

بین المللی شدن سرمایه‌ی انحصاری

اثر مشترک جان بلیمی فاستر، رابرت دبلیو مک‌چسنی و آر. جمیل جونا

(قسمت پنجم، ششم و هفتم)

ترجمه‌ی پویان کبیری

یادداشت مترجم:

این مقاله اخیراً در مجله‌ی مانتلی ریویو (بررسی ماهانه)، دوره‌ی ۶۳، شماره‌ی ۴، به تاریخ ژوئن ۲۰۱۱ منتشر گردیده است. از آن جا که این مطلب مکمل و در پیوند با دو مقاله‌ی ترجمه شده‌ی پیشین با عناوین "بیش و کم در باره‌ی جهانی شدن" اثر پال سوئیزی و "مالی شدن انباشت" از جان بلیمی فاستر می‌باشد، لذا به ترجمه و نشر آن اقدام نمودیم. باشد که برای خواننده‌گان فارسی زبان علاقه‌مند به این گونه مباحث، مفید واقع شود. نگارنده‌گان آن: جان بلیمی فاستر (John Bellamy Foster) سردبیر مجله‌ی مانتلی ریویو و استاد جامعه‌شناسی دانشگاه اورگان، رابرت دبلیو مک‌چسنی (Robert W. McChesnet) نویسنده، روزنامه‌نگار، فعال سیاسی و استاد ارتباطات در دانشگاه ایلینویز و آر. جمیل جونا (R. Jamil Jonna) نامزد دکترای جامعه‌شناسی در دانشگاه اورگان می‌باشند.

هر چه شرکت‌های پیش‌تر و پیش‌تری با تکیه‌ی کم‌تر بر روی مالکیت مستقیم انحصاری و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، فعالیت‌های غیراستراتژیک خود را بیرونی می‌سازند، بئاتریس آپپای (Beatrice Appay) اقتصاددان سیاسی فرانسوی استدلال می‌کند که: "آن‌ها هم‌چنان به حفظ و تداوم سطح بالائی از کنترل از طریق قراردادهای جانبی یا زیرمجموعه‌های خود ادامه می‌دهند". با این حال، این گرایش در تعریف استاندارد شرکت‌های چندملیتی که براساس سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی است و نافی شکل غیرمستقیم کنترل می‌باشد، نمایان نیست و به همین خاطر ماسکی بر میزان واقعی قدرت این شرکت‌ها می‌زند. شرکت‌هایی مانند نایک و اپل (Nike and Apple) (که تولیدات خود را به صورت جانبی به چین داده‌اند) صرف‌نظر از فقدان نسبی سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی‌شان، به درستی به عنوان شرکت‌های چندملیتی انحصاری - که میزان سود بسیار بالائی را از طریق فعالیت‌های بین‌المللی خویش و اعمال کنترل استراتژیک بر خطوط عرضه‌شان به دست می‌آورند - دیده می‌شوند.

مضاف این که، بسیاری از این شرکت‌ها با سطح بالائی از سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، مانند جنرال الکتریک، خود از اصلی‌ترین پیمان‌کاران فرعی بین‌المللی هستند. درعین حال، جنرال الکتریک برای تهیه‌ی قطعات الکترونیکی خود به شدت متکی به فلکس‌ترانیک (Flextronics) مقاطعه‌کار فرعی سنگاپوری و کِلون (Kelon) چینی می‌باشد. یکی از خصوصیات دنیای قراردادهای جانبی این است که یک مقاطعه‌کار فرعی ممکن است به طور هم‌زمان برای چندین شرکت غول‌آسای مختلف کار کند، که در این رابطه به جای رقابت، ناچار به تئانی‌ست. بنابراین فلکس‌ترانیک، به عنوان یکی از بزرگ‌ترین پیمان‌کاران فرعی جهان در تولید الکترونیک، نه تنها قطعات جنرال الکتریک، بلکه هم‌چنین هانی‌ول (Honeywell)، کامپک (Compaq)، پرات و ویتنی (Pratt and Whitney)، نرتل (Nortel) و دیگران را تأمین می‌نماید. ۱۹

موانع درک الیگابلی بین‌المللی

به شکل عجیبی، تمرکز بحث‌های سیاسی و اقتصادی بر روی رقابت روزافزون بین‌المللی بوده است، تا جایی که رشد واقعی اقتصاد جهانی بیش‌تر انحصاری تا حد زیادی، حتی از سوی چپ‌ها نیز، نادیده گرفته شده است. چیزی که درک تغییر جهت به سمت یک اقتصاد جهانی تحت تسلط الیگاپلی رقابت-تباری بین‌المللی را خیلی سخت نموده است، در درجه نخست مربوط به پنج انسداد و مانع عمومی در تفکر ما می‌باشد: ۱- گرایش به اندیشیدن درباره‌ی مقولات اقتصادی صرفن از دیدگاه ملی، به جای دیدگاهی بین‌المللی؛ ۲- بُت‌گونه‌پرستی "بازار"، به استثنای تجزیه و تحلیل کردن قدرت شرکت‌ها؛ ۳- چیزی که آن را "ابهام رقابت" می‌نامیم؛ ۴- تصویری که می‌پندارد مالی‌شدن و فن‌آوری‌های ارتباطی جدید، رقابت جهانی غیرقابل توقفی را به‌وجود آورده است؛ و ۵- یک اشتباه دسته‌ای رایج در سطح بین‌المللی که رقابت بین سرمایه‌ها را با رقابت بین کارگران دچار سردرگمی می‌نماید.

در بحث رقابت بین‌المللی در مورد هر ملت-دولتی به ویژه در مورد ایالات‌متحده- که مدت‌های مدیدی از هژمونی اقتصادی بلامنازعی در اقتصاد جهانی برخوردار بوده است- فرض بر این است که رقابت بین‌المللی، تا وقتی که تمرکز صنعتی و درجه‌ی انحصار در آن کشور مورد حمله و تضعیف قرار می‌گیرد، به ساده‌گی تداوم پیدا می‌کند. معروف‌ترین نمونه‌ی آن تضعیف الیگاپلی مستحکم خودروسازان آمریکائی در دیترویت به عنوان نتیجه‌ی حاصله از تهاجم خارجی، به خصوص شرکت‌های ژاپنی می‌باشد. با این حال، آنچه که غالب‌کم‌تر به رسمیت شناخته شده این است که این تضعیف بخشی از تغییر جهت به سمت تجمع و تمرکز تولید در سطحی بین‌المللی بود. "همان‌طور که کمپانی‌های آمریکائی در رقابت دهه‌های ۷۰ و ۸۰، توسط ایستگاه‌های فرعی در صنایع مختلف سقوط کردند"، گلامبوس (Galambos) در نوشته‌ی "پیروزی انحصارچندجانبه" در سال ۱۹۹۴ مشاهده نمود که "الیگاپلی یا انحصارچندجانبه‌ی جهانی جدیدی شروع به پدیدارشدن نمود... صرف‌نظر از نتیجه‌ی این رقابت، شکلی که به نظر می‌رسد به احتمال بسیار زیاد به ظهور برسد انحصار چندجانبه‌ی جهانی است." ۲۰

درحقیقت، پنج شرکت چندملیتی، که دوتای آن‌ها (جنرال موتورز و فورد) آمریکائی هستند، در حال حاضر تقریباً نیمی از تولید خودرو جهان را در اختیار دارند، در حالی که ۱۰ شرکت کنترل ۷۰ درصد از تولید جهان را در دست دارند. بنابراین در حال حاضر الیگاپلی تولید خودرو در مقیاسی جهانی وجود دارد و تمام شرکت‌های اصلی آن نیز در سطحی جهانی فعال هستند. ۲۱

انسداد فکری دوم ما، تعیین رایج روابط اقتصادی از نظر نیروهای انتزاعی اقتصادی و جریان بازار و درعین حال نادیده‌گرفتن نقش شرکت‌های غول‌آسا در شکل دادن به زمینه‌ی اقتصادی می‌باشد. مفهوم بازار آزاد در تئوری اقتصاد امروزی معنای واقعی کمی دارد، به جز این واقعیت که صراحتن دولت را جدا کرده و به طور ضمنی همه‌ی ملاحظات نهادهای قدرت در درون اقتصاد یعنی نقشی که توسط شرکت‌های غول‌پیکر بازی می‌شود را مستثنا می‌کند. ۲۲

سوم، مانع جدی در تفکر ما نسبت به این موضوع را بایستی در ابهامات موجود پیرامون مفهوم رقابت پیدا نمود. این از یک سو، معمولن در علم اقتصاد و از سوی دیگر از جنبه‌ی بیش‌تر محاوره‌ای (از جمله کسب و کار) درک می‌گردد. در تئوری اقتصادی، رقابت به مفهوم کامل آن مبتنی بر وجود تعداد زیادی از شرکت‌های کوچک است که هیچ‌یک از آن‌ها نیز قدرتی برای کنترل بازار را ندارند. رقابتی دیگر گرچه وجود دارند، اما اساس نانشناس هستند. بنابراین، رقابت مستقیم بین شرکت‌ها در حداقل یا در سطحی بسیار نازل است. نگاه به آن از این نقطه نظر، همان‌گونه که اقتصاددانان بسیاری، از جمله میلتون فریدمن (Milton Friedman)، اشاره کرده‌اند، رقابت شدید که اغلب مشخصه‌ی بازارهای الیگاپلیستیک یعنی به انحصار درآمده است، از نظر اقتصادی به انحصار نزدیک‌تر است تا رقابت، امروز رقابت تقریباً همراه با انحصار می‌باشد. ۲۳ از این رو، "ابهام در رقابت است". ۲۴

در واقع، قرینه‌ی دیالکتیکی چنین رقابت الیگاپلیستیکی (که اغلب با رقابت ساده اشتباه گرفته می‌شود) گرایش به سوی تباری‌ست، به‌ویژه جایی که تهدید به رقابت مخرب قیمت‌ها بین غول‌ها مطرح می‌باشد. منطق این روند توسط پال باران (Paul Baran) و پال سوئیزی (Paul Sweezy) در سرمایه‌ی انحصاری به خوبی شرح داده شده است:

نمونه‌ی معمول شرکت غول‌پیکر... یکی از چندین شرکتی‌ست که کالا تولید می‌کنند و هر یک کم و بیش جای‌گزین مناسبی برای یکدیگرند. وقتی یکی از آن‌ها قیمت‌اش را متفاوت از دیگران می‌نماید، اثر آن بلافاصله توسط دیگران احساس می‌شود اگر شرکت الف قیمت‌اش را کاهش می‌دهد، ممکن است که برخی از تقاضاهای جدید را در نظر

گرفته شده باشد. اما تأثیر اصلی در واقع برای جذب مشتریان و دوری آن‌ها از شرکت‌های ب، ث و د خواهد بود. این شرکت‌ها نیز در صورتی که حاضر به رها کردن کسب خویش به شرکت الف نباشند، با کاهش قیمت‌هایشان حتا پائین‌تر از نرخ شرکت الف، اقدام به تلافی می‌کنند. حرکت اولیه‌ی شرکت الف در واقع برای بالا بردن سود آن انجام گرفته بود. ولی نتیجه‌ی حاصله ممکن است کل مؤسسه را در یک وضعیت بدتر قرار دهد...

شرایط بازار بی‌ثبات از این نوع در مراحل اولیه‌ی سرمایه‌داری انحصاری امری بسیار معمول بود و هنوز هم هر از گاهی اتفاق می‌افتد. اما خصیصه‌ی سرمایه‌داری انحصاری امروز نیست. و واضح است که این‌ها برای شرکت‌های بزرگ با آن میل وافرشان به نگاه به آینده، برنامه‌ریزی دقیق و شرط‌بندی تنها بر روی مسائل حتمی، نفرت‌انگیز می‌باشند. بنابراین جلوگیری از چنین موقعیت‌هایی، به عنوان امری ناگزیر برای انجام منظم و سودآور کسب و کار، به اولین نگرانی و دغدغه‌ی خطمشی شرکت تبدیل می‌شود.

هدف به وسیله‌ی مصلحت ساده‌ی ممنوع کردن کاهش قیمت‌ها، به عنوان یک سلاح مشروع جنگ اقتصادی، به دست می‌آید. طبیعتن همه‌ی این قضایا به یک‌باره اتفاق نیافتاده یا به عنوان تصمیمی آگاهانه رخ نداده است. این موضع‌گیری در برابر کاهش قیمت‌ها، مانند تابوهای قدرتمند دیگر، به مرور رشد کرده و از دل تجربه‌های طولانی و اغلب تلخ بیرون آمده و قدرتش ناشی از این واقعیت است که این امر در خدمت به منافع نیروهای قدرتمند جامعه است. تا وقتی که این موضوع پذیرفته شده و تحت‌نظر باشد، ایهامات با عدم اطمینان‌های خطرناک از تعقیب عقلانی سود حداکثر، حذف می‌گردد. ۲۵

با توجه به این تحلیل، شرکت‌های عمده در یک صنعت بالغ یا توسعه‌یافته در واقع رقبا‌ی محض یکدیگر نیستند، بلکه ترجیحاً رقبا‌ی الیگاپلیستیکی (چندجانبه‌ای) هستند که به گفته‌ی جوزف شومپیتر در گیر "قیمت‌گذاری مورد قبول و احترام" برای همدیگرند. ۲۶

هیچ یک از چنین رقبا‌ی نمی‌تواند بدون توقع تلافی از سوی دیگر رقبا‌ی، اقدام به کاهش قیمت‌ها نماید. با توجه به ماهیت مخرب چنین جنگ قیمتی، همان‌طور که باران و سوئیزی مطرح نمودند، تمایل به سمت تبانی در عرصه‌ی قیمت‌هاست. کاهش قیمت‌ها در صنایع متمرکز بسیار نادر است، درحالی که افزایش قیمت‌ها توسط شرکت‌ها معمولن پشت سر هم می‌باشد و شایع‌ترین شکل آن نیز رهبری تعیین قیمت از سوی بزرگ‌ترین شرکت در آن صنعت است.

استدلال ما این است که با تمرکز، مرکزیت یافتن و گسترش شرکت‌های چندملیتی در مقیاسی جهانی، که در حال حاضر به طرز فزاینده‌ای بر تولید جهانی حاکمیت دارد، ماهیت رقابت نه فقط در سطح ملی، بلکه اینک در سطح بین‌المللی نیز تغییر یافته است. بنابراین، ادوارد گراهام (Edward Graham) و پال کروگمن (Paul Krugman) اقتصاددانانی که در سال ۱۹۹۵ در سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در ایالات متحده‌ی آمریکا نوشتند که مسیر سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (FDI)، به میزان قابل توجهی، به سوی تولید "رقابت انحصاری الیگاپلیستیک" است. ۲۷

در حال حاضر شرکت‌های مسلط برای مزایای انحصاری بیش‌تر که حاصل کنترل استراتژیک بر عناصر مختلف تولید و توزیع می‌باشد، در تلاش هستند و در عین حال در برابر رقابت قیمت واقعی نه تنها در سطح ملی، بلکه همچنین در سطح بین‌المللی نیز مقاومت می‌ورزند.

انسداد رایج چهارم در تفکر ما این تصور است که رشد مالی و فن‌آوری‌های ارتباطی دیجیتال جدید به شدت بر بازار رقابت به بهای گرایش به سمت انحصار - انحصار چندجانبه افزوده است. اما مالی‌شدن و دیجیتالی‌شدن در واقع کاملن به توسعه و بلوغ شرکت‌های عظیم مرتبط است. سرمایه‌ی مالی، شرکت مدرن را امکان‌پذیر ساخت و به تمرکز سرمایه به ویژه از طریق ادغام و مالکیت سرعت بخشید. در دوران کنونی سرمایه‌ی مالی انحصاری جهانی، سرمایه‌ی مالی که زمانی تثبیت ملی قدرت اقتصادی را ترویج می‌کرد، اینک به گسترش نقش آن در تحکیم شرکت در سطح جهانی مشغول است. علاوه بر این، خود شرکت‌های مالی به شکل فزاینده‌ای در معرض تمرکز و مرکزیت‌یابی در مقیاس جهانی قرار گرفته و به بخشی از مهاجرت فراملی سرمایه تبدیل شده‌اند. فن‌آوری اطلاعات، که زمانی تصور می‌شد هموارکننده‌ی بزرگ باشد، خود تحت انحصار جهانی درآمده و در عین حال به طور کلی روند انحصار را تقویت نموده است. ۲۸

زیرنویس‌ها:

- ۱۹- بئاتریس آپیای (Beatrice Appay)، "تمرکز اقتصادی و برونی ساختن نیروی کار"، مجله‌ی دموکراسی صنعتی و اقتصادی، دوره‌ی ۱۹، شماره‌ی ۱، سال ۱۹۹۸، صفحه‌ی ۱۶۱؛ یادونگ لو (Yadong Luo)، شرکت چندملیتی در بازارهای نوظهور (کینهاگ: انتشارات کسب و کار کینهاگ، ۲۰۰۲)، صفحات ۱۹۹ و ۲۰۰. هم‌چنین نگاه کنید به کیت کاولینگ (Keith Cowling) و راجر ساگدن (Roger Sugden)، سرمایه‌داری انحصاری چندملیتی (نیویورک: انتشارات سنت مارتینز) شماره‌ی ۳، صفحات ۸۸ تا ۹۰.
- ۲۰- لوئیس گلامبوس (Louis Galambos)، "پیروزی انحصار چندجانبه"، در چشم‌انداز توسعه‌ی اقتصادی در آمریکا توسط توماس وایس (Thomas Weiss) و دونالد شیفر (Donald Schaefer)، پرینستون: انتشارات دانشگاه پرینستون، ۱۹۹۴، صفحه‌ی ۲۵۲.
- ۲۱- تولید خودرو جهان در سال ۲۰۰۹، بررسی سازمان خبرنگاران غیر دوگانه (OICA)، <http://oica.net>.
- ۲۲- نگاه کنید به جیمز ک. گالبریت (James K. Galbraith)، دولت درنده (نیویورک: مطبوعات آزاد، سال ۲۰۰۸)، صفحات ۱۹ تا ۲۴.
- ۲۳- میلتون فریدمن (Milton Friedman)، سرمایه‌داری و آزادی (شیکاگو: انتشارات دانشگاه شیکاگو، ۱۹۶۲)، صفحات ۱۱۹ و ۱۲۰.
- ۲۴- فاستر (Foster)، مک‌چسنی (McChesney) و جونا (Jonna)، "انحصار و رقابت در قرن بیست و یکم"، صفحات ۱۳ تا ۱۹.
- ۲۵- پال باران و پال سوئیزی، "سرمایه‌ی انحصاری" (نیویورک: انتشارات مانته‌لی ریویو، ۱۹۶۶)، صفحات ۵۷ تا ۵۹.
- ۲۶- جوزف ای. شامپیتر (Joseph A. Schumpeter)، "سرمایه‌داری، سوسیالیسم و دموکراسی" (نیویورک: انتشارات هارپر و برادران، ۱۹۴۲) صفحه‌ی ۹۰.
- ۲۷- ادوارد ام. گراهام (Edward M. Graham) و پال آر. کروگمن (Paul R. Krugman)، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در ایالات متحده‌ی آمریکا (واشنگتن دی سی: انستیتوی بین‌المللی اقتصاد، ۱۹۹۵)، صفحه‌ی ۱۹۳.
- ۲۸- جان بلیمی فاستر و رابرت دبلیو مک‌چسنی، ازدواج نامقدس اینترنت با سرمایه‌داری، مانته‌لی ریویو، دوره‌ی ۶۲، شماره‌ی ۱۰، مارچ ۲۰۱۱، صفحات ۱ تا ۳۰.

مندرج در نشریه‌ی پیام سیاهکل، ارگان سازمان ۱۹ بهمن، شماره‌های ۱۰، ۱۱ و ۱۲

بازگشت