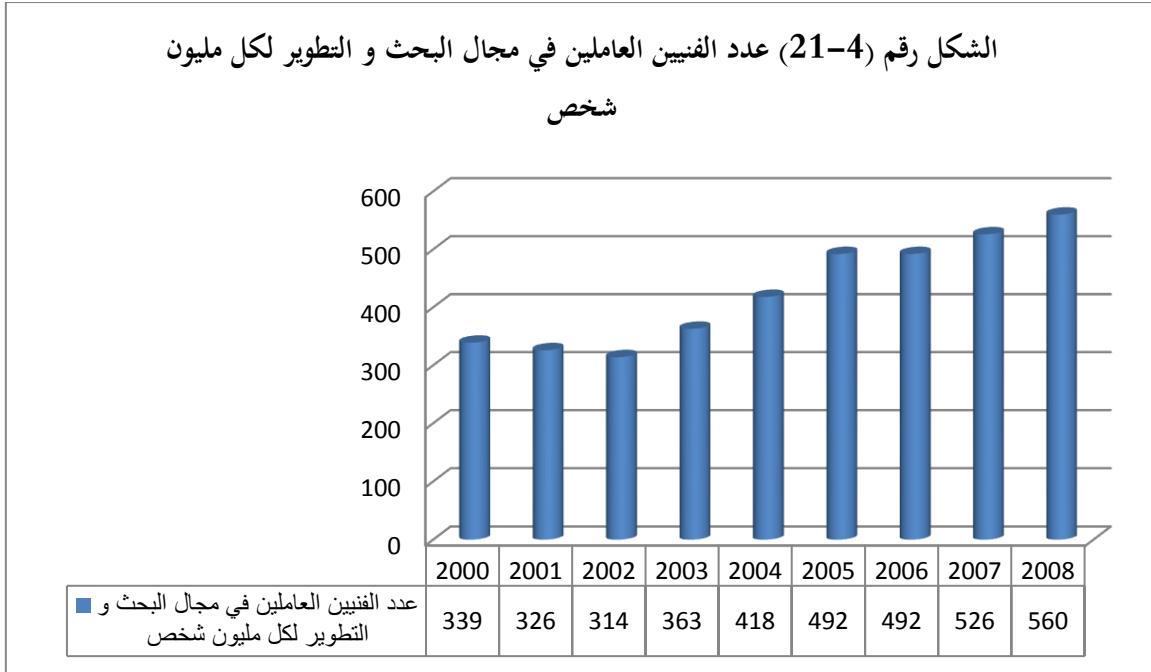


المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على إحصائيات البنك الدولي.¹

تشير هذه الإحصائيات إلى أن عدد العاملين في مجال البحث و التطوير في تزايد متواتر، حيث تشير الإحصائيات إلى وجود 696 عامل في مجال البحث و التطوير في سنة 2008 مقارنة ب 424 في سنة 2000 و هذا دليل على أن البرازيل تسير في الطريق الصحيح لمواكبة التكنولوجيا التي تدخل إليها، عن طريق المنافذ التي تكلمنا عليها، إذ انه كلما زاد الاهتمام بالبحث العلمي و التطوير، كلما زادت رغبة الدولة المتلقية للتكنولوجيا في توطئتها و لما لا خلقها أي تحقيق النقل الراسي، كما يمكن القول إن البرازيل استطاعت الاستفادة من الخبرات الأجنبية التي بفضلها اكتسب هؤلاء العمال التقنية و المعارف .

¹ <http://donnees.banquemondiale.org> (.04/04/2013 21:00)

بالإضافة إلى ما سبق يمكن الاستدلال كذلك بعدد الفنيين العاملين في مجال البحث و التطوير في هذه الدولة الطموحة حيث تشير الإحصائيات الموجودة في الشكل الموالي إلى ذلك



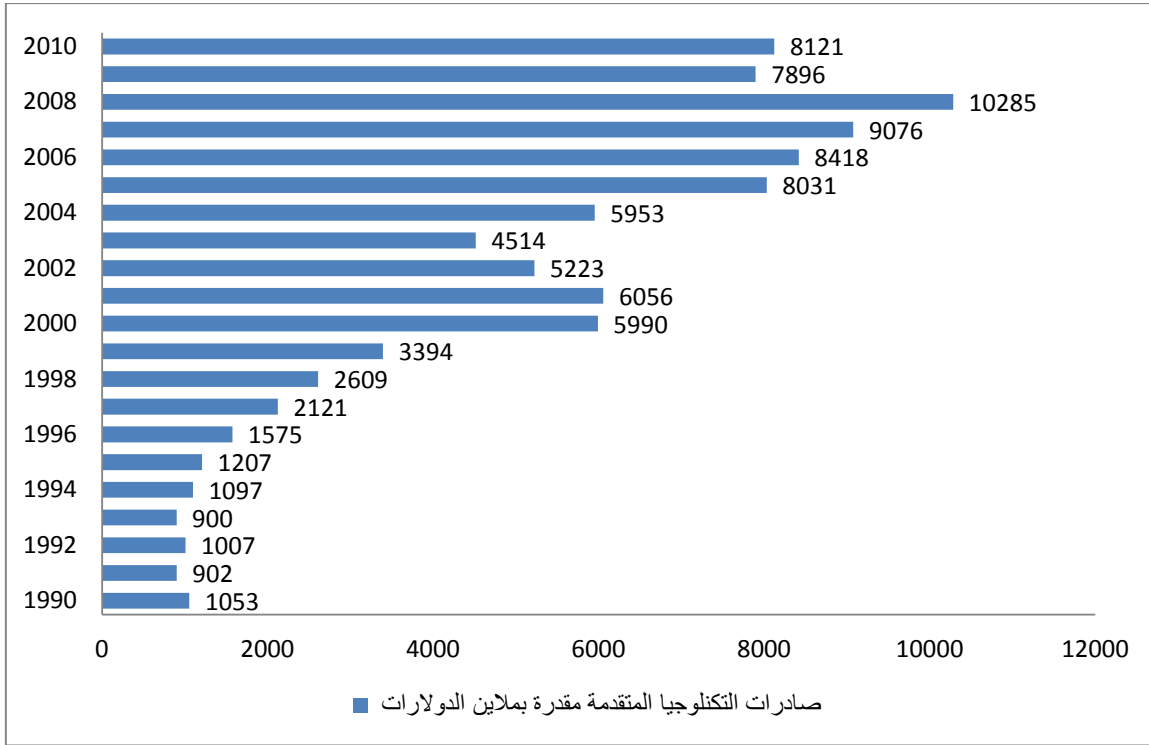
المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات البنك الدولي.¹

تعد هذه الزيادات في عدد الفنيين المختصين العاملين في مجال البحث و التطوير خصوصا في فترة حكم لولا حركة ايجابية للبرازيل التي تعرب عن نيتها في اكتساب التكنولوجيا و حتى تطويرها وهذا عن طريق الخبرات التي اكتسبتها جراء الاحتكاك بالأجانب و تطويع المعارف المنقولة منهم ، حيث تشير إلى الإحصائيات إلى تنامي الفنيين العاملين في مجال البحث و التطوير بشكل متواتر و مستمر من 339 سنة 2000 إلى ما يناهز 600 في 2008 و هذا أكبر دليل على أن هناك نقل ايجابي للمعارف و التقنيات و التكنولوجيا في هذا البلد الصاعد .

بالإضافة إلى ما سبق يمكن القول أن البرازيل في طريقها إلى اكتساب تكنولوجيا عالية الجودة و هذا إذا ما قمنا بتحليل صادراتها من السلع ذات التكنولوجيا المتطورة و التي سوف تمكننا من دراسة مدى امتلاكها للتكنولوجيا العالية و التي سوف ندرجها في الشكل الموالي .

¹ <http://donnees.banquemondiale.org> (.05/04/2013 21:00)

الشكل رقم (4-22) صادرات البرازيل من السلع ذات التكنولوجيا العالية 1990-2010

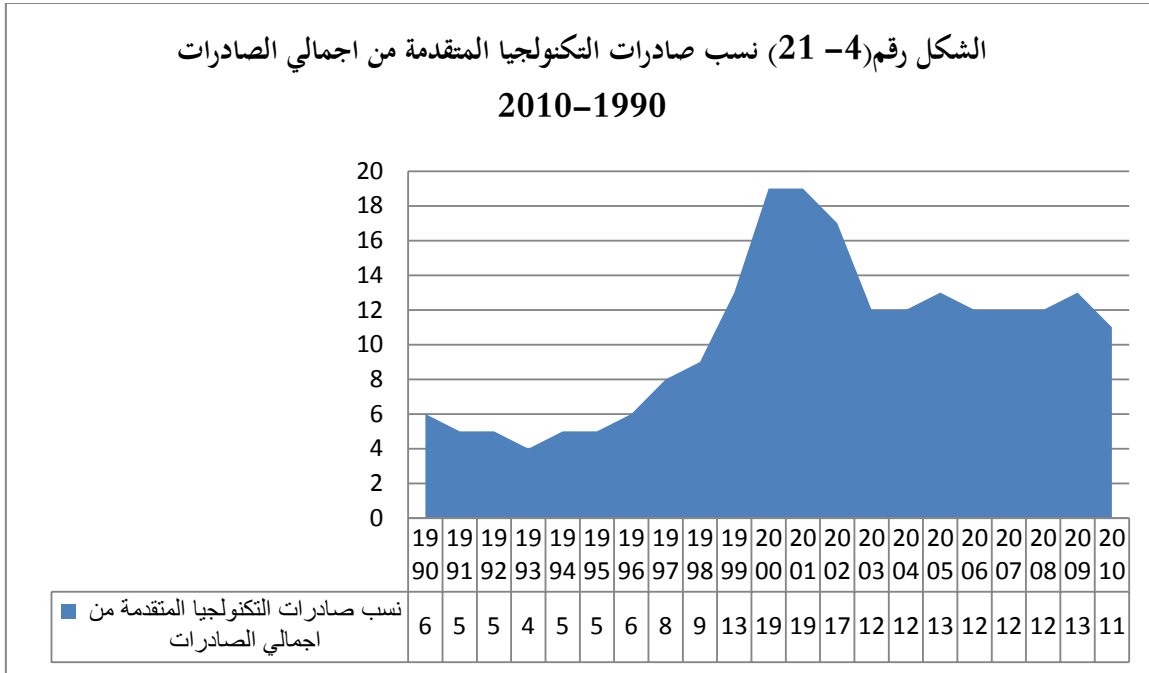


المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على إحصائيات البنك الدولي.¹

لقد استطاعت البرازيل الوصول إلى مبالغ جد معتبرة إذا ما تفحصنا الصادرات التي تتصف بالتكنولوجيا المتقدمة، و هذا ما تشير إليه الإحصائيات، حيث كانت مبيعاتها أو صادراتها في الفترة التي سبقت الإصلاحات لا تتجاوز 1000 مليون دولار لكن بعد دخول الشركات العملاقة و خصوصية بعض الشركات كشركة الطيران امبراير بدى ميزان الصادرات من التكنولوجيا المتقدمة يتنمى و يتسارع بشكل ثابت إلى غاية وصولها إلى معدلات عالية وهذا دليل على اكتساب البرازيل للتكنولوجيا المتقدمة.

هذا ما يمكن توثيقه بالإحصائيات التي تشير إلى نسب الصادرات من السلع التي تعد ذات تكنولوجيا متقدمة من إجمالي السلع المصنعة في البرازيل و التي يوضحها الشكل الموالي .

¹<http://donnees.banquemondiale.org> (.06/04/2013 21:00)



المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات البنك الدولي .¹

تشير هذه الإحصائيات إلى تزايد نسب السلع المصنعة في البرازيل و التي تعتمد على تكنولوجيا متقدمة من إجمالي السلع المصدرة وهذا دليل قاطع على أن البرازيل اكتسبت تكنولوجيا متقدمة بعد أن كانت المعدلات تتراوح بين 5 و 6% في بداية التسعينيات أضحت الآن تتجاوز 12 % بل و صلت إلى غاية 19% في بداية الألفية الجديدة ، كل هذا يعود إلى الإرادة التي تمتع بها حكام هذه البلاد الذين حاولوا إخراجها إلى دائرة الضوء عن طريق التعديلات و الإصلاحات التي قاموا بها و التي مكنتهم من جلب التكنولوجيا و توطئتها و المضي بها في سبيل تحقيق النمو الاقتصادي الذي كانوا ينشدونه حيث استطاعوا تحقيق أمانهم بتضافر الجهود و جعل الاقتصاد البرازيلي يصل إلى مصاف أكبر عشر اقتصاديات في العالم .

¹ <http://donnees.banquemondiale.org> (.07/04/2013 21:00)

خلاصة الفصل الرابع:

لقد حاولت البرازيل كحل الدول التي كانت تحت رحمة المستعمر تحقيق الإستقلال السياسي و الإقتصادي و المضي في طريق النمو و التنمية الاقتصادية وهذا ما أشرنا إليه في هذا الفصل عن طريق التعريف بالبلد وإبراز مكانه قوتها الإقتصادية كما أننا حاولنا جاهدين التطرق إلى المراحل الاقتصادية التي مر بها إقتصاد هذه الدولة التي كافحت من أجل الوصول إلى الرقي و التمدن ، و التي أظهرت لنا تجاربها في تحقيق النمو الاقتصادي وكذا أبرزت الأخطاء التي وقع فيها حكامها على مدار عشرين سنة، إلى غاية بداية التسعينيات من القرن المنصرم أين بدأت جملة من الإصلاحات سرعان ما أخرجتها من ويلات الفقر و الدين إلى جناة التقدم و النمو وهذا بقضائها على الفقر الذي كان ملازما لها و تسديد ديونها التي كانت تنهك عاتقها، لكي تبدأ مرحلة جديدة سوف تجعل منها عملاق يقارع كبار القوم على الساحة الإقتصادية و الدولية وأحسن دليل على ذلك تفوقها على الإقتصاد البريطاني في سنة 2011 .

لكن هذه التجربة المفيدة لم تكن وليدة الأمس بل تعود جذورها إلى خمسينيات القرن المنقضي و خاصة في مجال تكوين قاعدة صناعية إنتاجية عن طريق نقل و تطويع المعارف و التكنولوجيا وهذا ما حاولنا التركيز عليه لأنه موضوع الدراسة التي نحن بصدد إجرائها لذا فقد حاولنا إبراز دور الشركات المتعددة الجنسيات في عملية نقل التكنولوجيا إلى هذا البلد و الذي كثيرا ما إرتبط بإسمه بما فبعد عدة محاولات بدأت في العشرينيات وهي تمتد إلى غاية كتابة هذه السطور، إستطاعت البرازيل أن تمتلك قاعدة صناعية تعتمد على تكنولوجيا متوسطة و متقدمة، ما جعل منها تمتلك شركات متعددة جنسيات تنتمي إليها وهذا عن طريق نقل المعارف و التكنولوجيا وتعديل قوانين الاستثمار و التحول إلى الإقتصاد المفتوح في سبيل توفير المناخ الأنسب لجذب الشركات المتعددة الجنسيات التي أضحت المسيطر الأكبر على مصادر العلم و التكنولوجيا خصوصا في الآونة الأخيرة.

وباستقراء البيانات والتحليلات التي وردت في هذا الفصل يظهر لنا أن البرازيل إستطاعت أن تستغل حل المنافذ المتاحة لنقل التكنولوجيا التي أصبحت من ضروريات التنمية الاقتصادية ، عبر الاستثمار الأجنبي المباشر والتراخيص والواردات ونشاط البحث والتطوير وبراءات الاختراع، مع إحتلاف التكنولوجيا التي نقلت عبر هذه المنافذ من حيث الحجم والمستوى، فبعد أن استطاع الإقتصاد البرازيلي التعافي من الإعاقات التي كانت تكبله و إستقطاب كم هائل من الشركات الأجنبية ، لم تبقى حكومته مكتوفة الأيدي بل قامت بإستغلال مكانه القوة و التميز في الشركات المتعددة الجنسيات التي أصبحت تتنافس من أجل ولوج هذا البلد الذي يعد من أكبر أسواق العالم ومفتاح بوابة أمريكا الجنوبية ، و بإستغلال الحكومة البرازيلية لهذه المزايا إستطاعت إستقطاب هذه الشركات العملاقة، وهذا مما مكنها من الإحتكاك بها و نقل المعارف و التكنولوجيا التي تمتلكها و كذا إكتساب الخبرات التي تتمتع بها و القيام بتشجيع البحث و التطوير لمواكبة التكنولوجيا التي تتدفق من الخارج و هذا لا لشيء إلا للتحول من طالب ومتلقي إلى مانح و مصدر ، بعد أن قامت بتصحيح أخطائها الماضية ، ووعي حكومتها و شعبها و أحسن ما يمكن الختم به هو ما قاله لولا في كلمة مؤثرة تعليقا على فوز بلاده بتنظيم الأولمبياد وهو يبكي "لقد ساعدت روح البرازيل مدينة ريو على الفوز

بالأولمبياد في مواجهة مدريد وشيكاغو وطوكيو، لقد قدمت المدن الأخرى عروضاً بينما قدمنا قلباً وروحاً، وأضاف "أعترف لكم بأنني لو مت الآن فإن حياتي ستكون ذات معنى وقيمة، لا يمكن لأحد الآن أن يشكك في قوة الإقتصاد البرازيلي وعظمتنا الإجتماعية وقدرتنا على تقديم خطة ناجحة".¹

¹أمل مختار، تجربة النمو الاقتصادي في البرازيل: نموذج استرشادي لمصر، مرجع سابق

الخاتمة العامة

تعالج هذه الدراسة تأثير الشركات المتعددة الجنسيات عن طريق إستراتيجيتها على عملية نقل التكنولوجيا إلى الدول النامية، حيث تم إسقاط هذه العلاقة السببية التي تربط بين هذين المتغيرين على دولة البرازيل التي تعد تجربتها في نقل المعارف و التكنولوجيا من أقدم و ابرز التجارب كما أن التحول الكبير الذي شهدته اقتصادها في الآونة الأخيرة جعل منها موضعا خصبا لدارسي الاقتصاد بغية الاستفادة من تجربتها التي أصبحت رائدة و خصوصا في القضاء على المديونية و التحول من اقتصاد منهك إلى اقتصاد ناشئ.

بعد أن خصصنا في الفصل الأول عرضا تحليليا ماهية الشركات المتعددة الجنسيات وتطورها ، لاحظنا أن هناك اختلافا في تسمية هذه الشركات وكذا تنوعا و تعددا في التعاريف التي عنت بإظهار كنهها للعيان ، لكن كل هذا لم يؤدي إلى الجدل الذي يشكل عائقا في سبيل تحديد المفهوم الشامل للشركات وإظهار المؤشرات التي تستخدم من أجل التمييز بينها من حيث نموها ونجاحها، عن طريق أهم ما يميزها عن نظيراتها الوطنية ، فالميزة الأساسية لهذه الشركات هي مزاوله نشاطاتها و عملياتها في عدة دول متخطية الحواجز والحدود القومية . كما أنها تمتلك استراتيجيات عالمية جد فعالة في إدارة مختلف أنشطتها وإيراداتها الاقتصادية والفنية جعلت منها تبسط سيطرتها على الاقتصاد العالمي ، وفي نفس الوقت تمتلك فروعاً إنتاجية بالخارج إضافة إلى تعدد ت أصناف وأتمات تسييرها كالنمط المركزي واللامركزي والنمط الشبكي. وعملها ضمن هياكل تنظيمية محكمة ومدروسة، جعلت منها القوة المحركة للاقتصاد العالمي الذي أضحى مبنيا على موجة تدفقات رؤوس الأموال الهائلة وانسياب التكنولوجيا والمهارات والثقافات، غير أن هذه الكيانات العملاقة لم تصل إلى هذا الشكل المتطور إلا بعد تدرجها عبر مراحل فمن شركات تخدم المصالح الاستعمارية في القرن السادس عشر عن طريق التجارة إلى شركات تنشط في قطاعات اقتصادية ثانوية وتنتج خارج حدودها في بدايات الثورة الصناعية هروبا من المضايقة في أوطانها أو تجاوزا للقوانين الحمائية و الردعية لمنتجاتها ، مروراً بمرحلة عمها السبات و التقهقر و التي كانت شبهه رحم حوى جنينا سرعان ما سيبصر النور بعيد نهاية الحرب العالمية الثانية مؤذناً بقدوم ماردر سوف يهيمن على الاقتصاد العالمي.

فبعد انقشاع ضباب الحرب العالمية الثانية وبظهور بوادر نهج اقتصادي جديد في الخمسينيات والستينيات يتوجه نحو تحرير التجارة الخارجية بين الدول وظهور فكرة دورة حياة المنتج في تطوير و إدخال العامل التكنولوجي على المنتجات ومحاوله التوسع وإيجاد أسواق جديدة بفعل تقلص القديمة عن طريق تحرر البلدان و تقهقر المد الاستعماري ، بالاضافة إلى سياسة إعادة تعمير أوروبا من طرف الشركات الأمريكية بفضل ما تمتلكه من التكنولوجيا العالية وسعيها منها في تدويل أنشطتها وتراجع الشركات الأوروبية عن دورها كشركات عالمية كانت تسيطر على الاقتصاد العالمي بسبب الحرب العالمية الأولى والثانية التي دمرت اقتصاديات القارة العجوز، التي سرعان ما ستعاود النهوض من كبوتها هي و إمبراطورية الميكا اليابان لتزاحم العملاق الأمريكي عن طريق شركاتها العملاقة التي سوف تصول و تجول في أنحاء العالم الاقتصادي جاعلة منه قرية صغيرة بتنامي امتلاكها للتكنولوجيا و العلم الذي سرعان ما سيتطور و يصبح المحرك الأساسي للاقتصاد الذي يعرف بإقتصاد العولمة و ثورة المعلومات .

هذا ما جعل أصحاب الدراسات الاقتصادية لا يحاولون فك طلاسم هذه الشركات، عن طريق تبني جملة من النظريات التي حاولت فهم سلوك هذه الظاهرة و إبراز أهم دوافعها إلى الانطلاق خارج أوطانها و تبنيتها ظاهرة تدويل الإنتاج التي عرجنا على أهمها في الفصل التمهيدي بغية إلقاء الضوء على نواياها و إظهار جانب من استراتيجياتها التي حاولنا الوقوف على أهمها في الفصل الثاني مبرزين كيف استطاعت هذه الشركات عن طريقها الهيمنة على اقتصاد عالمي متغير و متقلب، و التي شجعت هذه الشركات على إقامة مرافقها الإنتاجية في أكثر المواقع فائدة في الكرة الأرضية، كما أن اعتمادها على تلك الاستراتيجيات المدروسة و المحكمة جعلتها تظفر ببعض المزايا التي تتضمن بعض الفوائد كوجود أعداد غفيرة من قوة العمل الماهرة ذات الأجر المنخفضة، و القرب من منافذ التسويق، و المزايا الضريبية و السيطرة على منافذ التكنولوجيا عن طريق تبنيتها لإستراتيجية البحث والتجديد التكنولوجي التي تبين أن الشركات المتعددة الجنسيات تخصص جزءا كبيرا من المبيعات في الإنفاق في مجال البحث والتطوير R&D واستغلال تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي مكنتها من تحقيق قدر كبير من المرونة الإنتاجية وتخفيض نفقات الخدمات المتعلقة بالإنتاج والمعلومات عبر شبكات الانترنت.

و بامتلاكها للتكنولوجيا استطاعت الشركات أن تحكم قبضتها على أهم عامل من عوامل النمو الاقتصادي إذا لم نقل أبرزها وهذا ما تم إظهاره في الفصل الثالث عن طريق تعريف التكنولوجيا و تبين أهميتها في المعادلة الاقتصادية خصوصا في الآونة الأخيرة، ما جعل من الدول النامية تسعى بجهد إلى اكتساب هذه التكنولوجيا بغية تحقيق النمو و التنمية الاقتصادية، عن طرق نقلها و استقطابها من الدول المتقدمة التي تنوب عنها شركاتها العملاقة، لذا بينا في نفس الفصل أبرز و أهم السبل و الطرق التي تنقل بها التكنولوجيا و التي تتطابق مع استراتيجيات الشركات المتعددة الجنسيات و بالأخص تلك الاستراتيجيات التي تنتهجها بغية الدخول و غزو الأسواق، ما يجعلنا نقول أن عملية نقل التكنولوجيا منوطة بالإستراتيجية التي تعتمدها الشركة المتعددة الجنسية، فان اختارت إستراتيجية النمو و التوجه نحو الأسواق العالمية عن طريق الاستثمار الأجنبي فهي تختار الإستراتيجية و نمط النقل عينه و المتمثل في طريق الاستثمارات الأجنبية المباشرة، كما أن الدراسة ظهرت أن نقل التكنولوجيا أصبح مدخلا إستراتيجيا هو الآخر .

كما أظهرنا الطرق المنهجية الصحيحة التي يتوجب على المتلقي اعتمادها بغية جعل عملية النقل التكنولوجي نقلا فعلا و مضمنا و هذا عن طريق تتبع الخطوات التالية قصد تحقيق ما يعرف بالاكتساب الذي يعد ثمرة سلسلة متناسقة تبدأ بالنقل ثم التوطين و الاستيعاب ثم التوليد.

هذا ما جعلنا نطبقه على البرازيل التي حاولت ومنذ منتصف القرن المنصرم نقل التكنولوجيا عن طريق هذه الشركات العملاقة عن طريق الترحيب بها و فتح أبواب اقتصادها لكنها فشلت في محاولتها الأولى وهذا لجملة من الأخطاء التي وقعت فيها، كعدم اختيار التكنولوجيا و طرق النقل المناسبة، و عدم محاولة مجارات التطورات التكنولوجية لتلك التي استطاعت توطينها .

لكن و بعد جملة من الإصلاحات و التعديلات سرعان ما تداركت الأخطاء و الزلات التي وقعت فيها سابقا عن طريق منح بعض التنازلات التي مكنتها من جلب كم هائل من التكنولوجيا عن طريق جل المنافذ المتاحة والمتمثلة في الاستثمار الأجنبي المباشر

والواردات وعقود التراخيص ومراكز البحث والتطوير بالإضافة إلى طلبات البراءات، هذا ما دلت عليه الإحصائيات المعروضة في الفصل الرابع، لكنها لم تكنف بالنقل فقط بل حاولت هذه الدولة اكتساب و توطين و حتى خلق التكنولوجيا عن طريق جعل النقل أولى المراحل من ثم ربطها بمراكز البحث و التطوير و تشجيعها وخلق همزة وصل بينها و بين القطاعات الاقتصادية ، كما قامت بالاستثمار في الثروة التي لا تنضب أبداً ألا وهي الثروة البشرية، هذا ما جعل منها ترتقي إلى اكتساب قاعدة اقتصادية تعتمد على التكنولوجيا المتوسطة، فهي من أكبر مصنعي السيارات و الأسلحة في العالم، بل تعدت ذلك إلى اكتساب التكنولوجيا المتقدمة وأحسن دليل على ذلك امتلاكها لأكبر ثالث شركة مصنعة للطائرات على المستوى العالمي، ما يجعلنا نقول أن البرازيل تسير على خطى ثابتة على الدرب المؤدي إلى اكتساب تكنولوجيا سوف تجعل منها نزاحم عمالقة المجال في وقت قريب .

نتائج اختبار الفرضيات

فيما يخص الفرضية الأولى القائلة بان نوع الإستراتيجية المتبعة من طرف الشركة المتعددة الجنسية في الدخول إلي الأسواق هي التي تؤثر علي تحديد نمط نقل التكنولوجيا إلى الدولة النامية فقد أثبتت صحتها وهذا لان الإستراتيجية هي التي تملّي على الشركات المتعددة الجنسيات الطريقة المثلى من اجل فتح وغزو واختراق الأسواق المغلقة أمام منتجاتها عن طريق الصور المختلفة للدخول و التي تعد طرق نقل التكنولوجيا في نفس الوقت كالاستثمار الأجنبي المباشر وغير المباشر وعقود التصدير..أخ.

أما فيما يخص الفرضية الثانية التي تقول أن اعتماد الشركة المتعددة الجنسية على إستراتيجية دون أخرى يؤدي إلى تحديد نوع ومستوى التكنولوجيا المنقولة إلى الدولة النامية، فهي صحيحة لان نوع التكنولوجيا و مستواها يتحددان بقناة النقل فعلى سبيل المثال: تقوم الشركات بشكل عام بنقل تكنولوجيات أحدث وأكثر إنتاجية إلى فروعها ، مما توفره لجهات أخرى ، عند اعتمادها على نمط الاستثمار الأجنبي المباشر ، حيث أن هذا الأخير يؤدي إلى نقل تكنولوجيات أكثر حداثة وإنتاجية بصورة عامة ، بعكس ما يحدث في حالة نقل التكنولوجيا بواسطة الترخيص و التي غالبا ما تكون أقل حداثة من تلك المنقولة بالنمط السابق.

فيما يخص الفرضية الثالثة و التي تشير إلى أن اعتماد البرازيل على اقتصاد السوق و فتح مجال التجارة الدولية وكذا الاستثمار الأجنبي يؤدي إلى عملية توطين التكنولوجيا المكتسبة من طرف الشركات متعددة الجنسيات فهي اثبت أن هذه المناهج غير كفيلة لوحدها بتوطين و خلق التكنولوجيا بل هي الخطوة الأولى التي يجب أن تتبعها خطوات أخرى كتشجيع البحث العلمي و محاولة خلق الكفاءات أي الربط بين النقل الأفقي و النقل العمودي .

النتائج العامة :

- تستخدم الشركات المتعددة الجنسيات نقل التكنولوجيا كوسيلة لإطالة منتجاتها وحتى طرق إنتاجها وهذا ما أثبتته نظرية دورة حياة المنتج بالتفصيل.

- تعد تجارة التكنولوجيا وعملية نقلها من ابرز الوسائل المعتمدة لفتح وغزو واختراق الأسواق المغلقة أمام منتجات الشركات المتعددة الجنسيات عن طريق الصور المختلفة لنقلها كالأستثمار الأجنبي المباشر وغير المباشر وعقود التصدير و التي تعد في الواقع طرقا مختلفة لدخول سوق دولة أجنبية وممارسة النشاط خارج المواطن الأصلية .

- أن الشركات المتعددة الجنسيات تعتمد إلى نقل التكنولوجيا وكذا تختار الوسيلة الأنسب التي تتماشى مع استراتيجياتها الرامية إلى الحفاظ على ميزتها التنافسية .

- لا تعد التكنولوجيا مجرد سلعة تباع وتشترى بل هي ثمرة تطور حضاري للمجتمع عن طريق امتلاك جملة من المعارف والخبرات والمهارات.

-إن عملية نقل التكنولوجيا لا تعد هدفا مرحليا ينتهي بمجرد استيراد الآلات و الأساليب الحديثة بل هي عملية تتسم بالاستمرارية بغيت تطوير الإبداع الوطني و تحقيق التناغم بين متطلبات الاقتصاد المحلي و بين التطور العلمي في باقي أقطار العالم .

-إن اعتماد نمط خاطئ في عملية النقل يؤدي إلى فشل العملية و هذا ما أثبتته تجارب النقل التي كانت تتبعها الدول النامية في سبعينيات القرن المنصرم كالنقل عن طريق المفتاح في اليد

-تنقل التكنولوجيا عن طريق إتباع خطوات مدروسة و منهجية بدا باختيار نوع التكنولوجيا و وصولا إلى كيفية تطويعها و مجاراتها عن طريق تشجيع مجال البحث و التطوير في سبيل الانتقال من مرحلة النقل الأفقي للتكنولوجيا إلى نقلها رأسيا.

التوصيات و المقترحات :

-لا يجب الاعتماد على نقل التكنولوجيا عن طريق اقتناء الآلات و المعدات وحتى طرق الإنتاج بل يجب خلق خط موازي يهتم بربط مراكز البحث و التطوير بالقطاعات الاقتصادية بغيت خلق التوازن بين النقل الأفقي و العمودي .

- يجب على الدول المتلقية للاستثمارات الأجنبية و خصوصا المباشرة التسلح بالمعلومات الفنية والاقتصادية والمالية عند التعاقد مع هذه الشركات.

-يجب على الدول التي تسعى إلى نقل التكنولوجيا اختيار التكنولوجيا التي تلائم ظروفها و إمكانيتها المحلية

- تشجيع مراكز البحث و التطوير و زيادة الإنفاق علي نسبته من إجمالي الناتج المحلي لمحاولة الوصول إلى مستوى نظيراتها المتقدمة
- ربط مراكز البحث و التطوير و الجامعات مباشرة بالمؤسسات الصناعية و القطاعات الاقتصادية لتفعيل دور العلم و البحث وجعله يتماشى مع متطلبات الواقع.
- محاولة التوجه نحو نقل التكنولوجيا من الدول الناشئة أي ما يعرف بتعاون جنوب .،جنوب.
- ضرورة مشاركة البلدان النامية في الجهود المبذولة على المستوى العالمي من أجل تصحيح وتقويم تصرفات الشركات متعددة الجنسيات في تعاملها مع بلدان الأقل تقدما.
- رفض التعامل مع الشركات متعددة الجنسيات التي تفرض شروطاً تعسفية و تقييده فيما يتعلق بنقل التكنولوجيا و التقانه أو التصدير أو أنها تقدم منتجات غير ملائمة.
- مطالبة الشركات متعددة الجنسيات بتدويل الأبحاث والتطوير و نقلها إلى المناطق التي تعمل فيها وتوفير التدريب والتعلم الكافيين للقوى العاملة وذلك في مجالات الإدارة والتشغيل في نطاق المشروعات التي تنفذها هذه الشركات.
- الحرص على اكتساب التكنولوجيا والمعرفة من خلال الاستثمار وعقود نقل التكنولوجيا، عن طريق فرص بدأ التدريب منذ الاتفاق مع الشركة الأجنبية، وهذا بإرسال العدد اللازم من المختصين ليعملوا يدا بيد ومنذ بداية المشروع .
- الاستفادة من الخبرات الوطنية الموجودة في الخارج عن طريق استعادة ما يعرف بالعقول المهاجرة، أي توفير المناخ المناسب لهذه الطبقة من الناس قصد الاستفادة من معارفهم و خبراتهم

أفاق الموضوع

لقد تناولت هذه الدراسة تأثير الاستراتيجيات التي تتبعها الشركات المتعدد الجنسيات في نقل التكنولوجيا في الدول النامية مع الاعتماد على دراسة حالة البرازيل، لكنها لم تخلو من النقائص نظرا لاتساع الموضوع وعدم إمكانية معالجته من جهة أخرى، فيمكن التوسع في دراسة بعض جزئياته فمثلا يمكن اعتماد المواضيع التالية:

الشركات متعددة الجنسيات وعملية نقل التكنولوجيا في الوطن العربي .

الاستثمار الأجنبي المباشر و دوره في نقل التكنولوجيا إلى الجزائر.

دور التحالفات الإستراتيجية في نقل التكنولوجيا في مجال الصناعات المتطورة في الجزائر.

تأثير ثورة المعلومات (الموجة الثالثة) في عملية نقل التكنولوجيا إلى الدول النامية.

تطبيق نظرية الألعاب على طرق نقل التكنولوجيا إلى الدول النامية.

نقل التكنولوجيا في مجال الطاقات النظيفة و المتجددة.

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
9	المبيعات السنوية و الأرباح لبعض الشركات المتعددة الجنسية (ببلايين الدولارات) إضافة إلى عدد العاملين 2012	1
11	عملية الانتشار الجغرافي لأكثر مائة شركة متعددة الجنسيات في العالم خلال السنوات الممتدة من (1990 الى 2000).	2
30	انبعاث قوى جديدة و تراجع محدود للولايات المتحدة	3
33	عدد الشركات المتعددة الجنسيات و الشركات المنتسبة العاملة في الاقتصاد العالمي	4
46	العوامل الشرطية والدافعة و الحاكمة للاستثمارات الأجنبية	5
82	البدائل الإستراتيجية للترويج المنتج Product	6
83	التأثير المباشر و غير المباشر للتوظيف	7
137	تفاعل الاستراتيجيات مع طرق نقل التكنولوجيا	8
138	الإستراتيجية ونوع السوق الموجهة له.	9
154	المحاصيل الزراعية في البرازيل لسنة 2009.	10
157	مصادر الطاقة في البرازيل 2010	11
162	معدلات النمو الاقتصادي في الفترة الممتدة بين 1980-1920	12
166	معدلات النمو في الاقتصاد البرازيلي 2011-2004	13
170	توزيع أصول الشركات الأجنبية في الاقتصاد البرازيلي في الفترة الممتدة من 1974-1968	14
172	الأصول الأجنبية في بعض القطاعات	15
184	بعض الشركات المتعددة الجنسيات العاملة في الاقتصاد البرازيلي	16
191	ترتيب البرازيل على المستوى الدولي فيما يخص براءة الاختراع المصادق عليها	17

فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
13	توزيع استثمارات الشركات المتعددة الجنسية المختلفة بحسب بلدها الأم، على القطاعات الاقتصادية المختلفة	1
18	نموذج وحدة الأعمال الدولية.	2
19	نموذج قسم الأعمال الدولية	3
20	نموذج التنظيم بحسب المنتج	4
21	نموذج التنظيم الوظيفي	5
22	التقسيم على الأساس الجغرافي	6
23	المصفوفة التنظيمية	7
25	النمط الشبكي (لشركة فيليبس)	8
34	كبريات الشركات بحسب الدول المنتمة إليها	9
42	دورة حياة المنتج	10
71	الاستراتيجيات الخمسة للمنتج و الترويج الدولي	11
75	محددات إستراتيجية التسعير في الأسواق الدولية الإطار العام	12
80	بعض بدائل قنوات التوزيع الدولي	13
92	الأهداف الإستراتيجية التي تحققها المشروعات المشتركة.	14
158	مقدار استهلاك الطاقة بحسب الأنواع لسنة 2010	15
164	تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر في الفترة الممتدة من 1970-2012	16
165	معدلات النمو في إجمالي الناتج المحلي (1960-2012)	17
168	مؤشر جني ومعدلات الفقر في البرازيل (1992-2008)	18
171	نسب الأرباح المحققة من طرف الشركات الناشطة في الاقتصاد البرازيلي 1968-1974	19
174	مقارنة تدفق الاستثمارات الأجنبية في البرازيل و الصين، المكسيك، سنغفورة 1970-1989	20
175	الاستثمارات الأجنبية بحسب بعض القطاعات الفترة الممتدة 1980-1989	21
176	رسوم حقوق الامتياز و التراخيص في الفترة الممتدة من 1980-1989	22
177	طلبات تسجيل العلامات التجارية في الفترة الممتدة من 1980-1988	23
178	طلبات تسجيل براءات الاختراع في البرازيل الفترة الممتدة بين 1980-1989	24
180	تدفقات الاستثمارات الأجنبية 1990-2012	25

186	رسوم حقوق الامتياز و التراخيص 2011-1990	26
187	طلبات تسجيل العلامات التجارية 2010-1990	27
188	طلبات تسجيل براءة الاختراع في البرازيل 2010-1990	28
189	طلبات تسجيل براءة الاختراع بحسب القطاعات 2011-1997	29
190	طلبات تسجيل براءة الاختراع المصادق عليها 2011-1997	30
192	واردات البرازيل من السلع بحسب التقسيم التكنولوجي 2012-1990	31
193	مقارنة لنسب الإنفاق على البحث و التطوير من إجمالي الدخل المحلي 2008-1996	32
194	عدد العاملين في مجال البحث و التطوير لكل مليون شخص	33
195	عدد الفنيين العاملين في مجال البحث و التطوير لكل مليون شخص	34
196	صادرات البرازيل من السلع ذات التكنولوجيا العالية 2010-1990	35
197	نسب صادرات التكنولوجيا المتقدمة من إجمالي الصادرات 2010-1990	36

فهرس الملاحق

الصفحة	العنوان	الرقم
219	توزيع استثمارات الشركات المتعددة الجنسية المختلفة بحسب بلدها الأم، على القطاعات لاقتصادية المختلفة	1
220	Investimentos e reinvestimentos estrangeiros no Brasil Foreign investments and reinvestments in Distribuição por ramo de atividade econômica Distribution by sector	2
225	الشركات المتعددة الجنسية الناشطة في الاقتصاد البرازيلي بحسب بغض القطاعات الاقتصادية في البرازيل	3
229	واردات البرازيل بحسب التقسيم التكنولوجي (2012-1990)	4
231	التقسيم السلعي بحسب التصنيف 3 sitc révisión	5