

جامعة عبد الحميد مهري – قسنطينة 2

قسم علوم التسيير السنة الثالثة إدارة الأعمال

مقياس: إدارة الأعمال الدولية

**الاستثمار الأجنبي:**

**النظريات ومحددات تدويل نشاطات الشركات  
العالمية**

أستاذ المقياس: أ.د/ ناجي بن حسين

## تعريف الاستثمار الأجنبي و أنواعه

**الاستثمار الأجنبي المباشر :** ويقصد به الاستثمار في موجودات دولة أخرى ، ويتم ذلك من خلال تأسيس الشركات أو مشاركات أو اندماجات في شركات وطنية ... الخ .إنها بعبارة مختصرة موجودات للشركة الأم في دول مضيقة .

**الاستثمار الأجنبي المحفظي :** إنه الاستثمار بأسهم و سندات الشركات خارج الحدود الوطنية .

# الاستثمار الأجنبي المباشر

- حسب تعريف عدة منظمات دولية كصندوق النقد الدولي وندوة الأمم المتحدة للتجارة والتنمية ومنظمة التجارة العالمية، فإن الاستثمار الأجنبي المباشر يستهدف تحقيق مصالح دائمة للشركة المستثمرة في البلد الأجنبي عن بلدها الأصلي ، ويمكن أن يأخذ شكل خلق مؤسسة جديدة أو توسيع المشاريع القائمة سواء أكانت مملوكة بالكامل للمستثمر الأجنبي أو امتلاكه لأسهم إحدى الشركات مع اكتساب الحق في إدارة المشروع والرقابة عليه .

## الرأي المؤيد للاستثمار الأجنبي:

- يذكر المحبذون للاستثمار الأجنبي المباشر عدة ميزات يمكن أن يستفيد منها البلد المضيف للاستثمار، وتتمثل أهم هذه الميزات فيما يلي:
- إن تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر تقلل من احتمال حدوث الأزمات مالية والعجز عن تسديد الديون وذلك بالمقارنة مع تدفقات الديون قصيرة الأجل.
- يتحمل المستثمر الأجنبي المخاطر التجارية وغير التجارية التي تواجه استثماراته، ولكن تقل تلك المخاطر الشاملة التي تواجه البلد المضيف للاستثمار الأجنبي المباشر ومن ثم يستطيع تحمل تدفقات مالية أكبر ومستوى أعلى من الاستثمار الأجنبي.
- يصطحب الاستثمار الأجنبي معه الإدارة والتكنولوجيا مما يؤدي إلى تحقيق فوائد للبلد المضيف ويرفع معدلات العائد على المشروع التي تتخذ استثماراته شكل استثمارات إنتاجية.
- أن الاستثمار الأجنبي المباشر يؤثر بصورة مؤقتة على سعر الصرف الحقيقي، وذلك لأن تدفقات الاستثمار المذكور تخلق في البلدان زيادة في الطلب على مستلزمات الإنتاج الوطنية كالعمالة والمواد الأولية، مما يؤدي إلى ارتفاع أسعارها ويترتب على ذلك ارتفاع مؤقت في سعر الصرف الحقيقي في البلد المضيف، وبنفس الوقت ما دام الاستثمار الأجنبي المباشر يزيد من مخزون رأس المال المحلي وتحسين الإنتاجية الحدية للعمالة، فهذا يعني ضمناً ارتفاع سعر الصرف الحقيقي.

## أنصار جذب الاستثمارات الأجنبية

المحبذون للاستثمارات الأجنبية يُذكرون أنها تسد حاجتين أساسيتين للدول الآخذة في النمو وهما:

- الحاجة إلى مزيد من رأس المال ، والحاجة إلى عملات أجنبية
- جلب التكنولوجيا الحديثة والكفاءات الإدارية النادرة ودراية عالمية بأساليب التسويق ، ومن ثم فهي مصدر مهم لزيادة فرص العمالة و لزيادة إيرادات الدولة لا يمكن الاستغناء عنه .

## معارضو جذب الاستثمارات الأجنبية

أما الناقدون للاستثمارات الأجنبية الخاصة فيشككون في صحة هذا كله أو في أهميته فهي بدلا من أن تجلب رؤوس أموال جديدة كثيرا ما تعتمد على المدخرات المحلية ، وهي بما تصر على الحصول عليه من إعفاءات وامتيازات من الدول المضيفة ، وبقدراتها على التلاعب في تغيير الأرباح لا تساهم المساهمة الواجبة في زيادة إيرادات الدولة ، وفوق هذا كله قد تشيع الفساد في الحياة السياسية والاجتماعية والثقافية ، فهي تفسد السياسة بضغطها و رشاشها لتحقيق مآربها

# التحليل المفسرة لظاهرة تنامي الاستثمارات الخارجية

إن التحليل المفسرة لتنامي ظاهرة الاستثمارات الأجنبية يمكن تجميعها في ثلاثة مجموعات كما يلي :

1. التحليل المتعلق بالمزايا الخاصة للشركات و المتعلقة أساسا بمستوى التطور التكنولوجي و القدرة التنافسية و الكفاءة التنظيمية التي تسمح للمؤسسة بفرض تواجدها أمام منافسيها .
2. التحليل القائم على المزايا النسبية للبلدان المضيفة ، فالشركات المتعددة الجنسيات لا تقوم بنقل استثماراتها خارج بلدانها الأصلية إلا إذا توقعت استغلال فرص فعلية لتعظيم أرباحها وزيادة حجم مبيعاتها ومدى اتساع السوق المحلي .
3. التحليل القائم على دورة حياة المنتج أو العملية الإنتاجية حيث يبدأ تسويق المنتج أولا داخل بلده الأصلي ثم مع دخوله مراحل متأخرة من حياته يدخل المنتج إلى بلدان أخرى .

# مراحل إنتقال الاستثمار الأجنبي

فيما يتعلق بقرار الاستثمار في الخارج يمكن تمييز ثلاثة مراحل هي :

● **المرحلة الأولى :** قرار الانتشار في الخارج وذلك وفقا للتحاليل الثلاثة السابقة .

● **المرحلة الثانية :** اختيار المناطق الجغرافية ذات الأهمية حيث تركز الشركات المتعددة الجنسيات على توفر الموارد وانخفاض تكاليف الإنتاج و المحيط التكنولوجي المتقدم المتميز بالتنوع الجيدة .

● **المرحلة الثالثة :** الاختيار النهائي للموقع والبلد المستقبل داخل المنطقة المستهدفة، إذ تدخل بعين الاعتبار المعايير التقنية والاقتصادية و المالية و مدى توفر الهياكل القاعدية و كفاءة وتكلفة الأيدي العاملة ومستوى الإعانات المالية و الجبائية والمحيط العام للأعمال .

# النظريات المفسرة لتدويل نشاط الشركات المتعددة الجنسيات

# نظرية المنشأة الصناعية

- تقوم هذه النظرية على أساس المنافسة الاحتكارية وتؤكد بأن العوامل الماكرو والميكرو اقتصادية هي المسؤولة على الانحرافات المسجلة في نموذج السوق الحر والكامل، فوجود قيود على الدخول للسوق يدفع المنشآت إلى تنويع استراتيجياتها التسويقية والقيام بالاندماج الأفقي أو العمودي.
- يتحكم في اختيار شكل الاستثمار المناسب المزايا النسبية التي يوفرها البلد المضيف.
- عندما تمتلك الشركة الرأسمالية مزايا احتكارية أو شبه احتكارية في مواجهة الشركات المحلية في البلد المضيف، فإنها تسعى إلى تحقيق أرباح في الخارج تفوق تلك التي يمكن تحقيقها في الداخل، وهو الذي يدفعها لنقل نشاطها إلى الخارج.

# نظرية الاستخدام الداخلي للمزايا الاحتكارية

- تعرف هذه النظرية أيضا بالمدرسة الأنجليزية لنظريات الاستثمار الأجنبي أو بنظرية التدويل **Buckley, Casson 1970, Rugman 1981, Stopford, Duning 1983**
- فالمؤسسات التي لها بعض المزايا الخاصة أو الاحتكارية يمكنها استخدام عدة وسائل في نفس الوقت من أجل اكتساح السوق ( استثمارات أجنبية، تصدير، بيع الرخصة ....).

● **الانتقاد:** عدم التركيز على خصوصيات  
البلدان المضيفة والقيود التي تضعها هذه  
البلدان

# المنهج الانتقائي

## (Approche éclectique)

• ويتلخص هذا المنهج في أن المنشأة لكي تقوم بالإنتاج خارج الحدود يلزم لها توافر مجموعة من الشروط من أهمها:

1. تملك مزايا احتكارية في مواجهة الشركات المحلية في البلد المضيف،

2. أن تكون هذه المزايا قابلة للنقل،

3. أن هذه المزايا يجب أن تعوض الشركة عن التكاليف والمخاطر المرتبطة بالعمل في البيئة الجديدة بما تتميز به هذه البيئة من اختلافات عن البيئة الأصلية للشركة ( نقص المعلومات عن الأسواق، اختلاف العادات واللغة...).

• يجب أن يحقق الاستخدام الداخلي للمزايا الاحتكارية - في صورة استثمار مباشر- عائدا أفضل من البدائل الأخرى ( التصدير أو بيع التراخيص أو الدخول في مشروعات مشتركة مع مستثمر محلي ). ويتم اللجوء إلى أحد البدائل المذكورة في حالة زيادة التكاليف والمخاطر المرتبطة بالعمل في الخارج عن العائد الذي يترتب على الاستخدام المباشر للمزايا الاحتكارية.

• أن تتمتع الدولة المضيفة ببعض المزايا المكانية عن الدولة التي تنتمي إليها الشركة المستثمرة، مثل انخفاض الأجور أو توافر مواد خام أو مصادر رخيصة للطاقة ... الخ .

ولكي يتحقق الاستثمار الأجنبي المباشر لا بد من توافر الشروط الثلاثة السابقة مجتمعة، كما يعني غياب أحدها اللجوء إلى البدائل، فغياب المزايا المكانية للبلد المضيف يعني، وفقا لهذا المنهج، اللجوء للتصدير، أما تحقق المزايا الاحتكارية فقط فيحتم اللجوء للتعاقدات والاتفاقيات ( لبيع التراخيص ) لتسويق هذه المزايا .

# محددات تدويل نشاطات الشركات العالمية

➤ من أجل حصر مختلف المبررات التي تدعو إلى تدويل نشاط المؤسسات وقيام الاستثمار الأجنبي يتطلب الأمر الإجابة على السؤالين التاليين:

• ما هي الشروط الضرورية أو الأساسية للتدويل (Multinationalisation)؟

• ما هي الأحداث التي تدفع لإتخاذ القرار الخاص بالإنتاج الدولي؟

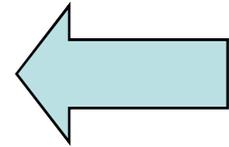
• الإجابة على السؤال الأول تتم من خلال التعرض لنظرية المزايا الخاصة القابلة للتحويل: **La théorie de l'avantage spécifique transférable** هذه النظرية التي تم تطويرها من طرف **Stephen Hymer**.

• الإجابة على السؤال الثاني تتم من خلال دراسة العلاقة بين هيكل السوق ( المنافسة الاحتكارية، الاحتكار، أو إحتكار القلة) وقرار الإنتاج الدولي.

# نظرية المزايا الخاصة القابلة للتحويل

- ما ميز سنوات 1960 هو المزايا الكبيرة التي تمتلكها الشركات المتعددة الجنسيات الأمر الذي يمكنها من التفوق على المؤسسات المحلية التي لا تتحمل أعباء النقل الدولي وليست لها عوائق لغوية وثقافية أو إدارية أو مؤسسية الأمر الذي من المفروض أن يجعلها تسيطر على أسواقها المحلية.
- إن تفسير هذه الظاهرة يتمثل في كون ش م ج تتوفر على مزايا خاصة ذات طبيعة مادية أو غير مادية: مهارة **Savoir faire** ، التكنولوجيا ، التنظيم، (التسويق)، العلامة التجارية المتميزة، الإمكانيات المالية.
- إن هذه المزايا الخاصة قد تكون في كثير من الأحيان محمية من خلال تسجيل البراءات إذا تعلق الأمر بتكنولوجيا أو حماية العلامات التجارية المسجلة.
- بدءا من هذه المرحلة نشأت فكرة أن كل مؤسسة لها مزايا خاصة يمكنها أن تنقلها دوليا.

إذن فيما ذا تتمثل هذه المزايا الخاصة؟  
لماذا يمكن اعتبارها مزايا؟ وكيف يتم تحويلها؟



# الأشكال الأساسية للمزايا الخاصة

- يمكن تصنيف المزايا الخاصة في ثلاث مجموعات تتعلق بالتكنولوجيا ، بالعلامة أو بالحجم.
- المهارات (Savoir faire) الإدارية والتجارية يمكن إدراجها ضمن المزايا التكنولوجية.
- الشهرة (La réputation) يمكن في بعض الأحيان اعتبارها كميزة خاصة مستقلة ، ولكن يتم اعتبارها في أحيان أخرى كميزة تكنولوجية تم ترجمتها في العلامة التجارية.
- فيما يتعلق بالهياكل المادية أو القدرة المالية فإنه يتم تجميعها ضمن الميزة المتعلقة بالحجم والتي تعتبر الوسيلة لتحقيق الميزتين السابقتين.

# 1. المزايا المرتبطة بالتكنولوجيا

- تعتبر ش م ج العامل الأساسي لنقل التكنولوجيا على المستوى الدولي (صناعة السيارات، البترول، الصناعات الاستخراجية، الصناعات الصيدلانية، ...) الأمر الذي أدى إلى تقليص الفجوة التكنولوجية بين الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا.

- ليس شرطاً أن تنتقل هذه الميزة بشكل مباشر عن طريق الإنتاج المباشر في الخارج، ولكن قد تتم أيضاً عبر مختلف أشكال الإنتاج الدولي: المقاوله من الباطن، منح التراخيص

....

## 2. الميزة المرتبطة بالعلامة

- إن قائمة ش م ج هي قبل كل شيء هي قائمة لعلامات متميزة ذات شهرة عالمية: **Nike, Microsoft, McDonald's, Disney** فالعلامة تمثل ميزة أساسية للشركة التي تمثلها الأمر الذي يسهل على الشركة دخول الأسواق الخارجية (**Carte de visite**) فالشركة ليست في حاجة إلى إنفاق مبالغ كبيرة من أجل التعريف بنفسها في الخارج، فهي معروفة لدى عموم المستهلكين، بل في بعض الأحيان يكونون متلهفين على إمكانية وجود منتجات هذه الشركة لديهم، أكان ذلك عن طريق وجود شبكة للتوزيع أو عن طريق إنشاء فرع في البلد المضيف.

## 3. الميزة المرتبطة بالحجم

- يتم قياس هذه الميزة بطرق مختلفة ( رقم الأعمال، العمالة الكلية، حجم الأصول...)، وتعتبر هذه الميزة الأهم في نظر بعض الباحثين نظرا للاعتبارات التالية:
- الشركات كبيرة الحجم لها الإمكانيات والوسائل للقيام بالبحث والتطوير الأمر الذي يسمح لها بخلق الميزة التكنولوجية.
- الشركات كبيرة الحجم يمكنها إنفاق مبالغ على الإشهار على المستوى العالمي الأمر الذي يخلق صورة ذهنية لدى عموم المستهلكين أي تشكيل علامة جيدة والحفاظ عليها.
- الشركة العالمية ذات الحجم الكبير عندما تنتقل لبلد ما يكون لها قوة تفاوضية أكبر من الموردين المحليين والحصول على أسعار تفضيلية بالنظر إلى حجم الكميات التي تطلبها.

### 3. الميزة المرتبطة بالحجم - تابع-

- ش م ج كبيرة الحجم بفضل اعتمادها على الانتاج الكثيف (وفورات الحجم) في سوقها الأصلي يمكنها من تحقيق وفورات الحجم في بعض أنواع المنتجات التي تكون الفروع الانتاجية في الخارج في حاجة إليها.
- الشركة الكبيرة ينظر لها عادة كبطل وطني (Champion national) من طرف حكومة البلد الأصلي لأمر الذي يمكنها من الحصول على الدعم الحكومي لها في الخارج [رئيس الدولة قد ينتقل بنفسه للخارج للدفاع عن مصالح شركاته الوطنية...].
- في حالة كون الوضعية المالية للشركة جيدة فتستطيع هذه الشركة ميزة خاصة مرتبطة بالتكنولوجيا أو علامة للتوطن في سوق أجنبي.
- فشركة Lenovo الصينية قامت في شهر ديسمبر 2004 بشراء قسم PC لشركة IBM مع مصانع إنتاج PC الموجودة في العالم.