

## تحلیلی بر چشم‌اندازهای نظری درباره جهانی‌شدن: نظریه مزیت ویژگی مکانی

کیومرث یزدان‌پناه درو\* - استادیار گروه جغرافیای سیاسی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران

پذیرش مقاله: ۱۳۹۲/۰۵/۲۷ تأیید نهایی: ۱۳۹۳/۰۱/۰۱

### چکیده

جهانی‌شدن، فرایندی تاریخی است که با نخستین مهاجرت‌های انسان در آفریقا آغاز شد و به دیگر نقاط جهان گسترش یافت. مهاجران، بازرگانان و دیگران، همواره در طول تاریخ، عقاید و کالاهای خود را به دیگر نقاط جهان منتقل کرده‌اند. این امر، ابتدا در مسافت‌های کوتاه و بعد در مسافت‌های بلندتر انجام شد. در واقع، جهانی‌شدن فرایندی است که از زمان آفرینش انسان وجود داشته و در دهه‌های اخیر، رشد چشمگیری داشته است. در حوزه‌های مختلف زندگی می‌توان آثار از آمیختن، اقتباس و انطباق تأثیرهای خارجی را مشاهده کرد. بعضی از صاحب‌نظران، سال ۱۴۹۲ را زمان آغاز فرایند جهانی‌شدن اعلام کرده‌اند، اما بیشتر محققان و نظریه‌پردازان، این فرایند را دارای چنین قدمتی نمی‌دانند. به‌رحال باید گفت جهانی‌شدن فرایندی است که از زمان آفرینش انسان وجود داشته، اما در سال‌های اخیر، رشد چشمگیری داشته است. درباره جهانی‌شدن، تا امروز، مطالب و نظریه‌های متعددی ارائه شده است. این تنوع نظری و گفتمانی در این زمینه، ناشی از ماهیت و اهداف متفاوت آن است، اما مهم‌ترین چالش در مفهوم نظری این واژه، تعارض در بیان دو واژه جهانی‌شدن و جهانی‌سازی است. تعارض و تفاوت نگاه به این دو واژه، ناشی از تفاوت نگاه به فرایندی است که در سه دهه اخیر، ابتدا در بعد سیاسی و امنیتی و سپس در بعد اقتصادی، با تغییر مفهوم مرزها و تغییر کارکرد فضا و مکان، بر تمام رفتار انسان تأثیر گذاشت. در این مقاله تلاش شده است تا به نقش و جایگاه مکان و ویژگی‌های مکانی، متناسب با ارزش‌ها و هنجارهای آن پرداخته و ابعاد و تأثیرهای آن در حوزه‌های مختلف، بررسی شود؛ زیرا پدید آمدن عناوینی مانند «شهروند جهانی» که محصول مستقیم فرایند جهانی‌شدن است، به تغییر یا تردید در پایه‌های ارزشی و هنجاری جوامع و ظهور پدیده‌های جدید در این عرصه منجر شده است. این روند، نقش و اهمیت مکان‌های جغرافیایی را نیز در سطوح مختلف (چه از نظر مفهومی، چه از نظر مبانی و چه در حوزه مصادیق کارکردی) تغییر داده است و جالب اینکه بسیاری از جوامع، در حال ایجاد سازگاری بین خود و این روندها هستند.

کلیدواژه‌ها: جهانی‌شدن، شهروند جهانی، فرایندهای جهانی‌شدن، مزیت مکانی، نظریه جهانی‌شدن.

## مقدمه

جهانی‌شدن، مفهومی تازه است که دنیای انسان امروزی را از ابعاد مختلف، بسیار کوچک کرده است. این فرایند، به‌طور ناخواسته ترس انسان را افزایش داده است، اما از طرفی موجب شده تا انسان برای کسب موقعیت بهتر تلاش کند؛ بنابراین، برای ورود به بحث اصلی باید ابتدا از نظر مفهومی، نگاهی به تاریخچه این مفهوم داشته باشیم. به عبارتی می‌توان گفت همزیستی فرهنگی، محصولی جدید از فرایند جهانی‌شدن است که به‌طور نسبی، جایگزین همزیستی‌های جغرافیایی می‌شود، اما پذیرش یا رد همگانی آن براساس نظریه مکانی، از مباحثی است که در این مقاله به‌طور فشرده بدان پرداخته می‌شود. آندره گاندر، فرانک و بری کی. جی، فرایند جهانی‌شدن تا سال ۱۹۵۰ را شامل رویدادهای زیر دانسته‌اند:

### ۱. سال ۳۲۵ پیش از میلاد

چاندارا گویتا موریا به آیین بودا گروید و برای نخستین بار، مذهب، اقتصاد و ارتش امپراتوری را با یکدیگر ادغام کرد. اسکندر کبیر برای ایجاد صلح در گروسیا، با چانداراتا گویتا پیمان بست و به تجارت بین کشورهای مدیترانه، ایران، هند و آسیای مرکزی روی آورد (آمر، ۲۰۰۰: ۳۵۶-۳۵۹).

### ۲. گسترش بودا

آیین بودا در چین و از سلسله هان ظهور کرد و سپس از آسیا به سایر نقاط جهان گسترش یافت. بودا ارتباط‌های فرهنگی بین استپ اوراسیا و هند را مستحکم کرد و موجب ساخت جاده ابریشم شد.

### ۳. ۶۵۰-۸۵۰ (پرتو اسلام)

دین اسلام از کشورهای غرب مدیترانه تا هند گسترش یافت.

### ۴. ۹۶۰-۱۲۷۹ (خیزش چین و هند)

سلسله سانگ در چین (و حکومت‌های جدید در هند)، انواع کالاهای اقتصادی، ابزار، فناوری و نیروهای محرک را برای حرکت اقتصاد قرون وسطی تولید کردند و موجب پیوند اروپا و آسیا از زمین و دریا در طول اوراسیا و اقیانوس هند شدند.

### ۵. ۱۱۰۰ (ظهور خشن چین)

چنگیزخان به قدرت رسید. سرزمین‌های اوراسیا به امپراتوری چین پیوست. همچنین تحولی در زمینه مهارت جنگ بر پشت اسب و جنگ از سنگرهای نظامی ایجاد شد و حمله‌ای وحشیانه به ایران صورت گرفت.

### ۶. ۱۳۰۰ (ظهور عثمانی)

امپراتوری عثمانی با حوزه قلمرویی اروپا، شمال آفریقا و خاورمیانه شکل گرفت؛ امپراتوری عثمانی توانست هند و آسیای مرکزی را از نظر سیاسی به یکدیگر پیوند دهد و بنیانگذار یکی از بزرگ‌ترین امپراتوری‌ها باشد. در این امپراتوری، تجارت با اروپا رشد چشمگیری یافت، اما در عین حال، هزینه تجارت در آسیا را برای اروپایی‌ها افزایش داد.

## ۷. ۱۴۹۲-۱۴۹۸ (آغاز دوره کلاسیک)

امپراتوری‌های حاکم بر دریا با سفرهای کلمبوس و داگاما به شرق و غرب، آغاز شد.

## ۸. ۱۶۵۰ (خسونت اروپا و سلطه‌طلبی اروپاییان: دوره آغاز تحول اساسی بشر)

بازار برده‌داری در قرن هفدهم میلادی توسعه یافت. از این رو، توسعه اقتصادی کشورهای حوزه آتلانتیک و تشکیل نظام صنعتی-اقتصادی در دو سوی این حوزه و در دوره اوج مکتب سوداگری، موجب جمع‌شدن سرمایه و سود در این کشورها شد (دائول آیر، ۱۹۹۹: ۲۲-۲۴).

## ۹. ۱۷۷۶-۱۷۸۹ (سلسله انقلاب‌های بنیادین)

انقلاب‌های فرانسه و آمریکا، آغازگر شکل‌گیری گونه‌نوینی از دولت‌ها، براساس پیوند بین شبکه نظامی و منافع تجاری و نیز شکل‌گیری دولت‌های متخاصم بود. تشکیل این دولت‌ها به سرعت موجب گسترش امپراتوری فرانسه به رهبری ناپلئون و رشد نیروهای نظامی بریتانیا، هلند و فرانسه در مستعمره‌های این کشورها در آسیا شد. این امپراتوری‌های ملی در دوره انقلاب صنعتی رشد کردند و موجب شکل‌گیری ایده‌ها و جنبش‌های جدید در کشورهای ملی و در نهایت در خود امپراتوری‌ها شدند. باید گفت مدرنیته و جهانی‌شدن، همزمان‌اند و آغاز هردوی آن‌ها قرن هجدهم میلادی است.

## ۱۰. ۱۸۸۵ (تسلط مکتب امپریالیزم)

«معاهده برلین» مهم‌ترین تأثیر را در عصر نوین توسعه امپریالیزم داشته است. این معاهده را می‌توان آغازگر دوره امپریالیزم قوی نامید که در آن، تجزیه آفریقا قانونی شد.

## ۱۱. ۱۹۲۹ (شرایط ویژه جهانی متأثر از جنگ جهانی)

در سال ۱۹۲۰، با افزایش سریع و همزمان هزینه‌ها در بیشتر کشورها، شاهد نفوذ همزمان رکود اقتصادی به تمام کشورهای جهان هستیم. پیش از این، بیشترین افزایش رکود در جنگ جهانی و پس از آن نیز در جنگی در سطح آتلانتیک و اقیانوس آرام رخ داد.

## ۱۲. ۱۹۵۰ (دوران پسامدرنیسم)

امپراتوری‌های اروپایی پس از استعمارزدایی، برای نخستین بار در آسیا و آفریقا، شاهد ایجاد کشورهای ملی بودند. البته مصداق ارائه‌شده چندان شفاف و صادقانه نیست، اما همان‌طور که پیش‌تر هم اشاره شد، بیشتر نظریه‌پردازان، به رویدادهای بسیار جدیدتری در شکل‌گیری جهانی‌شدن اشاره می‌کنند. از نظر رووند رابرز، فرایند جهانی‌شدن با شروع کار سازمان ملل در سال ۱۹۴۵ آغاز می‌شود. اتفاق‌های این دوره، بیشترین تأثیر را در تبلیغ جهانی‌شدن داشته‌اند.

جدول ۱. تاریخچه سازمان ملل

سال	رویداد
۱۹۴۵	هیروشیما
۱۹۴۸	سازمان توسعه انسانی (UDHR)
۱۹۶۵	انتشار دهکده جهانی، مارشال مک‌لان
۱۹۶۵	بحران کوبا
۱۹۶۸	تأسیس باشگاه رم

## ادامه جدول ۱. تاریخچه سازمان ملل

سال	رویداد
۱۹۶۹	انتشار محدودیت‌های رشد، باشگاه رم
۱۹۷۲	کنفرانس استکهلم درباره محیط زیست
۱۹۷۳	اولین بحران نفتی
۱۹۷۵	سفرهای آپولو
۱۹۷۵	پایان برتون وودز
۱۹۷۸	انتشار موج سوم، آلوین تافلر
۱۹۷۹	سیاست‌های درهای باز دنگز
۱۹۸۰	آغاز سیلیکون ولی
۱۹۸۵	سیاست باز گورباچف و پرستوریکا
۱۹۸۶	انتشار آینده مشترک ما، گروهالم برونلنت
۱۹۸۶	حادثه چرنوبیل
۱۹۸۹	اجرای اولین برنامه محیط زیست سبز در هلند
۱۹۸۹	پایان جنگ سرد
۱۹۹۰	اعلامیه شهر لاهه
۱۹۹۱	آغاز جنگ کویت، توفان صحرا
۱۹۹۲	UNCED کنفرانس «ریودوژانیرو»
۱۹۹۳	انتشار لی فین در لاتموکر/تیک، گوانو
۱۹۹۴	انتشار پایان تاریخ، فوکویاما
۱۹۹۵	برگزاری کنفرانسی با موضوع تغییرهای آب و هوایی، کیوتو
۱۹۹۶	انتشار نظریه برخورد تمدن‌ها، هانتینگتون
۲۰۰۱	حادثه ۱۱ سپتامبر و حمله به افغانستان (آغاز جنگ با تروریسم)
۲۰۰۳	برخورد سخت نظامی با عراق
۲۰۱۱	ایجاد تحول‌های بنیادین در شمال آفریقا و خاورمیانه

مأخذ: ریکاردو، ۱۹۶۷

مطالب بالا نشان می‌دهند که احتمالاً روند تاریخی جهانی شدن، یکی از گسیختگی‌های پیچیده قرن بیست و یکم را به دنبال داشته است. این موضوع در بخش‌های دیگر بررسی می‌شود.

## مبانی نظری

همان‌گونه که اشاره شد، جهانی شدن برای دنیای معاصر، پیامدهای مثبت و منفی خاص خود را به دنبال دارد و پرداختن به همه مباحث آن در یک مقاله امکان‌پذیر نیست، اما موضوع مکان و دست‌یابی به مکان‌های مؤثر جغرافیایی، برای کسب موقعیت برتر در روند جهانی شدن، از مباحث مهم عصر حاضر است که در مبانی نظری تحقیق، بررسی می‌شود.

## چشم‌اندازهای نظری درباره جهانی شدن

بیشتر پژوهش‌ها درباره جهانی شدن، نظریه صریحی برای شالوده کار خود ندارند؛ پژوهش‌های اندکی نیز وجود دارند که توانسته‌اند نظریه‌ای خاص را به عمل تبدیل کنند. به‌رحال، چندین راهکار مهم در قالب نظریه بیان شده است.

این بخش، ویژگی‌های اصلی سه نظریه مطرح‌شده را بررسی می‌کند: ۱. مدل چرخشی پیشرفت سرمایه‌گذاری جان دایننگز؛ ۲. نظریه مزیت ویژگی خاص؛ ۳. فرضیه چرخش زنده تولید. این سه دیدگاه، وجوه مشترک بسیاری دارند و در ادبیات تجاری بین‌المللی از آن‌ها بسیار یاد می‌شود.

مدل چرخشی پیشرفت سرمایه‌گذاری دایننگز: بدون شک، این مدل از سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در کشورهای

در حال توسعه، یکی از معروف‌ترین نظریه‌ها در ادبیات تجارت است. فرضیه اصلی این مدل آن است که ارتباطی منظم میان جریان‌های سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و مراحل و ساختار پیشرفت اقتصادی یک کشور وجود دارد. بدین ترتیب که هنگامی که کشورها از مرحله‌ای به مرحله دیگر عبور می‌کنند، نه تنها نقش سرمایه‌گذاری برون‌گرا و درون‌گرا، بلکه ویژگی و ساختار این نوع سرمایه‌گذاری نیز تغییر می‌کند. با پیشرفت یک کشور، موقعیت سرمایه‌گذاری بین‌المللی آن نیز از نقش واردکننده مستقیم سرمایه خارجی، به صادرکننده تغییر می‌یابد. این تغییر به سه عامل بستگی دارد: ۱. میزان، کیفیت و ساختار عامل سرمایه؛ ۲. نظام اقتصادی و سیاسی آن کشور؛ ۳. میزان و نوع روابط سیاسی- فرهنگی آن کشور با کشورهای دیگر. دانینگز پنج مرحله را در چرخه توسعه سرمایه‌گذاری بیان می‌کند:

در مرحله ۱، میزان سرمایه‌گذاری درون‌گرا و برون‌گرا ناچیز است؛ زیرا نه بازارهای داخلی و نه منابع، فرصتی را برای سوددهی شرکت فراهم نمی‌آورند. همچنین شرکت‌های محلی، مزیت رقابتی برای سرمایه خارجی ندارند.

در مرحله ۲، میزان سرمایه‌گذاری درون‌گرا افزایش چشمگیری می‌یابد: ۱. هنگام برنامه‌ریزی برای استفاده از منابع در کشورهای همسایه؛ ۲. هنگام انطباق مزایای مالکیت مؤسسه‌های تابع با شرکت‌های فراملیتی خارجی؛ ۳. براساس برنامه خرید حق ورود به بازارهای خارجی.

در مرحله ۳، میزان سرمایه‌گذاری خارجی، سرمایه‌گذاری داخلی را کاهش می‌دهد که این مسئله به تدابیر اقتصادی دولت بستگی دارد؛ یعنی با اتخاذ تدابیر لازم در تسهیل صادرات برای پیشرفت اقتصادی (در کشورهایی مانند هنگ‌کنگ و سنگاپور) و اتخاذ تدابیری برای جایگزین کردن واردات (در کشوری مانند هند)، میزان این سرمایه‌گذاری تغییر می‌یابد. امروزه بیشتر اقتصادهای نوظهور در این مرحله قرار دارند، اما میزان سرمایه‌گذاری داخلی خالص، همچنان منفی است؛ زیرا به احتمال قوی، سرمایه‌گذاری داخلی به دلیل بهینه‌سازی (توجیه) تولید، براساس اهداف شرکت‌های چندملیتی کشورهای پیشرفته، تغییر خواهد یافت.

در مرحله ۴، هنگامی که اقتصادهای صنعتی‌شده نوین با میزان تولید ناخالص ملی بیشتر از میزان متوسط، رشد سریعی بیابد، سرمایه‌گذاری خالص برون‌گرا مثبت می‌شود. انتظار می‌رود کشورهای هنگ‌کنگ و سنگاپور در آینده‌ای نزدیک وارد این مرحله شوند.

در مرحله ۵، به‌خاطر رشد میزان سرمایه‌گذاری مستقیم بهینه‌شده که به جای عامل سرمایه، مبتنی بر امتیاز جذب بازارهای بین‌المللی است، شاهد همگرایی جریان‌های سرمایه‌گذاری خارجی و داخلی هستیم (دارتی و داویس).

پیش‌فرض مدل بر این است که هرگونه انحراف از میزان متوسط سرمایه‌گذاری برون‌گرا توسط مالکیت متفاوت منغیرهای OLI<sup>۱</sup>، مطابق با چارچوب التقاطی تولید بین‌المللی دانینگز، توضیح داده شده است: ویژگی مالکیت (O)، ویژگی مکان (L) و خصوصیت بین‌المللی‌سازی (I). سه گروه اقتصادی را می‌توان از این دیدگاه، تقسیم‌بندی کرد: گروه نخست، اقتصادهای ثروتمند کشورهای هنگ‌کنگ و سنگاپور است. در سال ۱۹۸۵، این دو کشور، جزء ثروتمندترین کشورهای اقتصادی صنعتی نوین به‌شمار می‌آمدند و بالاترین میزان سرمایه‌گذاری خارجی را داشتند. هردو کشور توانستند ظرف مدت‌زمان اندک ۲۰ ساله، از مرحله اول به مرحله سوم چرخه پیشرفت سرمایه‌گذاری پیشرفت کنند. نمونه این کشورها، کره جنوبی و تایوان است که به تدریج به گروه اول نزدیک می‌شوند. دیگر کشورهای مشابه، در گروه دوم، شامل کشورهایی مانند برزیل، مالزی، تایلند و فیلیپین هستند که هم از نظر ساختار اقتصادی تنوع بیشتری دارند و هم از نظر سیاسی می‌خواهند صنایع ملی خود را بومی کنند. هریک از این کشورها، بازار داخلی بزرگی دارند. وابستگی‌های خارجی، نقشی دوماظوره در حمایت بازارهای داخلی و خارجی بازی می‌کند.

گروه سوم کشورهای درحال توسعه، آن دسته از کشورهایی هستند که به دنبال سیاست‌های جایگزینی واردات‌اند. در این‌گونه کشورها، نقش اصلی تأثیرگذاری بر نوع و نحوه فعالیت‌های اقتصادی، بر عهده دولت است. کشورهای هند و کنیا در زمره این گروه قرار می‌گیرند. این کشورها در مرحله دوم مدل چرخه پیشرفت باقی می‌مانند. تمرکز سیاسی آن‌ها به‌طور معمول، بر ارتقای خوداتکایی اقتصادی است و در آن‌ها، تا زمانی از سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی حمایت می‌شود که این سرمایه، به ارتقای منابع موجود در آن کشور یا به تولید منابع جدید بینجامد و نقشی آموزشی در راه رسیدن به خودکفایی این کشورها ایفا کند. در حال حاضر، تعداد بسیار زیادی از کشورهای درحال توسعه، در مرحله ۱ یا در ابتدای مرحله ۲ چرخه پیشرفت سرمایه‌گذاری قرار دارند.

## روش پژوهش

روش پژوهش در این مقاله، توصیفی-تحلیلی است و در دو مرحله انجام شده است. مرحله اول، شناسایی و درک اصل فرایند جهانی‌شدن و مرحله دوم، درک الگوهای مزیت مکانی در این حوزه است. برای درک پژوهشی مطلب، از روش کنکاش در نوشته‌ها و نظریه‌های متعدد استفاده شده است تا به نتیجه‌ای ملموس و مستند برسیم. مهم‌ترین موضوع مورد توجه در این پژوهش، نظریه مزیت ویژگی مکانی است که ظاهراً تأثیری مستقیم بر پذیرش یا رد جهانی‌شدن دارد. وجود این‌گونه نظریه‌های اقتصادی، در توضیح شرکت‌های فراملیتی نامتعارف در اقتصادهای نوپا مرسوم است. این امر با توجه به اهمیت متغیرهای OLI در نظریه مزیت ویژگی مکانی، کاملاً طبیعی به نظر می‌رسد. این نظریه، از چارچوب التقاطی کامل‌تر است. از دیدگاه نظریه مزیت، ویژگی مکانی شرکت‌های فراملیتی در اقتصادهای نوظهور، به دلیل محدودیت و سطح فناوری پایین، مزیت‌های شرکتی پایین یا موقتی دارند؛ بنابراین، این شرکت‌های فراملیتی، به شدت به مزیت‌های ویژگی مکانی کشور خود یا کشورهای میزبان وابسته‌اند. قدرت رقابت و امتیاز انحصاری شرکت‌های فراملیتی در اقتصادهای نوظهور، در مقایسه با دیگر رقبا در کشورهای توسعه‌یافته، نتیجه دو ویژگی جالب پیشرفت فناوری در دنیای واقعی است. نخستین ویژگی، مکان‌یابی تغییرهای تکنیکی در سطح خرد است. شرکت‌های فراملیتی در اقتصادهای نوظهور می‌توانند از طریق بومی‌سازی پیشرفت‌های فناورانه پیچیده کشورهای توسعه‌یافته در سطحی وسیع، از این امتیاز بهره‌برداری کنند.

## بحث و یافته‌ها

تحلیل دسترسی به ویژگی‌های مربوط به مزیت مکانی در تولیدهای بین‌المللی، در فرضیه چرخه زنده تولید (PLC) به تکامل می‌رسد. این فرضیه را در ابتدا ورنون برای توضیح تجربه آمریکا در تولیدهای بین‌المللی دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ مطرح کرد که البته در تعاریف گسترده از فرضیه چرخه زنده تولید تجارت بین‌المللی و تولید برای شرکت‌های فراملیتی اقتصادهای نوظهور نیز مطرح شده است. جدول ۲ این فرضیه را نشان می‌دهد.

به نظر می‌رسد که بین کشورهای صنعتی پیشرفته‌تر با اقتصاد نوظهور و کشورهای درحال توسعه، شکاف فناوری وجود دارد؛ این شکاف را می‌توان بین کشورهای برزیل و بولیوی در آمریکای لاتین، و بین سنگاپور و اندونزی در آسیای جنوب شرقی مشاهده کرد. دومین تأثیر قوی، رویکرد سلسله‌مراتبی، به عوامل هزینه مربوط می‌شود. در اینجا هم این دیدگاه بر آن است که در عوامل هزینه، تفاوت‌هایی درون‌منطقه‌ای وجود دارد که ممکن است موجب حرکت سرمایه از کشورهای دارای هزینه‌های عوامل بالا، به سمت کشورهایی شود که هزینه عوامل پایینی دارند. برای درک این واقعیت‌ها باید به چهار مرحله جهانی‌شدن، به ترتیب زیر توجه کرد.

## جدول ۲. نظریه چرخه زنده تولید بسط داده شده هفت مرحله‌ای

مرحله	خصوصیت
۱	محصول تولید می‌شود؛ فروش داخلی ندارد. فروش خارجی ندارد.
۲	فروش داخلی آغاز می‌شود. فروش خارجی ندارد. تولید برای فروش داخلی، از تولید آزمایشی تا تولید با ظرفیت نهایی افزایش می‌یابد.
۳	فروش داخلی افزایش می‌یابد. فروش به کشورهای مشابه و کشورهای کمتر توسعه یافته آغاز می‌شود. تولید در کشورهای خارجی ندارد.
۴	میزان فروش داخلی ثابت می‌شود. تولید در کشورهای خارجی مشابه، آغاز می‌شود. کشورهای خلاق، روند صادرات را تغییر می‌دهند؛ در حالی که محصول، در کشورهای کمتر توسعه یافته، از دیگر کشورها تأمین می‌شود.
۵	فروش داخلی ادامه می‌یابد؛ فروش در کشورهای مشابه در این مرحله از تولیدهای داخلی انجام می‌شود.
۶	فروش داخلی شرکت‌های خلاق کاهش می‌یابد. دیگر کشورها، صادرات و در نهایت تولید در کشور خلاق را آغاز می‌کنند. صادرات به کشورهای کمتر توسعه یافته، با تولیدهای محلی آن کشورها جایگزین می‌شود.
۷	فروش داخلی شرکت خلاق به حداقل می‌رسد. کشورهای کمتر توسعه یافته به کشورهای خلاق و دیگر کشورها صادرات می‌کنند.

مأخذ: مدیریت فناوری جهانی، به نقل از آگرو، ۲۰۰۵

## چهار مرحله جهانی شدن

از آنجا که طبقه‌بندی‌های استاندارد بررسی شده در بالا، چشم‌اندازی جامع و پیوسته درباره جهانی شدن فعالیت‌های اقتصادی به دست نمی‌دهد، اقتصاد را به چند سطح تقسیم می‌کنیم. این تقسیم‌بندی، آغاز کار ما برای ایجاد نمای کامل‌تر از واقعیت جاری، به شمار می‌رود. به نظر می‌رسد اقتصادهای پیشرفته اصلی امروزی از چهار سطح تشکیل شده‌اند. این لایه‌ها شامل فعالیت‌ها یا بخش‌هایی است که هریک اقتصادی پویا و مجزا و نوع متفاوتی از جهانی شدن را دارند.

نخستین سطح را می‌توان «تخصصی کردن صنعت محلی خدمات‌رسانی جهانی و فعالیت‌های مهارت‌محور ویژه» نامید. در صنایعی مانند خدمات اقتصادی، رسانه، ورزش و مدیریت، مشاوره، تجارت و علوم پزشکی، کارهایی وجود دارد که به دست گروهی از افراد انجام می‌شود. این افراد یا در بازارهای بین‌المللی فعالیت دارند (بدین معنا که در بازارهای بین‌المللی و به‌ویژه در نقش مشاور در حال رقابت هستند) یا محلی که این افراد، محصول‌ها و خدمات خود را ارائه می‌دهند، قابل شناسایی نیست و وسعت منطقه بازاری که این کالاها مصرف می‌شوند، بسیار است؛ خدمات قانونی که توسط وکلای شرکت‌ها ارائه می‌شود، سینما که هنرپیشه‌های بین‌المللی در آن بازی می‌کنند، پزشکی که دارای شهرت جهانی هستند، نمونه‌های بین‌المللی سازی این خدمات کاری هستند. بین‌المللی سازی، این افراد را قادر می‌سازد تا در برابر صرف هزینه‌های اندک برای ورود به بازارهای بین‌المللی، سود شایان توجهی را به دست آورند. این نمونه‌ای از مهارت‌های ویژه سرمایه‌گذاری در بازاری گسترده و از طریق وسایل اطلاع‌رسانی (مانند سینما و تلویزیون) است. در این حالت، موفقیت عوامل، از یک سو به دلیل حمایت‌هایی است که از سوی شبکه‌های محلی انجام می‌شود و از سوی دیگر، به‌خاطر شیوه اطلاع‌رسانی مناسب است؛ بنابراین، این مدل نمونه جالبی از جهانی شدن به شمار می‌رود که توسط دو نوع جغرافیای متفاوت هدایت می‌شود.

## جهانی شدن از طریق قلمروزدایی (زنجیره کالاهای جهانی)

لایه دوم، بیشتر شامل صنایع تولیدی و خدمات عادی است که به دلیل ویژگی‌های مکانی سطح پایین در فرایند تولید، به کشورهای مربوط می‌شود که میزان دستمزدها در آن‌ها پایین است. در گروه‌بندی نظری، این کشورها، سطح داخلی

پایین و سطح بین‌المللی بالایی دارند. منظور ما از ویژگی‌های منحصر مکانی، ویژگی‌های فیزیکی و ملموسی است که مربوط به بعضی نواحی خاص است و انتقال محصول تولیدشده به جای دیگر را ناممکن می‌سازد.

حال باید پرسید اهمیت کلی این قلمرودایی در چیست؟ اگر قلمرودایی را از طریق تأثیری بررسی کنیم که بر محیط بازار کاری در کشورهای توسعه‌یافته می‌گذارد، متوجه می‌شویم که قلمرودایی، به رقابتی منجر شده است که در کشورهای توسعه‌یافته، برای تقریباً پنج درصد نیروی کار با درآمد پایین رخ می‌دهد. علاوه بر این، موجب رشد ۱۲ درصدی نابرابری حقوقی در این کشورها در سال‌های اخیر شده است.

### خدمات‌رسانی محلی نسبتاً تجاری یا غیر تجاری

این مرحله، از مراحل مهم مزیت مکانی به شمار می‌رود؛ زیرا بخش وسیعی از اقتصاد، شامل خدمات و تولیدهایی است که تا حدودی قابل تجارت‌اند یا به‌هیچ‌وجه، قابل تجارت نیستند. این صنایع، باید قابلیت تحویل آنی کالا پس از خرید را داشته باشند. بعضی از این فعالیت‌ها داخلی است و فقط تولید برای سلیقه‌های داخلی را در برمی‌گیرد. در نتیجه، امکان ورود آن به شرکت‌های خارجی مشکل می‌شود، اما بسیاری از این فعالیت‌ها توسط شرکت‌هایی با نام‌های برند جهانی (یا از طریق سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی یا از طریق نمایندگی و حق امتیاز دادن به شرکت‌های داخلی) انجام می‌شود.

بنابراین، تولیدکنندگان خارجی، ویژگی‌های انحصاری شرکت خود را در بسیاری از بازارهای داخلی به نمایش می‌گذارند. این نوع جهانی‌شدن، ترکیب پیچیده‌ای از بازارهای داخلی و جهانی محسوب می‌شود و عامل محرک آن، تغییر در رفتارهای مشتری است. بدین معنا که مصرف‌کنندگان کشورهای مختلف، با در اختیار گرفتن اطلاعات مصرف‌کننده، نه به‌صورت آشکار، ولی در سطحی وسیع، هر روز بیش از پیش از یکدیگر تقلید می‌کنند. این امر موجب همانندسازی در بسیاری از مکان‌هایی می‌شود که خدمات ثابت داخلی دارند. همچنین این موضوع، سبب ایجاد تشابهی آماری در پایه‌های اقتصادی در مکان‌های مختلف می‌شود. نظام داده-تولید فیزیکی، ترکیبی فزاینده از فعالیت‌های جهانی و داخلی است.

آنچه اهمیت بیشتری دارد، دانش و نیروهای رقابتی است که این فرایندها را زنده نگاه می‌دارد. تا زمانی که خدمات، از طریق شرکت‌های چندملیتی، خطوط تولید این شرکت‌ها، نام‌های تجاری، ضوابط، پرسنل و... استانداردسازی می‌شوند، جهانی‌شدن از طریق آماده‌سازی دارایی‌های غیرملموس انجام می‌گیرد؛ به‌ویژه از طریق به‌جریان‌افتادن اطلاعات و نظرها در سطح جهانی که متعلق به شرکت‌های چندملیتی است (نیلی، ۲۰۰۱: ۴۶۲-۴۶۹).

در بخش نخست بیان کردیم که با وجود دانش و مهارت نامتقارن تولیدکننده و البته اطلاعات بین‌المللی شده مصرف‌کننده، جهانی‌شدن، در صادرات شکل تخصصی بیشتری به خود می‌گیرد؛ این نمونه‌ای از تأثیر مزیت نسبی است.

### فرصت‌ها، تهدیدها و چالش‌های پیش روی جهانی‌شدن

گسترش فرایند جهانی‌شدن، به‌تدریج بر سیاست‌های کشورها در قرن پیش تأثیرگذار بوده است. هفته‌ها طول کشید تا روزنامه‌های بریتانیایی، اخبار جنگ‌های استقلال‌طلبی در آمریکا را اعلام کنند. آغاز جنگ‌های کرایمن و بوئر<sup>۱</sup> پس از چندین روز در روزنامه‌ها اعلام شد. سرعت گسترش اطلاعات، موجب تغییر دیدگاه‌ها شد (فراسر و جرمی، ۱۹۹۷: ۱۷۰-۱۷۶). جنگ ویتنام در صفحه‌های تلویزیونی نمایش داده شد و تأثیر عمیقی بر سیاست‌های سران ایالات متحده گذاشت. میلیون‌ها نفر در سراسر جهان، حمله‌های عجیب ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ را همان‌گونه که اتفاق افتاد، به‌صورت زنده دیدند.

هزینه گشودن این دروازه اطلاعات، به‌ویژه برای کشورهایهایی که اقتصاد بسته دارند، بسیار زیاد بوده است. اگر این

کشورها خواستار بهره‌بردن از فرصت‌های رشد اقتصادی هستند، باید اقتصاد خود را کاملاً به دنیای بیرون باز کنند (کرافتس، ۲۰۰۰: ۹۰-۹۳).

دموکراسی و آزادی با رشد جهانی‌شدن، افزایش می‌یابد و نه کاهش. اقتصادهای باز سرانجام به آزادی نظام‌های سیاسی منجر می‌شود. دیکتاتورها از آزاد شدن اطلاعات هراس دارند؛ زیرا دانش با توانایی همراه می‌شود. نفوذ اینترنتی دولت‌ها بر حوزه‌های سنتی اقتصادی از میان رفته است. گرچه برای مثال، هنوز می‌توان از چین به‌عنوان کشوری یاد کرد که تلاش می‌کند محتوای اینترنت را به شدت کنترل کند، اما در نهایت شکست خواهد خورد؛ درست مانند چند سال پیش که این کشور قصد داشت از دسترسی شهروندان جنوب این کشور به خدمات ماهواره‌ای جلوگیری کند.

بعضی بر این باورند که عصر ارتباطات، پایان شکل قدیمی دولت-ملت به شمار می‌رود. روند دولت-ملت‌ها در حال تغییر است و تغییرهای پیش رو، هم موجب تقویت و هم سبب نرم‌تر شدن دولت-ملت‌ها خواهد شد (محمدین، ۱۹۹۶: ۷ و ۱۱). به عقیده پیترو دراکر، «به احتمال زیاد، دولت-ملت با وجود جهانی‌شدن اقتصاد و انقلاب اطلاعاتی که با جهانی‌شدن به وجود می‌آید، باقی خواهد ماند.»

بحث اصلی در درون ملت‌ها و میان ملت‌های مختلف درباره دسترسی به دانش و پرورش است. دانش، جزء مهمی در فرایند ارزش‌گذاری هر تولید، چه قدیمی و چه جدید به شمار می‌رود. به نظر می‌رسد که دیدگاه کسب ثروت‌های زیاد، دیگر طرفداری ندارد. مسئله اصلی این است که آیا کسب این ثروت جدید، به افزایش استاندارد و بهبود سبک زندگی منجر می‌شود؟ آیا این ثروت، میان یک ملت و جوامع پخش می‌شود؟ نتایج بیشتر تحقیقات نشان می‌دهد که بیشتر مردم بر این باورند که جهانی‌شدن، نتایج مثبتی را برای آن‌ها و خانواده‌هایشان در پی خواهد داشت. برای مثال در هند، ۷۹ درصد مردم از جهانی‌شدن استقبال می‌کنند. این بالاترین میزان استقبال از جهانی‌شدن است و از طریق نظرسنجی به دست آمده است.

خطرناک‌ترین چیزی که باید از آن پرهیز کرد، بدبینی و بی‌تفاوتی است. اطمینان نداشتن دولت به بسیاری از دموکراسی‌ها، نتیجه ایجاد ساختار اشتباهی است که زمانی با احترام از آن یاد می‌شد. همواره به جوانان یادآور می‌شوند که باید به بزرگ‌ترها و ارزش‌های گذشته خود احترام بگذارند.

هنوز هم قهرمانانی وجود دارند؛ مانند گروه نجات حمله‌های ۱۱ سپتامبر، معلم‌های افغانستان یا رهبران اخلاقی مانند نلسون ماندلا و لخ والنسیا که سیاست‌های سرزمین خود را تغییر داده‌اند؛ اما امروزه به دلیل شفافیت و گسترش دموکراسی، تجسس‌های روزافزون رسانه‌های عمومی و بی‌توجهی‌های بسیار سیاستمداران به مسئولیتشان، بدبینی‌ها افزایش یافته است.

### آیا جهانی‌شدن موجب افزایش فقر و نابرابری می‌شود؟

در قرن بیستم میلادی، توجه به حقوق بشر، افزایش شایان توجهی در سطح جهانی پیدا کرد، اما این افزایش در میان کشورهای مختلف بسیار متفاوت بود. پیداست که اختلاف درآمد میان کشورهای فقیر و کشورهای ثروتمند، مدت‌هاست که هر روز در حال افزایش است. این آمار براساس پژوهش‌های چشم‌انداز اقتصاد جهانی، از ۴۲ کشور (۹۰ درصد جمعیت جهان) به دست آمده است. این پژوهش‌ها نشان می‌دهد که میزان درآمد کشورها رشد چشمگیری داشته است، اما توزیع این درآمد در میان کشورها، از اوایل قرن بیستم میلادی نابرابرانه‌تر بوده است.

البته تنها درآمد، نشان‌دهنده کل ماجرا نیست؛ شاخص‌های جامع‌تر رفاه- که شرایط اجتماعی را نیز دربردارد- نشان می‌دهد که کشورهای فقیرتر، پیشرفت‌های چشمگیری کرده‌اند. برای مثال، بعضی کشورهای کم‌درآمد مانند سری‌لانکا از شاخص‌های اجتماعی شایان توجهی برخوردار شده‌اند. پژوهش‌ها نشان داد اگر کشورها با استفاده از شاخص‌های توسعه انسانی سازمان ملل، شامل عواملی مانند تحصیل و امید به زندگی، با یکدیگر مقایسه شوند، تصویری که به دست می‌آید متفاوت با آن چیزی است که فقط با در نظر گرفتن میزان درآمد نشان داده می‌شود.

نتیجه‌ای که از این پژوهش به دست می‌آید، تفاوتی است که بین شکاف درآمدی و شکاف شاخص‌های توسعه انسانی وجود دارد. سطح درآمد کشورهای فقیر امروزی (با تنظیم میزان تورم)، هنوز پایین‌تر از میزان درآمد کشورهای پیشرو در سال ۱۸۷۰ است و شکاف درآمدی افزایش یافته است؛ اما اگر این کشورها با توجه به شاخص‌های توسعه انسانی با یکدیگر مقایسه شوند، کشورهای فقیر امروزی در سطح بالاتری از سطح مردم کشورهای پیشرفته در سال ۱۸۷۰ قرار می‌گیرند؛ چرا که پیشرفت‌های پزشکی و بهبود استانداردهای زندگی، موجب افزایش چشمگیر امید به زندگی شده است.

افزایش استانداردهای زندگی، نتیجه ادغام سرمایه فیزیکی و سرمایه انسانی (نیروی کار)، از راه پیشرفت‌های فناوری است که اقتصاددانان به آن، عامل کلی بهره‌وری می‌گویند. عوامل زیادی وجود دارد که می‌تواند موجب پیشرفت یا متوقف کردن این فرایند شود. تجربه کشورهای که بازده خود را بسیار سریع افزایش داده‌اند، نشان‌دهنده اهمیت ایجاد شرایطی است که به رشد درآمد Per Capita در درازمدت منجر می‌شود. اهمیت عواملی مانند ثبات اقتصادی، ساخت مؤسسه‌ها و اصلاح‌های ساختاری برای توسعه درازمدت، کمتر از اهمیت انتقال سرمایه‌های اقتصادی نیست. آنچه اهمیت دارد، بستر کامل سیاست‌گذاری‌ها، کمک‌های تکنیکی و اقتصادی و در صورت نیاز، پرداخت بدهکاری‌هاست. اجزای این بسته شامل موارد زیر است:

۱. ثبات اقتصادی کلان به منظور ایجاد شرایط مناسب برای سرمایه‌گذاری و پس‌انداز؛
۲. سیاست‌های برون‌گرا برای افزایش کارآمدی از طریق افزایش تجارت و سرمایه‌گذاری؛
۳. اصلاح‌های ساختاری برای ترغیب رقابت داخلی؛
۴. مؤسسه‌های دولتی، قدرتمند و کارآمد برای اتخاذ سیاست‌های مناسب؛
۵. آموزش، تحقیق و توسعه برای افزایش بهره‌وری؛
۶. مدیریت وام‌های خارجی برای اطمینان از وجود منابع کافی برای توسعه پایدار.

### آیا بحران‌های دوره‌ای، از نتایج اجتناب‌ناپذیر جهانی‌شدن است؟

وقوع بحران‌های متوالی در دهه ۱۹۹۰ در کشورهای مکزیک، تایلند، اندونزی، کره، روسیه و برزیل، نشان‌دهنده آن است که بحران‌های اقتصادی، نتیجه مستقیم و اجتناب‌ناپذیر جهانی‌شدن است. در حقیقت، پرسشی که هم با توجه به اقتصادهای پیشرفته و هم براساس اقتصادهای نوظهور مطرح می‌شود این است که آیا جهانی‌شدن، مدیریت اقتصاد را دشوارتر کرده است؟

روشن است که اگر این کشورها در معرض بازارهای سرمایه خارجی نبودند، این بحران‌ها در آن‌ها بدین صورت، شکل نمی‌گرفت و البته بدون سرمایه‌های مالی خارجی نیز به چنین رشد اقتصادی چشمگیری نمی‌رسیدند. این‌ها بحران‌های پیچیده‌ای بود که پیامد ناکارآمدی در سیاست‌گذاری‌های ملی و نظام اقتصادی بین‌المللی به شمار می‌رفت. دولت‌ها و جامعه بین‌المللی، گام‌هایی را برای کاهش خطرهای چنین بحران‌هایی در آینده برداشته‌اند. اگرچه بعضی کشورها عملکردهای درخشانی در زمینه اقتصاد در سطح ملی نشان دادند، اما آمادگی کاملی برای مقاومت در برابر شوک‌های بالقوه بازارهای بین‌المللی نداشتند. ثبات اقتصادی در سطح کلان، ثبات مالی، اقتصاد باز، شفافیت و دولت کارآمد برای تمامی کشورهایی که در بازارهای جهانی فعالیت می‌کنند، ضروری است. هریک از کشورها در یک یا چند مورد از معیارهای بالا ضعیف‌اند. هدف اصلی این فرایند، بازارها هستند تا به صورت شفاف‌تر، کارآمدتر و به‌شکلی برابر فعالیت کنند. صندوق بین‌المللی پول، نقشی کلیدی را برای اجرای این فرایند بازی می‌کند.

## جهانی شدن: نمای کلی

در سال ۱۸۱۷ دیوید ریکاردو در نظریه مزیت نسبی خود نشان داد که بهتر است کشورها به صورت تخصصی، به تجارت کالاهایی بپردازند که در تولید آن کالا سود نسبی دارند. این نکته، نظریه تجارتی را پایه‌گذاری کرد که خود، اساس جهانی شدن است: در یک محیط ایده‌آل جهانی که در آن، کالا، انسان، اطلاعات و پول آزادانه حرکت می‌کنند، شرکت‌ها می‌توانند خط مشی‌ای هماهنگ و ترکیبی را برای فعالیت‌های خود اتخاذ کنند و میدان جنگ، همان جهان خواهد بود. از زمان ریکاردو، میان طرفداران و مخالفان تجارت آزاد، بحث‌های زیادی درباره مزایا و معایب جهانی شدن شکل گرفته است (ریچارد، ۱۹۶۷: ۸۳-۸۹). جدول ۳ این دیدگاه‌ها را به صورت خلاصه نشان داده است.

جدول ۳. فواید اجتماعی جهانی شدن

نظریه‌های مخالف جهانی شدن	نظریه‌های موافق جهانی شدن
موجب محدودیت‌های شدید برای نیروی کار، هم در کشورهای پیشرفته (با از بین رفتن فرصت شغلی) و هم در کشورهای درحال توسعه می‌شود (جهان در حال تجربه این مرحله است).	سبب ایجاد ثروت کلی برای همه کشورها می‌شود؛ چون تخصصی شدن، تجارت را افزایش می‌دهد.
موجب استانداردسازی سلیقه مصرف‌کننده و در نتیجه کاهش تنوع می‌شود، اما در عمل این گونه نشده است.	به دلیل کاهش هزینه، موجب کاهش نرخ تورم می‌شود.
سبب تمرکز قدرت در چند شرکت محدود بین‌المللی می‌شود.	به دلیل کاهش هزینه، موجب کاهش قیمت و سود مشتری می‌شود.
موجب شکل‌گیری قانون جنگل و تسلط شرکت‌های قدرتمند چندملیتی می‌شود.	سبب استفاده بهتر منابع انسانی، مالی و طبیعی می‌شود.
به دلیل بهره‌برداری‌های نامحدود از منابع طبیعی مانند جنگل‌ها، سبب آسیب‌رساندن به محیط زیست می‌شود (تهدید جدی).	به دلیل تجارت بازار آزاد، موجب کاهش فساد می‌شود.

مأخذ: لاسر، ۲۰۰۳

این بحث‌ها در دهه ۱۹۹۰، شکلی کاملاً سیاسی به خود گرفت. در اروپا، پیمان ماستریخ<sup>۱</sup> (۱۹۹۲)، یورو را به‌عنوان واحد پول کشورهای اروپایی تصویب کرد. این پیمان، موجی از مخالفت‌ها و موافقت‌ها را به راه انداخت. از بین رفتن حاکمیت کشورها از یک سو و مزایای ادغام اقتصادی و سیاسی از سوی دیگر، بخشی از دلایل چنین موضعی بود. در آمریکای شمالی، معاهده نفتا<sup>۲</sup> (۱۹۹۵) موجب شکل‌گیری بحث‌های مشابهی شد. در آسیا و پس از بحران اقتصادی ۱۹۹۷، در مورد جهانی شدن، تردیدهایی صورت گرفت و در اواخر همان دهه، سازمان تجارت جهانی در کنفرانسی که با حضور وزرا در سیاتل برگزار شد، به دلیل انتقادهای مردمی از مسئله جهانی شدن نتوانست دستورالعملی برای آغاز به کار داشته باشد.

## نتیجه‌گیری

### الف) فواید جهانی شدن

فواید جهانی شدن را می‌توان از دو دیدگاه ارزیابی کرد: اول از دیدگاه تجاری و رقابتی و دوم از دیدگاه اقتصادی-اجتماعی کلان. از این نظر تمرکز این مقاله، بر دیدگاه تجارت رقابتی است. فواید تجارت رقابتی را می‌توان در چهار دسته تقسیم‌بندی کرد: هزینه، یادگیری، زمان و واسطه‌گری.

1. Muastricht  
2. NAFTA

### ۱. فواید هزینه

ریشه این فواید، از یک سو در اقتصادهای شاخصی است که به فرایند استانداردسازی تولید تعلق دارد. از سوی دیگر، افزایش قدرت چانه‌زنی برای خرید مواد خام، تجهیزات، قطعه‌ها و خدمات، از جمله توانایی سازمان‌دهی یک شبکه لجستیک براساس فاکتورهای مکانی به شمار می‌رود.

### ۲. فواید زمانی

این فواید، با نگرش هماهنگ در آغاز تولید در مراحل اولیه چرخه زنده تولید در یک شرکت چندملیتی هر شرکت زیرمجموعه، نسبتاً آزاد است تا هر نوع تولیدی را برای بازار خود انتخاب کند.

چنین روشی مشکلاتی را در مدیریت چرخه زنده تولید ایجاد می‌کند؛ زیرا تنها پس از یک فرایند طولانی انتخاب کالا توسط همه شرکت‌های زیرمجموعه شرکت می‌توان به حجمی ایده‌آل دست یافت. در اواخر دهه ۱۹۶۰، براساس نظریه معروف تولید چندملیتی با عنوان «نظریه چرخه زنده تولید بین‌المللی»، انتخاب تدریجی کالا براساس سطح اقتصادی و پیشرفت علمی کشورها مبنای کار قرار گرفت. چنین نظریه‌ای، در صورت جهانی‌شدن صنایع، دیگر اعتبار نخواهد داشت؛ صرف مدت‌زمان زیاد برای تولید یک کالا، عواقب خطرناکی به دنبال دارد؛ به‌ویژه اگر کالا چرخه زندگی کوتاهی داشته باشد که این مسئله روزبه‌روز بیشتر درباره کالاها صدق می‌کند. برای مثال، شرکت مایکروسافت، ویندوز 2000 را همزمان در سراسر جهان عرضه کرد.

### ۳. فواید یادگیری

این فواید، از مبادله هماهنگ اطلاعات درباره بهترین خط مشی‌ها و افراد در بین شرکت‌های زیرمجموعه حاصل می‌شود. چنین مبادله‌هایی، هزینه‌های سنگین تولید پیشین را حذف می‌کند و جمع‌آوری اطلاعات و تجربه‌ها را سرعت می‌بخشد. در کشور تایلند، شرکت تایلندی یونیلیور<sup>۱</sup> راهبردی ابداعی را در زمینه تولید و بازاریابی بستنی ابداع کرد و به انجام رساند. این تجربه، به‌عنوان الگویی برای دیگر کشورهای منطقه اقیانوس آرام به کار گرفته شد. بدین ترتیب، این شرکت توانست به‌عنوان ابداع‌کننده این نوآوری، از امتیازهای آن استفاده کند. چنین نمونه‌ای نشان می‌دهد که چه امتیازهایی از مبادله هماهنگ بهترین خط مشی‌ها به دست می‌آید.

### ۴. فواید واسطه‌گری

فواید واسطه‌گری هنگامی ایجاد می‌شود که شرکتی که به‌صورت جهانی مدیریت می‌شود، با استفاده از منابع یک کشور، برای منافع یک شرکت وابسته در کشور دیگر، از این مزایا استفاده می‌کند. این مزایا ممکن است مزایای مستقیم رقابتی یا غیرمستقیم هزینه‌ای باشند. مزیت رقابتی را می‌توان با مثال بازی شطرنج درک کرد؛ به‌عنوان مثال، برای بسیج کردن منابع رقبا در آن کشور، وارد جنگ قیمت شدند و آن‌ها را از جریان پول نقد - که می‌تواند در جایی دیگر استفاده شود - محروم کردند. شرکت «Good Year» که یکی از شرکت‌های بزرگ لاستیک‌سازی در آمریکاست، هنگامی که در دهه ۱۹۷۰ از این راهکار استفاده کرد، شرکت «Michelin» از فرانسه به آمریکای شمالی منتقل شد. شرکت Good Year که سهم اندکی در بازار اروپا داشت، وارد جنگ قیمت‌ها شد که به دنبال آن، شرکت میشلن برای مقابله مجبور شد قیمت تولیدهای خود را کاهش دهد و در نتیجه، برای توسعه شعبه‌هایش در آمریکا، برنامه‌های اقتصادی خود را محدودتر سازد. نوع دیگری از واسطه‌گری، نتیجه تفاوت هزینه در عناصری چون مالیات، اینترنت و احتمالاً کاهش خطر از راه جمع‌آوری منابع است.

این چهار امتیاز واقعی‌اند، اما به دست آوردنشان در گرو فراهم آمدن شرایطی است. انتخاب آن‌ها باید با امتیاز رقابتی واقعی اندازه‌گیری شود؛ امتیازهایی که آن‌ها برای شرکت‌ها فراهم می‌آوردند.

### ب) مشکل‌های پیش روی جهانی شدن

به نظر می‌رسد یکی از انتقادهایی که درباره فرایند جهانی شدن مطرح می‌شود این است که جهانی شدن، در حال ایجاد یک فرهنگ بین‌المللی همگون شده براساس درصد اندکی از صادرات شرکت‌های چندملیتی غرب است. دیگر انتقادات به تأثیر جهانی شدن بر دولت‌های محلی<sup>۱</sup> مربوط می‌شود.

پیش از این، به این نکته اشاره شد که افزایش جهانی شدن تولیدها و منابع جهانی، بر استقلال تصمیم‌گیری دولت‌ها تأثیر منفی می‌گذارد. هر قدر که فاصله جغرافیایی محل تولید کالا و ارائه خدمات، از مصرف‌کننده بیشتر باشد، قدرت کنترل و نفوذ دولت کاهش می‌یابد؛ چرا که اقتصاد محلی، زیر تأثیر بازارهای خارجی قرار دارد. این رویداد، به دلیل پیشرفت‌های نوین در مخابرات و حمل‌ونقل، وخیم‌تر شده است.

در این مدت اخیر، برای نخستین بار این امکان به وجود آمده که تصمیم‌های مربوط به تولید داخلی، به طور روزانه از خارج کشور گرفته شود و در زمینه تصمیم‌گیری، از مسئولان کشور، کمتر استفاده شود. کاهش هزینه‌های حمل‌ونقل بر اتصال تولیدهای داخلی به دیگر نقاط جهان، تأثیر شایان توجهی داشته است. در همین زمان، کاهش قدرت تصمیم‌گیری مسئولان کشوری، با افزایش قدرت تصمیم‌گیری شرکت‌های چندملیتی همراه بوده که معمولاً اولویت‌های این شرکت‌ها با اولویت‌های جوامع محلی، بسیار متفاوت است. از آنجا که این جوامع، منابع بسیار کمتری نسبت به شرکت‌های چندملیتی دارند و نمی‌توانند به دولت رشوه پرداخت کنند، توانایی زیادی برای رقابت با این شرکت‌های چندملیتی ندارند. تأثیر منفی دیگر جدایی تولید از مصرف، حمایت مصرف‌کنندگان از آثار تولید است. ملموس‌ترین مثال این پدیده، نیاز کشورهای صنعتی به تأمین منابع از کشورهای در حال توسعه است.

کاهش منابع داخلی، بیشتر به عنوان عاملی بازدارنده در افزایش بی‌رویه اقتصاد عمل کرده است، اما در دنیای امروزی، مصرف بیش از حد می‌تواند به شکلی گسترده، موجب کاهش منابع در سطح جهانی شود؛ بنابراین، اگر منبعی در سطح داخلی کاهش یابد، برای همیشه در آن کشور از میان رفته است، اما اگر در سطح جهانی کاهش یابد، تا ابد برای انسان از بین رفته است. مثال دوم تجارت بین‌المللی، آلودگی است. اگر کشورهای ثروتمند، آلودگی را به کشورهای فقیرتر سرایت دهند، آمار بازدارنده طبیعی برای کنترل آلودگی در سطح داخلی از میان می‌رود؛ بنابراین، آلودگی تهدیدی برای کل کشورها به شمار می‌آید و تنها محدود به یک کشور نیست.

طرفداران جهانی شدن بر این باورند که این فرایند، موجب رشد بیشتر و سریع‌تر اقتصاد می‌شود. بعضی منتقدان این عقیده را می‌پذیرند، اما اذعان دارند که از دیدگاه اجتماعی، جهانی شدن موجب افزایش فرهنگ مصرف‌گرایی می‌شود و این مصرف‌گرایی ممکن است به بهای از میان رفتن طیف گسترده‌ای از ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی تمام شود. از دیدگاه بوم‌شناختی، مصرف‌گرایی افراطی، در نهایت، به کاهش منابع طبیعی و نیز کاهش توانایی طبیعت در حذف آلودگی منجر می‌شود؛ بنابراین، مخالفان جهانی شدن عقیده دارند که در فرایند جهانی شدن، برای رسیدن به رشد اقتصادی، منابع طبیعی به سرعت از بین می‌روند.

## منابع

1. Wiley, J., 2000, **Trading**, Wiley and Sons, New York, pp.1-27.
2. Lasserre, Ph., 2012, **Global Strategic Management**, Palgrave Mac Milan: New York.
3. Collins, H., 1997, **Approach to management**, New York.
4. Adams, H., 1931, **The Education of Henry Adams**, Modern Library, New York.
5. Amnesty International, 1998, **Human Right Principles or Companies, All index Number ACT**, Amnesty International Publications, Wcixodj, London.
6. Amor, D., 2000, **The E-Business (R) Evolution; Living and Working in an Interconnected World**, Prentice Hall PTR, London.
7. Beitz, C., 1979, **Political Theory and International Relation**, Princeton University Press, Princeton.
8. Cerutti, F., 2007, **Global Challenges for Leviathan: A political Philosophy of Nuclear Weapons and global worming Lanham**, Lexington Books, MD.
9. Crafts, N., 2000, **Globalization and Growth in the Twentieth Century**, IMF Working paper, pp. 90-93.
10. Darity J. W. and Hews, 2005, **Trade and Uneven Development**, Cambridge Journal of Economics, Vol. 29, No. 1, pp. 52-63.
11. Daulaire, N., 1999, **Globalization and DeveloPment**, Vol. 42, pp. 22 -24.
12. Falk, Richard, 1999, **Predatory Globalizations**, polity press, Cambridge.
13. Fraser, J. N, and Jeremy, O., 1997, **What's New About Globalization?** Mckinsey, Quarterly, pp. 170 – 176.
14. Mahathir Bin M., 1996, **Globalization: What It Means to Small Nations**.
15. Mill, J. S, 1986, **Principles of Political Economy**, Oxford University Press.
16. Neill, H., 2001, **Globalization Competitiveness and Human Security**, Globalization, Technology and Trade in The 21<sup>st</sup> century, pp. 462 – 469.
17. Ricardo, D., 1967, **The Principles of Political Economy and Taxation**, Irwin, Home wood, pp. 83-89.
18. Rodrik, D., 1997, **Globalization Gone Too Far?** January, P 72.
19. Rodrik, D., 1999, **The New Global Economy Developing Countries, Making Openness work**, Washington D.C., Overseas Development Council.
20. The Economist, 2001, **Globalization and Its Critics: A survey of Globalization**, The Economist, 29 sep, pp. 5-6-7.
21. **The Globalization Website**, maintained by Frank Lecher (Emory University).
22. **Third World Economics Trends & Analysis**, N. 168-1-15 september, 1997.