

المحاضرة السادسة: التنظيمات الاقتصادية الدولية الكبرى

الشركات متعددة الجنسيات كنموذج** (Multinational Corporations – MNCs)

1) تعريف الشركات متعددة الجنسيات (Definition of MNCs)

تُعرّف الشركات متعددة الجنسيات (Multinational Corporations – MNCs) بأنها تنظيمات اقتصادية تملك أو تدير عمليات إنتاجية أو خدمية في دولتين أو أكثر، بينما يبقى مركز القرار موجوداً في بلد المنشأ. (Home Country) وقد أكد Dunning (1993) أن هذه الشركات تمثل أبرز الفاعلين في الاقتصاد العالمي بفضل قدرتها على التحكم في الموارد على نطاق دولي. وتشير تقارير الأمم المتحدة إلى وجود أكثر من 82 ألف شركة متعددة الجنسيات تدير حوالي 900 ألف فرع دولي، مما يجعلها مؤثراً قوياً في حركة الاستثمار العالمي.

بحسب نظرية دورة حياة المنتج (Product Life Cycle Theory)، فإن الشركات تتوسع دولياً عندما تنضج منتجاتها محلياً وتحتاج إلى أسواق جديدة. وتستخدم هذه الشركات القدرة على نقل التكنولوجيا ورأس المال والمهارات عبر الحدود، وهو ما يجعلها تنظيمات تتجاوز حدود الدولة التقليدية. وتُظهر بيانات (McKinsey (2023 أن الشركات التي تعمل دولياً تحقق نمواً أعلى بنسبة 27% مقارنة بالشركات التي تبقى محلية فقط.

تشير بيانات البنك الدولي إلى أن الشركات متعددة الجنسيات تمثل حوالي ثلث التجارة العالمية، كما تتجاوز إيرادات بعضها الناتج القومي لعدد من الدول. فعلى سبيل المثال، بلغت إيرادات Apple عام 2023 نحو 383 مليار دولار، وهو مبلغ يفوق الناتج المحلي لدول مثل الدنمارك أو ماليزيا. وتُظهر هذه الأرقام مدى قوة هذه الشركات وتأثيرها في النظام الاقتصادي العالمي.

2) خصائص الشركات متعددة الجنسيات (Characteristics of MNCs)

من أهم خصائص الشركات متعددة الجنسيات الانتشار الجغرافي (Geographical Dispersion)، حيث توزع عملياتها الإنتاجية والتجارية عبر عدة دول بهدف تقليل تكاليف الإنتاج وتعظيم الأرباح. ووفق تقرير (OECD (2023، فإن الشركات التي تعمل في أكثر من عشر دول تخفّض تكاليفها بنسبة تصل إلى 18% بفضل اقتصاديات الحجم (Economies of Scale)، كما تضمن استمرارية الإنتاج في حال حدوث أزمات محلية.

تتبنى الشركات متعددة الجنسيات استراتيجيات عالمية موحدة (Global Strategies) تساعد على توجيه عملياتها وفق رؤية مركزية واحدة. ويشمل ذلك توحيد سياسات التسويق، الإنتاج، إدارة سلسلة الإمداد العالمية (Global Supply Chain)، وهو ما تُعرف به خاصية التكامل العالمي (Global Integration). مثال على ذلك شركة Coca-Cola التي تعتمد وصفة موحدة في أكثر من 200 دولة.

تمتاز هذه الشركات بمرونة تنظيمية ترسخ قدرتها على التكيف مع التشريعات والثقافات المحلية، وهي خاصية أطلق عليها Bartlett & Ghoshal مصطلح الاستجابة المحلية (Local Responsiveness). وبالنسبة للشركات العالمية الكبرى، فإن هذه القدرة تُعد عنصرًا استراتيجيًا أساسيًا يضمن نجاح عملياتها حتى في الأسواق ذات الديناميكيات المتغيرة مثل إفريقيا وآسيا الجنوبية.

3) أهداف واستراتيجيات الشركات متعددة الجنسيات (Objectives & Strategies)

تهدف الشركات متعددة الجنسيات قبل كل شيء إلى تعظيم الأرباح (Profit Maximization) عبر الوصول إلى أسواق جديدة، خفض تكاليف الإنتاج، واستغلال المزايا التنافسية للدول المضيفة. وتشير بيانات McKinsey (2023) إلى أن 70% من هذه الشركات توسعت نحو الأسواق الناشئة بين 2010 و2022 بسبب الطلب المرتفع فيها. كما تعتمد هذه الشركات على التموقع العالمي (Global Positioning) لضمان السيطرة على حصص سوقية استراتيجية.

من أهم الاستراتيجيات التي تعتمد عليها الشركات متعددة الجنسيات الاندماج والاستحواذ (Mergers & Acquisitions – M&A)، والتي تسمح لها بامتلاك الشركات المحلية للدخول السريع للأسواق. مثال ذلك استحواذ Amazon على أكثر من 28 شركة خلال العقد الماضي لتعزيز قدرتها في التجارة الإلكترونية كما تلجأ شركات مثل Volkswagen إلى التحالفات الاستراتيجية (Strategic Alliances) لاكتساب تكنولوجيا جديدة.

تعتمد الشركات متعددة الجنسيات كذلك على تنويع المخاطر (Risk Diversification) عبر توزيع عملياتها عالميًا، مما يضمن عدم تأثرها بالأزمات الإقليمية. خلال جائحة كوفيد-19، انكمشت الشركات المحلية بنسبة 35% أكثر من الشركات متعددة الجنسيات.

وهذا يبرز أهمية الانتشار الدولي كآلية للحماية من الصدمات الاقتصادية.

4) الهيكل الإداري الدولي (International Organizational Structure)

يتخذ العديد من الشركات متعددة الجنسيات الهيكل العالمي (Global Structure) ، حيث تُصنع القرارات الإستراتيجية في المقر الرئيسي، بينما تُنفذ الفروع الإقليمية التعليمات. وتستخدم الشركات التي تعتمد نموذج المنتجات الموحدة مثل Apple هذا الهيكل، لأنه يعزز الاتساق في الجودة (Consistency) ويقلل التكاليف المرتبطة بإدارة القرارات المحلية.

أما الهيكل متعدد الجنسيات (Multidomestic Structure) فيمنح الفروع استقلالية عالية لتكييف المنتجات والخدمات وفق احتياجات الأسواق المحلية. تعتمد Nestlé هذا النموذج في أكثر من 150 دولة، ورغم زيادة تكلفته، فإنه يعزز القدرة على التكيف مع العوامل الثقافية والتشريعية.

يُعد الهيكل المصفوفي (Matrix Structure) نموذجًا حديثًا يسمح بموازنة التكامل العالمي والاستجابة المحلية. ووفق الدراسات ، فإن الشركات التي تتبنى هذا النموذج تحقق نموًا أسرع بنسبة 18% من الشركات ذات الهياكل التقليدية. ويُعد هذا النموذج الأنسب في الأسواق الديناميكية التي تتطلب مرونة وابتكارًا مستمرًا.

5. دور الشركات متعددة الجنسيات في الاقتصاد العالمي (Role in Global Economy).

تُعد الشركات متعددة الجنسيات المصدر الرئيس للاستثمار الأجنبي المباشر (Foreign Direct Investment – FDI)، إذ تمثل نحو 70% من إجمالي تدفقات الاستثمار العالمي البالغة 1.6 تريليون دولار سنة 2023. وتساهم هذه الاستثمارات في تطوير البنى التحتية، خلق الوظائف، وتحفيز الابتكار في الدول المضيفة.

تلعب هذه الشركات دورًا مهمًا في نقل التكنولوجيا (Technology Transfer) ، خاصة نحو الدول النامية التي تستفيد من دخول شركات مثل Huawei و Renault لتطوير مهارات العمالة المحلية. على سبيل المثال، ساهمت Huawei في رفع نسبة تغطية الإنترنت في إفريقيا إلى 45% سنة 2023

تهيمن الشركات الكبرى على جزء مهم من التجارة الدولية (International Trade) ، حيث تستحوذ الشركات الـ 500 الأكبر عالميًا على أكثر من 50% من حجم التجارة الدولية (Fortune Global 500 Report, 2023). وتؤكد هذه الأرقام دور هذه الشركات في تعزيز العولمة وتداخل الاقتصادات الوطنية.

(5) التحديات في الدول النامية – حالة الجزائر (Challenges in Developing Countries)

تواجه الدول النامية تحديات مرتبطة بالسيادة الاقتصادية (Economic Sovereignty) ، إذ قد تفرض الشركات متعددة الجنسيات شروطاً تؤثر على السياسات الوطنية. وتشير دراسة البنك الإفريقي للتنمية (AfDB, 2023) إلى أن بعض هذه الشركات تستغل البيئة القانونية الضعيفة لتحقيق مكاسب ضخمة على حساب التنمية المحلية، خاصة في إفريقيا.

في الجزائر، تعمل شركات مثل Total Energies ، Huawei ، Lafarge Holcim و Renault Algérie في إطار شراكات مع الدولة. وقد ساهمت Renault في خلق أكثر من 1200 وظيفة مباشرة منذ سنة 2014. (Renault Algérie, 2022) لكن يبقى التحدي الأساسي في ضمان انتقال التكنولوجيا وليس مجرد امتلاك خطوط تركيب المنتجات.

كما تعاني الجزائر من مشكلة تحويل الأرباح إلى الخارج (Profit Repatriation) ، وهو ما يقلل من استفادة الاقتصاد الوطني. وقد أكد مجلس المحاسبة الجزائري (2023) ضرورة تعزيز الرقابة على العقود، وتطوير الكفاءات التقنية المحلية لضمان استغلال أمثل للاستثمارات الأجنبية.