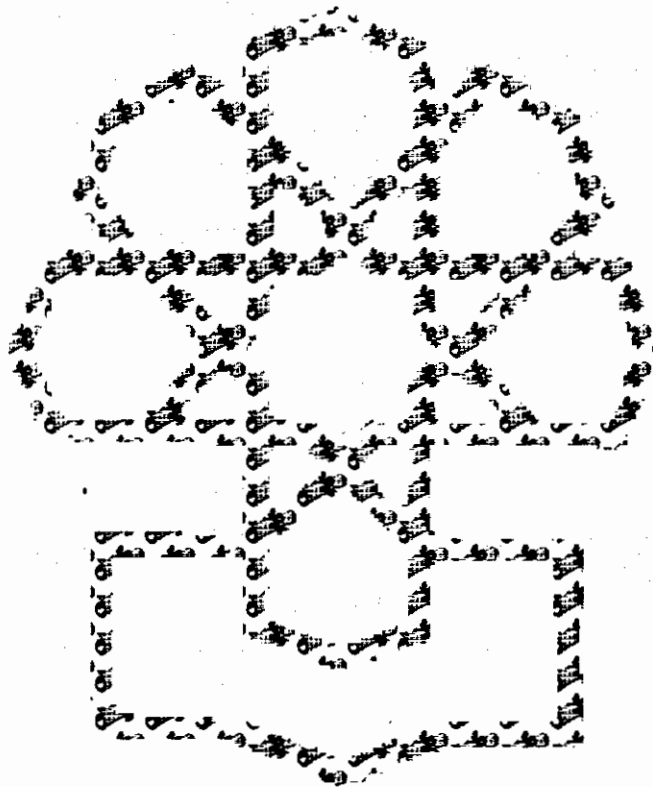


پیرامون سرمایه‌گذاری خارجی (۳)

# ترندهای تازه در سرمایه‌گذاریهای خارجی



معاونت پژوهشی  
اردیبهشت ۱۳۷۵

کار: گروه تحقیق  
مسئول گروه: مهندس عبدالعلی شالوند

کد گزارش: ۱۴۰۰۷۸۸

## ترفندهای تازه در سرمایه‌گذاریهای خارجی

کد گزارش: ۱۴۰۰۷۸۸

همزمان با آغاز دهه ۱۹۸۰ موجی از اتحاد و همکاری در قالب سرمایه‌گذاریهای مشترک پدیدار شد و به سرعت شرکتهای بزرگ فراملیتی را در بر گرفت. اتحادهای فراملیتی<sup>(۱)</sup> که از نظر اشکال و هدفها با شیوه کار در مشارکتهای سنتی تفاوت دارد، طی سالهای اخیر به صورتی شگفت‌انگیز روبه فزونی گذاشته است. در طول دهه ۱۹۸۰ شرکتهای آمریکایی بیش از دو هزار قرارداد همکاری با شرکتهای اروپایی منعقد کردند و بررسیهای انجام شده نشان می‌دهد که تعداد سرمایه‌گذاریهای مشترک شرکتهای آمریکایی در سطح جهان طی سالهای ۱۹۷۶ تا ۱۹۸۷ حدود شش برابر افزایش یافته است. در جامعه اروپا نیز طی دهه هشتاد تعداد قراردادهای همکاری از ۴۶ به ۱۲۹ فقره رسید.

حوزه تشکیل اتحادهای فراملیتی اساساً شامل آمریکا، اروپا و ژاپن است. بررسیهای UNCTC<sup>(۲)</sup> حاکی از آن است که شرکتهای ژاپنی به شکلی روزافزون به سرمایه‌گذاری مشترک به ویژه با شرکتهای آمریکایی و اروپایی روی آورده‌اند. این همکاریها اصولاً در صنایعی که از تکنولوژی پیشرفته\* برخوردارند - یعنی میکرو الکترونیک، بیوتکنولوژی، صنایع فضایی و مواد جدید - و نیز در صنایعی که تکنولوژی نسبتاً پیچیده‌تری دارند، از جمله صنایع خودروسازی، تمرکز پیدا کرده است.

اتحادهای فراملیتی به شکلهای گوناگون شامل: رسمی<sup>(۳)</sup>، غیررسمی<sup>(۴)</sup>، عمودی<sup>(۵)</sup>، افقی<sup>(۶)</sup>، متداخل<sup>(۷)</sup>، ملی، قاره‌ای<sup>(۸)</sup> و فراقاره‌ای<sup>(۹)</sup> تشکیل می‌شوند. در برخی موارد، محور این اتحادها را مسائل و موضوعات مربوط به تحقیق و توسعه\*\* تشکیل می‌دهد. به عنوان مثال قرارداد سال ۱۹۹۰ میان شرکتهای «زیمنس» و «آی‌بی‌ام» برای تولید نوع جدیدی از چیپس منعقد شد و شرکتهای «لوئوس» و «وردپرفکت» با هدف توسعه نوع بعدی محصولات خود، از سال ۱۹۸۸ تلاش مشترکی آغاز کرده‌اند و در برنامه‌ها و نرم‌افزارهای کامپیوتری از کدهای مشترک استفاده می‌کنند. شرکت رولزرویس انگلستان برای تولید مشترک نوع جدیدی از موتورهای مافوق صوت، قرارداد جدید همکاری با شرکت فرانسوی Sccema در سال ۱۹۸۹ امضا کرد.

قراردادهای همکاری و تشکیل اتحادهای استراتژیک، علاوه بر تحقیق و توسعه در تولید به موضوعات مربوط به تحقیق و توسعه در زمینه‌های بازاریابی نیز می‌پردازد. به عنوان نمونه به شرایط مندرج در قرارداد شرکت آمریکایی AT&T و شرکت ژاپنی NEC در سال ۱۹۹۰ اشاره می‌شود: به موجب این قرارداد، طرف آمریکایی می‌تواند تحت لیسانس شریک ژاپنی به طراحی، تولید و عرضه چیپسهای کامپیوتری بپردازد و در عوض، طرف ژاپنی نیز از ابزارهای کامپیوتری کمک طراحی و ساخت AT&T استفاده کند. شرکت AT&T علاوه بر این، قراردادی نیز در سال ۱۹۹۰ با شرکت میتسوبیشی ژاپن امضا کرد که براساس آن با مشارکت تکنولوژیک، نوعی چیپس (SRAM)<sup>(۱۰)</sup> تولید کنند و به کمک یکدیگر در سطح جهان عرضه نمایند. شرکت «جنرال الکترونیک» و شرکت «توشیبا» در سال ۱۹۹۱ به قصد تولید و بازاریابی

\*- High Technology (High Tech.)

\*\* - Research & Development (R&D)

مشترک محصولات خانگی در اتحاد گسترده‌ای گام نهادند. یکی از انگیزه‌های توشیبا در این همکاری، جلوگیری از اعمال محدودیتهای تجاری بود که احتمال داشت به دنبال موجی از احساسات ضد ژاپنی و اتخاذ سیاستهای حمایتی به کار گرفته شود.

اطلاعات موجود حاکی از آن است که شرکتهای بزرگ برای ورود به اتحادهای استراتژیک، عموماً پیشقدم می‌شوند زیرا، آنها قراردادهای همکاری وسیع و پیچیده‌ای دارند و همین وسعت کار، خود به خود موجبات تکوین شبکه‌هایی متشکل از تولیدکنندگان عمده جهان را فراهم می‌آورد. البته شرکتهای کوچک نیز بیش از پیش برای ورود به اتحادهای استراتژیک، تمایل نشان می‌دهند و روند عقد قرارداد بین شرکتهای بزرگ و شرکتهای کوچک در مقایسه با روند تشکیل اتحاد بین شرکتهای بزرگ با یکدیگر به مراتب رشد سریعتری داشته است. به عنوان مثال در صنعت کامپیوتر، شرکت آی‌بی‌ام به منظور استفاده از تخصصهای گسترش‌یافته شرکت «میکرو سافت» در زمینه نرم‌افزار کامپیوترهای رومیزی با این شرکت همکاری می‌کند. در بخش بیوتکنولوژی شرکت سوئیسی "Hoffmann La Roche" با شرکتهای کوچکتري چون «ایمونکس»، «آجیموتو»، «ستوکور»، «سینرژن» و «کالیو» اتحادی تشکیل داده است.

مهمترین هدفهای تشکیل اتحادهای فراملیتی و استراتژیک را می‌توان چنین برشمرد:

- تأمین سرمایه‌های هنگفتی که برای فعالیتهایی نظیر R&D مورد نیاز است؛
- دستیابی به تکنولوژی پیشرفته؛
- کاهش تهدیدات و خطرات بالقوه از طریق درگیر ساختن و مشارکت دادن سایر شرکتهای در پیشبرد برنامه‌ها؛

- ایجاد کارایی بیشتر از طریق عقلایی ساختن و تخصصی کردن کارها و رعایت اقتصاد مقیاس؛
- دستیابی به بازارهای جدید.

### نگاهی به یک تجربه؛ اتحاد شبکه‌ای شرکت فیلیپس

شرکت فیلیپس از اوایل دهه ۱۹۸۰ به منظور دستیابی به رقابت مطلوبی در عرصه جهان، ساختار سازمانی خود را دگرگون ساخت و شبکه اتحادهایش را با سایر شرکتهای بزرگ در اقصی نقاط عالم گسترش داد. فیلیپس که اینک به مرکز ثقل قراردادهای همکاری در سطح بین‌المللی تبدیل شده (نمودار شماره ۱)، با شرکتهایی چون ماتسوشیتا، سونی، شارپ، هیتاچی، جی‌وی‌سی، تامسون فرانسه، دوپونت، هائی‌ول، موتورولا، جنرال الکتریک، AT&T، فیات، اریکسون، زیمنس، اینتل، هاریس و اولیوتی، در زمینه‌های تولید و بازاریابی هم پیمان شدند:

### نتیجه‌گیری

امروزه اتحادهای فراملیتی بخش مهمی از تجارت بین‌المللی را به خود اختصاص داده‌اند و بزرگترین شرکتهای جهان دست‌اندرکار ایجاد شبکه‌های گسترده‌ای از اتحادهای استراتژیک هستند (نمودار شماره ۲). شکلهای جدیدی از ساختارهای صنعتی در حال تکوین است و بازارهای دنیا که

روزگاری در استیلای انحصارات معدودی قرار داشت، اینک ساختاری پیچیده‌تر و متشکل از خوشه-شرکتهای متعدد پیدا کرده‌اند. مدیران امروز با چالشهای جدیدی روبه‌رو هستند و توانمندی آنان در غلبه بر مشکلات تأثیر فزاینده‌ای بر توان رقابتی شرکتها خواهد داشت.

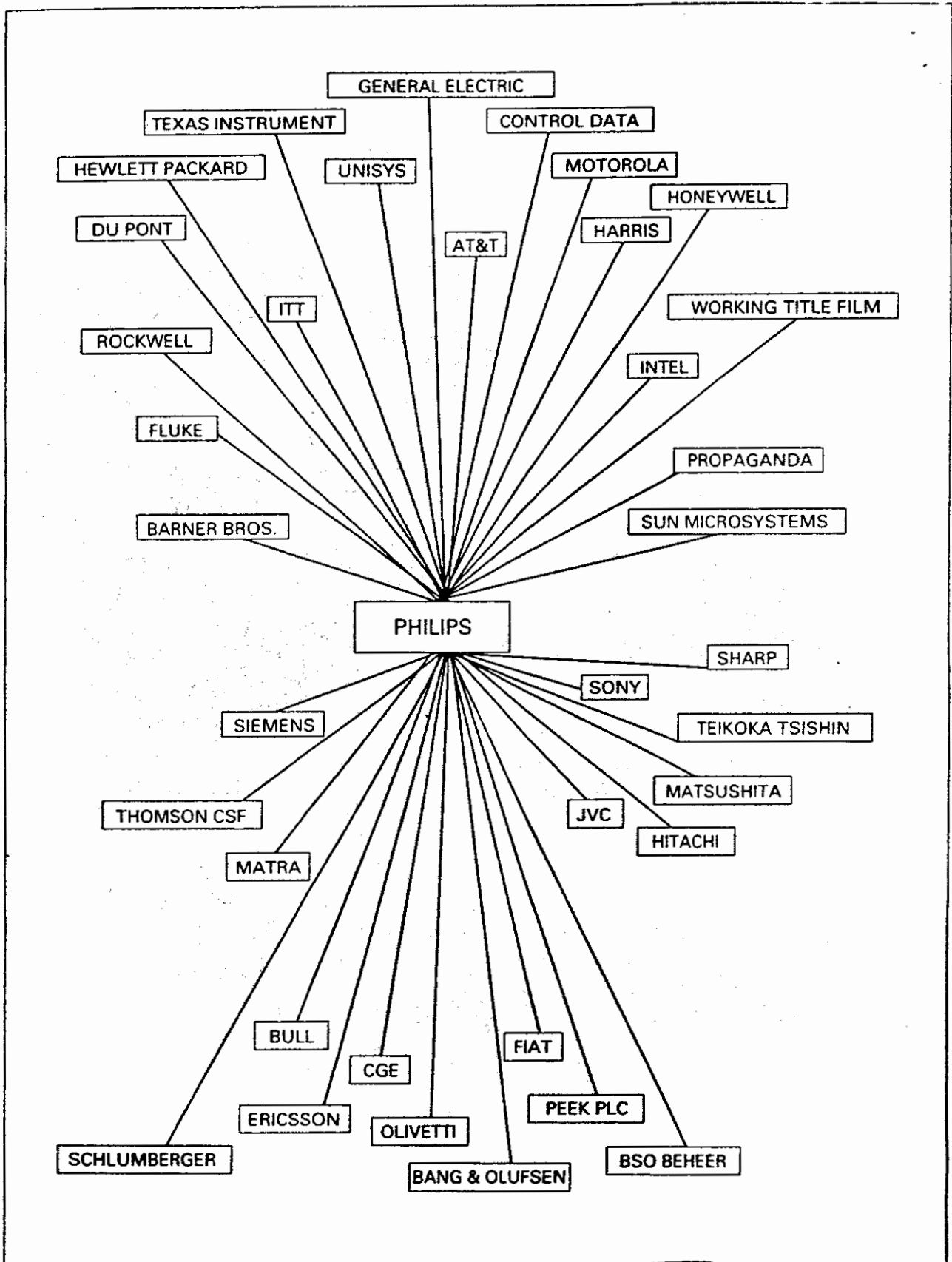
در جهان امروز، برتری رقابتی شرکتها نه از دارایی‌های استراتژیک و اختصاصی آنها، بلکه به شکلی روز افزون از توانایی شرکتها در آفرینش، تملک و ایجاد هماهنگی در بهره‌برداری از منابع در فراسوی مرزهای ملی نشأت می‌گیرد.

زیر نویسها:

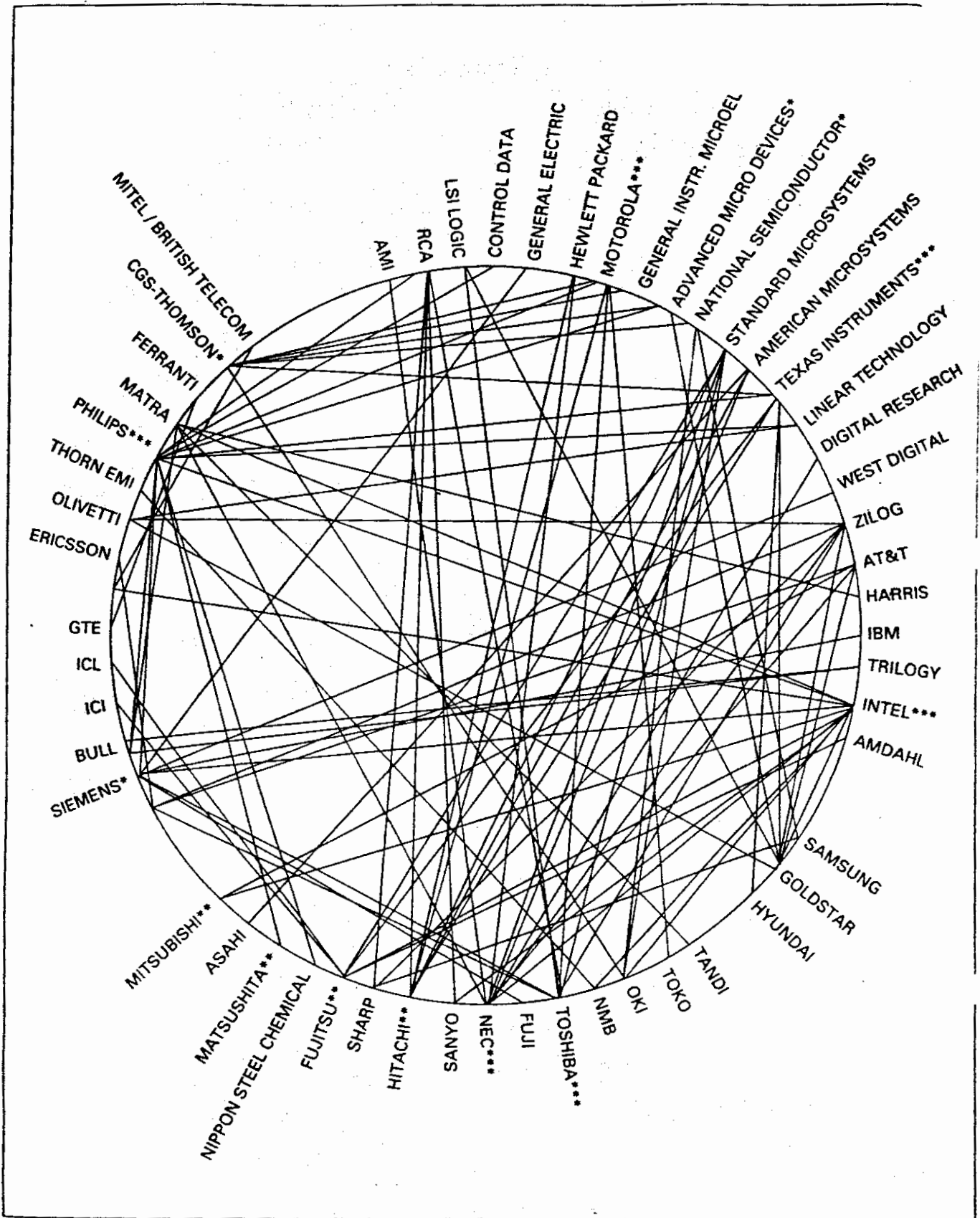
- 1- Transnational Alliances
- 2- U.N. Center on Transnational Corporations (UNCTC).
- 3- Formal
- 4- Informal
- 5- Vertical
- 6- Horizontal
- 7- Conglomerate
- 8- Continental
- 9- Trans Oceanic
- 10- Static Random Access MemoryChips (SRAM).

منبع:

Long Range Planning Vol.25. No.1



نمودار شماره (۱) - شبکه اتحاد شرکت فیلیپس با سایر شرکتها



نمودار شماره (۲) - شبکه اتحادهای فراملیتی در صنعت نیمه‌هادی