

واقع تبني المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسيات

The reality of adopting the social responsibility of multinational companies

أ.د. مخلوفي عبد السلام

ط.د. فارسي فاطنة

جامعة طاهري محمد بشار، الجزائر

جامعة طاهري محمد بشار، الجزائر

ma_abdessalem@yahoo.fr

farsifatna18@gmail.com

تاريخ القبول: 2020/03/26

تاريخ الاستلام: 2019/10/10

ملخص: تهدف هذه الدراسة إلى إبراز واقع تبني المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسيات هل هي التزام من قبل هذه الشركات نظرا لما تخلفه من سلبيات على بيئة الدول المضيفة؟ أم أنها إلزام يفرضه القانون عليها وذلك باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، فالمسؤولية الاجتماعية أصبحت في الوقت الراهن ينظر إليها بأنها وسيلة أو إستراتيجية يجب تبنيها من أجل البقاء و ضمان الاستمرارية لنشاط هذه الشركات و اكتساب رضا كل من البلد المضيف و ولاء مجتمعه، ولكن في المقابل هناك التزامات بيئية و اجتماعية يجب الوفاء بها. وخلصت الدراسة إلى أن المسؤولية الاجتماعية لهذه الشركات هي مبادرات طوعية حيث لا يوجد قانون يلزمها بالممارسة الفعلية حيث تمت الإشارة إلى ضرورة تقنين هذا الجانب حتى يأخذ صفة الإلزام ليردع التجاوزات اللاأخلاقية و يكون محفز للشركات الأخرى.

الكلمات المفتاحية: الشركات متعددة الجنسيات، المسؤولية الاجتماعية، الالتزام، الإلزام، الامتيازات، OMC

Abstract: The objective of this study to highlight the reality of the adoption of corporate social responsibility is a commitment by these companies because of the negative effects on the environment of the host countries? social responsibility is now seen as a means or a strategy be adopted in order to survive and ensure continuity of activity of these companies and to gain the satisfaction of both the host country and loyalty of its community but it return there or environment ale and social obligations that must be met, the study concluded that the social responsibility of these companies is voluntary initiatives there is no law that obligates them to practice. The necessity of legalizing this aspect is mentioned in order to take The form of obligation to deter immoral violations and to be a catalyst for other companies.

Key Words : Multinational, Social responsibility, Commitment, Obligation, OMC.

JEL Codes : F23, A13.

مرسل المقال: فارسي فاطنة (farsifatna18@gmail.com)

مقدمة:

تسعى الشركات الكبرى على اختلاف طبيعة نشاطها ، إلى تحقيق الأداء الاقتصادي الذي يهدف إلى تعظيم أرباحها، إلا أنها تحدث خلال نشاطها مجموعة من الآثار السلبية سواءا على البيئة كالتلوث ، واستنزاف الموارد الطبيعية، وعلى المجتمع بالاستغلال المفرط لليد العاملة و بإهمال آثارها السلبية على العمال من حيث الأمن ، الصحة ، التدريب ، السكن وغيرها ، وهذا ما أدى إلى الحديث عن المسؤولية البيئية والاجتماعية علاوة على الأداء الاقتصادي بالنسبة لهذه الشركات حيث تشير المسؤولية الاجتماعية إلى النشاط الذي يهدف إلى تعظيم المساهمة الاجتماعية للشركات أي تلك المساهمة التي يجب أن يتحقق العائد منها للمجتمع باعتبار أن الشركات جزء من المجتمع الذي تزاو في نشاطها وبيعتها لترويج منتجاتها ومصدر مداخلها ، أما عن المسؤولية البيئية فيقصد بها تحمل الشركات جزءا من المبادرات أحادية الجانب أو التعاون مع السلطات العمومية لتلتزم من خلالها باتخاذ التدابير اللازمة لتخفيف الأضرار التي تلحقها بالبيئة بعدما كانت تتخذ موقفا دفاعيا تجاه هذه الأضرار في السابق، ويستخدم مصطلح المسؤولية البيئية والاجتماعية للتعبير عن الالتزامات الملقاة على عاتق الشركات بإنجاز مجموعة من الأهداف لصالح المجتمع ، يترتب على هذا النوع من المسؤولية قيام الشركات الاقتصادية بمجموعة من العمليات الاجتماعية ، فلم يعد تقييم الشركات يعتمد على الربحية فحسب ولم تعد الشركات تعتمد في بناء سمعتها على مراكزها المالية فقط ، فقد ظهرت مفاهيم حديثة تساعد على خلق بيئة عمل قادرة على التعامل مع التطورات في الجوانب الاقتصادية والتكنولوجية والإدارية والاجتماعية ، ومن أبرز هذه التطورات مفهوم "المسؤولية الاجتماعية للشركات " ، إذ أدركت الشركات أنها غير معزولة عن المجتمع ، وتنبهت إلى ضرورة توسيع نشاطاتها لتشمل ما هو أكثر من النشاطات الإنتاجية ، بإعطاء المجتمع اهتماما وعناية كافية. وباعتبار الشركات متعددة الجنسيات من أهم الشركات ذات النشاط الواسع ، لذا سنحاول إلقاء الضوء على المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسيات من منطلق كونها حتمية يفرضها القانون أم أنها تبقى طوعية في ظاهرها ولكن لها مكاسب خفية.

و عليه من خلال ما سبق تسعى الورقة البحثية إلى الإجابة على الإشكال التالي: هل أن ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسيات إلزام قانوني عليها، أم أنها التزام طوعي تقوم به ؟أي هل حقيقة أن الشركات متعددة الجنسيات طليقة حرة في ممارستها خاصة في ظل الامتيازات التي منحها لها منظمة التجارة العالمية، أم أنها تخضع لضوابط و التزامات تقيدها نوعا ما قد تكون التزامات المسؤولية الاجتماعية؟

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز حقيقة التحرر الذي منح للشركات متعددة الجنسيات من خلال الاتفاقيات الدولية و المحلية و تقديم خلفية واضحة حول المسؤولية الاجتماعية لشركات متعددة الجنسيات ، هل هي مبادرة طوعية خيرية من خلال المساعدات أم أنها عطاء ذكي إضافة إلى تسليط الضوء حول المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسيات هل هي إلزامية قانونية أم التزام طوعي أخلاقي و ذلك باستعمال المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد في الأساس على الجانب النظري يتم من خلاله التطرق إلى مختلف المفاهيم النظرية المتعلقة بالشركات متعددة الجنسيات .

حيث سيتم تغطية هذه الدراسة من خلال المحاور التالية :

- الشركات متعددة الجنسيات.
- المسؤولية الاجتماعية.
- التزامات الشركات متعددة الجنسيات بمبادئ المسؤولية الاجتماعية في ظل الامتيازات الممنوحة.

1. الشركات متعددة الجنسيات:

إن حجم النمو الكبير الذي حققته الشركات متعددة الجنسيات خلال النصف الثاني من القرن الماضي حتى الآن وتعاظم النفوذ الاقتصادي والمالي والسياسي لهذه الشركات ، وحجم التكتلات التي تجمعها دفع العديد من الجامعات والمعاهد التعليمية ومراكز البحث إلى الاهتمام بدراسة طبيعة أنشطتها وأهدافها وتنظيمها ومستقبل وظائفها... الخ. لذا سوف نحاول تناول موضوع الشركات متعددة الجنسيات من خلال النقاط التالية:

1.1. ماهية الشركات متعددة الجنسيات:

لقد شهد تعريف الشركات متعددة الجنسيات تعريفات عدة من قبل العديد من الاقتصاديين ، إذ تعددت مفاهيم حول هذا الكيان الاقتصادي ، فمنهم من يعرف الشركة متعددة الجنسية بأنها كل مشروع يمتلك أو يسيطر على الموجودات و أصول المصانع مناجم ، مكاتب ، واستثمارات و ما شابهها في دولتين أو أكثر و يمتد نشاط هذه الشركات في كافة أنشطة الحياة الاقتصادية في المجال الصناعي و التجاري و المالي (الأتربي، 1997) .

و تعرف الشركة الدولية حسب "Livingstone" بأنها تلك الشركة التي تتمتع بشخصية مستقلة وتمارس نشاطها بالاختيار في دولة أو أكثر ، و يقصد بالشخصية المستقلة للشركة الدولية هو عدم خضوعها لرقابة أي حكومة من الحكومات الأم فيما يختص بممارسة أنشطتها المختلفة أو أي قرارات مرتبطة بها في الخارج (الخطيب، 2009).

كما عرفت الشركات متعددة الجنسيات بأنها الشركات التي تملك و تتحكم في أنشطة اقتصادية موزعة على بلدان متعددة وتشارك في الأنشطة الدولية المختلفة وتقوم بالتصنيع في العديد من الدول ولديها ارتباطات والتزامات مالية كبيرة ، وتحصل على إيراداتها الإجمالية من العمليات الدولية (International Operations)(العامري، 2007).

وتعرف بالشركات الأجنبية و هي الشركات التي تدير بصورة مباشرة أو تمارس بصورة غير مباشرة نشاطا استثماريا سواء في مجال الإنتاج أو التسويق أو الخدمات خارج الدولة الأم و ذلك بغض النظر عن عدد الدول المضيفة التي يقع في دائرتها الأنشطة المذكورة (الرحالة ع.، 2011).

2.1 أنواع الشركات متعددة الجنسيات:

قدم بيرلمتار Perlmutter محاولة لتصنيف أنماط الشركات الدولية يمكن عرضها في الآتي :

- النمط المركزي وحيد الجنسية : في ظل هذا النمط تكون الشركة وحيدة الجنسية (أي الوطنية) أساسا ، و لكنها تمتلك فروعاً إنتاجية في بعض الدول أو الأسواق الأجنبية ، و يتم اتخاذ جميع القرارات الرئيسية في المركز الرئيسي للشركة الأم .

- لنمط اللامركزي : بالمقارنة النمط الأول ، نجد أنه في ظل هذا النمط توجد درجة عالية من اللامركزية في اتخاذ القرارات و حرية التصرف في كل فروع الشركة بالخارج ، كما أنه من المحتمل أن تقل درجة رقابة الشركة الأم على فروعها في الأسواق الأجنبية كما أن هذا النمط تعددت فيه الجنسيات المالكة للشركة.
- النمط الجغرافي: يتميز هذا النمط من الشركات متعددة الجنسيات بالتكامل و الانتشار الجغرافي في ممارسة الأنشطة والعمليات على مستوى العالم ، كما تتميز الشركة بكونها كبيرة الحجم و توافر الموارد المالية و البشرية و الفنية. أما من ناحية جوانب الضعف التي تشوب الأنماط السابقة، فتجدر الإشارة هنا إلى أن النمط المركزي وحيد الجنسية لا تتوفر لديه القدرة على التكيف مع متطلبات البيئة في الدول النامية ، و بمعنى آخر ، أن الشركة الدولية تحاول بدرجة الأولى فرض معاييرها الثقافية والاقتصادية و السلوكية المعمول بها في الدولة الأم في الدول المضيفة دون النظر إلى الفروق أو تباين في متغيرات البيئة و ظروف بين الدولتين .
- أما نقطة الضعف الرئيسية في النمط الثاني (النمط اللامركزي) فتمثل في صعوبة الرقابة الشاملة على الفروع سواء كانت رقابة على الانجاز أو الممارسات الإدارية في كل فرع ، و أخيرا فان تأثير النمط الجغرافي على الشركات الدولية من حيث البيئة الثقافية في الدولة الأم (و بصفة خاصة في المراحل الأولى من بداية النشاط) و محاولة الالتزام بها أو فرضها في الدول المضيفة تعتبر إحدى جوانب الضعف الخاصة بهذا النمط من الشركات .
- الشركات متعددة الملكية : و يظهر هذا النوع من الشركات إذا تعددت جنسيات ملاكها على المستوى الدولي ، أو نمو إحدى الشركات الوطنية عن طريق اندماجها في شركات أخرى دولية أو اندماجها مع بعض الشركات في بعض الدول المضيفة (الخطيب، 2009)

3.1 خصائص الشركات متعددة الجنسيات:

- ضخامة حجم الشركات متعددة الجنسيات : تتميز هذه الشركات بضخامة حجمها واستمرارها بحيث تستحوذ على % 80 من إجمالي مبيعات العالم ، ويمكن الاستدلال على ضخامة حجم الشركات المتعددة الجنسيات من خلال مؤشر حجم المبيعات ، مؤشر حجم الإيرادات ، القيمة المضافة للشركات (العتيم، 2007) .
- اتساع الرقعة الجغرافية لنطاق الشركات متعددة الجنسيات : تتميز هذه الشركات بكونها مساحات السوق الذي يغطيها ، وامتدادها الجغرافي خارج الدولة الأم ، بما لها من إمكانيات هائلة في التسويق وفروع وشركات تابعة لها في مختلف أنحاء دول العالم (نواز عبد الرحمن الهيتي، منجد عبد اللطيف الخشالي، 2007)
- تنوع نشاطات الشركات متعددة الجنسيات : تتميز هذه الشركات بتعدد وتنوع نشاطاتها بهدف تعويض الخسارة المحتملة في نشاط معين بأرباح تتحقق من أنشطة أخرى ، فـشركة " تايم وانر " تنشط مثلاً في عدد كبير من شركات النشر والملاهي ويبدو لنا أن الشركات متعددة الجنسيات والإعلام واستوديوهات هوليوود والشبكة الإخبارية قامت بإحلال وفورات مجال النشاط محل وفورات الحجم التي انتهجتها هذه الشركات بعد الحرب العالمية الثانية (الجملي، 2004) .

- التفوق والتطور التكنولوجي في الشركات متعددة الجنسيات : تعد الشركات متعددة الجنسيات مصدراً أساسياً لنقل المعرفة الفنية والإدارية والتنظيمية وذلك من خلال التدريب وتوفير العمالة المتخصصة الأمر الذي يسهم في تضيق الفجوة التكنولوجية بين الدول المتقدمة والنامية (صقر، 2003).

- إقامة التحالفات الإستراتيجية في الشركات متعددة الجنسيات : تحاول هذه الشركات المحافظة على علاقات التكامل والتنسيق فيما بينها بهدف تحقيق مصالحها الاقتصادية المشتركة وتعزيز قدراتها التنافسية والتسويقية واستفادة كل واحدة منها بالمزايا التي تملكها الأخرى كالمزايا التكنولوجية والمعرفة الفنية وأساليب التسويق والمهارات الإدارية (الحميد، 1998).

- المزايا الاحتكارية للشركات متعددة الجنسيات : تتمتع هذه الشركات بمجموعة من المزايا الاحتكارية كاحتكار التكنولوجيا الحديثة والمهارات الفنية والإدارية وأساليب مراقبة الجودة والتسويق مما يتيح لها زيادة قدراتها التنافسية عالمياً تعظيم إيراداتها وأرباحها خاصة في ظل ما تتمتع به هذه الشركات من مزايا تمويلية وقدرتها على الاقتراض من الأسواق المالية العالمية بأفضل الشروط نظراً لسلامة وقوة مركزها المالي.

- تعبئة الكفاءات والمدخرات العالمية في الشركات متعددة الجنسيات : تسعى هذه الشركات لاختيار العاملين ذوي الكفاءات من مواطني الدولة المضيفة بعد اجتياز اختبارات معينة والمشاركة في دورات تدريبية ، كما تسعى لتعبئة المدخرات من السوق العالمية بطرح الأسهم الخاصة بها في الأسواق المالية العالمية والأسواق الناهضة واستقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر ، وإلزام كل شركة تابعة بأن توفر محلياً أقصى ما يمكن لضمان التمويل اللازم لها من خلال وسائل مختلفة مثل المشروعات المشتركة.. الخ.

-إدارة الشركات متعددة الجنسيات وتنظيمها : يعتبر التخطيط الاستراتيجي أداة لإدارة هذه الشركات وتحقيق ما ترغبه والتعرف على نواياها المستقبلية ، فالتخطيط يحقق لها اقتناص الفرص وزيادة الفوائد وتحقيق معدلات مرتفعة في المبيعات والأرباح ومعدل الفائدة على رأس المال المستثمر (الفخري، 2010).

2. المسؤولية الاجتماعية:

كثيراً ما نقرأ و نسمع عن جملة كثر تداولها بين الناس و في الإعلانات الخاصة بالشركات و تدعمها قيادات الدول و تنادي بها المنظمات غير الحكومية المهتمة بالبيئة و المجتمع آلا وهي المسؤولية الاجتماعية، بحث نجدها خيار تحتمه عليها تطورات الحياة المدنية و ثقافة المجتمع الذي بات يبحث عن منتجات تراعي الجوانب الصحية و البيئية لتكون خياره المفضل ليشترى منها سلعته و هذا ما أصبح ملاحظاً انه موجود في الدول المتقدمة و ربما لم يتبلور بعد في مجتمعات الدول النامية و لكنها تبقى مسألة وقت فقط.

1.2 مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

يحتل مفهوم المسؤولية الاجتماعية لمنظمة الأعمال اهتماماً كبيراً لدى معظم الكتاب و المفكرين و لم يصل النقاش و التداول لمثل تلك الأفكار إلى موقف واحد مشترك.

أ. تعريف المسؤولية الاجتماعية : إن تعريف المسؤولية الاجتماعية لمنظمة الأعمال يشير إلى تلك "الدرجة التي تنصرف إليها نشاطات منظمة الأعمال في المحافظة و التطوير لجوانب المجتمع بما هو أكثر من ذلك الحد الذي تقتضيه مصلحة منظمة الأعمال اقتصاديا و فنيا " (الديري، 2011).

و يمكن استخلاص تعريف للمسؤولية الاجتماعية كونهما :التزام المنظمة اتجاه المجتمع و الذي يأخذ بنظر الاعتبار توقعات المجتمع من المنظمة في صورة الاهتمام بالعاملين و بالبيئة (سكارنه، 2011) .

كما يمكن تعريف المسؤولية الاجتماعية بأنها : "تعهد و التزام رجال الأعمال في مواصلة السياسات لصنع القرارات و معالجة الحالات المرغوبة و لتحقيق الأهداف و القيم لعموم المجتمع" (الرحاحلة ع.، 2011).

كما عرفت الغرفة التجارية العالمية المسؤولية الاجتماعية : "أنها جميع المحاولات التي تساهم في تطوع الشركات لتحقيق تنمية بسبب اعتبارات أخلاقية و اجتماعية، وبالتالي فإن المسؤولية الاجتماعية تعتمد على المبادرات الحسنة من رجال الأعمال دون وجود إجراءات ملزمة قانونيا ، ولذلك فإن المسؤولية الاجتماعية تتحقق من خلال الإقناع و التعليم "

2.1 الآراء المؤيدة و المعارضة لتبني المسؤولية الاجتماعية :

الجدول 01: "الآراء المؤيدة و المعارضة لتبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية"

الآراء المعارضة	الآراء المؤيدة
لا يمكن قياس الأفعال و المساهمات الاجتماعية.	لابد و ان تساهم منظمة الأعمال في تطوير المجتمع الذي يسمح لها بحقوق في العمل و الإنتاج.
أنها تتقاطع مع التوجهات المالية في زيادة الأرباح .	يمكن ان تنعكس المساهمة الاجتماعية بأرباح للمنظمة ذاتها
قد تزيد المسؤولية الاجتماعية الأسعار بشكل كبير .	أنها شيء معبر عن ذلك الالتزام الأخلاقي نحو المجتمع.
قد يختلف الغرض لمنظمة الأعمال و الذي نشأت من اجله.	تحسين صورة المنظمة في ذهنية الجمهور .
مساهمة منظمة الأعمال القوية في الجوانب الاجتماعية يجعلها تتمتع بقوة أكبر و بشكل مخيف و يجب الانتباه له.	أنها ملتزمة لتجنب التبعات.
لا يمكن للجمهور إعادة محاسبة منظمة الأعمال و من ثم لا يمكنه التحكم في جوانب مساهمتها الاجتماعية.	أنها في مصلحة المالكين حيث ترتفع أسعار أسهم شركاتهم.
قد يعرقل عمل الجهات المتخصصة بالنشاطات الاجتماعية عندما تتدخل منظمة الأعمال بمثل تلك النشاطات.	الوقاية من المشكلات الاجتماعية خير من معالجتها بعد ان تتفاقم .

المصدر :زاهد الديري ،سعادة الخطيب ،مرجع سابق،ص 216

3.2 أبعاد المسؤولية الاجتماعية :

تختلف أبعاد المسؤولية الاجتماعية من بعد اقتصادي ، قانوني ، أخلاقي ، إنساني و هي كالآتي :

أ. البعد الاقتصادي : هناك من يرى بأن الشركات عبارة عن وحدات اقتصادية تهدف إلى تحقيق الربح و هذا ينعكس إيجابا على محيطها الخارجي (بمجتمعها) و يمثل هذا البعد بمسؤوليات أساسية يجب أن تطلع بها الشركات ، حيث إنتاج السلع و الخدمات ذات القيمة للمجتمع بتكلفة معقولة و نوعية حياة جيدة ،

ب. **البعد القانوني** : يتم بإلزام رسمي و هو بهذا أداة فرض و إلزام يمكن أن يقاضى فيعاقب بالجزاء أو التعويض الملائم ، إذن القانون هو القيم الرسمية المقبولة بالحد الأدنى من قبل المجتمع من الناحية القانونية و الأخلاقية ، فالبعد القانوني يمثل الجانب من مسؤوليات هامة ما تحددها الحكومات بقوانين و أنظمة و تعليمات يجب أن لا تخرقها الشركات و تعمل على احترامها .

ت. **البعد الأخلاقي** : تشير الأخلاق إلى الضوابط و المعايير التي تستند لها المؤسسات لغرض التمييز بين ما هو صحيح وما هو خاطئ إن حاولت الشركات أن تعزز السلوك الأخلاقي يفترض بها أن تعي طبيعة تطور الالتزام الأدنى و الأخلاقي للعاملين فيها كما يفترض على المؤسسات أن تستوعب الجوانب القيمة و الأخلاقية .

ث. **البعد الإنساني (الخيري)**: البعد الإنساني هو رسالة صادقة و خدمة إنسانية تُخدم بها الشركة المجتمع من خلال تحسين جوانب حياته و المشاركة في حل مشكلات معنية و دعم القضايا التي تتعلق بالبيئة و المجتمع كاستخدام مواد صديقة للبيئة أو التبرعات التي تقدمها شركة للمجتمع ، و هي مبادرات طوعية غير ملزمة للشركة،(ظاهر محسن منصور الغالي، وائل محمد صبحي إدريس، 2007).

4.2 عناصر المسؤولية الاجتماعية :

- **المالكون** : تحقيق أكبر ربح ممكن ، تعظيم قيمة السهم و المنظمة ككل ، رسم صورة محترمة للمنظمة في بيئتها، حماية أصول المنظمة .
- **العاملون** : رواتب و أجور مجزية ، فرص تقدم و ترقية ، تدريب و تطوير مستمر ، عدالة وظيفية ظروف عمل مناسبة ، رعاية صحية.
- **الزبائن** : منتجات بنوعية جيدة ، أسعار مناسبة ، جودة عالية و ميسورية الحصول عليها ، الإعلان الصادق ، الخ...
- **المنافسون** : منافسة عادلة نزيهة ، معلومات صادقة و آمنة ، عدم سحب العاملين من الطرف المنافس بوسائل غير نزيهة .
- **المجهزون** : الاستمرارية في التجهيز ، أسعار عادلة و مقبولة، تطوير استخدامات المواد المجهزة ، تسديد الالتزامات المالية
- **المجتمع** : المساهمة في دعم البنى التحتية ، توظيف المعاقين ، خلق فرص عمل جديدة ، دعم الأنشطة الاجتماعية ، الخ...
- **البيئة** : الحد من تلوث الماء و الهواء و التربة ، الاستخدام الأمثل و العادل للموارد و خصوصا غير متجددة منها .
- **الحكومة** : الالتزام بالتشريعات و القوانين و التوجيهات الصادرة من الحكومة ، احترام تكافؤ الفرص بالتوظيف .

- جماعات الضغط الاجتماعي : التعامل الجيد مع جمعيات حماية المستهلك ، احترام أنشطة جماعات حماية البيئة، احترام دور النقابات العمالية و التعامل الجيد معها ، التعامل الصادق مع الصحافة (سكارنه، 2011) .

3. التزامات الشركات متعددة الجنسيات بمبادئ المسؤولية الاجتماعية في ظل الامتيازات الممنوحة:

تعد التطورات الاقتصادية التي شهدتها العالم في العقد الأخير من القرن العشرين والمتثلة في التوقيع على اتفاقيات منظمة التجارة العالمية وما تضمنته من تحرير لحركة التجارة الدولية وحرية انتقال رؤوس الأموال الخاصة والاستثمارات الأجنبية ، من أهم العوامل التي أسهمت في تعميق و زيادة أهمية الاستثمار الأجنبي المباشر من خلال الشركات متعددة الجنسيات وما أصبحت تقوم به من دور هام في النشاط الاقتصادي العالمي ، ونظرًا للصلة الوثيقة بين التجارة الدولية والاستثمار الأجنبي المباشر ، فقد طرح موضوع تدابير الاستثمار المتصلة بالتجارة في مفاوضات جولة أورجواي من منطلق الاعتقاد بأن هناك تدابير استثمارية معنية تؤدي إلى آثار تقييدية ومشوهة للتجارة العالمية ومن ثم يكون لها تأثير معاكس على حرية التجارة ، الأمر الذي يتعارض مع مبادئ الميثاق العالمي و مواصفات الايزو حيث تقوم بعض الدول المضيفة للاستثمارات وخاصة الدول النامية بفرض تدابير معينة في إطار العمل على تشجيع الاستثمار الأجنبي ، إلا أن هذه التدابير تملبها بعض الاعتبارات الأخرى مثل العمل على تشجيع تبني معايير المسؤولية الاجتماعية التي أصبحت حتمية ضرورة لضمان البقاء و الاستمرار.

1.3 اتفاق إجراءات الاستثمار المتصلة بالتجارة "TRIMS" في إطار منظمة التجارة العالمية.

يعتبر اتفاق إجراءات الاستثمار المتصلة بالتجارة "TRIMS" بوصفه أول اتفاق دولي يقوم بوضع قواعد لمعاملة الاستثمارات الأجنبية المباشرة في الدول المضيفة في إطار النظام التجاري للجات ومنظمة التجارة العالمية ، فضلاً عن احتمالات تأثيره على تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر على المستوى العالمي . يقصد بإجراءات الاستثمار المتصلة بالتجارة القوانين واللوائح والقواعد والإجراءات التي تنظم التعامل مع الاستثمارات الأجنبية المباشرة حينما يكون لها تأثير أو انعكاس على التجارة الدولية حيث تفرض حكومات الدول المختلفة عادة مجموعة من القوانين واللوائح والإجراءات التي تنظم أسلوب التعامل مع الاستثمارات الأجنبية المباشرة، ويتحقق ذلك من خلال تقرير عدد من المزايا والحوافز لجذب تلك الاستثمارات الأجنبية وتوجيهها إلى مجالات وأنشطة معينة تتمتع بأولوية خاصة وفقاً لخطط وبرامج التنمية الاقتصادية التي تطبقها الدولة ، وحينما يكون لهذه التدابير والإجراءات ارتباطاً بحركة التبادل التجاري الدولي فإنها تعرف بتدابير الاستثمار المتصلة بالتجارة (Baldwin, 1995).

2.3 التزامات الشركات متعددة الجنسيات في ظل الميثاق العالمي و مواصفة الايزو 26000:

إن نجاح قيام الشركات بدورها في المسؤولية الاجتماعية يعتمد أساساً على التزامها بمعايير وهي احترام الشركة للبيئة الداخلية (العاملون) ، والبيئة الخارجية (أفراد المجتمع)، دعم المجتمع ومساندته وحماية البيئة ، سواء من حيث الالتزام بتوافق المنتج الذي تقدمه الشركة للمجتمع مع البيئة ، أو من حيث المبادرة بتقديم ما يخدم البيئة ويحسن من

الظروف البيئية في المجتمع ومعالجة المشاكل البيئية المختلفة ، وهذا ما ورد في الاتفاقية العالمية للأمم المتحدة فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية للشركات.

أ. **الميثاق العالمي** : تم في عام 1999 الاقتراح الأولي للميثاق العالمي للمسؤولية الاجتماعية ، في حين أطلق الميثاق بمراحلته النهائية في مقر الأمم المتحدة في نيويورك سنة 2000 ، وهو عبارة عن مبادرة مواطنة طوعية متعلقة بالشركات يعرض تسهيلاً وتعهداً خلال عدة آليات (سياسة الحوار ، المعرفة ، شبكات محلية ومشاريع الشراكة) ، وقد تم إيجاز الأفكار التي تقوم عليها الاتفاقية في عشرة مبادئ ، حيث توافق الشركات الموقعة على هذه الاتفاقية على مراعاة هذه المبادئ في كل ما تقوم به من أنشطة في أية دولة في العالم .

ب. مبادئ الميثاق العالمي:

• حقوق الإنسان :

- المبدأ الأول: يتعين على الشركات تأييد واحترام حماية حقوق الإنسان المعلنة في كافة دول العالم.
- لمبدأ الثاني: التأكيد من عدم التورط في أعمال تنطوي على مخالفة لمبادئ حقوق الإنسان.

• معايير العمل:

- المبدأ الثالث: تؤيد الشركات حرية المشاركة وتعترف اعترافاً فعلياً بحق المساومة الجماعية.
- المبدأ الرابع: القضاء على كافة أشكال الإلزام والإجبار على العمل
- المبدأ الخامس: الإلغاء الفعلي لعمالة الأطفال.
- المبدأ السادس: القضاء على التمييز في الوظائف والمهن
- البيئة: المبدأ السابع: يتعين على الشركات أن تتبنى أسلوباً حذراً عند التعامل مع التحديات التي تواجه البيئة.
- المبدأ الثامن: تبنى المبادرات التي تنمي الشعور بالمسؤولية تجاه البيئة
- المبدأ التاسع: التشجيع على تطوير ونشر التكنولوجيا الصديقة للبيئة.
- محاربة الفساد المبدأ العاشر: يتعين على الشركات أن تعمل على محاربة كافة أشكال الفساد ، بما في ذلك الابتزاز والرشوة.

ت. تأثير المواصفة الإيزو 26000 على نشاط الشركات متعددة الجنسيات وتبنيها لمسؤوليتها الاجتماعية:

في بداية عام 2003 ، قامت منظمة الايزو بتكوين مجموعة استشارية لتختص بالمسؤولية الاجتماعية بهدف المساعدة في تقرير ما إذا كانت مشاركة الايزو في مجال المسؤولية الاجتماعية قد تضيف أية قيمة للمبادرات والبرامج القائمة بالفعل ، وقد اشتملت المجموعة على ممثلين من كل أنحاء العالم ممن يمثلون قطاعاً عريضاً من اهتمامات الأطراف المعنية ، التي تشتمل على المنظمات التجارية والحكومية والبيئية والعمال والمستهلكين إلى جانب المنظمات غير الحكومية. وفي جانفي 2005 صوت 37 عضواً في الايزو على اقتراح لإعداد مواصفة قياسية جديدة حول المسؤولية الاجتماعية الذي يعد الوثيقة الأساسية لتقدم الخطوط الإرشادية الرئيسية لإعداد المواصفة.

والايزو 26000 عبارة عن مواصفة دولية تعطي إرشادات حول المسؤولية الاجتماعية ومن الممكن استخدامها من قبل جميع المنظمات بشتى أنواعها في كلا القطاعين العام والخاص ، في كل من الدول المتقدمة و النامية وتلك التي تمر بمرحلة انتقالية و سوف تساعدهم في جهودهم الرامية للتعاون بأسلوب مسئول اجتماعيا و الذي يتطلبه المجتمع بطريقة متزايدة، وهي أيضا "مواصفة عالمية تقدم الإرشادات العامة للمبادئ الأساسية للمسؤولية الاجتماعية والمواضيع والقضايا المرتبطة بها ، كما أنها تتطرق للوسائل التي تمكن المنظمات من إدخال مفهوم المسؤولية الاجتماعية ضمن إطار الاستراتيجيات والآليات والممارسات والعمليات بها. وهي مواصفة اختيارية ولا يعمل بها لأغراض الترخيص والمطابقة أو التشريع أو لإبرام أي عقود لأي صفقات كما أنها لا تقصد أن تكون من العوائق غير الجمركية للتجارة أو أن تغير من الوضع القانوني للشركات ، ولذلك فإنها لا تكون مستندا قانونيا لأي إجراءات قضائية دفاعا أو اتهاما على أي مستوى محلي أو عالمي أو غيرها.

3.3 التزامات الشركات متعددة الجنسيات و ممارساتها التطبيقية:

تأخذ الشركات متعددة الجنسيات على عاتقها عدة التزامات اتجاه عناصر تكون ضمن بيتها سواء كانت خارجية أو داخلية ، و هذه الالتزامات تجسدها بممارسات تطبيقية و فعلية لتكون ضمن الشركات الرائدة في مجال المسؤولية الاجتماعية .

أ.الالتزامات الشركات متعددة الجنسيات و ممارستها التطبيقية اتجاه عناصر البيئة الخارجية .

1.أ.الوكلاء التجاريين:

الالتزامات: الارتقاء بمستوى العلاقة معهم من تبادل المصالح التجارية إلى الشراكة التجارية المستدامة؛ و الوفاء بالالتزامات التعاقدية تجاههم في إطار الشفافية وتأكيد مبدأ العدالة في التعامل معهم.

الممارسات: توفير احتياجاتهم بالكميات المطلوبة وفق الإمكانيات والطاقات المتاحة وفي المواعيد المحددة ومنحهم الأولوية في الظروف الاستثنائية مع تأمين النقل اللازم؛ و رفع مستوى الوعي التجاري والاقتصادي والتسويقي لدى الوكلاء التجاريين للمجموعة من خلال اللقاءات والاجتماعات السنوية والزيارات الدورية المتبادلة و الاتصال المباشر.

2.أ.المستهلكون :

الالتزامات: توفير السلع والخدمات بجودة وأسعار مناسبة وضمان إمكانية الحصول عليها بيسر وسهولة؛ والقيام بمبادرات المسؤولية الخيرة تجاههم.

الممارسات: إنشاء وحدات وظيفية متخصصة في مجال البحوث والتطوير المستمر لتعزيز القيمة المضافة في السلع والخدمات المقدمة للمستهلك وتلبيتها الكاملة لرغباته واحتياجاته الفعلية.؛ ولتركيز على الأنشطة والاستثمارات ذات القيمة المضافة العالية بالنسبة للمستهلك والمجتمع وفي مقدمتها المنتجات الغذائية والاستهلاكية التي تتعلق بالمتطلبات الضرورية للأسرة واحتياجات أفرادها.

أ.3 المجتمع :

الالتزامات: بذل كافة الجهود والإمكانيات المتاحة في سبيل تحقيق التنمية الشاملة والمستدامة في المجتمع؛ و المواومة بين المستهدفات الخاصة للنشاط وتحقيق المصالح العامة و خدمة المجتمع.

الممارسات : على مستوى النشاط الاستثماري والتجاري : التواجد الاستثماري الفاعل في معظم مجالات النشاط التجاري والصناعي والخدمي والزراعي والثروة الحيوانية والسمكية والبنى التحتية."؛ وعلى مستوى النشاط الاجتماعي والمدني: إقامة مشاريع الأسر المنتجة وتأهيل النساء الأرامل والمطلقات على فنون الخياطة والتدبير المنزلي والكوافير وصناعة التحف.

أ.4 البيئة :

الالتزامات: الالتزام بالحفاظ على البيئة المحيطة وحمايتها من التلوث والمخاطر التي قد تنتج عن ممارسة النشاط الإنتاجي للشركات.

الممارسات: تطبيق الأنظمة الحديثة في مجال السلامة البيئية أيزو 14001 والسلامة.

أ.5 الحكومة :الالتزامات.

احترام النظام و القانون والالتزام التلقائي و المطلق والحرص على تقديم القدوة الحسنة لذلك في المجتمع؛ و تجسيد مبدأ الشراكة بين الحكومة و الشركات والعمل المشترك من أجل تحقيق الأهداف التنموية للبلاد.

الممارسات : الحرص على سلامة كافة الإجراءات المتعلقة بإدارة النشاط الاستثماري والاقتصادي والتجاري والاجتماعي والخيري مع تسجيل وتوثيق وتنظيم كل ما تقوم به في هذا المجال؛ والبعد عن كل الممارسات التي قد تندرج ضمن قائمة الفساد المالي والإداري بما قد يمس من سمعة الشركات وقيم المواطنة الفاضلة لديها وعدم الرضوخ إلى أي أساليب ابتزازية خارج النظام و القانون.

أ.6 المنافسين :

الالتزامات: تعزيز الحضور التنافسي للشركات على كافة المستويات وفي مختلف البيئات والأسواق الداخلية والخارجية بكل الطرق والوسائل الممكنة والمشروعة وفي ظل القيم المهنية والأخلاق العام؛ تأكيد الحقوق المشروعة للشركات والدفاع عنها واحترام الحقوق المشروعة للمنافس وعدم السعي للإضرار بها.

الممارسات: الالتزام بالقواعد الشرعية والقيم المهنية ومكارم الأخلاق الفاضلة في إدارة أنشطة الشركات تجاه المنافس؛ والاستفادة المشروعة من تجربة المنافس المتاحة دون تتبع أو تجسس أو سرقة أو سطو على الحقوق أو استغلال للثقة.

ب. التزامات الشركات متعددة الجنسيات و ممارستها التطبيقية تجاه عناصر البيئة الداخلية .

ب.1 العاملون:

الالتزامات : الوفاء بالاستحقاقات المالية والوظيفية المقررة لهم قانونا وبموجب اللوائح والنظم في مواعيدها المحددة؛ وتأمين متطلبات الرعاية الاجتماعية والصحية الشاملة.

الممارسات : وضع نظام وظيفي مرن وحديث يقوم على معايير واضحة للمنافسة والترقي من حيث الخبرة والكفاءة والمؤهل والمهارات يحقق العدالة بين الموظفين والعمال؛ وإدماج كافة العاملين بالمجموعة في نظام التأمين الشامل (التأمين على الحياة، التأمين على إصابات العمل ، التأمين التقاعدي ، التأمين الصحي).

ب.2 المساهمين :

الالتزامات : الحفاظ على الأصول المادية والفكرية وتنميتها؛ وتحقيق الأرباح والعوائد المحزجة.

الممارسات: الاستثمار في الأصول المادية والبنى التحتية والخدمات المرافقة والعمل على إحلال مدخلات الإنتاج الوسيطة؛ بناء شبكة علاقات تجارية متينة وواسعة في الأسواق المحلية و الخارجية؛ تعزيز القوة التنافسية للنشاط من خلال التكامل وتعزيز الفرص البيعية والتسويقية محليا وخارجيا وخفض التكاليف و التموقع الاستراتيجي.

خاتمة :

مسألة المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسيات فرضت نفسها مؤخرا في محيط العلاقات الدولية، خاصة بعد قيام منظمة التجارة العالمية بوضع التطبيقات الصارمة لتحرير التجارة الدولية التي كانت لها آثار جليلة فيما يخص البيئة و المجتمع ، فتحصيل أرباح إضافية من خلال اكتساح أسواق جديدة، و محاولة الإنتاج بتكاليف أقل يسبب انتهاج طرق لا أخلاقية و لا منصفة من قبل الشركات متعددة الجنسيات في حق الدول المضيفة لذا كان لا بد على الشركات إما بتصحيح أخطائها و تحمل مسؤوليتها اتجاه هذه الدول أو الكف عن الممارسات الأخلاقية ، وذلك بعد قيام المنظمة الدولية للتقييس بعرض مفاهيم المسؤولية الاجتماعية عن طريق إصدار مواصفة الإيزو 26000 كآلية تسترشد بها الشركات لتبني مسؤوليتها الاجتماعية. لذا حاولنا من خلال هذه الدراسة الإشارة إلى المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسيات هل هي حتمية ضرورية ؟ أم أنها مبادرة طوعية تساعدها في ممارسة نشاطها بأريحية في البلدان المضيفة مع تحقيق ميزة تنافسية في السوق ، حيث توصلت الدراسة .

- أن الشركات متعددة الجنسيات طليقة حر في ممارسة نشاطها في الدول المضيفة و لا يوجد ما يلزمها بممارسة المسؤولية الاجتماعية في البلد الذي تنشط فيه حيث أن كل من مبادئ ميثاق و معايير المسؤولية الاجتماعية و مطالبة المنظمات الغير حكومية بتبني معايير السلامة هي شبه إلزامية و تفرض نفسها.
- أن المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسيات هي التزام طوعي فقط بحيث لا يوجد قانون ينص على ضرورة التبني أو يعاقب من يخالفه.
- ضعف المحفزات التي تقدمها الدول المضيفة للشركات متعددة الجنسية من أجل تبني معايير المسؤولية الاجتماعية .
- ضعف الاهتمام الحكومي بقضايا البيئة و المجتمع يقابله بالتالي غياب المبادرات الخاصة للمسؤولية الاجتماعية.
- محدودية الأنشطة التي تمارسها الشركات متعددة الجنسية في مجال المسؤولية الاجتماعية.

- غياب تقييم تأثير الشركات متعددة الجنسية على الدول المضيفة و بالتالي عدم القدرة على فرض ممارسة مسؤولية الاجتماعية .
- المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسية لم تعد خيارا بل حتمية ضرورية للبقاء و الاستمرار .
- و على ضوء ما سبق و من خلال ما تم استعراضه في الدراسة يمكن صياغة بعض التوصيات العلمية:
 - ضرورة اهتمام الدول المضيفة بمعايير المسؤولية الاجتماعية حتى تؤكد ضرورة الالتزام بها في نشاط الشركات متعددة الجنسيات .
 - ضرورة تعزيز جهود الدولة المضيفة للمسؤولية الاجتماعية .
 - ضرورة تقنين هذا الجانب حتى يأخذ صفة الإلزام ليردع تجاوز الممارسات لا أخلاقية للشركات و حتى يكون محفز لشركات أخرى .
 - ضرورة تشجيع الشركات التي تساهم بفاعلية في المسؤولية الاجتماعية .
 - بث الوعي والإحساس بالجانب الأخلاقي للشركات من خلال الندوات و المؤتمرات وغيرها .
 - تشجيع الشركات متعددة الجنسيات على التقيد بمعايير المسؤولية الاجتماعية وحثها على تبني إستراتيجيات واضحة في هذا المجال

قائمة المراجع:

- الأتربي محمد صبحي ، مدخل على دراسة الشركات الاحتكارية ، دار الثورة للصحافة و النشر ، بغداد 1997
- الجميلي حميد ، الشركات متعددة الجنسية ودورها في الإنتاج الدولي ، مجلة أخبار النفط والصناعة ، أبوظبي ، العدد 401، 2004
- الخطيب خالد راغب ، التدقيق على الاستثمار في الشركات متعددة الجنسيات، الطبعة الأولى ، دار البداية للنشر و التوزيع ، عمان الأردن ، 2009
- الديري زاهد ، سعادة الخطيب ، إدارة المؤسسات الاجتماعية ، الطبعة الأولى ، دار الكنوز المعرفة للنشر و التوزيع، عمان ، 2011،
- الرحاحلة سالم عبد الرزاق ، المسؤولية الاجتماعية ، الطبعة الأولى مكتبة المجتمع العربي للنشر و التوزيع، عمان الأردن 2011
- السكارنة بلال خلف ، أخلاقيات العمل ، طبعة الثانية ، دار المسيرة للنشر و التوزيع ، عمان الأردن ، 2011 ،
- العثيم احمد ، إستراتيجية التعامل بين الشركات متعددة الجنسيات والدول المضيفة . المشروعات المشتركة نموذجاً صحيفة الجزيرة ، العدد 12، 2007.

- العامري سعود جايد ، الإدارة المالية في الشركات متعددة الجنسيات ، الطبعة الأولى ، دار المناهج للنشر والتوزيع ، الأردن 2007
- الغالبي طاهر محسن منصور ، وائل محمد صبحي ادريس، الإدارة الاستراتيجية (منظور منهجي متكامل) طبعة الأولى ، دار وائل للنشر و التوزيع ، عمان ،الأردن، 2007.
- الفخري سيف هشام صباح ، الشركات متعددة الجنسيات وأبعادها السياسية والاقتصادية ، ماجستير في العلوم .المالية والمصرفية جامعة حلب كلية الاقتصاد، 2010
- الهيتي نواز عبد الرحمن . منجد عبد اللطيف الخشالي ، مقدمة في المالية الدولية ، الطبعة الأولى، دار المناهج ، عمان ، 2007 ،
- صقر عمر ، العولمة وقضايا اقتصادية معاصرة ، الدار الجامعية ، القاهرة ، 2003 ،
- عبد المطلب عبد الحميد ، النظام الاقتصادي العالمي ، مكتبة النهضة المصرية ، القاهرة ، 1998 ،
- Baldwin E. R, An economic Evaluation of the Uruguay Round Agreements, The World Economy, Global Trade Policy, 1995, .