

أهمية المسؤولية الاجتماعية في تهذيب الممارسات الإدارية للشركات متعددة الجنسيات في ظل تحديات العولمة

The importance of social responsibility to guide management practices of multinational corporations in the context of the challenges of globalization

د. وهيبة مقدم

أستاذة محاضرة (أ)، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم،

wahiba.mokadem@yahoo.com

ملخص

حظي مفهوم المسؤولية الاجتماعية في السنوات الأخيرة باهتمام بالغ من الأكاديميين والمسيرين ورجال الأعمال، حيث برزت العديد من برامج المسؤولية الاجتماعية التي تبنتها العديد من الشركات بما فيها الشركات متعددة الجنسيات. وذلك في ظل تزايد الضغوطات على هذه الشركات من قبل المنظمات غير الحكومية في سبيل تهذيب نشاطاتها وجعلها تتصف بالأخلاقية والمسؤولية تجاه المجتمع. يهدف هذا البحث إلى توضيح أهمية غرس ثقافة وممارسات المسؤولية الاجتماعية في الشركات متعددة الجنسيات في سبيل جعل نشاطاتها أكثر إفادة للمجتمع. وكذا باعتبارها سبيل لتجنب الممارسات الفاسدة والآثار السلبية لنشاطاتها الاقتصادية على المجتمع والبيئة.

وقد تم التوصل من خلال هذه الدراسة إلى ضرورة دمج برامج المسؤولية الاجتماعية في إطار استراتيجيات الشركات متعددة الجنسيات. حيث تعود عليها هذه الاستراتيجيات وعلى المجتمع بالنفع سواء في المجال الربحي أو الاجتماعي أو البيئي.

كلمات مفتاحية: مسؤولية اجتماعية، شركات متعددة الجنسيات، استراتيجيات، منظمات غير حكومية، المجتمع.

تصنيفات JEL: Q01؛ O19؛ M14.

Abstract

In recent years, The concept of social responsibility has attracted the attention of academics, managers and businessmen; Where many social responsibility programs have emerged, adopted by many companies, including multinational companies; This is due to the increasing pressure on these companies by non-governmental organizations in order to make their activities ethical and responsible to society; The aim of this research is to clarify the importance of instilling a culture and practices of social responsibility in multinational companies in order to make their activities more beneficial to society. Social responsibility is also way to avoid corrupt practices and the negative effects of the activities of multinational corporations on society and environment.

We conclude in this study that social responsibility programs need to be integrated into the strategies of multinational corporations. these strategies are useful for companies and community; in the economic, social and environment sides.

Keywords : corporate social responsibility ; Multinational companies; strategies; non-governmental organizations; society

JEL Classification Codes : M14 ; O19 ; Q01

1. مقدمة

سمح الانفتاح الاقتصادي للأسواق الدولية بتدويل الشركات لأعمالها، واتساع نطاق نشاطاتها إلى العديد من دول العالم، ونتج عن ذلك ظهور الشركات متعددة الجنسيات، التي أصبحت إحدى أبرز خصائص الاقتصاد الدولي المعاصر، وتزايد دورها وتأثيرها على الاقتصاد

الدولي عامة وعلى اقتصاديات الدول التي تعمل فيها بشكل خاص. هذا التأثير له جانبين، الأول يعكس أن الشركات متعددة الجنسيات لها العديد من الايجابيات في أسواق الدول المضيفة التي تعمل فيها، فهي تستقطب العمالة، وتنقل التكنولوجيا وتسهم في عرض السلع التي قد لا تتوفر في مثل هذه الدول، كما تسهم في خطط التنمية الاجتماعية والاقتصادية.

أما الجانب الثاني يتعلق بسلبيات هذه الشركات على اقتصاديات الدول المضيفة، فقد تبين أن كثير منها لا تحترم حقوق العاملين ولا تهتم بالمحافظة على البيئة ولا بخطط التنمية في المجتمعات التي تعمل فيها وتستنزف خيراتها، الأمر لا يتوقف عند حدود تجاهل هذه الأمور، بل إن كثير من الشركات متعددة الجنسيات تسببت في فضائح أخلاقية وسياسية وبيئية، وقضايا الفساد والرشوة والنهب غير المشروع لثروات الدول النامية.

1.1. الإشكالية

في ظل هذه التجاوزات السلبية التي انتشرت بين كثير من الشركات متعددة الجنسيات، انتشر الوعي بأهمية تدارك مثل هذه المعضلات، حيث تزايدت الضغوطات على هذه الشركات من قبل المنظمات غير الحكومية ومنظمات المجتمع المدني ووسائل الإعلام، وذلك من أجل حملها على مراعاتها للجوانب الإنسانية والأخلاقية والبيئية عند ممارستها لنشاطاتها الاقتصادية، كما ساهمت المبادرات الدولية وجهود بعض المنظمات الدولية في الكشف عن الحاجة لتمتع هذه الشركات بمسؤولية اجتماعية وأخلاقية تتعدى أدوارها الاقتصادية لكبح تجاوزاتها الخطيرة.

إن القضاء على المشكلات القانونية والأخلاقية والبيئية التي تتسبب فيها الشركات متعددة الجنسيات يجب أن يكون عملاً منظماً، ويدخل في إطار الاستراتيجيات الهامة لهذه الشركات وليس مجرد عمليات تجميلية أنية لا تهدف إلا للحفاظ على صورة الشركات وعلى حصصها السوقية، هذه الاستراتيجيات يمكن أن تتم في إطار ممارسة المسؤولية الاجتماعية. وانطلاقاً من إدراكنا للأهمية البالغة لممارسة المسؤولية الاجتماعية في الشركات متعددة الجنسيات، تم التركيز على الإشكالية الأساسية التالية:

كيف تساهم المسؤولية الاجتماعية في تهذيب وتقويم الممارسات الإدارية للشركات متعددة الجنسيات في الدول المضيفة؟

وتتفرع هذه الإشكالية الأساسية إلى التساؤلات الفرعية التالية:

- ما المقصود بالمسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسيات؟
 - ما هي المشكلات التي تتسبب فيها الشركات متعددة الجنسيات؟
 - كيف تؤدي المسؤولية الاجتماعية تجاه أصحاب المصلحة (الأطراف المستفيدة)؟
- 2.1. فرضيات الدراسة

بناء على معلومات سابقة في إطار هذا الموضوع، فقد تم بناء دراستنا على الفرضيات التالية:

- المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسيات تندرج في إطار البرامج التطوعية المسئولة التي تصب في خانة مراعاة الآثار الاجتماعية والبيئية للنشاطات الاقتصادية التي تقوم بها الشركات.
- تتسبب العديد من الشركات متعددة الجنسيات في أخطاء وكوارث أخلاقية وقانونية وبيئة تؤثر سلبا على المجتمع الذي تعمل فيه.
- من المهم أن تؤدي الشركات متعددة الجنسيات مسؤولياتها تجاه أصحاب المصالح (الأطراف المستفيدة) وذلك من شأنه أن يقلل من المشكلات التي تسببها هذه الشركات.

3.1. أهمية وأهداف الدراسة

وتتمثل أهمية هذه الدراسة فيما يلي:

- التعريف بالإطار المفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية وربطه بالشركات متعددة الجنسيات.
- إظهار أهم المبادرات الدولية التي جاءت لتشجيع الشركات متعددة الجنسيات على الممارسات المسئولة اجتماعيا.
- كشف أهم التجاوزات التي تتسبب فيها الشركات متعددة الجنسيات.
- إظهار أهمية تبني ممارسات المسؤولية الاجتماعية بالنسبة للدول المضيفة ومجتمعاتها.
- توضيح مجالات المسؤولية الاجتماعية التي يجب أن تؤدي تجاه كل الأطراف المستفيدة.

4.1. منهجية الدراسة

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في الدراسة، من خلال المسح المكتبي، حيث تم الاطلاع على الأهم الكتب والمجلات والتقارير والبحوث والدراسات السابقة في الموضوع، بالإضافة إلى المعلومات المحصل عليها من شبكة الانترنت.

5.1. الدراسات السابقة

وهناك العديد من الدراسات السابقة التي تناولت موضوع المسؤولية الاجتماعية للشركات من زوايا مختلفة، من أهمها:

- دراسة: غسان عيسى العمري. (2009) بعنوان: "المعضلات الأخلاقية وأثرها في تراجع أهداف عمليات الشركات متعددة الجنسيات". وقد هدفت الدراسة إلى توضيح المعضلات الأخلاقية وأثرها في تراجع أهداف عمليات الشركات متعددة الجنسية. وقد توصلت إلى أن بعض الشركات متعددة الجنسية قامت بممارسات لا أخلاقية عديدة في عملها وبيئتها الكلية وذلك بمخالفة القوانين تارة أو التحايل عليها تارة أخرى وانتهاك حقوق الإنسان وتلويث البيئة. كما ساهمت عمليات انتشار الفساد والفسل الأخلاقي في تأجيج الأزمة المالية العالمية. في حين دعمت بعض الحكومات الممارسات غير الأخلاقية للشركات وتمثل ذلك في التجسس والفساد المالي. وقد أوصت الدراسة الشركات بتبني آليات الحكمانية المؤسسية والمواطنة التنظيمية.
- دراسة: سرمد كوكب جميل، بعنوان: "المسؤولية الاجتماعية للاستثمار الأجنبي المباشر تحليل نقدي لمعطيات منظمة التجارة العالمية في عصر العولمة"، وتناولت الدراسة المفاهيم الأساسية للمسؤولية الاجتماعية تعريفا وأهمية ومفهوما، كما ركز الباحث على الاستثمار الأجنبي المباشر فناقش الظاهرة وعرف بها، وخلص إلى أهمية ممارسة المسؤولية الاجتماعية في ظل تزايد الاستثمارات الأجنبية.
- دراسة: عبد السلام مخلوفي وسفيان عبد العزيز، (2012) وعنوانها: "تأثير معايير المسؤولية الاجتماعية على نشاط الشركات متعددة الجنسيات"، وقد هدفت الدراسة إلى إلقاء الضوء على الدور الذي تلعبه معايير المسؤولية الاجتماعية في توجيه وضبط نشاط الشركات متعددة الجنسيات بما يخدم مصلحة المجتمع والدول المضيفة لها.

6.1. محاور الدراسة

سيتم تقسيم هذه الدراسة إلى المحاور التالية:

- المحور الأول: ونتناول فيه الإطار العام للدراسة.
- المحور الثاني: موضوعه يكون عن الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية للشركات.
- المحور الثالث: ونتطرق من خلاله لأشكال ممارسة المسؤولية تجاه أصحاب المصالح.
- المحور الرابع، نتعرض من خلاله للنتائج والتوصيات.

2. الإطار النظري للمسؤولية الاجتماعية للشركات

1.1. نشأة وتطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية

يمكن إرجاع ظهور مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى "عالم الاقتصاد (باون) (H.Bowen) خلال العام 1953 حيث أصدر كتابه (المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال) لكن المبادئ العلمية للمفهوم وتطبيقاته العملية ما تزال محل نقاش وجدال، نظرا إلى تعدد مصادر هذا المفهوم (الدين، الأخلاق، المجتمع...) من جهة وارتباطه بمجالات مختلفة من جهة أخرى كالمجالات الاقتصادية والاجتماعية البيئية" (شكراني الحسين، 2011، ص 210).

وبدأ الحديث عنها على نطاق أوسع من خلال المنظمات الدولية على إثر انعقاد قمة الأرض الخاصة بالبيئة في (ريودي جانيرو) البرازيلية عام 1992. وتم التأكيد عليها في القمة العالمية الخاصة بالتنمية المستدامة في جنوب إفريقيا في العام 2002. حيث "أطلق الأمين العام السابق للأمم المتحدة (كوفي عنان) مبادرة خاصة بتفعيل الدور الاجتماعي للشركات وصدر على شكل تقرير سمي (بالاتفاق العالمي) تضمن المبادئ التوجيهية لدعم المسؤولية الاجتماعية للشركات، والعمل على تحقيق معايير دولية لسلوك الشركات في الاقتصاد العالمي وقد ركزت على مبادئ وحقوق العمل الأساسية، حقوق الإنسان وحماية البيئة" (رسلان خضور، 2011، ص-ص: 5-6).

كما قامت المنظمة العالمية ايزو بدعم هذه الجهود من خلال اصدارها لمواصفة خاصة بالمسؤولية الاجتماعية وهي مواصفة ايزو 26000 للمسؤولية الاجتماعية، تم نشر هذه المواصفة في 01 نوفمبر 2010 وتم بدء العمل بها في كثير من الشركات العالمية.

2.2. التطور التاريخي للمسؤولية الاجتماعية للشركات:

تطورت المسؤولية الاجتماعية وانتقلت من مرحلة الى اخرى، وفي كل مرحلة جديدة تزداد أهمية المسؤولية الاجتماعية، يصف (Zadek) تطور المسؤولية الاجتماعية للشركات ضمن ثلاثة أجيال (عامر عوني عبد السلام هاشم، 2004، ص 24):

- الجيل الأول: يمكن للشركة أن تكون مسئولة بطريقة ما من شأنها المساهمة بالنجاح التجاري، وهذه الصيغة من المسؤولية الاجتماعية للشركة هي الصيغة الأكثر انتشاراً، وهي ليست جزءاً رئيسياً من عمل الشركة بل يمكن أن تضيف قيمة تعزز سمعة الشركة مثل التبرع بأجهزة حواسيب للمدارس.
 - الجيل الثاني: وفيه تتطور المسؤولية الاجتماعية لتصبح جزءاً من إستراتيجية العمل، حيث تأخذ معظم الشركة المكانة القيادية في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات.
 - الجيل الثالث: تعتبر المسؤولية الاجتماعية للشركات ضرورية للقضاء على الفقر والتدهور البيئي، ويعتبر هذا المنهج أشبه بالمثالي لندرة تبنيه من قبل الشركات.
- وللارتقاء للجيل الثاني والثالث لا بد للشركات أن تتجه نحو التأثير في الأسواق التي تعمل فيها بشكل فاعل، وذلك من خلال انخراط الشركات في المجتمع المدني مع تغيير السياسة العامة.
- 3.2. تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات

- لا يوجد تعريف متفق عليه حيث يختلف تعريفها من كاتب لآخر ومن هيئة دولية أخرى:
- حيث يعرف الأستاذ (هاورد بوين) المسؤولية الاجتماعية بأنها مسؤولية رجال الأعمال في متابعة السياسات واتخاذ القرارات، والقيام بالأنشطة التي تعتبر صالحة ومفيدة من حيث الأهداف والقيم في مجتمعنا (محمد نصار ذيب المرشد، 1999، ص 32).
 - كما عرفها (كينيث أندريوس) بأنها الهدف المتعلق بإنعاش المجتمع والذي يقيد الشخص والسلوك المشترك نهائياً من عمل النشاطات المدمرة، لا أن تكون العملية مربحة فرا بالنسبة للقطاع التجاري وإنما العمل على الاتجاه الإيجابي من أجل الإصلاح السلوكي.
 - ويعرفها (واتس وزملاؤه) بأنها التزام مستمر من المؤسسات بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم والسكان المحليين والمجتمع (غادة عمر أبو أرشيد، 2006، ص 12).
 - ويعرفها (كيث ديفيس) بأنها تتمثل في تحقيق التوازن بين الأهداف الاجتماعية والأهداف الاقتصادية من خلال مواجهة التحديات الاجتماعية المختلفة (عبد الرحمن العايب، 2011، ص 49).

أما بالنسبة لتعاريف المنظمات والهيئات الدولية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية فقد جاء بعضها كما يلي:

- يعرف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة المسؤولية الاجتماعية بأنها الالتزام مستمر من قبل قطاع الأعمال بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في التنمية والسعي لتحسين الظروف المعيشية للعاملين وللمجتمعات المحلية والمجتمع ككل.
- ويعرفها البنك الدولي بأنها التزام أصحاب النشاطات الاقتصادية بالمساهمة وبدوافع ذاتية في التنمية المستدامة من خلال العمل مع مكونات المجتمع المحلي لتحسين مستوى معيشة الناس بما يخدم الاقتصاد والتنمية معا.
- ويعرفها الكتاب الأخضر (الذي أصدره الاتحاد الأوروبي) بأنها "سلوك تقوم على أساسه الشركات بتضمين الاعتبارات الاجتماعية والبيئية في نشاطاتها وفي تفاعلها مع أصحاب المصالح بشكل طوعي (Ivana Rodié, 2007, p12).

إن هذه التعاريف تحدد مجموعة من خصائص المسؤولية الاجتماعية للشركات وهي:

- الطابع الطوعي لممارسة المسؤولية الاجتماعية من قبل الشركات.
- التركيز على الدور الايجابي للشركات في المجتمع سواء في الجانب الاقتصادي أو الاجتماعي.
- المسؤولية البيئية تعتبر جزء مهم من المسؤولية الاجتماعية.
- يجب أن تسهم برامج وسياسات المسؤولية الاجتماعية في تحقيق التنمية المستدامة.
- تكون المسؤولية تجاه مجموعة من الأطراف المستفيدة وهم أصحاب المصالح.
- ترتبط ممارسة المسؤولية الاجتماعية بالتصرف الأخلاقي عند ممارسة الشركات لنشاطاتها التجارية.

و نحن نتبنى معظم الأفكار الواردة في التعاريف سابقة الذكر، ونخلص إلى أن المسؤولية الاجتماعية تتضمن قيام الشركات بمجموعة من الالتزامات تجاه أصحاب المصلحة (الأطراف المستفيدة) والتي منها حملة الاسهم والمستهلكين والعاملين والمجتمع والبيئة، والمسؤولية الاجتماعية تتعدى حدود المشاركة في الاعمال والتبرعات الخيرية، بل تعني المشاركة الفعالة في تحسين ظروف المجتمعات التي تعمل فيها، وحماية البيئة إلى جانب العمل وفق المبادئ الشفافية والمسؤولية، وإنتاج السلع والخدمات الآمنة ذات الجودة العالية، كما يجب أن تكون تعاملاتها التجارية خالية من الفساد وتعمل على مساعدة الدول في تحقيق النمو الاقتصادي المستدام.

4.2. أبعاد المسؤولية الاجتماعية

تغطي المسؤولية الاجتماعية ثلاثة أبعاد رئيسية هي:

■ **البعد الاقتصادي**

يتضمن ضمان حقوق المساهمين في الحصول على العوائد المالية المستثمرة، وخلق الثروة التي تسهم في تحقيق التنمية الاقتصادية. كما يشير البعد الاقتصادي إلى الالتزام بممارسات أخلاقية داخل الشركات ومنع الرشوة والفساد، وحماية حقوق المستهلك، والاستثمار الأخلاقي، وتبني وتطبيق مبادئ المساءلة والشفافية والسلوك الأخلاقي واحترام مصالح الأطراف المعنية، واحترام سيادة القانون في اتخاذ القرارات وتنفيذها وتطوير دليل للحوكمة المؤسسية خاص بها.

■ **البعد الاجتماعي**

ويتضمن هذا البعد إسهام الشركات في تحقيق رفاهية المجتمع الذي تعمل فيه، وتحسين شؤون العاملين فيها ورعايتهم بما ينعكس إيجاباً على زيادة إنتاجهم وتنمية قدراتهم الفنية، وتوفير الأمن المهني والوظيفي والرعاية الصحية والمجتمعية لهم.

■ **البعد البيئي**

لكي تكن الشركة مسؤولة اجتماعياً يجب أن تراعي الجوانب البيئية عند أدائها لنشاطاتها، حيث تعمل على القضاء على الانبعاثات السامة والنفايات، وتحقيق أقصى قدر من الكفاءة والإنتاجية المتاحة، وتقليل الممارسات التي قد تؤثر على تمتع البلاد والأجيال القادمة بهذه الموارد كما عليها المشاركة في البرامج الداعمة للحفاظ على البيئة والموارد الطبيعية.

2.5. مجالات المسؤولية الاجتماعية

تتعدد مجالات المسؤولية الاجتماعية، وتنوع سياساتها وبرامجها، من أهم هذه المجالات:

- احترام القوانين المنظمة لقطاع الأعمال وكافة القوانين في الدولة التي تعمل فيها الشركات، وكذا دفع الضرائب من دون تهرب أو تدليس.
- إدارة النشاطات والأعمال وفق مبادئ وقواعد أخلاقية ولعل حوكمة الشركات وأخلاقيات الشركات جزء من هذه المسؤولية.
- ضمان الحقوق المالية للمساهمين وتنميتها والحفاظ عليها.
- الحفاظ على حقوق العاملين (ظروف العمل، الأجور، الأمن في أماكن العمل).

- تنمية وتطوير المجتمعات المحلية (التوظيف، حل المشكلات المجتمعية، الدعم المالي والفني للجمعيات الخيرية، دعم المنظمات غير الحكومية، إقامة ودعم المرافق الصحية والتعليمية والثقافية).
- الحفاظ على حقوق المستهلكين من خلال تقديم أجود المنتجات والخدمات، وتوفير أمن المنتجات وعدم استعمال الإعلانات المضللة، والتواصل المستمر مع المستهلكين والاستماع لشكاويهم وأخذها بعين الاعتبار.
- حماية البيئة ومكافحة التلوث البيئي، والاهتمام بطرق ووسائل الإنتاج النظيف.
- الأمن والأمان في العمليات الإنتاجية والمنتجات. وتجنب نشاطات الفساد والرشوة والتهريب.
- التعامل بأساليب أخلاقية مع الشركاء، والتعامل مع شركاء يحترمون القواعد الأخلاقية ويراعون المسؤولية الاجتماعية.

3. المسؤولية الاجتماعية في الشركات متعددة الجنسيات

تعتبر العولمة السمة البارزة التي تميز عالمنا اليوم، وتعرف العولمة الاقتصادية بأنها "العملية التي من خلالها يتزايد الاعتماد المتبادل بين الدول في مجال الاقتصاد العالمي والذي يتحقق من خلال نمو حجم ونوعية التجارة عبر الحدود في السلع والخدمات والتدفقات النقدية، بالإضافة إلى الانتشار السريع للتكنولوجيا بين كافة دول العالم" (نادية العارف، 2003، ص419).

وتعرف العولمة الاقتصادية أيضا بأنها "مرحلة متقدمة تدير فيها الشركات أعمالها بدون اعتبارات للحدود الجغرافية أو السيادة" (علي عباس، 2007، ص26).

1.3 الشركات متعددة الجنسيات كأهم مظاهر العولمة الاقتصادية

تعد الشركات متعددة الجنسيات من أهم الأدوات التي أدت إلى انتشار العولمة وأحد أهم مظاهرها، ولا يوجد تعريف متفق عليه للشركات متعددة الجنسية، ولكن يمكن تعريفها بشكل عام بأنها الشركات التي تمتلك أو تسيطر على وحدات إنتاجية في دولتين اثنتين على الأقل، وتتميز بمجموعة من الخصائص المميزة لها، من أهمها:

- ضخامة حجم رأس المال وحجم استثماراتها وتنوع إنتاجها وأرقام المبيعات والإيرادات التي تحققها، والشبكات التسويقية التي تملكها، وعدد عمالها.
 - التنوع الكبير في أنشطتها، فسياستها الإنتاجية تقوم على وجود منتجات متنوعة متعددة، ويرجع هذا التنوع إلى توزيع المخاطر.
 - تتميز الشركات المتعددة الجنسيات بالانتشار الجغرافي أي كبر مساحة السوق التي تغطيها وامتدادها الجغرافي خارج الدولة الأم.
 - تسعى الشركات متعددة الجنسيات إلى إقامة تحالفات إستراتيجية فيما بينها من أجل تحقيق مصالحها الاقتصادية المشتركة وتعزيز قدراتها التنافسية والتسويقية.
 - تتمتع الشركات متعددة الجنسيات بمجموعة من المزايا الاحتكارية، مثل احتكار التكنولوجيا الحديثة والمهارات الفنية والإدارية ذات الكفاءات العالية والمتخصصة.
- 1.3. كوارث أخلاقية وإنسانية وبيئية للشركات متعددة الجنسيات في الدول النامية

بالرغم من الجدل الدائر حول جدوى الاستثمارات الأجنبية ودور الشركات متعددة الجنسيات فإن "أحدا لا يمكنه تجاهل أهميته بالنسبة لدفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدول النامية، في نفس الوقت يخطي من يتصور أن المنافع التي تعود على الدول النامية من جراء جذب هذه الاستثمارات يمكن الحصول عليها بلا تكلفة، فالأدلة التطبيقية تشير إلى أن الشركات متعددة الجنسيات لها أهداف ودوافع تسعى هي الأخرى إلى تحقيقها من وراء تدويل استثماراتها وأنشطتها المختلفة في الدول المضيفة، ولا يمكن أيضا تجاهل ما تسعى الحكومة الأم إلى تحقيقه من أهداف اقتصادية وسياسية من وراء تشجيع شركاتها الوطنية لتدويل نشاطاتها" (عبد السلام أبو قحف، 2001، ص 27). وقد تتعرض الشركات للكثير من الضغوط المختلفة، حيث أن "مكاسمها وقوتها الاقتصادية لا تحجب عنها هذه الضغوطات بل على العكس من ذلك حيث أنه كلما توسعت هذه الشركات وزاد حجم نشاطاتها كلما ارتبطت أكثر بأطراف أخرى في البيئة التي تعمل فيها" (Cécile Renouard, 2007, p142).

تسبب نشاطات الكثير من الشركات متعددة الجنسيات في العديد من الكوارث الأخلاقية والقانونية والبيئية، كما تمارس أشكالا خطيرة من الاستغلال في الدول المضيفة التي تعمل فيها، وفيما يلي عرض لبعض المشكلات التي تسبب فيها هذه الشركات في الدول النامية المضيفة:

- تمارس الشركات متعددة الجنسيات رمز الرأسمالية والعولمة عدة أشكال من الاستغلال في أسواق الدول النامية، حيث يتم الاستهلاك غير العقلاني للموارد الطبيعية والخامات والمواد الأولية المستخرجة، واستخراجها واستعمالها بأسعار متدنية.
- استغلال العمالة المحلية في غياب تنظيمات عمالية قوية، حيث تكون ساعات العمل كثيرة والأجر قليل، مع عدم التزام الشركات الدولية بدفع الإجازات او التأمينات الاجتماعية والصحية وتعويضات نهاية الخدمة. إضافة إلى تشغيل الأطفال.
- الاستحواذ على جزء كبير من قروض المؤسسات الدولية والدول المانحة مما ساهم في زيادة التدفقات الرأسمالية الى الخارج عن التدفقات الموجهة إلى الداخل.
- تكثرت في الشركات متعددة الجنسيات حالات الفساد الإداري ودفع الرشاوى والتهرب الضريبي وتهريب الأرباح للخارج، والتلاعب بالأرقام الحقيقية للأرباح من خلال سلسلة من التحويلات بين فروع الشركة وبعضها حول العالم بهدف التهرب الضريبي.
- يوجد العديد من حالات تجاوزت فيها الشركات متعددة الجنسيات إجراءات توفير السلامة المهنية في مكان العمل، وكذلك عدم اهتمامها بتوفير ظروف عمل صحية ومناسبة مما قد يؤدي إلى خروقات كبيرة تتعلق بالأمن الوظيفي.
- تمارس الشركات متعددة الجنسيات ضغوطات على حكومات الدول المضيفة، وتؤثر على قراراتها السياسية.
- تؤدي الشركات متعددة الجنسيات ومن خلال ممارسة نشاطاتها للتأثير في توزيع الدخل والإخلال في مساواة توزيعه بما تقوم به من تحديدها لمرتبات تفوق المتوسط السائد.
- تكوين كارتيلات غير رسمية بين الشركات العالمية وبعضها تحدد نطاق المنافسة في الاسواق الخارجية وتنفق على تبادل ونقل التكنولوجيا وحقوق الملكية مما يقلل من فاعلية المنافسة الدولية (تقام هذه الكارتيلات في دول لا يجد بها تشريع منع الاحتكار).
- خروق القيم والعادات والتقاليد، ففي بعض الأحيان تسيء الشركات متعددة الجنسيات للأعراف السائدة في المجتمعات المحلية هو أمر حساس بالنسبة لهذه المجتمعات.

■ ومن المآخذ الأخرى المهمة والتي تحظى باهتمام كبير "مسألة التلوث ودفن النفايات بشكل عام، وخاصة النووية منها، فقد استغلت هذه الشركات الكبرى وجدها في الدول النامية بالذات حيث يعتبر تعتبر اجهزة الرقابة البيئية غير فاعلة اضافة الى عدم اهتمام الرأي العام بالجوانب البيئية استغلت ذلك لتتسبب في أشكال مختلفة من التلوث" (طاهر الغالي وصالح العامري، 2008، ص 109).

■ تخلق هذه الشركات عن طريق الدعاية والإعلام حاجيات جديدة غير مناسبة أو غير مهمة لمجتمع الدولة المضيفة على نمط ما هو سائد في المجتمعات الغربية بما يضر التنمية.

■ تنقل هذه الشركات للبلدان النامية تكنولوجيا قررت الاستغناء عنها في الدولة الأم، كما تحصل على ثمن باهظ لما تقدمه من معرفة فنية، ولا تهتم بمدى ملائمة التكنولوجيا مع ظروف الاقتصاد الوطني والمجتمع وقيمه الحضارية.

3.2. المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسيات:

المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسيات لا تختلف عن مفهوم المسؤولية الاجتماعية في باقي الشركات الأخرى، غير أنها تتميز عنها في بعض الأمور، وتعرف المسؤولية الاجتماعية في الشركات متعددة الجنسيات بأنها "مجموعة من الالتزامات نحو المجتمعات التي تتواجد فيها هذه الشركات مثل الدولة الأم والدول المضيفة التي تمارس فيها الشركات الدولية أنشطتها، وهذه الالتزامات تفرضها حقيقة أن الشركة لا تعمل في فراغ، وإنما هي جزء من المجتمع المحيط بها، وبالتالي فهناك عملية تأثير متبادل بينهما. وتتعدد التزامات الشركات الدولية، ويصبح من واجباتها الأساسية مراعاة كل العاملين والمتأثرين بسياساتها المختلفة من عملاء وموردين وحاملي أسهم وموظفين والمجتمع عامة سواء في الدولة الأم أو في الدولة المضيفة" (مصطفى كامل وعبد الغني حامد، 2006، ص 112).

وتعتبر "يقظة الرأي العام العالمي المحرك الرئيسي للمسؤولية الاجتماعية للشركات، حيث أصبح العالم قرية عالمية تتطور في ظلها (المواطنة العالمية). والتطور في وسائل النقل والاتصال أدى إلى عولمة النشاطات الاقتصادية والمالية، وأدى أيضا إلى تدويل الرأي العام العالمي، فظهر ما يسمى بالمجتمع المدني العالمي الذي يهتم أكثر فأكثر بالتنمية المستدامة والاستهلاك المسئول، ويتصدى لقوة وسيطرة الشركات متعددة الجنسيات" (Sandra Naigeon)

Boer, 2009,p43) ويمكن ملاحظة أن المسؤولية الاجتماعية في الشركات المتعددة الجنسيات أصبحت أكثر أهمية وازدادت الحاجة إليها لعدة أسباب من أهمها:

- إن الشركات متعددة الجنسيات لديها مصلحة في سيادة مفهوم المسؤولية الاجتماعية، حيث ان هذه الأخيرة تسهم في تنفيذ تحسينات حقيقية في عمليات الشركات الدولية، فالحوكمة الرديئة تزيد من تكلفة القيام بالأعمال، وتؤدي إلى عدم استقرار السوق، تجلب المخاطر مع كل قرار تتخذه الشركة، وعلى العكس من ذلك فان الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية سيحسن من البيئة المؤسسية التي تعمل فيها. مما يوفر لها بيئة عمل أفضل.
- تتواجد الشركات متعددة الجنسيات تحت عدسة الكثير من منظمات المجتمع المدني كتلك الداعية لاحترام حقوق العمال وحماية البيئة وغيرها، لذلك فإن أي نشاط يؤثر على هذه المجالات يعرض هذه الشركات إلى حملة شرسة ضدها مما قد يطبع بنشاطاتها التجارية.

- تعمل الكثير من الشركات متعددة الجنسيات على استرضاء حكومات الدول النامية التي تعمل فيها، من أجل أن تضمن استمرارها في العمل في أسواقها المحلية، لذلك تعتمد إلى المشاركة في خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية في هذه الدول.

4. تهذيب ممارسات الشركات متعددة الجنسيات من خلال ممارسة المسؤولية تجاه أصحاب المصالح

يعرف أصحاب المصالح بأنهم جماعة أو أفراد بإمكانهم أن يؤثروا أو يتأثروا بإنجاز أهداف المنظمة. وعلى هذا الأساس، هنالك أصحاب مصالح أساسيين وثانويين، بحيث أن:

- أصحاب المصالح الأساسيين: وهم أولئك الذي لديهم اهتمامات ترتبط بشكل مباشر بالشركة منهم حملة الأسهم، العاملين، الزبائن، المجهزين والأفراد المقيمين في المجتمعات التي تعمل بها الشركة .

- أصحاب المصالح الثانويين: وهم الذين يملكون تأثير غير مباشر على المنظمة، أو إنهم يتأثرون بشكل أقل بنشاطاتها. ويتضمن ذلك جماعات الضغط ووسائل الإعلام والشبكات الاجتماعية.

1.4. حماية البيئة مسؤولية ملحة للشركات متعددة الجنسيات

تمثل البيئة الطبيعية مجالا يمكن للشركات الدولية أن تمارس مسؤولياتها الاجتماعية من خلالها نظرا لما تسببه الكثير من هذه الشركات من إيذاء للبيئة التي تعمل فيها. وتعني المسؤولية البيئية أن تسعى الشركات إلى إزالة أي ضرر يصيب البيئة والصحة العامة نتيجة مزاوله نشاطاتها، لان هناك بعض الشركات التي ينتج عنها مخلفات تضر بالصحة العامة التي يجب أن تسعى إلى إزالتها، كما ان هناك شركات يؤدي نشاطها إلى استنزاف في الموارد الطبيعية فيجب الحد من نشاطاتها، وهذه المسؤولية في الغالب أصبحت تفرض بموجب قوانين منظمة لها.

تتضمن المسؤولية البيئية التي يجب ان تحرص عليها الشركات تحقيق ما يلي:

- وضع نظام للإدارة البيئية بموجبه يتم جمع المعلومات حول التأثيرات البيئية لنشاطات الشركات، ووضع أهداف من أجل تحسين الأداء البيئي وتطويره لتحقيق أهداف الإدارة البيئية، والمتابعة والتحقق المستمر لجهود الشركات في مجال البيئة والصحة والأمان.
- تطوير وتقديم منتجات أو خدمات ليس لها تأثيرات بيئية غير مناسبة على أن تكون آمنة في الاستخدامات التي صنعت من أجلها، وتتسم بالكفاءة في استهلاكها للطاقة والموارد الطبيعية، وعلى أن تكون قابلة لإعادة الاستخدام أو التدوير أو التخلص منها بشكل آمن.
- وضع خطط استباقية لمنع حدوث الكوارث البيئية وتخفيف أثرها والسيطرة عليها.
- استعمال الوسائل التكنولوجية وإجراءات التشغيل التي تحد من الاستهلاك غير العقلاني للموارد المستعملة. نشر الوعي البيئي بين العمال، وتوفير التدريب والتكوين لهم في هذا المجال، وتدريبهم على طريقة التعامل مع المواد الخطرة لضمان أمنهم الصحي.

2.4. حماية حقوق المستهلك المحلي

يعتبر المستهلك العامل الأساسي لنجاح أي شركة واستمرارها في الأسواق، وتهدف حماية المستهلك إلى "الارتقاء بالحياة النوعية للأفراد والعيش في عالم يسوده الوضوح في العلاقات التسويقية، وبما يمكن المستهلك من التفاعل مع الأطراف الأخرى من باعة ومنتجين بقليل من الشك والحذر، وأن يحصل على احتياجاته من السلع والخدمات دون أن يبذل جهدا كبيرا للتأكد من صحة قراره ودقة اختياره" (ثامر البكري، 2001، ص125).

وتضم حقوق المستهلك بشكل عام:

- حق الأمان، ونعني به أن المنتجات والخدمات التي يحصل عليها المستهلك يجب ان تكون آمنة ولا تحدث له أي أضرار أو حوادث صحية.
- حق الحصول على المعلومات: من حق المستهلك أن يحصل على المعلومات الكاملة بخصوص المنتج او الخدمة التي يشتريها من أجل أن يؤمن نفسه من الاحتيال والتضليل.
- حق الاختيار: من حق المستهلك أن يتاح له حق الاختيار والمفاضلة ما بين السلع التي يرغب في شرائها، خصوصا في ظل المنافسة السعرية في السوق.
- حق المستهلك في سماع رأيه: يجب فسخ المجال أمام المستهلك لكي يبدي رأيه بالسلعة وأن يقيم استعمالها، وان يعرض هذا الرأي للمعنيين في الشركة لأخذه بالاعتبار.
- حق التعويض: ويعني حصول المستهلك على التعويض العادل في حالة تضرره من السلع والخدمات. كالتعويض عن التضليل أو السلع الرديئة أو الخدمات غير المرضية.
- حق التثقيف: ويتضمن هذا الحق جعل المستهلك يكتسب المهارات والمعارف المطلوبة التي تسهل عليه الاختيار بين السلع والخدمات بشكل واع.
- العيش في بيئة صحية: ويكفل هذا الحق للمستهلك العيش والعمل في بيئة دون المخاطر.
- حق المقاطعة، أي حق المستهلكين في عدم استخدام منتجات شركة معينة إذا ما ثبت عدم احترامها لحقوق المستهلكين أو قيامها بنشاطات غير أخلاقية أو لأسباب الأخرى.

3.3. حماية حقوق الموظفين العاملين في الشركات متعددة الجنسيات

بموجب المسؤولية الاجتماعية التي تمارسها الشركات وفي إطار القوانين السارية والعلاقات العمالية السائدة على الشركات أن تقوم بالآتي عند ممارسة دورها للمسؤولية الاجتماعية:

- احترام حقوق موظفيها بأن يكونوا ممثلين من خلال اتحادات العمال والنقابات العمالية، وأن يتاح لهم التواصل بشكل مباشر مع الإدارة العليا ومجلس الإدارة للتفاوض بخصوص انشغالهم. والقضاء على عمالة الأطفال والعمالة الإجبارية.
- المساواة وعدم التمييز بين الموظفين على أساس العرق أو اللون أو الجنس أو الديانة أو الرأي السياسي أو الجنسية، وتوفير المعلومات اللازمة التي يحتاج إليها العاملون.

- توظيف العمالة المحلية مع توفير فرص التدريب لها وتطوير الكفاءات البشرية المحلية.
- اتخاذ الإجراءات الكافية لضمان الصحة والأمان الوظيفي في عملياتها.

4.4. الحوكمة وحماية حقوق المساهمين

بالرغم من تركيز المسؤولية الاجتماعية على الجانب الاجتماعي والأخلاقي إلا أنها لا تحرم حق الشركات في تحقيق الربح المادي، ولكن يجب أن يتم ذلك في إطار من الحوكمة الرشيدة ووفقاً لأخلاقيات الأعمال، وفي هذا الإطار فإن الشركات المسؤولة اجتماعياً هي تلك التي:

- حماية أصول الشركة، وحقوق أصحاب المصالح، وإشراكهم في مراقبة أداء الشركة.
- إعطاء الحقوق المادية للمساهمين كاملة وحماية حقوقهم وتوفير المعاملة المتساوية بينهم سواء كانوا وطنيين أو أجانب. وتحسين أداء الشركة وقيمتها الاقتصادية وقيمة أسهمها.
- بالإفصاح النزيه عن كل المعلومات مثل: المركز المالي والأداء وحقوق الملكية.
- تحسين الممارسات المحاسبية والمالية والإدارية في الشركة.
- تحقيق العدالة والنزاهة والشفافية في جميع تعاملات الشركة وعملياتها.
- إعطاء الحق للمساهمين في الإرشاد الاستراتيجي والرقابة على عمل إدارة الشركة.
- الدقة والموضوعية عند إعداد التقارير المالية وغير المالية وشفافية الإفصاح، وملائمة توقيتته. ومحاربة الرشوة والفساد وكل أساليب العمل الإداري غير الأخلاقي.

5.4. حماية حقوق المجتمع المحلي

يمثل المجتمع المحلي (مجتمع الدولة المضيفة) شريحة مهمة من المستفيدين (أصحاب المصلحة) وتهتم الشركات بتوطيد العلاقة مع مجتمعاتها باعتبار ذلك يدعم النظرة الايجابية تجاه هذه الشركات ويحسن من صورتها توجد أساليب كثيرة من خلالها تساهم الشركات بدعم المجتمع المحلي وحل مشكلاته، من أهمها (طاهر الغالبي وصالح العامري، 2008، ص-ص:98-99):

- دعم البنى التحتية للمجتمع لتحسين نوعية الحياة في المجتمع، مثل تعبيد الطرقات وإنشاء الجسور والحدائق العامة، دعم الأنشطة الرياضية والثقافية.
- خلق فرص عمل جديدة وتحسين مستوى المعيشة وتوفير الأمن الاجتماعي.
- دعم الأنشطة الاجتماعية مثل الأندية الترفيهية وأماكن ترويح الكبار السن ومنتزهات الأطفال والنوادي الاجتماعية المختلفة.

- المساهمة الايجابية في حالات الطوارئ والكوارث الطبيعية، مثل حالات الزلازل والفيضانات والحروب الأهلية والحريق والاضطرابات السياسية.
 - احترام العادات والتقاليد والأديان وعدم خرق الآداب العامة والسلوك الايجابي وعدم القبول بالفساد الإداري أو الرشوة وتحقيق أرباح على حساب المستهلك وصحته.
 - دعم مؤسسات المجتمع المدني التي تنشط في مجالات إنسانية مختلفة مثل تلك التي تهتم بشؤون المرأة أو الطفل أو الشباب أو كبار السن، أو ذوو الاحتياجات الخاصة، حيث يجب أن يتم دعم مثل هذه المنظمات ماديا ومعنويا لتعزيز التلاحم الاجتماعي.
 - دعم المؤسسات العلمية كمراكز البحث والجامعات، والتعاون معهم في المجالات المختلفة والاستفادة من الخبرات العلمية.
 - الاتجاه نحو تبني حاضنات الأعمال من أجل دعم الرواد والمبدعين وتشجيعهم على فتح المشاريع الاقتصادية التي تسهم في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية.
 - المشاركة والدعم المتواصل من أجل تنمية المجتمع المحلي سياسيا عن طريق التوعية المستمرة والالتزام المالي بعدم خلق حالة من الفساد السياسي والتكتلات، عدم دفع الرشاوى من اجل فوز مرشح سياسي معين مقابل الحصول على الامتيازات، وعدم التدخل في الشؤون السياسية الداخلية لحكومة الدولة المضيفة.
- 6.4. مسؤولية الشركات متعددة الجنسيات في مجال التنمية في الدول المضيفة
- المساهمة في خطط التنمية الشاملة وذلك من خلال التنسيق مع حكومات الدول المضيفة. واحترام القوانين والعقود المنظمة لعمل هذه الشركات في الدول المضيفة.
 - عدم التركيز على النشاطات التجارية فقط بل الاهتمام بالعمل في نشاطات أخرى ذات طابع صناعي وزراعي لدعم جهود التنمية.
 - استقطاب الموارد البشرية من البلد المضيف لحل مشكلتي البطالة والفقير.
 - نقل التكنولوجيا والخبرة الفنية والإدارية والتسويقية من الدولة الأم إلى الدول المضيفة التي تتواجد بها فروع الشركات متعددة الجنسيات.

- العمل على احترام قوانين العمل وحفظ لحقوق العاملين والإنسان، واحترام للقوانين والأعراف والقيم. وتجنب كل أشكال الفساد والرشوة.
- عدم تلويث البيئة او الإضرار بها، والحفاظ على المصادر المائية، والحياة الطبيعية والثروات الحيوانية. وتجنب النشاطات التي تمثل شكل من أشكال التهديد البيئي.
- دفع الالتزامات المالية التي تقع على الشركات متعددة الجنسيات مثل الضرائب.
- دعم الشركات الصغيرة والمتوسطة ماليا ومن خلال الخبرة الإدارية والفنية، وبتشجيع التعاقد من الباطن واستقطابها للانخراط بسلسلة التوريد العالمي. وخلق حاضنات أعمال وتبني مشاريع الرواد وتشجيعها ودعمها.

5. خاتمة

في ختام هذه الدراسة يمكن أن نخلص إلى التأكيد على أهمية التزام الشركات متعددة الجنسيات بالمسؤولية الاجتماعية والبيئة. وذلك بصفة طوعية ومن خلال استراتيجيات دائمة تتوافق مع متطلبات التنمية الاقتصادية والاجتماعية للمجتمع الذي تعمل فيه.

إن الالتزام بالأبعاد الأربعة للمسؤولية الاجتماعية من شأنه أن يوجه الشركات الدولية نحو السلوكيات الأخلاقية والالتزامات المسؤولية، وأن يجعل من هذه الشركات تتصف بصفة المواطنة، وأن يخدم كل أصحاب المصالح الذين تتعامل معه الشركة.

ولا شك أن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية لا يفيد فقط المجتمعات التي تعمل فيها هذه الشركات، إنما هو مهم أيضا لهذه الشركات ذاتها، حيث ستكتسب سمعة جيدة في المجتمع وسيعزز ذلك من صورتها ويديم تواجدها في الأسواق المختلفة، ويجنبها ضغوطات الحكومات والمجتمع المدني.

ويمكن أن نختصر خلاصة الدراسة في النتائج التالية:

- أفرزت العولمة الاقتصادية وانفتاح الأسواق الدولية انتشار فروع الشركات متعددة الجنسية في معظم الدول النامية، هذه الشركات لها إيجابيات وسلبيات.
- لا تلتزم بعض الشركات متعددة الجنسيات بالسلوك الأخلاقي في نشاطاتها الاقتصادية، بل قد تهتم بمصلحتها المادية على حساب حقوق المجتمعات التي تعمل فيها.
- من أهم المشكلات التي ترافق تواجد فروع الشركات متعددة الجنسيات في الدول النامية: تلوث البيئة، عدم احترام حقوق الإنسان، إهمال حقوق العاملين، نشر ثقافة استهلاكية

لا تناسب مجتمعات الدول المضيفة، الفساد والرشوة، التهرب من الضرائب، تهريب رؤوس الأموال مما يحرم الدول المضيفة من الاستفادة منها، عدم نشر التكنولوجيا الحديثة، التركيز على النشاطات الاقتصادية ذات الطابع الربحي وإهمال النشاطات التي تحقق التنمية الشاملة، التدخل في الشؤون السياسية للدول والضغط على حكوماتها.

■ في ظل الكثير من التجاوزات التي تنجم عن أعمال الشركات متعددة الجنسيات في الدول المضيفة أصبح من المهم كبح جماح توجهاتها الاستغلالية وضبط سلوكياتها الانتهازية في الدول المضيفة، وهذا الأمر لم يعد خيارا بالنسبة لها إنما مطلبا، حيث تتعرض الكثير من هذه الشركات للضغوطات المختلفة من حكومات الدول المضيفة ومنظمات المجتمع المدني والمنظمات غير الحكومية والهيئات والمنظمات الدولية.

■ أدى تأثر سمعة الشركات متعددة الجنسيات التي لا تضبط نشاطاتها بما يتوافق مع القوانين والمواثيق الدولية إلى ظهور حاجة ملحة لدى هذه الشركات لتحسين هذه الصورة في نظر المتعاملين معها، مما دعم حاجتها لممارسة المسؤولية الاجتماعية.

■ تعكس المسؤولية الاجتماعية ممارسة الشركات لواجبها الايجابي تجاه المجتمع، فتعني إدارة وممارسة الأثر الاجتماعي والبيئي والاقتصادي للشركة تجاه المجتمع والبيئة واتجاه كل أصحاب المصلحة، هذه الممارسة طوعية وليست إجبارية كما أنها تتجاوز الأطر القانونية.

■ المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسيات في الدول المضيفة تعني ممارسة المسؤولية الأخلاقية وواجب المواطنة تجاه كل الأطراف المستفيدة وهم: المجتمع، البيئة، المساهمين، المستهلكين، العمال، ويتعين على الشركات متعددة الجنسيات أن تضع برامج المسؤولية الاجتماعية ضمن خطط التنمية في الدول المضيفة وذلك من خلال التنسيق مع حكومات هذه الدول، فالهدف من مسؤولياتها الاجتماعية لا يجب أن يكون هدف خيري وتطوعي مؤقت إنما هدف استراتيجي طويل الأجل يجعل منها شريكا في التنمية.

- إن أداء الشركات متعددة الجنسيات لكل التزاماتها ومسؤولياتها الاجتماعية تجاه أصحاب المصلحة يهذب كل ممارساتها الإدارية، ويجعل منها مكسبا اقتصاديا واجتماعيا وتنمويا في الدول المضيفة من جهة، ويضمن استمرارها في أسواق هذه الدول من جهة أخرى.
- توفر ممارسات المسؤولية الاجتماعية والعمل الأخلاقي بيئة عمل مناسبة للشركات متعددة الجنسية، فهذا عامل مهم من العوامل التي تحفز على تبني الممارسات المسؤولة اجتماعيا.

6. قائمة المراجع:

1.6. العربية:

- ثامر البكري، التسويق والمسؤولية الاجتماعية، دار وائل للنشر والتوزيع، (عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2001)
- حسن زعرور، (2012)، الآثار الاقتصادية والاجتماعية للشركات متعددة الجنسية، [http://www.lebarmy.gov.lb/article.asp?ln=ar&id=4364\(10/12/2012\)](http://www.lebarmy.gov.lb/article.asp?ln=ar&id=4364(10/12/2012))
- رسلان خضور، المسؤولية الاجتماعية لقطاع الأعمال، ندوة الثلاثاء الاقتصادية الرابعة والعشرين حول التنمية الاقتصادية والاجتماعية في سوريا، 2011، دمشق، سوريا.
- سرمد كوكب جميل، (2011)، المسؤولية الاجتماعية للاستثمار الأجنبي المباشر تحليل نقدي لمعطيات منظمة التجارة العالمية في عصر العولمة، <http://iefpedia.com/arab/?p=3804> (11/10/2011).
- شكراني الحسين، المسؤولية المجتمعية للمقاولات: مدخل عام، بحوث اقتصادية عربية، العددان 56/55 ، 2011.
- صالح العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال (الأعمال والمجتمع)، دار وائل للنشر، الطبعة الثانية، 2008.
- طاهر الغالبي وصالح العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال (الأعمال والمجتمع)، دار وائل للنشر، الطبعة الثانية، 2008.

- عامر عوني عبد السلام هاشم، تأثير عناصر المسؤولية الاجتماعية المؤسسية على حقوق المستهلك الأردني (دراسة على قطاع صناعة السلع الغذائية المغلفة)، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال، تسويق، الجامعة الأردنية، 2004.
- عبد الرحمن العايب، التحكم في الأداء الشامل للمؤسسة الاقتصادية في الجزائر في ظل تحديات التنمية المستدامة، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2011.
- عبد السلام أبو قحف، إدارة الأعمال الدولية، الدار الجامعية، مصر، 2001.
- عبد السلام مخلوفي وسفيان عبد العزيز، تأثير معايير المسؤولية الاجتماعية على نشاط الشركات متعددة الجنسيات، ورقة مقدمة للمشاركة في الملتقى الدولي الثالث بجامعة بشار حول: منظمات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، جامعة بشار، 2012.
- علي عباس، إدارة الأعمال الدولية، دار الراجحة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007.
- غادة عمر أبو أرشيد، المسؤولية الاجتماعية وأثرها على الأداء: دراسة ميدانية للمستشفيات الخاصة في مدينة عمان، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال، جامعة اليرموك، الأردن، 2006.
- غسان عيسى العمري، العضلات الأخلاقية وأثرها في تراجع أهداف عمليات الشركات متعددة الجنسيات، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الدولي السابع بعنوان: تداعيات الأزمة الاقتصادية العالمية على منظمات الأعمال، التحديات الفرص والآفاق، 2009.
- محمد نصار ذيب المرشد، المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للإدارة الإستراتيجية في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة آل البيت، الأردن، 1999.
- مصطفى كامل وعبد الغني حامد، إدارة الأعمال الدولية، مؤسسة لورد العالمية للشؤون الجامعية، البحرين، 2006.

- مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع (الاتجاهات والقضايا الراهنة)، منشورات الأمم المتحدة، رقم الوثيقة: UNCTAD/ITE/TEB/2003/7، 2003.
 - نادية العارف، التخطيط الاستراتيجي والعمولة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003.
 - نهال المغربي وياسمين فؤاد، المسؤولية الاجتماعية لرأس المال في مصر: بعض التجارب الدولية، ورقة عمل رقم 138، المركز المصري للدراسات الاقتصادية، مصر، 2008.
- 1.6. المراجع باللغة الفرنسية
- Cécile Renouard, la responsabilité éthique des multinationales, presses universitaires de France, France; 2007.
 - Ivana Rodié, responsabilité sociale des entreprises-lef développement d'un cadre Européen; mémoire présenté pour l'obtention du diplôme d'études approfondies en études européennes; Institut Européen de l'université de GENEVE, 2007.
 - Sandra NAIGEON DE BOER ; RESPONSABILITÉ SOCIALE : UN NOUVEL ENJEU POUR LES MULTINATIONALES ?; mémoire fin études; INSTITUT D'ÉTUDES POLITIQUES; France.