

10 شركات ريادة تسيطر على كل ما تشتربه



إن كنت تعيش في دولة لا تطبق سياسة الحماية الاقتصادية والثقافية، فهذا يعني أنك ترى منتجات هذه الشركات في أغلب ما تشتربه من المنتجات اللازمة للحياة اليومية، من بينها منتجات لم تعد تُفارقك إذا قررت أن تشرب مشروبًا بجوار وجبة الطعام، أو منتجات لن تفارقك حينما تغسل وجهك في الصباح، حيث لم تُقرر تلك الشركات التوسع دوليًا فحسب، بل قررت أيضًا أن تحتكر الصناعات التي برعت فيها للأبد.

لماذا تقرر الشركات أن تتوسع دوليًا؟ هناك أسباب كثيرة قادرة على إجابة هذا السؤال، أولها سبب يُفسر كثير من التاريخ الاستعماري للدول الغربية مثل فرنسا وبريطانيا، وهو السيطرة على المواد الخام، إلا أن المصطلح صار أكثر نعومة في عالم التجارة الحديثة ليتحول من سيطرة على المواد الخام إلى البحث عن مواد خام رخيصة، من أجل الإنتاج بكفاءة أكثر من خلال التكلفة الأقل.

بناءً على ذلك قررت كثير من الشركات الريادة أن تبني مصانع خاصة بها بعيدًا عن موطنها الأم، لكي تستغني عن عناء نقل المواد الخام المكلف للمركز الرئيسي، وتبدأ في التصنيع في مكان قريب من مكان الحصول على المواد الخام، ومن ثم بدأت تلك المصانع في عقد شراكات مع الشركات المحلية واتفاقيات مع الموردين المحليين من أجل بيع بضائعها أيضًا في تلك الأسواق، لتخطو الشركة بذلك خطواتها الأولى نحو التوسع دوليًا.

في البداية لم يكن التوسع دوليًا بمثابة تهديد كبير للشركات المحلية الموجودة في كل دولة، ولكن حينما بدأت الشركات الريادة في الهجوم، أي الإنتاج بتكلفة أقل وبسرعة أكبر وبجودة أفضل واحترافية في التوزيع لمختلف المناطق حتى ولو كانت نائية داخل كل بلد، بدأت الشركات الريادة تسحب البساط من تحت الشركات المحلية، لتبدأ مرحلة جديدة بعد سحب الزبائن المحليين إليها في كل بلد قررت التوسع فيه.

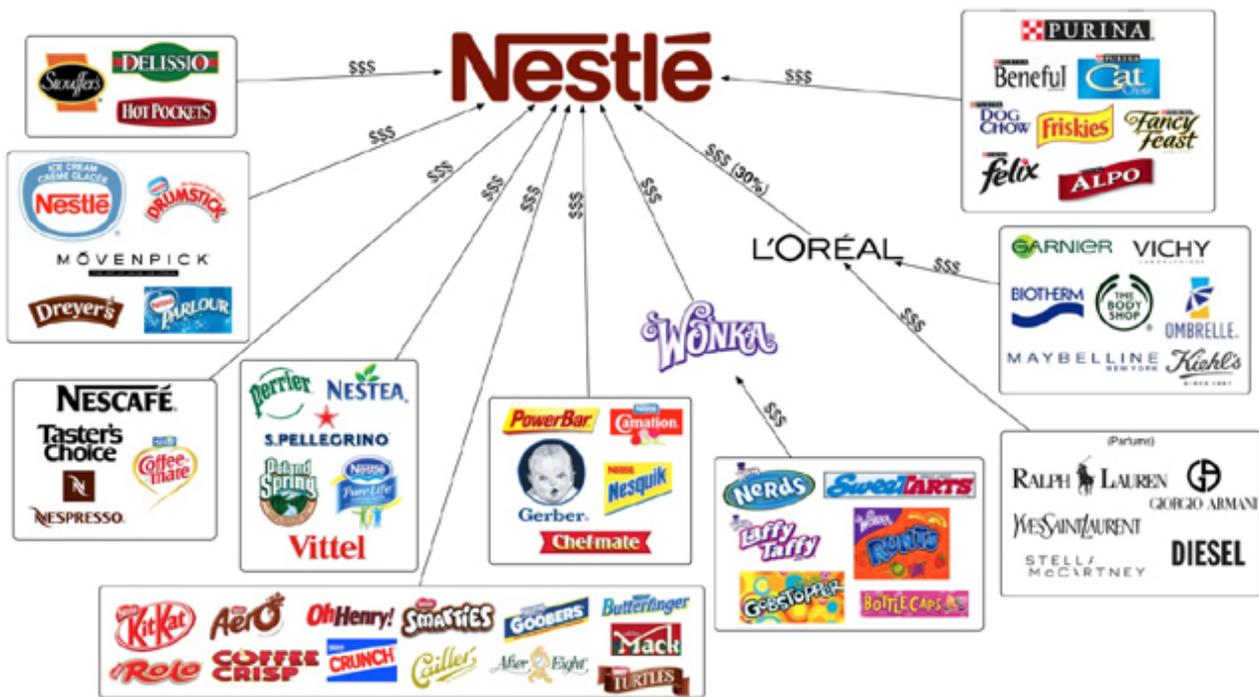
بعد أن تقتنص الشركات الريادية فرصة التوسع دوليًا واحتكار الأسواق المحلية في كل بلد ارتحلت إليه، تبدأ مرحلة فرض ما تنتجه على السوق، ولأن محاولة "توحيد" المنتجات التي تنتجها الشركة في كل أنحاء العالم أسهل من تصنيع منتج خاص بكل بلد تتوسع فيه، ركزت الشركات الدولية والمؤسسات متعددة الجنسيات أن تُقارب ما بين أذواق الزبائن في مختلف أنحاء العالم، وأن تخلق ما يُعرف بـ"المنتجات الكونية" التي تُناسب كل الناس في أي مكان.

كان توحيد الخدمة هدفًا من أهداف الشركات متعددة الجنسيات وأي شركة تعمل في أكثر من دولة، وهو مبدأ يتمشى بالتوازي مع توحيد المنتجات، فنجد أن الشركة تبيع نفس المنتجات تقريبًا في كل بلد بنفس الأشكال والتصاميم، ويُقدم للمستهلك نفس الخدمة تقريبًا بنفس الطريقة، فإذا ذهبت إلى محلات البيع الخاصة بشركة "آبل" ستجدهم عارضين نفس المنتجات الموجودة في البلد الأم، الولايات المتحدة الأمريكية، ويقدمون إليك الخدمات ذاتها بنفس الجودة.

بعد أن تقتنص الشركات الريادية فرصة التوسع دوليًا واحتكار الأسواق المحلية في كل بلد ارتحلت إليه، تبدأ مرحلة فرض ما تنتجه على السوق

استفادت مما سبق شركات ريادة عشرة تسيطر تقريبًا على أغلب المشتريات التي تشتريها في حياتك اليومية، بداية من المنتجات التي تستخدمها لغسل وجهك في الصباح وحتى المنتجات التي تأكلها وتشربها، تُحقق هذه الشركات مليارات من الدولارات كأرباح يومية فقط، وتوظف مئات الآلاف من الموظفين في جميع أنحاء العالم.

1- نستله (Nestlé)



يعرف الكثير منا الشركة السويسرية "نستله"، وهي أكبر شركات التغذية لصناعة المواد الغذائية والمشروبات في العالم، توجد الشركة في 189 دولة حول العالم، وتملك ما يقرب من 2000 علامة تجارية مختلفة، توظف الشركة نحو 328 ألف موظف في فروعها المختلفة حول العالم، حيث بلغت مبيعاتها ما يقارب 90 مليار دولار، كما تبلغ قيمتها في السوق نحو 230 مليار دولار.

طورت شركة نستله بعضًا من العلامات التجارية الخاصة بها، مثل نسكافيه القهوة سريعة التحضير

وحلوى "كيت كات" و"نيسكويك" كما تُصنع الشركة كثير من المنتجات المختلفة للحلوى والمشروبات والآيس كريم، ولكن بعيدًا عن ذلك تمتلك شركة نستله بعض من الشركات التي قد تكون تتعامل معها ولم تعرف أنها مملوكة لنستله، مثل شركة "لوربال" الخاصة بمستحضرات التجميل، أو "غارنييه" الخاصة بتصنيع منتجات العناية بالبشرة والشعر، كما تملك نستله شركة "رالف لورين" و"جيورجو أرماني" التي تباع الأزياء والساعات والحقائب.

2- كوكاكولا



الشركة التي يعرفها الجميع من مشروباتها الغازية المعروف بنفس الاسم الذي خرجت به الشركة كمنتج ريادي منذ عام 1892 من مقرها الرئيسي في الولايات المتحدة الأمريكية، اشتهرت الشركة بمنتجات المشروبات الغازية التي طورتها وأصبح لها عدة علامات تجارية خاصة بها، مثل كوكاكولا زيرو أو فانتا أو سبرايت، كما تمتلك الشركة علامات تجارية خاصة بالمياه المعبأة مثل شركة "داساني" التي تنافس الشركات المحلية في تلك الصناعة في كثير من دول العالم.

بحسب الموقع الرسمي للشركة فإنه يمكن لـ 95% من الكثافة السكانية في العالم التعرف على شعار الشركة الأحمر والأبيض، كما يقترن اسم الشركة مع الشعور بالسعادة بحسب ما تصفه الشركة على موقعها الرسمي.

تملك شركة كوكاكولا أكثر من 100 ألف موظف حول العالم، مما يجعلها أكبر شركة مشروبات في العالم، تعمل في 200 دولة حول العالم

3- بي & جي (G&P)



لا يخلو أي منزل من منتجات الشركة الأمريكية "بروكتير & جامبل"، التي تبلغ قيمة إيراداتها نحو 70 مليار دولار (2016)، تنتج الشركة منتجات استهلاكية وصحية مثل مساحيق الغسيل والصابون ومختلف أنواع المنظفات المستخدمة في المنزل.

تمتلك الشركة الكثير من العلامات التجارية التي ظننا أنها شركات مستقلة بأنفسها، مثل العلامة التجارية الشهيرة لحفاضات الأطفال "بامبرز"، وكثير من مستحضرات التجميل والصابون مثل "باتنين" و"هيد آند شولدرز" للمرطبات والصابون بالإضافة إلى كثير من أنواع المنظفات ومساحيق الغسيل مثل "آربل" و"تايد"، بالإضافة إلى شركة "جيليت" لآلات الحلاقة.

4- جونسون & جونسون (Johnson & Johnson)

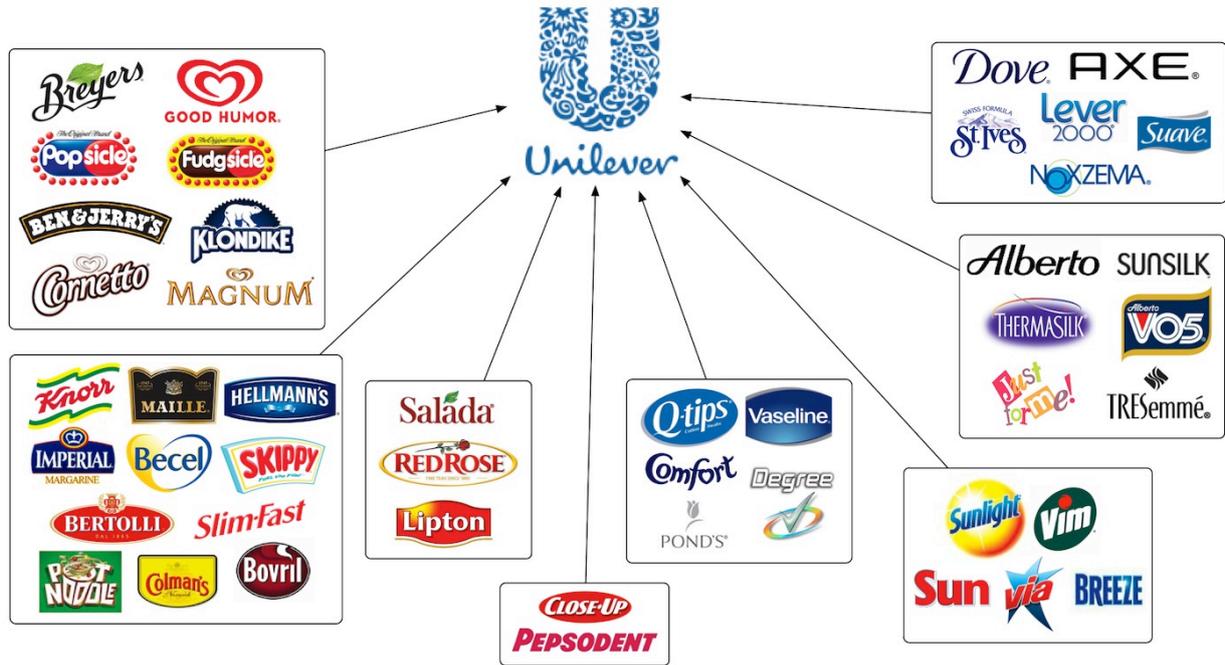


شركة أمريكية متعددة الجنسيات تصنع السلع الاستهلاكية والمنتجات والأدوات الطبية ومستحضرات العناية بالبشرة والجلد وخصوصًا للأطفال، تمتلك الشركة أكثر من 250 شركة تعمل في دول العالم المختلفة فيما تصفه الشركة الرئيسية بعائلة جونسون آند جونسون.

تعمل الشركة في 60 دولة حول العالم وتوظف أكثر من 125 ألف موظف في شركات "عائلة جونسون آند جونسون" الكبيرة على مدار أكثر من 130 عامًا لتحقيق مهمة الشركة، وهي جعل كل فرد يعيش حياة أطول وأكثر صحة وأكثر سعادة.

من بين الشركات التي امتلكتها "جونسون&جونسون" شركة "نيتروجينا" و "كلين آند كلي" ر للمنتجات الطبية والعناية بالبشرة

5- يونيليفر (Unilever)



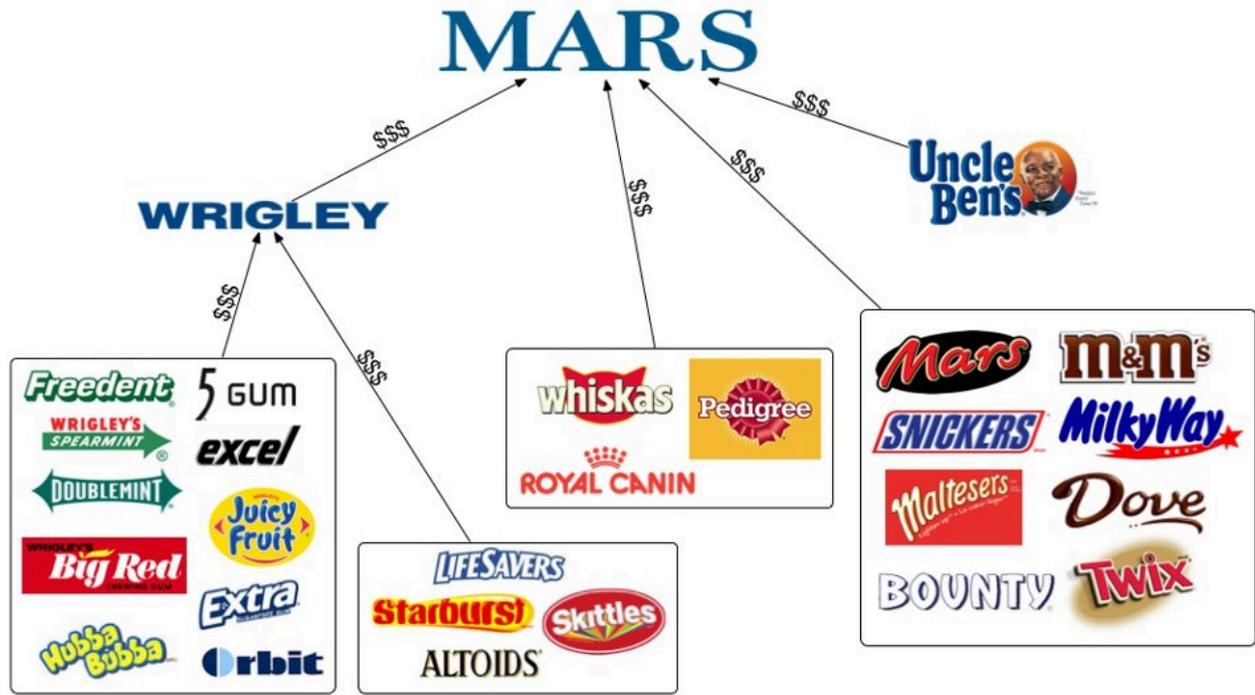
”يونيليفر“ هي شركة بريطانية هولندية، تصنع السلع الاستهلاكية ومنتجات العناية الشخصية، حققت الشركة أكثر من 53 مليار دولار مبيعات عام 2017، كما تمتلك أكثر من 12 شركة أخرى من بينها شركات تستخدم منتجاتها بشكل يومي دون أن نشعر مثل شركة ”فازلين“ أو ”دوف“ أو ”ليبتون“ لجميع أنواع الشاي سريع التحضير.

6- بيبي سي كو



كما توجد شركة بيبسي كو المعروفة والمنافس الأول والأخير لشركة كوكاكولا، وهي شركة أمريكية تصنع المشروبات الغازية، إلا أنها تملك العديد من الشركات الفرعية الأخرى وطوّرت علامات تجارية خاصة بها، مثل "أكوافينا" للمياه المعبأة، وفانتا وميرندا وسفن أب للمشروبات الغازية، كما تباع الشركة كثير من رقائق البطاطا الجاهزة مثل "Lays" و "Chetoos" و "دوربتوس".

7- مارس (Mars)



يمكنك أن تجد هنا شركات أخرى تمتلك العديد من الشركات الفرعية التي قد تكون تشتري منتجاتها بشكل يومي، في هذا الإنفوجراف توجد عائلة شركة "مارس" وهي شركة أمريكية لصناعة المواد الغذائية الخاصة بالحيوانات الأليفة كما تشتهر بصناعة الحلوى، فإن كنت من محبي تناول الشوكولاتة فهذه الشركة تمنحك مختلف الأنواع مثل "سنيكرز" و "تويكس" و "مالتيزرز" و "إم & إم".

8- مونديليز (Mondelez)



بالإضافة إلى ذلك ربما قد تعرفت على شركة "موندليز" من قبل، وهي شركة أمريكية متعددة الجنسيات توظف أكثر من 100 ألف شركة حول العالم، وهي تصنع الحلوى الجاهزة والمعبأة من الشوكولاته والرقائق والكعك الجاهز، وتوزعه على مختلف أنحاء العالم، ربما كان ما تناولته اليوم من وجبة خفيفة سريعة من الحلوى أو الكعك من منتجات هذه الشركة.

9- كولوجز (s'kellogg)



شركة أمريكية متعددة الجنسيات، ربما يتناول أولادك الفطور يوميًا من منتجاتها، فهي التي بدأت فكرة "رقائق الذرة" أو (Flakes Corn) كوجبة للفطور، حتى اقترن اسم العلامة التجارية باسم الوجبة حتى لو تناولها الناس من منتجات شركة مختلفة سوف يلقبون الوجبة بـ "كورن فلاكس" أيضًا.

10- شركة دانون (Danone)



شركة فرنسية متعددة الجنسيات، اشتهرت بمنتجات الألبان مثل لبن أو زيادي أكتيفيا الذي ذاع صيته في كثير من البلاد حول العالم من بينها البلاد العربية، كما تصنع الشركة منتجات غذائية مختلفة ومياه معبأة ومنتجات غذائية للأطفال في شهرهم الأولى، حققت الشركة أكثر من 25 مليار قيمة المبيعات من خلال العمل في 130 دولة مختلفة حول العالم.

استطاعت تلك الشركات احتكار الصناعات التي تباع فيها منتجاتها من الشركات المحلية الموجودة في البلاد التي توسعت فيها هذه الشركات العشرة، واستطاعت تحقيق غايتها من توحيد الذوق العام للمستهلك في البلاد المختلفة وتوحيد الخدمة لتحقيق أرباح أكثر.

لم تر بعض البلاد الحل في حماية إنتاجها القومي من السلع والمنتجات المحلية سوى تطبيق سياسة الحماية، وهي تحديد الإيرادات بشكل واسع بحيث لا يضر الصناعة المحلية ولا يسمح للشركات متعددة الجنسيات أن تحتكر الصناعة لصالحها، من بين تلك الدول الصين واليابان وكوريا الشمالية والمكسيك، ربما لا يكون الحل الأمثل هو تطبيق الحماية، إلا أنه ساعد بالفعل في تنمية اقتصاد تلك الدول اعتمادًا على الصناعة المحلية دون فرض منتج معين أو ذوق معين على البلد بأكملها من الشركة الدولية.