

نحو نموذج لتطبيق المسؤولية الاجتماعية
للشركات متعددة الجنسية
في تنمية الريف المصري

إعداد

د. نعمة محمد السيد مصطفى
مدرس العلوم الاجتماعية
كلية التربية - جامعة الإسكندرية

تاريخ الاستلام: ٢٢/١٠/٢٠٢٢م

تاريخ القبول: ٢٤/١١/٢٠٢٢م

ملخص:

تهدف الدراسة في محاولة وضع نموذج تصوري مقترح للمسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسية في تنمية القرية المصرية، وذلك للوقوف على ما تقدمه هذه الشركات من تدفقات استثمارية للنهوض بالقرية، تعتمد هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي في مراجعة الأدبيات ذات الصلة بموضوع الدراسة والمتاحة بالجامعات والمراكز البحثية المتخصصة، وكذلك التقارير المحلية والدولية، وذلك للبحث في عدة محاور تتمثل في الآتي: التعرف على حجم الاستثمار الأجنبي في مصر، تحديد درجة مسؤولية الشركات متعددة الجنسية في تأمين احتياجات المجتمع الريفي ودعم مسيرته وحل مشكلاته، وأخيراً وضع الاستراتيجية العملية لتطبيق المسؤولية الاجتماعية في الشركات متعددة الجنسية لتنمية القرية المصرية.

وقد توصلت الدراسة إلى وضع نموذج تصوري مقترح - استناداً إلى مبادئ وابعاد المسؤولية الاجتماعية - للاسترشاد به في تنمية القرية المصرية يعتمد على محاور عدة، أهمها الاهتمام بالتعليم والصحة ودعم المرأة الريفية، وقد وجهت الدراسة إلى ضرورة إيجاد جهات رقابية عليا تمثل جهة التنظيمية؛ تعني بوضع التنظيمات والتشريعات والقوانين لأعمال وتوجهات المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسية.

الكلمات المفتاحية: الشركات متعددة الجنسية، المسؤولية الاجتماعية، التنمية الريفية.

Abstract:

Towards a proposed model for applying the social Responsibility of Multinationals Companies in developing the Egyptian countryside

The study aims to try to develop a proposed conceptual model for the social responsibility of multinational companies in the development of the Egyptian village, in order to determine the investment flows that these companies offer to advance the village. As well as local and international reports, in order to search in several axes represented in the following: Knowing the size of foreign investment in Egypt, determining the degree of responsibility of multinational companies in securing the needs of the rural community and supporting its march and solving its problems, and finally setting the practical strategy for applying social responsibility in multinational companies to develop The Egyptian Village.

The study found suggested conceptual model - based on the principles and dimensions of social responsibility - to guide it in the development of the Egyptian village depends on several axes, the most important of which is attention to education, health and support for rural women. It is concerned with setting regulations, legislations and laws for the actions and directions of social responsibility of multinational companies.

المقدمة:

انبثق عن التغيرات المحلية والإقليمية والدولية والتحويلات الاقتصادية والاجتماعية نظام عالمي جديد - بمضامينه وأبعاده المالية والثقافية والسياسية - مبني على اقتصاد السوق وتقليص دور الدولة الاقتصادي والاجتماعي، يتسم بتعميق العالمية، وتزداد فيه دور المؤسسات الاقتصادية الدولية، وتبرز فيه عدد من الملامح الهيكلية؛ أهمها: بروز الشركات متعددة الجنسية، والتي تعد من أهم ملامح النظام العالمي الجديد.

تعتمد الشركات متعددة الجنسية - في أنشطتها- على سوق متعدد الدول، استراتيجياتها وقراراتها ذات طابع دولي وعالمي، وهي متعدية للقوميات؛ حيث تتمتع بقدر كبير من حرية تحريك ونقل الموارد ومن ثم عناصر الإنتاج من رأس المال والعمل، فضلاً على المزايا التقنية أي نقل التكنولوجيا بين الدول المختلفة، والتي تعد نمطاً مستقلاً في هذا المجال عن القوميات أو فوق القوميات *Supra National*.

وقد أصبح الفكر الرأسمالي مع تحول مجتمعات العالم إلى هذا النظام العالمي الجديد المحرك للفعل بالنسبة لغالبية مجتمعات العالم الثالث؛ حيث إن ثمة تحولات واقعية صاحبت اختفاء دولة الرعاية الاجتماعية، أبرزها هيمنة القطاع الخاص على عملية التنمية في هذه المجتمعات؛ الأمر الذي وجه العديد من المؤسسات الاجتماعية إلى مناقشة المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص، خاصة بعد أن اتسع تأثيره وفاعليته؛ ليصبح ذا طبيعة كونية بفعل تنامي دور الشركات متعددة الجنسية في أنحاء العالم كافة.

ويعزى هذا لاتساع في رقعة الشركات متعددة الجنسية إلى هيمنة القوى الاقتصادية الكبرى على النظام العالمي في مقابل انتشار الفقر واتساع نطاقه على

الصعيد العالمي على وجه العموم، وعلى صعيد مجتمعات العالم الثالث بشكل خاص. مما أدى إلى تحول العالم إلى سوق واحدة كبيرة يجنى منها القطاع الخاص أرباحاً كثيرة. وهذا الأمر وإن بدا في ظاهره اقتصادياً؛ فإنه - وعلى الشق الآخر - يثير - وبشدة - قضية المسؤولية الاجتماعية، التي تستوجب في هذا النطاق ضرورة توجيه جزء من أرباح السوق إلى المجتمع، الذي - بدوره - يوفر بيئة العمل المناسبة. ومن ثم لم تعد الشركات اليوم آلات ربحية فحسب، بل عناصر مساهمة وفاعلة في المجتمع، ومفردة مهمة من مفردات السياسة العالمية الجديدة تسعى إلى تحقيق التنمية في المجتمع بكل مجالاته؛ الأمر الذي لفت الأنظار إلى أهمية المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص أو الشركات متعددة الجنسية على صعيد الفكر الاقتصادي والتنموي.

ونظراً للطبيعة الخاصة للشركات متعددة الجنسيات بما تملكه من موارد مالية تستطيع من خلالها تحقيق تنمية المجتمع المحلي، ومع تزايد حجم الاستثمار الأجنبي في مصر وزيادة عدد المشاريع المقامة على الأراضي المصرية، لذا كان يجب على تلك الشركات الأجنبية القيام بدور الشراكة مع الدولة المصرية في التنمية الاجتماعية والاقتصادية، وأصبح من الضرورة بمكان بحث الدور المجتمعي الذي تقوم به.

وتتصدر القرية المصرية قائمة الأولويات التي تستوجب تضافراً للجهود التنموية؛ فالريف المصري يمثل العمق الاستراتيجي للتنمية المستدامة في مصر؛ لكونه يحتل المساحة الكبرى من المعمور، علاوة على احتوائه لأحد أهم قطاعات الاقتصاد القومي وهو القطاع الزراعي، الذي يعتبر العمود الفقري لهيكل التنمية والنشاط الرئيس السائد في الريف الذي يمثل عصب المجتمع المصري كله ومصدر الأمن الغذائي للشعب المصري بأسره.

وبالرغم من الأهمية الاستراتيجية للريف المصري؛ فإنه لا يزال يعاني من جملة مشكلات اقتصادية واجتماعية، ويواجه تحديات جمة في مجالات عدة؛ على رأسها المجال التعليمي، والمجال الصحي؛ الأمر الذي يستلزم تضامناً للجهود الأهلية والحكومية وفتح باب المشاركة المجتمعية بين الجمعيات ورجال الأعمال والشركات متعددة الجنسية كافة من أجل وضع سياسة لتطوير الريف ومدتها بالخدمات والمرافق الصحية والتعليمية ومحو الأمية وفتح مجالات للبشر كافة.

وبغية بلورة رؤية تحليلية حول دور الشركات متعددة الجنسية ومسؤوليتها الاجتماعية في تنمية القرية المصرية؛ تنقسم الدراسة إلى أربعة مباحث، المبحث الأول: يختص بالشق النظري؛ حيث يعرض منهجية تحليل العلاقة بين الشركات متعددة الجنسية والتنمية من خلال عرض مشكلة الدراسة، وأهدافها، وتساولاتها، وفروضها، فضلاً على إطار مفاهيمي للشركات متعددة الجنسية، والمسؤولية الاجتماعية، مروراً بتحديد دقيق للتنمية الريفية والمقصود بها، ثم تقديم تصورات نظرية العقد الاجتماعي للمسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسية. ويعرض المبحث الثاني ماهية الشركات متعددة الجنسية وتأثيراتها المتباينة (المزايا والمخاطر) في تنمية المجتمعات المحلية، بينما يتناول المبحث الثالث: معايير تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسية في تنمية المجتمعات المحلية، وأخيراً يختص المبحث الرابع بعرض نموذج مقترح لتطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسية في تنمية القرية المصرية.

المبحث الأول: الإطار النظري للدراسة

أ- مشكلة الدراسة وأهدافها:

يرى التنظير الاجتماعي المعاصر المهتم بالمسؤولية الاجتماعية أن الشركات متعددة الجنسية تقع عليها مهمة تطوير أوضاع المهمشين والفقراء، والتي تصدر مستندة إلى أهمية إدراك المسؤولين في هذا القطاع بأن ثمة علاقة طردية بين جودة نوعية الحياة بالنسبة لمختلف فئات المجتمع، واتساع نطاق السوق، إذ إن الناتج النهائي لإيجابية العلاقة يعنى تدفقاً للسلع وعائداً أكبر من الأرباح.

ومن هنا نقول إن جهود الشركات في تطوير نوعية الحياة في المجتمع من خلال الدفع بنسبة من أرباحه لها أكثر من عائد ومردود؛ فمن ناحية تزيد من الربحية نظراً لتوافر البيئة الآمنة المناسبة لممارسة نشاطه، ومن ناحية أخرى تشكل هذه الجهود واجباً أخلاقياً ومسؤولية اجتماعية يتم الوفاء بها؛ إذ إن موارد المجتمع التي توضع تحت تصرف هذه الشركات يجب ألا تستخدم بأية طريقة تتعارض مع مصلحة المجتمع. ومتى ما ظهر أن هذه الشركات تعمل ضد مصلحة المجتمع يكون من الضروري عندئذ فرض مصلحة المجتمع عليها بقوة القانون. وهذه المفاهيم هي ما تعرف باتجاه المسؤولية الاجتماعية والقانون الحديدي للمسؤولية وتكامل الأهداف الاقتصادية والاجتماعية وبمرحلة الاستجابة الاجتماعية.

وبرغم أن حجم الاستثمار الأجنبي في مصر في ازدياد^(١)، فإن ثمة علاقة طردية بين ارتفاع نسبة هذه الاستثمارات وبين حجم الإفقار في مصر، وخاصة في قرى ونجوع مصر.

(١) مثلت الاستثمارات الواردة إلى الدول العربية، ومنها مصر، وفق تقرير ٢٠١٩م، ما نسبته ٢,٤% من الإجمالي العالمي البالغ ١٢٩٧ مليار دولار، و٤,٤% من إجمالي الدول النامية البالغ ٧٠٦ مليارات دولار. (تقرير مناخ الاستثمار في الدول العربية ٢٠١٩م، ٢٠١٩م، ص ١٧).

والسؤال الذي يتبادر إلى الذهن: ما المساهمات الجادة التي قدمتها الشركات متعددة الجنسية والاستثمار الأجنبي لتنمية المجتمع المصري، وقطاعه القروي - على وجه التحديد- الذي تفتش الفقر في كل جوانب حياته الاجتماعية (تعليم - صحة- بطالة)، والاقتصادية (ارتفاع الأسعار- توفير السلع الأساسية).

وإذا كان وجود الشركات متعددة الجنسية أصبح حقيقة لا مفر منها في عالم اليوم، صار لزاماً عليها القيام بدور في تنمية المجتمعات المحلية المهمشة، تحت إشراف ورقابة الدولة القومية، وفي ذات الوقت إشباع الاحتياجات الضرورية التي تحتاجها تلك المجتمعات، وفق نموذج تنموي محدد.

استناداً إلى ما سبق، تتبلور مشكلة الدراسة في محاولة وضع نموذج تصوري مقترح للمسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسية في تنمية القرية المصرية، وذلك للوقوف على ما يمكن أن تقدمه هذه الشركات من تدفقات استثمارية للنهوض بالقرية المصرية، وذلك من خلال البحث المنهجي في عدة محاور تبرز من خلالها أهداف الدراسة، والتي تتمثل في الآتي:

- ١- عرض ماهية الشركات متعددة الجنسية.
- ٢- دور الشركات متعددة الجنسيات في التنمية ما بين مؤيد ومعارض.
- ٣- محاولة التعرف على حجم الاستثمار الأجنبي في مصر.
- ٤- تحديد المقصود بالمسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسيات.
- ٥- تحديد درجة مسؤولية الشركات متعددة الجنسية في تأمين احتياجات المجتمع الريفي ودعم مسيرته وحل مشكلاته.

٦- وضع الاستراتيجية العملية لتفعيل المسؤولية الاجتماعية في الشركات المتعددة الجنسية لتنمية القرية المصرية.

ب- تساؤلات الدراسة:

وللوصول إلى هذه الأهداف تسعى الدراسة إلى الإجابة عن شقين من التساؤلات: أحدهما يجاب عنه نظرياً عن طريق منهج إعادة التحليل، والآخر تحاول الدراسة التحليلية الإجابة عنه عن طريق تقديم رؤية سوسيولوجية لنموذج مقترح لتفعيل دور المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسية في تنمية القرية المصرية (ولا شك أن الشق الثاني يسترشد بالشق الأول). **يجيب الشق الأول عن التساؤلات الآتية:**

- ١- ما أهم خصائص الشركات متعددة الجنسية؟
- ٢- ما وجهات النظر المتعددة لدور الشركات متعددة الجنسية في تنمية المجتمعات المحلية؟
- ٣- ما حجم الاستثمار الأجنبي في مصر؟
- ٤- ما المقصود بالمسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسيات؟
- ٥- ما أهم مبادئ وأبعاد ومجالات المسؤولية الاجتماعية؟
- ٦- ما أهمية تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسية والمجتمعات المحلية؟

أما الشق الآخر فيطرح ويجيب ويحلل التساؤل الآتي:

- ١- ما الاستراتيجية العملية لتطبيق المسؤولية الاجتماعية في الشركات المتعددة الجنسية لتنمية القرية المصرية؟

ج- أهمية الدراسة:

تبرز أهمية الدراسة على مستويين: الأهمية العلمية والأهمية العملية.

١- الأهمية العلمية:

ترجع أهمية هذه الدراسة إلى الاهتمام السائد على المستوى العالمي بموضوع المسؤولية الاجتماعية للشركات المتعددة الجنسية، حيث أصبحت المسؤولية الاجتماعية جزءاً من استراتيجيات شركات الأعمال الأجنبية للتفاعل مع المجتمع والبيئة المحيطة. ورغم ذلك؛ فإنه لا يوجد اتفاق عام لدى الأطراف المعنية على تحديد تعريف واضح للمسؤولية الاجتماعية، وكيفية قياسها من ناحية التكاليف والعوائد الاجتماعية.

٢- الأهمية العملية:

تأتي أهمية هذا الموضوع من إنتاج معرفة سوسولوجية عن الشركات المتعددة الجنسية ودورها في تنمية المجتمعات المحلية، والعمل على توفير قاعدة بيانات تساعد متخذي القرار في التفاوض الفاعل مع الشركات متعددة الجنسية، وذلك لتقدير مدى جدوى جذب وقدم هذه الشركات إلى الدول المضيفة بصورة عامة، وإلى مصر بصفة خاصة. وتستمد هذه الدراسة أهميتها من الدور الذي تلعبه الشركات في التنمية بالنسبة للاقتصاديات المضيفة، وإلقاء الضوء على أداء هذه الشركات وتأكيد مزاياها وعيوبها، وخاصة في ظل عدم وجود جهة عليا للمسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسية تتأكد من وفائها أو عدم وفائها بالتزاماتها المجتمعية.

د- مسلمات الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة السابق ذكرها، تم رصد عدة مسلمات؛ هي:

- ١- ارتبط انتشار الشركات متعددة الجنسية ب بروز ظاهرة العولمة.
- ٢- تعد الشركات متعددة الجنسية المحرك الأساسي للنظام الرأسمالي بشقيه الإنتاجي والمالي.
- ٣- برغم وجهات النظر المتباينة والمتعارضة عن الشركات متعددة الجنسية، إلا أن وجودها في عالمنا وحياتنا، أصبح حقيقة لا مفر منها.
- ٤- تتمثل الفكرة المحورية للمسؤولية في أن الشركات ليست مجرد كيانات اقتصادية غايتها الوحيدة الربح، وإنما كذلك كيانات اجتماعية ومساهم مساعد فاعل في التنمية المستدامة.
- ٥- ثمة اهتمام متزايد بالمسؤولية الاجتماعية للشركات في معظم البلدان، وأصبح لها الأولوية من حيث تحويل الشركات إلى شركاء في التنمية المستدامة.
- ٦- يمثل الريف المصري العمق الاستراتيجي للتنمية المستدامة في مصر.

هـ - المنطلق النظري للدراسة (العقد الاجتماعي).

إن أية دراسة لا بد أن تنطلق من أساس نظري يكفل لها القراءة الواعية لجوانبها التطبيقية؛ ومن ثم تحقيق أهدافها، وجودة أية دراسة تتحدد بمقدار التكامل بين الإطار النظري لها ومشكلتها والأهداف التي تبغي تحقيقها. ومن ثم فإن محاولة الوقوف على نظرية واضحة المعالم تتيح فرصة النفاذ إلى الشركات متعددة الجنسية من الأهمية بمكان؛ إذ تتيح للباحث معرفة دورها في تنمية المجتمعات المحلية؛ مما يؤهله لمرحلة الوصف والتصميم؛ ثم طرح معالجة جادة لإشكالية الدراسة.

وتفسر نظرية العقد الاجتماعي Social Contract Theory - التي أطلقها دونالدسون عام ١٩٨٢- دور الشركات متعددة الجنسيات ومسؤوليتها الاجتماعية لإحداث التنمية في الدول النامية؛ فقد جاءت نظرية العقد الاجتماعي لتؤكد وجود

تعاقدية بين المؤسسات والمجتمع، حيث تري أن الشركة ما هي إلا مواطن صالح في المجتمع الذي يتواجد فيه وعليه أن تساهم بشكل طوعي في تنميته والنهوض به ودعم استقراره. وتعد الشركات متعددة الجنسية التي ترعى برامج اجتماعية في الدول المستضيفة خير مثال على تطبيق أفكار نظرية العقد الاجتماعي.

(Siegel, D., & Vitaliano, D., 2005, P 7)

حيث ترى النظرية أن القوة المجتمعية للشركات (المحلية والأجنبية) تتعمق في الأجل الطويل بقدر ما تمارسه من أعمال في سبيل تنمية المجتمع الذي يرعى وجودها. (Garrige, E., & Male, D., 2004, P. 56)

وتدعم النظرية قيام الشركات بأعمال اجتماعية بحثة لا تعود عليها بأي مقابل مادي - كالإنفاق على إنشاء مستشفى، أو تمويل جمعية خيرية - يكون من شأنها إقامة علاقة جيدة مستدامة بينها وبين المجتمع الذي تتواجد فيه تدعم - بدورها- ولاء العملاء والمتعاملين معها؛ فتصبح الممارسة الاجتماعية تعبيراً عن الأداء الجيد لأعمالها. كذلك تنفي النظرية القاعدة الشرطية لتلازم الأرباح والإنفاق، فليس بالضرورة أن تحقق الشركات أرباحاً كي تنفق على الأنشطة الاجتماعية؛ وإنما إنفاقها نشاط تلقائي ينبغي أن يكون مُدرجا في سياساتها - قبل بدئها بالعمل- مثله مثل غيره من أنشطتها الاقتصادية، ودون أن تنتظر عائداً مباشراً في الأجل القصير؛ إذ إنها - في حقيقة الأمر - تتمكن من تحقيق أهدافاً طويلة الأجل تكمن في تحسين سمعتها وزيادة حصتها السوقية مقابل تنازلها عن جني جزء من أرباحها في الأجل القصير. (Garrige, E., & Male, D., 2004, P. 56)

واستناداً إلى هذه الرؤية؛ فقد دعمت نظرية العقد الاجتماعي فكرة الانتقال من نظرية الهدف الواحد في تحقيق أقصى ربح على حساب الأهداف والمصالح الأخرى إلى نظرية أكثر تعمقاً تتضمن مزيداً من الممارسات المجتمعية في نشاط

الشركات؛ التي تمنحها - بدورها القوة والحضور المجتمعي والميزة التنافسية في الأجل الطويل.

ووفق هذا العقد الاجتماعي؛ فإن قيام الشركات بدورها تجاه المسؤولية الاجتماعية يضمن إلى حد ما دعم جميع أفراد المجتمع لأهدافها ورسالتها التنموية والاعتراف بوجودها، والمساهمة في إنجاح أهدافها وفق ما خطط له مسبقاً، علاوة على المساهمة في سدّ احتياجات المجتمع ومتطلباته الحياتية والمعيشية الضرورية، إضافةً إلى خلق فرص عمل جديدة من خلال إقامة مشاريع خيرية واجتماعية ذات طابع تنموي.

ومن هنا يرى التنظير الاجتماعي الجديد أن هذا المفهوم الحديث للمسؤولية الاجتماعية والذي يستند إلى مفهوم العقد الاجتماعي الجديد، يوجه الشركات متعددة الجنسية إلى مبادئ رئيسة؛ هي: (White Allen, 2007.P.1)

- صياغة بيان مهام للشركة يحظى بقبول عام.
- محورية مفهوم الثروة طويلة الأجل والعمل على تحقيقها في أنشطة الشركة، ومن ثم ينبغي أن يكون لدى قيادات الشركة إقرار بأن تحقيق الرفاهية للشركة والاستمرارية يرتبط بشكل وثيق بتحقيق رفاهية المجتمع.
- بناء هياكل مؤسسية جديدة للشركات وإقامة شراكة مع الحكومة والمجتمع المدني؛ وذلك لعلاج المشكلات الحادة في المجتمع من أوبئة وفقر، والتحول عن النمط التقليدي للعمل الخيري إلى التزام مؤسسي بالانتمية الاجتماعية.
- تنشيط دور الحكومة؛ فالمؤسسات لا تزدهر حين تفشل الحكومات، كذلك فإن بناء الثقة مع الحكومات عامل أساس لتقدمها ونجاحها.

استناداً إلى ما سبق، يمكن القول إن التأثيرات والعلاقات التبادلية بين الشركات متعددة الجنسية والبيئة الخارجية يطلق عليها المسؤولية الاجتماعية للشركات، وهي في أبسط معانيها علاقة اخذ وعطاء (عقد اجتماعي ضمني) في حدود القوانين والقيم والأخلاق والمبادئ الاجتماعية للمجتمع الذي توجد فيه المنظمة.

و- الإطار المفاهيمي للدراسة:

تحظى مسألة وضع إطار مفاهيمي لأي دراسة باهتمام علماء الاجتماع والباحثين على مختلف اهتماماتهم، حيث يعد تحديد المفاهيم العنصر الأساسي والفعال لإنجاز البحث العلمي، فهو بمثابة نقطة الانطلاق، كي لا يؤدي اختلاط المفاهيم إلى حدوث لبس وخلط في الذهن عند التعرض لقضايا الدراسة، لذا فنحن بصدد ثلاثة مفاهيم أساسية تشكل في مجملها الإطار المفاهيمي للدراسة، ويمكن تحديد هذه المفاهيم في النقاط الثلاث الآتية: الشركات متعددة الجنسية. المسؤولية الاجتماعية، التنمية الريفية.

١- الشركات متعددة الجنسية:

ليس ثمة تعريف موحد للشركات متعددة الجنسية Multinational Companies في المراجع المختلفة، فالبعض يعرفها بأنها " أي مؤسسة تمتد فيها الملكية والإدارة والإنتاج والتسويق إلى تشريعات وطنية عديدة". (عبد الرحيم فؤاد الفارس وفراس أكرم الرفاعي، ٢٠١٣م، ص ١٦٨)، أو "المؤسسات العملاقة أو المشروعات التي تتركز سلطة اتخاذ القرار فيها والإشراف عليها في مجال قومي معين، في حين أن نشاطها الصناعي والتجاري والخدمي يغطي عدة بلاد". (طلعت لجي، ٢٠٠٨م، ص ١٢٣)، وهي كذلك في تعريف آخر المؤسسة التي تمارس نشاطاتها في أكثر من بلد، وتسيطر على عدة وحدات إنتاجية للعديد من السلع والخدمات وتسيطر على منافذ التوزيع في كثير من البلدان، كما تستثمر

مباشرة في عدة بلدان أو هي التي يكون المساهمون في رأسمالها وفي إدارتها ينتمون إلى عدة جنسيات. (رضا العجوز، ٢٠٠٧م، ص ٢٧).

استناداً إلى ما سبق، يمكن تعريف الشركات متعددة الجنسية بأنها: شركات ملكيتها تخضع لسيطرة جنسيات متعددة، ويتولى إدارتها أشخاص من جنسيات متعددة، تمارس نشاطها في بلاد أجنبية متعددة، وعلى الرغم من أن استراتيجيات هذه الشركات وسياساتها وخطط عملها تصمم في مركزها الرئيسي الذي يوجد في دولة معينة تسمى الدولة الأم Home Country؛ فإن نشاطها يتجاوز الحدود الوطنية والإقليمية لهذه الدولة، حيث تتوسع في نشاطها إلى دول أخرى تسمى الدول المضيفة Host Countries.

٢- المقصود بالمسؤولية الاجتماعية:

تعني المسؤولية الاجتماعية Social Responsibility مجموعة الجهود المتواترة والمتكاملة التي تقوم بها أو تبذلها جهة أو جهات معينة بهدف الوصول إلى بناء الإنسان والوطن بناءً سليماً قوياً يمكن الاعتماد عليه دون اعتبار عملية البناء مساعدة أو عطاء من الأقوى للأضعف ومن الأغنى للمحتاج ومن الواهب للمنتظر، وإنما هو نوع من المشاركة الشاملة التي تنطلق من شعور صادق بالاستجابة لمتطلبات الواجب الاجتماعي والوطني الذي تفرضه علاقة الاشتراك في المواطنة والمساكنة والتألف الاجتماعي ووحدة المصير المشترك. (أحمد كمال، المسؤولية الاجتماعية لجمعيات رجال الأعمال المستثمرين، ص ٣).

كما يشير مفهوم المسؤولية الاجتماعية إلى نوع من الالتزام لأطراف المجتمع، بما في ذلك القطاع الخاص والمجتمع الأهلي والدولة، وذلك بوصفهم جميعاً شركاء في تحقيق التنمية الاجتماعية وضماناً لتنفيذ السياسة الاجتماعية

المتكاملة. وعلى هذا فالمسؤولية الاجتماعية تتطلب نوعاً جديداً من التعاقد الاجتماعي يسمح بتنمية مهارات كل أفراد المجتمع وعلى وجه الخصوص الفقراء، ويسمح أيضاً بالتوزيع العادل لعائد الأصول الإنتاجية والملكية. (رباب الحسيني، ممارسة المسؤولية الاجتماعية من المفهوم إلى التطبيق، ٢٠٠٩ م).

وفي ضوء ما سبق، يمكن القول إن المسؤولية الاجتماعية تعنى في هذه الدراسة: عقد اجتماعي ضمني بين المجتمع ومؤسساته المتنوعة؛ يهدف إلى قيام الأخيرة بمجموعة من الجهود المتكاملة والقرارات والأفعال؛ التي تسهم في مواجهة التحديات الاجتماعية التي تواجه المجتمع كالفقر، والبطالة، ومشكلات البيئة.

٣- التنمية الريفية:

يقصد بالتنمية " عملية حضارية شاملة لمختلف أوجه النشاط في المجتمع بما يحقق رفاه الإنسان وكرامته"، وهدفها "بناء الإنسان وتحريره وتطوير كفاءته وإطلاق القدرة للعمل البناء، كونها عملية مجتمعية ومنتشبكة ومتفاعلة في إطار نسيج من الروابط بالغ التعقيد." (إبراهيم الأخرس، ٢٠١٢ م، ص ١٠٣).

والتنمية ترتبط بالقطاعات كافة في داخل الدولة، وليس بقطاع واحد، فهي منهاج يتفاعل مع المجتمع ككل؛ لدفعه نحو الرفاهية والنمو. تتطلب تفسيراً جذرياً في فكر الإنسان وقدرته وسلوكه، وتلتقي - رغم تفاوت معانيها - على معنى تطوير الإنسان.

أما عن التنمية الريفية؛ فقد عرفها البنك الدولي بأنها " استراتيجية مصممة بهدف تطوير الحياة الاقتصادية والاجتماعية لمجموعة من الناس، هم فقراء الريف. وتتضمن هذه الاستراتيجية توسيع منافع التنمية حتى تشمل من هم أكثر فقراً بين

الساعين لرزقهم في المناطق الريفية". (أحمد مصطفى خاطر ومحمد عبد الفتاح محمد، ٢٠١٠م، ص ١٨٢)، كذلك هي " تلك الجهود الرامية إلى مستوى رفاهية السكان الريفيين من خلال برامج شمولية لاستغلال الموارد الطبيعية والبشرية بطريقة أكثر كفاءة ". (محسن عبد الفتاح عنبر، ٢٠٠٦م، ص ٥).

ز- الدراسات السابقة:

١- الدراسات الأجنبية

الدراسة الأولى: فحص المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسية (من النظرية إلى التطبيق). (Risako Morimoto, et Al,2004)

هدفت هذه الدراسة إلى إمكانية تطوير مفهوم جديد للمسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسية، وباستخدام منهج إعادة التحليل والمقابلة لعدد من المهتمين بهذا الموضوع، في محاولة لوضع نموذج جديد لإطار عمل الشركات متعددة الجنسية. وقد توصلت الدراسة إلى أن المتفق عليه- نظرياً - من كون المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسية طريقاً من طرق الوصول إلى تحقيق التنمية المستدامة؛ لا يزال قيد النظر على مستوى التطبيق، وبشكل خاص ما يتعلق بقياس نتائجها على المجتمع، وذلك بدليل عدم وجود دراسة رسمية عن هذا الموضوع المعقد، فعلى الرغم من العديد من النقاشات التي دارت؛ فلا يزال يفتقر هذا المفهوم إلى تعريف موحد ومقبول على المستويات كافة. وقد أوصت الدراسة بضرورة مراجعة الأدبيات وتطوير المفاهيم للوصول إلى خطة لتطوير مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسية.

الدراسة الثانية: المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسية والمدخل
المؤسسي: رؤى جديدة حول القطاع الخاص. (Stephen Brammer,)
(et.al,2012)

أوضحت هذه الدراسة أن مسؤولية الشركات متعددة الجنسية أصبحت موضوعاً شائعاً في أدبيات النشاط التجاري، ولكنه برغم ذلك لم يحظ دور المؤسسات باهتمام كبير. وباستخدام منهج إعادة التحليل ومراجعة التراث توصلت الدراسة إلى أهمية مراجعة النظرية المؤسسية لفهم المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص، وضرورة إقرار مسلمة تترسخ في وعي هذه الشركات مؤداها أن المسؤولية الاجتماعية ليست فقط سلوكاً تطوعياً؛ وإنما التزاماً أكثر ارتباطاً بالمؤسسات الرسمية لمشاركة أصحاب المصلحة. وقد أوصت الدراسة بضرورة فحص شكل ومضمون المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسية حتى لا تصبح موضع خلاف، وألا تركز الممارسة على الخلط بين المفهوم الليبرالي التطوعي للمشاركة وانعكاس معاكس لمسؤوليات ملزمة اجتماعياً. ومن هنا أكدت الدراسة على أهمية النظرية المؤسسية والتي تعد وسيلة واعدة لاستكشاف الحدود بين الأعمال التجارية والمجتمع.

الدراسة الثالثة: المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسية: الآثار
الاستراتيجية. (Jones, K., & Bartlett, J.,2009)

اهتمت هذه الدراسة بوضع المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسية في سياق رؤية الشركة القائمة على الموارد، ثم استخدام مدخل إدارة العلاقات لشرح المشاركة المتزايدة من قبل الشركات في أنشطة المسؤولية الاجتماعية. وباستخدام منهج دراسة الحالة - الذي عرفته الدراسة بأنه سلسلة من ممارسات العلاقات العامة المحددة ضمن برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات التي تستخدم لإدارة العلاقات - توصلت الدراسة إلى أن قيمة وظيفة العلاقات العامة للمؤسسة

هي قدرتها على المساعدة في إدارة العلاقات؛ لكن على مستوى مرتبط باستراتيجية الشركة؛ وليس بمنظور الاتصالات والاتصال المشترك في كثير من ممارسات العلاقات العامة. كما أكدت الدراسة ضرورة دراسة المسؤولية الاجتماعية للشركات بوصفها ميسرة لإدارة العلاقات، ومن ثمّ بناء شبكات دعم للمنظمة كبديل لمجموعة الأنشطة التي تبني الشرعية التنظيمية من خلال إدارة التصورات. هذا وقد أوصت هذه الدراسة بضرورة التركيز المتزايد في أدبيات العلاقات العامة على إدارة العلاقات كمبرر مركزي.

الدراسة الرابعة: المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسية ودورها في تنمية المجتمع المحلي (منظور عالمي). (Maimunah I., 2009)

هدفت هذه الدراسة إلى توضيح مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات، وحددته في أنه " استراتيجيات الشركات في تسيير أعمالها بطريقة أخلاقية ومناسبة ومفيدة للمجتمع من حيث التنمية". وباستخدام منهج إعادة التحليل وفحص النظريات التي تناولت بالدراسة المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسية توصلت الدراسة إلى وجود ثلاث نظريات؛ هي: النفعية، النظريات الإدارية والعلائقية للمسؤولية الاجتماعية للشركات.

وقد ناقشت الدراسة دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في تنمية المجتمع المحلي؛ حيث تظهر المسؤولية الاجتماعية للشركات في درجة تأثيرها على المجتمع بنواحيه الاجتماعية، والبيئية، والاقتصادية. كذلك حددت الدراسة الكفاءات المطلوبة من قبل مديري المسؤولية الاجتماعية للشركات، واهتمت بأهمية الحصول على فهم أفضل للجوانب العملية للمسؤولية الاجتماعية للشركات. وختاماً قدمت رؤية استشرافية لأثر تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية بالمجتمعات.

٢- الدراسات العربية.

الدراسة الأولى: المسؤولية الاجتماعية للشركات الأجنبية تحت مظلة الاتفاقات الإطارية الدولية: دراسة تحليلية (نظام جبار طالب وطيبة حبيب ظاهر، 2018 م).

أكدت هذه الدراسة أن فكرة المسؤولية الاجتماعية للشركات تقوم على ضرورة خلق نوع من التناغم بين المصالح المتناقضة المتجسدة بالربحية من جهة وضرورة مراعاة مصلحة المجتمع من جهة أخرى، وانطلاقاً من هذه المسلمة الأساسية كان لا بد من وضع برنامج المسؤولية الاجتماعية للشركات في إطار يحاول تأسيس البعد القانوني لها؛ وذلك رداً على دعاوى تجريد المسؤولية الاجتماعية من صفة الإلزام، وقصرها على المبادرات التطوعية، التي لا تحدها صفة قانونية. في الوقت نفسه ظهرت بوادر فكرية تتبنى أدوات لتنظيم الجانب القانوني للمسؤولية الاجتماعية للشركات، والنظر فيما ينشأ عن تطبيقها من علاقات عمل دولية؛ لذلك تأتي الاتفاقات الإطارية الدولية لتقف في مقدمة هذه الأدوات لتعلن عن خصوصية تنظيمها لجوانب المسؤولية الاجتماعية للشركات. ومن هذا المنطلق طرحت الدراسة مشكلة البحث الأساسية المتمثلة في بيان الوسيلة القانونية الأنجح في سبيل ضمان التزام الشركة بمسؤوليتها الاجتماعية، وانتهت يطرح سؤال مركزي هو مدى نجاح الاتفاقات الدولية - كوسيلة قانونية - في بلورة مسؤولية اجتماعية للشركات الأجنبية.

الدراسة الثانية: أثر المسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية لشركة الاتصال الفلسطينية من وجهة نظر العملاء (دراسة حالة لشركة جوال) (وصفي نزال وآخرون، 2011 م).

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر المسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية لشركة الاتصال الفلسطينية من وجهة نظر العملاء، حيث استخدم الباحثون

المنهج الوصفي للدراسة وأجريت هذه الدراسة على عينة قوامها (١٠٠) عميل من عملاء شركة الاتصالات الفلسطينية. قام الباحثون بإجراء (SPSS) استبانة كأداة لجمع المعلومات، واستخدام برنامج المعالجات الإحصائية المناسبة، وتحليل نتائج الاستبانة؛ تم رصد العديد من الجوانب الإيجابية في تعامل الشركة مع عملائها وأبناء المجتمع الفلسطيني ودورها الفاعل في دعم الأنشطة الثقافية وغيرها. أيضاً أسفر التحليل عن عدد من المواقف السلبية؛ منها مسؤولية الشركة تجاه البيئة؛ الأمر الذي وجه عناية الشركة لإصلاح القصور المائل في تلك النواحي؛ فكان من توصيات الدراسة أن تعمل الشركة على زيادة الاهتمام بالبيئة من خلال استخدام وسائل الاتصال التي تجنب البيئة المخاطر المحتملة من خلال الوسائل الحديثة والتكنولوجية المتطورة.

الدراسة الثالثة: الخصائص البنائية للشركات متعددة الجنسيات: دراسة حالة لإحدى الشركات العاملة في القرية الذكية بالمجتمع المصري. (ياسمين علاء الدين علي يوسف، 2009 م).

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على أهم الخصائص البنائية للشركات متعددة الجنسية في مصر ودورها في تنمية المجتمع المصري، وباستخدام المنهج الوصفي والمقابلة قامت بدراسة ٤٠ شركة مصرية؛ وتوصلت إلى ضرورة تفعيل القواعد واللوائح المنظمة التي تحفز المستثمرين نحو مزيد من الاستثمار الاجتماعي.

الدراسة الرابعة: المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والموارد البشرية (ضيافي نوال، ٢٠١٠ م).

يتمثل الهدف الرئيس لهذه الدراسة في التطرق إلى عناصر المسؤولية الاجتماعية ودورها في معالجة القضايا التي تشكل مجتمعات المؤسسات، وباستخدام

المنهج الوصفي التحليلي وطريقة دراسة الحالة؛ توصلت الدراسة إلى أن المؤسسة المسؤولة اجتماعياً هي التي تهتم بموظفيها من حيث الرواتب والأجور التي تكفل لهم حياة كريمة، و تهيئة أفضل الأجواء للعمل، فضلاً على القيام بعملية تأهيل وتطوير مستمرة لهؤلاء الموظفين من أجل الوصول إلى مخرجات إنتاج عالية الجودة تتناسب مع متطلبات و توقعات زبائنهم، الذين هم أساس وجوهر نشاط المؤسسة الاقتصادي. ومن جهة أخرى فإن المؤسسات التي تمارس نشاطها بصورة مسؤولة اجتماعياً تعتمد على مدخلات إنتاج صديقة للبيئة وصديقة للمجتمع؛ لذا فإنها تقوم بالاتفاق مع موردين يمارسون أنشطتهم بطريق توفر مثل هذا النوع من المدخلات.

ح- المنهج المستخدم في الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، للتعرف على أهم الصفات المميزة لمتغيرات الدراسة (الشركات متعددة الجنسية، والمسؤولية الاجتماعية)، وتحليل الظواهر المرتبطة بهما، وإيجاد الرابطة بينهما؛ في محاولة لوضع النموذج المقترح لتفعيل المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسية في تنمية القرية المصرية، معتمدين في ذلك على مراجعة الأدبيات ذات الصلة بموضوع الدراسة والمتاحة بالجامعات والمراكز البحثية المتخصصة، وكذلك التقارير المحلية والدولية.

والجدير بالذكر أنه من المعوقات المنهجية التي واجهت الدراسة الراهنة وجعلتها تغير رؤيتها واستراتيجيتها ووضعها لعنوان مغاير وإشكالية مختلفة للبحث عند البدء فيه، حيث حاولت أن تكون دراسة تقويمية لعينة من المشروعات التنموية التي قامت بها الشركات متعددة الجنسية في تنمية القرية المصرية، وبالفعل تم وضع الإطار النظري للدراسة، وطرح تساؤلات مختلفة، وإعداد دليل مقابلة لمدراء العلاقات العامة لعدد من الشركات الأجنبية في مصر، ثم تحكيم الاستمارة من قبل

أساتذة علم الاجتماع في مصر والوطن العربي، وتم الحصول على جميع الموافقات الحكومية من جهة عمل الباحثة (جامعة الاسكندرية - كلية التربية)، وكذلك على خطابات لتسهيل المهمة العلمية للباحثة للشركات المختارة، عليها ختم النسر الخاص بالدولة المصرية، وحينما حان موعد إجراء المقابلات الميدانية، وعند البحث عن عناوين الشركات - التي تم تحديدها من قبل الباحثة اعتماداً على التصنيف العالمي للمسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسية - بالعاصمة (القاهرة)، وبعد تكبد عناء السفر لإجراء المقابلات؛ لم أتمكن من مقابلة أي موظف في تلك الشركات، بل إن هناك كثيراً من الشركات الأجنبية لم تستطع الباحثة عبور البوابة الرئيسية لها؛ وإزاء هذا المعوق تم تغيير الإطار النظري للبحث تماماً، وطرح تساؤلات مغايرة، حيث تسعى الدراسة في إطار رؤيتها الجديدة إلى وضع تصور نموذجي مقترح لتلك الشركات الأجنبية المقامة على أرض مصر لتطبيق معايير ومبادئ المسؤولية الاجتماعية في تنمية القرية المصرية.

المبحث الثاني: ماهية الشركات متعددة الجنسية

ودورها في تنمية المجتمعات المحلية

إن ظاهرة الشركات متعددة الجنسية صارت من الموضوعات الهامة؛ لتأثيراتها المتباينة على دول العالم النامي في مجال التنمية، حيث تُعد هذه الشركات من أهم ملامح النظام الاقتصادي الجديد؛ لضخامة حجمها وتنوع نشاطها وانتشارها الجغرافي، حيث أحدثت هذه الشركات العديد من التغيرات (السلبية، والإيجابية) في بناء النظام العالمي الجديد بمضامينه وأبعاده الاقتصادية والاجتماعية والمالية والثقافية والسياسية.

وفي هذا الجزء من الدراسة سوف نحاول تقديم عرض تحليلي لمعرفة فاعلية هذه الشركات على البلدان النامية، وتحديد مدى تأثيرها على المجتمعات المحلية القروية، ومحاولة إيجاد مقاربات علمية لهذه الظاهرة، تمكننا من تدعيم الإيجابيات، وإيجاد حلول مناسبة للحد من سلبيات هذه الشركات. وذلك من خلال عرض أولاً: ماهية الشركات متعددة الجنسية، ثانياً: التأثيرات الاقتصادية والسياسية والثقافية والتكنولوجية للشركات متعددة الجنسية على التنمية (ما بين مؤيد ومعارض)، وأخيراً عرض تطور حجم الشركات متعددة الجنسية وتأثيره على التنمية الريفية في مصر.

أ- ماهية الشركات متعددة الجنسية:

إن الشركات متعددة الجنسيات هي شركة مقرها الرئيس في الدولة الأم، ولها نشاطات اقتصادية متعددة في مجالات تجارية وصناعية ومالية، وعمليات موزعة على أكثر من دولة، سواء عن طريق مشاريع خاصة أو شركات تابعة، وكثيراً ما تندمج مع شركات من دول أخرى، وتلعب دوراً في التدفق العالمي للاستثمار الأجنبي المباشر في مجموعة كبيرة من البلدان تتوزع في أرجاء العالم،

على حوالي ثلثي التجارة العالمية، وتتمتع هذه الشركات بخاصيتين هما: (أحمد عبد العزيز وآخرون، ٢٠١٠م، ص ١١٩).

١- **الوحدة:** التي تتمثل في وحدة اتخاذ القرار ووحدة التصرف والاستراتيجية والموارد الإنسانية والمادية والفنية، فكلًا من الشركة الأم وفروعها ومنشأتها التابعة لها تكون مجموعاً واحداً متكاملًا، ولذلك يمكن النظر للشركة المتعددة الجنسية على أنها: نظام من العلاقات المركبة بين جميع عناصرها ومكوناتها، فهي عبارة عن مجموعة تدرجية وتسلسلية حيث العلاقة بين فروعها ووحداتها علاقة رأسية وعمودية، كما أنها علاقة تبعية.

٢- **التعدد:** فهذه الشركات مكونة من عدة شركات تتمتع بالخاصية القانونية المستقلة ويتم وفقاً لقوانين وطنية متعددة، وتتمتع بجنسيات متعددة.

وقد أشار بعض الباحثين إلى أن خصائص الشركات المتعددة الجنسية تتمثل في الآتي:^(٢)

١- **ضخامة حجم الشركات:** تتميز هذه الشركات بضخامة حجمها واستثماراتها بحيث تستحوذ على ٨٠% من إجمالي مبيعات العالم، ويمكن الاستدلال على ضخامة حجم الشركات المتعددة الجنسيات من خلال: حجم المبيعات ومؤشر حجم الإيرادات، القيمة المضافة للشركات (تكون في اغلب الأحيان أكبر من القيمة المضافة للدول (الناتج المحلي الإجمالي)).

(٢) اعتمدت الباحثة في عرض هذه الخصائص على مجموعة من المراجع (أحمد عبد العزيز وآخرون، ٢٠١٠م)، (شريف جعدي، ٢٠١٤)، (مفيدة لمزري، ٢٠٢٠م)، (مفيدة لمزري ووردة سالمي، ٢٠٢٠م).

٢- اتساع الرقعة الجغرافية لنطاق الشركات المتعددة الجنسيات: تتميز هذه الشركات بكبر مساحة السوق الذي يغطيها، وامتدادها الجغرافي خارج الدولة الأم، بما لها من إمكانات هائلة في التسويق وفروع وشركات تابعة لها في مختلف أنحاء دول العالم.

٣- تنوع نشاطات الشركات المتعددة الجنسيات، فهي تتميز بالتنوع الشديد في المنتجات والأنشطة، وهذا يعطيها ميزة الخروج من دائرة التخصص بما يتضمنه من مخاطر الارتباط بسوق سلعية معينة، كذلك فإن تعدد الأنشطة يحقق، بالإضافة إلى توزيع المخاطرة، سيطرة اقتصاديه واسعة.

٤- التفوق والتطور التكنولوجي في الشركات المتعددة الجنسيات: تعد الشركات المتعددة 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.

٥- إقامة التحالفات الاستراتيجية في الشركات المتعددة الجنسيات.

٦- المزايا الاحتكارية للشركات المتعددة الجنسيات، فالأسواق التي تتعامل فيها يحكمها عدد قليل من المنتجين.

٧- تعبئة الكفاءات في الشركات المتعددة الجنسيات: تسعى هذه الشركات لاختيار العاملين ذوي الكفاءات من مواطني الدولة المضيفة بعد اجتياز اختبارات معينة والمشاركة في دورات تدريبية، حيث لا تتقيد الشركات متعددة الجنسيات بتفضيل مواطن دولة معينة عند اختيار العاملين حتى في أعلى المستويات التنفيذية.

٨- تسعى لتعبئة المدخرات من السوق العالمية بطرح الأسهم الخاصة بها في الأسواق المالية العالمية والأسواق الناهضة، واستقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر أقصى ما يمكن؛ لضمان التمويل اللازم لها من خلال وسائل متعددة.

ب- التأثيرات المتباينة للشركات متعددة الجنسية على التنمية (ما بين مؤيد ومعارض):

تمثل الشركات المتعددة الجنسيات قوة اقتصادية كبيرة في العالم، وتحتل مكانة أقوى في البلدان النامية، حيث يمكن أن تلعب دوراً في الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية في هذه الدول.

قد أدى نشاط هذه الشركات إلى تأثيرات متباينة في الدول المستضيفة (إيجاباً، وسلباً) في مختلف مجالات الحياة في هذه الدول الاقتصادية والاجتماعية والسياسية. وسنشير إلى أبرز هذه النتائج فيما يلي:

أولاً: التأثيرات الاقتصادية للشركات متعددة الجنسية ودورها في التنمية

يؤكد الاقتصاديون المؤيدون لدور الشركات متعددة الجنسية في عملية التنمية، أنه كان لهذه الشركات دوراً بارزاً في تحقيق التنمية الشاملة في الدول النامية؛ من خلال خلق فرص للعمالة، وتحسين مستوى الدخل وارتفاع تحسين الإنتاجية، وكذا تنمية المنافسة المحلية بكسر حدة الاحتكار المحلي لبعض الشركات الوطنية، وبالتالي زيادة حجم المنافسة بين الشركات العالمية سواء كانت وطنية أم أجنبية، بالإضافة إلى أنها تقوم بزيادة معدلات التصدير مع انخفاض حجم الواردات؛ نتيجة دخول منتجات جديدة كان يتم استيرادها.

(شريف جعدي، ٢٠١٤، ص ١٨).

في ذات الوقت، يرى الاقتصاديون المعارضون لسياسات تلك الشركات بأن المساهمة في عملية التنمية لا ترتبط بتنمية فعلية في الاقتصاد، حيث أنها لا تطور النشاط الصناعي، وتعرض الصناعات الوطنية الناشئة في الدول النامية للخطر.

(شريف جعدي، ٢٠١٤، ص ١٨).

وتستخدم هذه الشركات آلية استراتيجية وهي عدم ارتباط أنشطتها بالصناعات الوطنية في البلدان المضيقة، وخاصة دول العالم النامي بل بالسياسات العامة التي تضعها هذه الشركات. (مفيدة لمزري، ٢٠٢٠م، ص ١٦٣).

ويستطرد هؤلاء المعارضون بالقول بأنه في مجال التشغيل والأجور والتأهيل المهني، يمكن القول إنه إذا كان تشغيل العمالة ميزة تقدمها هذه الشركات للدول النامية، فإن العمالة التي يتم تشغيلها هي فئة لا تعاني من البطالة أصلاً؛ لكونها عمالة مدربة ومؤهلة. إضافة إلى إن الشركات المتعددة الجنسيات تستفيد من تدني الأجور في الدول النامية وغالباً ما يتم ارتكاب ممارسات لأخلاقية تمس بحقوق الإنسان المتعلقة بالحياة والحرية والعدل والمساواة واختيار العمل، بحق العاملين في هذه الشركات. (شريف جعدي، ٢٠١٤، ص ١٨).

ويؤكد المعارضون لهذه الشركات، بأنه كان الدافع للشركات المتعددة الجنسية، وما زال، الحصول على المنتجات الأولية، لقد عملت الشركات المتعددة الجنسيات منذ نهاية الخمسينات وبداية الستينات بالاستحواذ على المواد الأولية السطحية والباطنية، حيث عرف هذا القطاع تركيزاً متسارعاً، أدى إلى القضاء على الشركات الصغيرة والمتوسطة في التجارة الدولية لصالح الشركات المتعددة الجنسيات. (شريف جعدي، ٢٠١٤، ص ١٨).

ثانياً: الآثار السياسية للشركات متعددة الجنسية:

تضع الشركات المتعددة الجنسيات عدة أدوات للعمل داخل فروعها في الدول النامية، والآليات التي تتبعها في محيطها السياسي الذي تتواجد فيه بالدول النامية، وذلك من خلال علاقتها بالمجتمع المدني، فقد قامت بإقامة علاقات وثيقة مع العديد من الفئات المحلية التي يمكن تثقيفها سياسياً واقتصادياً بنقل الديمقراطية والقيم الاقتصادية، وتقديم المساعدات المالية للأحزاب والمؤسسات السياسية في هذه الدول،

واستخدام هذه الشركات أداة تقديم المنح والهبات والتبرعات للأحزاب والمؤسسات السياسية انطلاقاً من تجربة هذه الشركات. (مفيدة لمزري، ٢٠٢٠م، ص ١٦٤).

على جانب آخر، نجد أنه تعمل الشركات المتعددة الجنسيات على التدخل في الشؤون الداخلية للدول النامية والمضيفة لها؛ بهدف الحفاظ على مصالحها وأهدافها، التي غالباً ما تتطابق ومصالح الدول الكبير.

ويمكن القول إن السيادة الوطنية للدول النامية المضيفة للشركات المتعددة الجنسيات مهددة بالخطر نتيجة تأثيرات هذه الشركات والتي تحدث بسبب: (شريف جعدي، ٢٠١٤، ص ٢١).

– مخالفة الشركات المتعددة الجنسيات لتشريعات الدول التي تعمل فيها كمخالفة قوانين الاستثمار الأجنبي والسياسة الضريبية والتجارية المتعلقة بالعمل وسياسة الأسعار التدخل المباشر وغير المباشر في الشؤون الداخلية للدول التي تعمل فيها.

– مطالبة هذه الشركات لحكوماتها باتخاذ إجراءات ذات صبغة سياسية واقتصادية للضغط على حكومات الدول التي تعمل فيها لخدمة مصالحها الخاصة.

– رفضها قبول تطبيق القانون الداخلي المتعلق بالتعويض في حالة التأميم.

– عرقلة جهود الدولة المتخلفة لاستغلال ثرواتها من اجل ممارسة السيطرة الكاملة على مواردها الطبيعية.

– رفض اللجوء لمحاكم البلد المضيف في حال نشوب نزاعات نظراً للمكانة الاقتصادية التي تتمتع بها هذه الشركات وتفوقها على الدول المضيفة من ناحية الإمكانيات المادية والتكنولوجية والمعلومات المتاحة.

ثالثاً: الآثار الثقافية للشركات متعددة الجنسية:

يرى مؤيدو الشركات متعددة الجنسية ودورها التنموي، أن هذه الشركات سوف تؤدي إلى مزيد من التماثل الثقافي بين الشعوب، من خلال نشرها لقيم الليبرالية والتغريب، وهي خطوة حيوية نحو عالم أكثر استقراراً ونحو حياة أفضل للشعوب. (محمد ياسر الخواجة، ٢٠١٥، ص ١٣٩).

إلا إننا نلاحظ في إطار استراتيجية التسويق لمنتجات هذه الشركات، نجد أنها تعمل على غرس مجموعة من العادات والتقاليد الاستهلاكية، والتي يكون لها آثار على ثقافات الدول المضيفة، وبالنظر إلى سعي هذه الشركات نحو تحقيق أهداف ربحية فهي ترى في الحملات الإعلانية والدعائية وحملات الإشهار طريقاً إلى ذلك، حيث تتجنب التكاليف العالية المخصصة لتطوير منتجات تتلاءم عادات وتقاليد المجتمعات النامية المستهدفة، و عوضاً من ذلك تعمل على تحقيق الأهداف التالية: توحيد أساليب العيش، خلق أنماط استهلاكية موحدة، تكييف المجتمعات علي منتجاتها، وغرس ثقافتها الغربية داخل البرامج الاستهلاكية والتربوية والتعليمية للدول المضيفة عن طريق وسائل الإعلام والاتصال والتكنولوجيا.

(نفاح عبدالمجيد، ٢٠١٧م، ١٢١).

كما أنه تلعب هذه الشركات دوراً في ترسيخ مفهوم الإنسان الاقتصادي ونشر القيم والمعايير الأخلاقية التي تشجع على التفسخ الخلقي والفساد والميل إلى استنزاف البيئة لدى الفرد والأغنياء بطرق غير مشروعة، وإلى خلق أنماط استهلاكية تعطل النمو الاقتصادي، فنتيجة للدعاية المكثفة التي تقوم بها الشركات، يتم من خلالها إهدار الموارد النادرة في شراء سلع كمالية.

(مفيدة لمزرى ووردة سالمى، ٢٠٢٠م، ص ١٤٨).

بالإضافة إلى ما سبق، نجد أن هذه الشركات تساهم في تكريس الفجوة بين الشرائح الاجتماعية من خلال خلق فئة تعاش على حساب المجتمع مما يؤدي لعدم الاستقرار، ولها مواصفات غير إنتاجية؛ مما يؤدي لعدم الاستقرار الاجتماعي والسياسي، وخلق أزمات داخلية في الدول النامية. (شريف جعدي، ٢٠١٤، ص ١٨)

رابعاً: الآثار التقنية والعلمية للشركات المتعددة الجنسيات

يرى الكثير من الباحثين أن الشركات المتعددة الجنسيات تقوم بدور فعال ومؤثر في نقل الثورة التكنولوجية، حيث أن العالم يعيش اليوم الثورة الصناعية الثالثة، والتي نطلق عليها الثورة العلمية في المعلومات والاتصالات والمواصلات والتكنولوجيا العالية، ولهذا السبب فإن التحدي المطروح أمام البلدان النامية، هو ضرورة تنمية قدراتها على خلق آليات للتعامل مع الشركات المتعددة الجنسيات. (نفاح عبد المجيد، ٢٠١٧م، ١٣٤).

بينما يرى آخرون، أن نشاط البحث والتطوير في هذه الشركات يتم في الدولة الأم وليس في الدول النامية التي تعمل بها فروعها، إضافة إلى إن كثيراً ما تكون التكنولوجيا المحولة من طرف الشركات المتعددة الجنسيات إلى الدول النامية غير متلائمة مع الاعتبارات الاقتصادية والاجتماعية، فهي لا تتناسب مع واقع تلك الدول في كل أوجه الحياة، لأن طبيعتها تقوم على معايير وأساليب مطبقة في البلد الأصل للشركات المتعددة الجنسيات. وفي بعض الأحيان تتوقف درجة نجاح الدول النامية في تحقيق أهداف التنمية التكنولوجية المحلية على ما تقدمه من تسهيلات للشركات المتعددة الجنسيات ومدى تعاونها معها وأشكال الاستثمار المسموح لها. (شريف جعدي، ٢٠١٤، ص ١٨).

أخيراً يمكن القول، أنه قد حظيت الشركات المتعددة الجنسيات باهتمام كبير ومتزايد من الباحثين على تنوع تخصصاتهم، فقدموا تحليلات ومقاربات نظرية حول

أنشطتها الاقتصادية، وقدراتها السياسية وأساليب تغلغلها في اقتصاديات الدول المضيفة.

فمن الناحية الاقتصادية تسيطر هذه الشركات، بمالها من قوة نقدية واتساع نطاقها الجغرافي، على الاقتصاد والأسواق العالمية، وتضع التقسم العالمي، بما يتماشى مع استراتيجياتها وأهدافها. أما الجانب السياسي، فهذه الشركات فرضت سيطرتها وسيادتها على اتخاذ القرارات في الدول المضيفة، وهددت وجود الدولة القومية، بل يمكن القول إنها قلصت فاعلية الدولة أو قللت دورها، واعتبار الشركات المتعددة الجنسية والمنظمات العالمية شريكاً للدولة في صنع قراراتها السياسية. ومن الناحية الثقافية ساعدت هذه الشركات على نشر الثقافة الاستهلاكية بين قطاعات كبيرة من الأفراد والشعوب من كل المستويات الاجتماعية في كل دول العالم.

استناداً إلى ما سبق، ومع تنوع وتعدد التأثيرات المتباينة للشركات متعددة الجنسية، تأتي أهمية مناقشة قضية المسؤولية الاجتماعية لهذه الشركات، التي تستوجب في هذا النطاق ضرورة توجيه جزء من أرباح السوق إلى المجتمع، الذي- بدوره- يوفر بيئة العمل المناسبة، والتأكيد على أن هذه الشركات عناصر مساهمة وفاعلة في المجتمع، ومفردة مهمة من مفردات السياسة العالمية الجديدة تسعى إلى تحقيق التنمية في المجتمع بكل مجالاته.

ج- تطور حجم الشركات متعددة الجنسية وتأثيره على التنمية الريفية في مصر:

مثلت الاستثمارات الواردة إلى الدول العربية ومنها مصر ما نسبته ٢,٤% من إجمالي العالمي البالغ ١٢٩٧ مليار دولار، و ٤,٤% من إجمالي الدول النامية البالغ ٧٠٦ مليارات دولار. وقد تركز الاستثمار الأجنبي المباشر الوارد في عدد من الدول العربية؛ حيث استحوذت كل من الإمارات ومصر وسلطنة عمان على نحو ٦٨,٥% من إجمالي التدفقات الواردة للدول العربية، وتصدرت الإمارات

بنحو ١٠,٤ مليارات دولار وبحصة ٣٣,٣%، تلتها مصر في المركز الثاني ٦,٨ مليار دولار وبحصة ٢١,٨%. (تقرير مناخ الاستثمار في الدول العربية ٢٠١٩، م، ص ٧).

وفيما يتعلق بأرصدة الاستثمار الأجنبي المباشر الواردة؛ شهدت الدول العربية ارتفاعاً بمعدل ٣,٤% لتبلغ ٨٨٩,٤ مليار دولار عام ٢٠١٨م، ومثلت الأرصدة الواردة إلى الدول العربية ما نسبته ٢,٨% من الإجمالي العالمي البالغ ٣٢,٣ تريليون دولار عام ٢٠١٨م. وشأنها شأن التدفقات تركزت الأرصدة في عدد محدود من الدول العربية حيث استحوذت السعودية والإمارات ومصر على ٥٤,٨% من الإجمالي. (تقرير مناخ الاستثمار في الدول العربية ٢٠١٩م، ص ٧).

جدول رقم (١)

المشاريع الاستثمارية الأجنبية المباشرة الجديدة الواردة إلى مصر لعام ٢٠١٨م

البيان	عدد المشاريع	التكلفة بالمليون دولار	عدد الوظائف	عدد الشركات
مصر	٩١	١٢,٤٥٣	٣٢,٢٧٣	٧٣

تقرير مناخ الاستثمار في الدول العربية ٢٠١٩م: مؤشر ضمان لجاذبية الاستثمار، المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، الكويت، ٢٠١٩م، ص ١٧.

أما عن كلفة المشاريع البينية الجديدة لعام ٢٠١٨م، استناداً إلى بيانات أسواق الاستثمار الأجنبي المباشر، التي أعدتها الفايانانشينال تايمز - كإحدى قواعد البيانات الأكثر شمولاً لتغطية مجمل المشاريع الاستثمارية الأجنبية المباشرة الجديدة في جميع أنحاء العالم وفي كل القطاعات انطلافاً من عام ٢٠٠٣م - يمكن استخلاص الآتي: (تقرير مناخ الاستثمار في الدول العربية ٢٠١٩م، ص ٨).

- حسب الدول المستقبلية لتدفقات الاستثمارات العربية البينية خلال عام ٢٠١٨م؛ تصدرت سلطنة عمان قائمة الدول العربية باستحوادها على ٥٨,٤ % من إجمالي الاستثمارات، تليها مصر بحصة ١٦,٣%.

- حسب الدول المستقبلية لتدفقات الاستثمارات العربية البينية خلال الفترة ما بين عام ٢٠٠٣م - ٢٠١٨م؛ تصدرت مصر قائمة الدول العربية باستحوادها على مشاريع بقيمة ٩٠,٩ مليار دولار وبحصة ٢٥,٢% من إجمالي الاستثمارات.

جدول رقم (٢)

أرصدة وتدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر (مليون دولار)

البيان الأعوام	٢٠١٢م	٢٠١٣م	٢٠١٤م	٢٠١٥م	٢٠١٦م	٢٠١٧م	٢٠١٨م
الأرصدة الواردة	٧٨,٦٤٣	٨٢,٨٩٣	٨٧,٤٨٥	٩٤,٣٠٧	١٠٢,٣٢٤	١٠٩,٦٧٧	١١٦,٣٨٥
التدفقات الواردة	٦,٠٣١	٤,٢٥٦	٤,٦١٢	٦,٩٢٥	٨,١٠٧	٧,٤٠٩	٦,٧٩٨

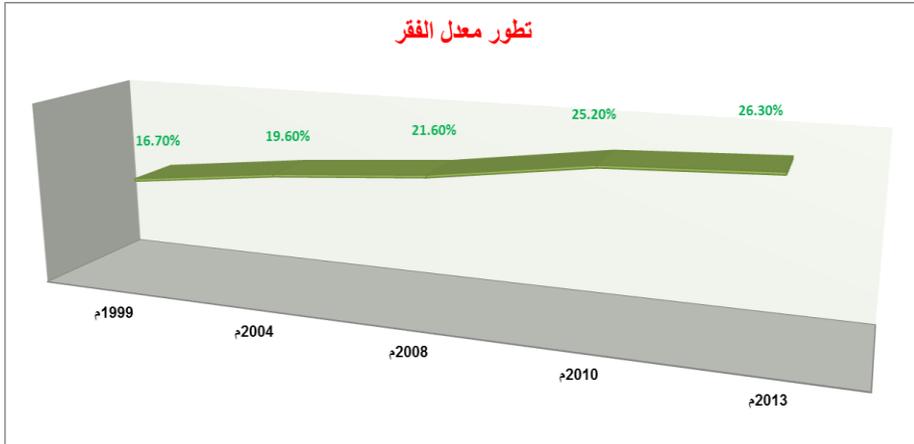
تقرير مناخ الاستثمار في الدول العربية ٢٠١٩م: مؤشر ضمان لجاذبية الاستثمار، المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، الكويت، ٢٠١٩م، ص ٧١.

تشير تلك البيانات السابقة إلى ارتفاع نسبة الاستثمارات الأجنبية المقامة على الأراضي المصرية؛ حيث تستفيد تلك الاستثمارات بشكل كبير من الامتيازات التي توفرها الدولة المصرية من كفاءة أداء الإعفاء الجمركي، كفاءة أداء البنية التحتية للتجارة والنقل، أداء الشحن الدولي، وجودة كفاءة الخدمات اللوجيستية، بالإضافة إلى اتساع السوق المصري ... وغيرها من الأمور التي جعلت من مصر بيئة جاذبة للاستثمار الأجنبي.

في ذات الوقت، أشارت التقارير المحلية والدولية أن الفقر أحد التحديات الأساسية التي تواجهها الحكومة المصرية في الوقت الراهن؛ فحسب تقرير التنمية البشرية تزايدت معدلات الفقر في مصر خلال الفترة (١٩٩٩-٢٠١٣م) وبشكل خاص في المناطق الريفية والصعيد؛ حيث شهدت مستويات المعيشة تراجعاً مستمراً خلال العشر سنوات الأخيرة معزراً بالارتفاع المستمر في الأسعار؛ مما انعكس على عدد السكان الواقعين تحت خط الفقر، والذين زادت نسبتهم من ١٦,٧% عام ١٩٩٩م إلى ٢٦,٣% م عام ٢٠١٣ م. (كما هو موضح في جدول رقم ٣).

جدول رقم (٣)

تطور معدلات الفقر في مصر خلال الفترة (١٩٩٩-٢٠١٣م)



تقرير التنمية البشرية المحلية للمحافظات عام ٢٠١٦م، وزارة التنمية المحلية، جمهورية مصر العربية، ٢٠١٧م.

وبرغم أن حجم الاستثمار الأجنبي في مصر في ازدياد، كما أشارت إلى ذلك التقارير والبيانات الإحصائية السابقة؛ فإن ثمة علاقة طردية بين ارتفاع نسبة هذه الاستثمارات وبين حجم الإفقار في مصر، وخاصة في قرى ونجوع مصر.

والسؤال الذي يتبادر إلى الذهن ما المساهمات الجادة التي قدمتها الشركات متعددة الجنسية والاستثمار الأجنبي لتنمية المجتمع المصري، وقطاعه القروي - على وجه التحديد- الذي تفشي الفقر في كل جوانب حياته الاجتماعية (تعليم - صحة - بطالة)، والاقتصادية (ارتفاع الأسعار- توفير السلع الأساسية، تأتي الإجابة بالسلب، لم تسفر تلك الزيادة في الاستثمار الأجنبي بمصر عن أي تنمية حقيقة؛ الأمر الذي يستلزم تضافراً للجهود الحكومية وفتح باب المشاركة المجتمعية للشركات متعددة الجنسية وتفعيل معايير المسؤولية الاجتماعية، من أجل وضع سياسة لتطوير الريف ومده بالخدمات والمرافق الصحية والتعليمية ومحو الأمية وفتح مجالات للبشر كافة.

المبحث الثالث: معايير تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات

متعددة الجنسية في تنمية المجتمعات المحلية

اكتسب الدور الاجتماعي والمسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسية أهمية متزايدة بعد تخلي الحكومات عن كثير من أدوارها الاقتصادية والخدمية، التي صحبتها بطبيعة الحال برامج اجتماعية كان ينظر إليها على أنها أمر طبيعي ومتوقع في ظل انقضاء الهدف الربحي للمؤسسات الاقتصادية التي تديرها الحكومات، وإن كانت في كثير من الأحيان تحقق إيرادات وأرباحاً طائلة.

لم تعد مهمة الشركات متعددة الجنسية مقتصرة على تحقيق الأرباح، بل تعدت إلى الدور الذي يجدر بهذه الشركات القيام به في إطار المساهمة والمشاركة في تنمية وتطوير المجتمع الذي تعمل فيه؛ حيث إن العديد من الدول باتت تشترط على الشركات العاملة على أراضيها أن يكون لها دور في المشاريع التنموية التي تخدم مجتمعات تلك البلدان، وتقديم الخدمات لمواطني تلك الدول من باب المسؤولية الاجتماعية.

ويختلف دور الشركات متعددة الجنسية في تنمية المجتمع الريفي عن دورها في المجتمعات الحضرية؛ نظراً لخصوصية المجتمع الريفي وكثرة مشكلاته. والسؤال الذي يطرح نفسه هنا هو: كيف يمكن لهذه الشركات أن تساهم في تنمية المجتمعات المحلية القروية؟ وما الأسباب التي تدعوها إلى الاضطلاع بهذا الدور على الرغم من عدم وجود جهة عليا في مصر تحاسب هذه الشركات المقيمة على أراضيها، فالمسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسية تكون بشكل اختياري للشركة، وتلتزم بتطبيقها أخلاقياً ومن تلقاء نفسها، بدون وجود جهة رقابية عليا لمحاسبتها.

للإجابة على هذه الأسئلة نشير - بداية - إلى حقيقة مهمة في الفكر الاقتصادي المعاصر مؤداها أن قيام الشركات متعددة الجنسية بالدور التنموي؛ إنما يأتي من أجل الحفاظ على أفضل صورة للشركة في أذهان المجتمع، وتعزيز ميزتها التنافسية، وزيادة حصتها السوقية، وهذا لا يتحقق إلا بمساندة المجتمع المحلي لهذه الشركات.

وفي سبيل تنمية الوعي بحدود هذه الشراكة بين المجتمع والشركة الأجنبية؛ لابد من التعرف على عدد الأمور المهمة، نتاولها تفصيلاً في هذا الجزء من الدراسة؛ أولها: المقصود بالمسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسية، ثانيها: الفرق بين العمل الخيري والإحسان والمسؤولية الاجتماعية، ثالثها: أبعاد المسؤولية الاجتماعية، رابعها: أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسية، خامسها: مجالات المسؤولية الاجتماعية في تنمية المجتمع المحلي، وسادسها: مبادئ المسؤولية الاجتماعية.

أولاً: المقصود بالمسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسية

بدأ استخدام مصطلح المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسيات من جانب الاقتصاديين عبر تشكيل مبادرة " قادة الأعمال لحقوق الإنسان"، التي مارست نشاطها بين عام ٢٠٠٣ م إلى ٢٠٠٩ م، وضمت شركات: أب وأريفيا وباركليز وكوكاكولا، واريكسون وجنرال إلكتريك ومؤسسة نوفارتيس للتنمية المستدامة. والتي لخصت كافة مناقشاتها في النص التالي: "عملنا بجد لإيجاد الوسائل العلمية لتنفيذ الإعلان العالمي لحقوق الإنسان في سياق الأعمال التجارية والتي أصبحت بالنسبة للشركات التجارية وسيكون التحدي القادم هو تطبيقها داخل كل ما يخص المؤسسات الاقتصادية في جميع أنحاء العالم." وهو ما أصبح يعرف " بالمسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسية تجاه الدولة المضيفة والرعايا والأشخاص". (عبد الحفيظ بوقندورة، ٢٠٢١ م، ص ٣٣٩).

وعند البحث عن المقصود بالمسؤولية الاجتماعية للشركات المتعددة الجنسية نجد أنه تنوعت وتعددت تلك التعريفات، فقد عرفها البنك الدولي بأنها "التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة ويخدم التنمية في آن واحد. (Sayekti, Y., 2015, P. 412). وذهبت منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تشمل فعالية الأعمال الملائمة التي تم تطويرها مع المجتمعات التي تعمل فيها. (عبد الحفيظ بوقندورة، ٢٠٢١م، ص ٣٣٩).

كما وردت عدة تعاريف قانونية للمسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسيات منها ما تداوله المعهد الأممي لبحوث التنمية الاجتماعية لبحوث التنمية الاجتماعية فخلص إلى أن المسؤولية الاجتماعية للشركات التجارية هي: السلوك الأخلاقي لشركة ما تجاه المجتمع، وتشمل سلوك الإدارة المسؤولة في تعاملها مع الأطراف المعنية التي لها مصلحة شرعية في مؤسسة الأعمال. (عبد الحفيظ بوقندورة، ٢٠٢١م، ص ٣٣٩).

ويرى الغالبى والعامري "بأنها عقد بين الشركة والمجتمع تلتزم بموجبه الشركة بإرضاء المجتمع وبما يحقق مصلحته وينظر لها على أنها التزام من قبل الشركة تجاه المجتمع الذي تعيش فيه من خلال قيامها بكثير من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر ومكافحة التلوث وخلق الكثير من فرص العمل وحل الكثير من المشاكل (المواصلات، الإسكان، الصحة) وغيرها من الخدمات". (طاهر غالي وصالح مهدي، ٢٠٠٥م، ص ٨١)، فيما عرفها البكري "بأنها عبارة عن مجموعة من القرارات والأفعال التي تتخذها الشركة للوصول إلى تحقيق الأهداف المرغوب فيها والقيم السائدة في المجتمع، التي تمثل في نهاية الأمر جزءاً من المنافع الاقتصادية المباشرة لإدارة الشركة والساعية إلى تحقيقها بوصفها جزءاً من

استراتيجيتها". (ثامر البكري، ١٩٩٦، ص ٢٤)، أما (Schermerhorn) فقد عرف المسؤولية الاجتماعية للشركات "بأنها إجبار الشركات للعمل بطريقة لخدمة ذوي الاهتمام الداخليين والخارجيين والأطراف ذوي العلاقة بالشركة".

(Schermerhorn, J., 2002, P. 122)

وفي ضوء ما سبق، يمكن القول إن المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسية تعنى في هذه الدراسة: عقد اجتماعي ضمني بين المجتمع والشركات متعددة الجنسية؛ يهدف إلى قيام الأخيرة بمجموعة من الجهود المتكاملة والقرارات والأفعال والسلوكيات الأخلاقية؛ التي تسهم في مواجهة التحديات الاجتماعية والاقتصادية والبيئية التي تواجه المجتمعات عامة، والمجتمعات المحلية على وجه الخصوص.

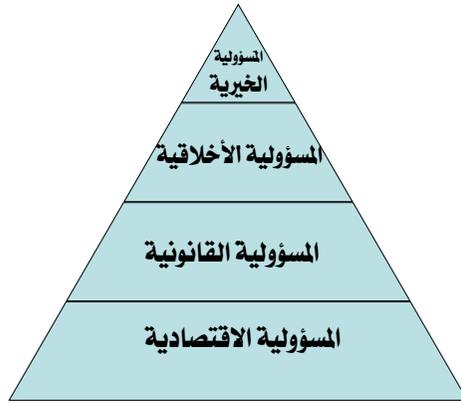
ثانياً: الفرق بين العمل الخيري والإحسان والمسؤولية الاجتماعية

تسهم المنظمات والشركات الخاصة والشركات متعددة الجنسية بنصيب وافر في الأعمال الخيرية، غير أن مثل هذه المساهمات لا تعد من المسؤولية الاجتماعية في شيء؛ حيث توجد اختلافات عديدة بين العمل الخيري والمسؤولية المجتمعية؛ فالهدف من المسؤولية الاجتماعية هو الاستدامة في خدمة المجتمع في مبادرات طويلة المدى، تترجم لرسالة الشركة وأهدافها، أما العمل الخيري يتم تعريفه بأنه تشجيع ومحاولة إحداث التغيير الاجتماعي عن طريق تقديم مساهمات مالية سخية بشكل كبير، وأهدافه قصيرة المدى، ويهتم بفئة محددة لتحسين ظروفها المعيشية. وقيام الشركة بمثل هذه المساعدات الخيرية لا يكون ضمن رسالتها ورؤيتها، فهو أمر عرضي، لا يكتسب صفة الاستمرار - مهما كان حجمه أو نوعه - ولا يكون بديلاً عن المسؤولية الاجتماعية، حيث إن المسؤولية الاجتماعية ينبغي أن تتدرج ضمن خطة ومنهج معد مسبقاً، ولها مخصص مالي في الموازنة العامة للشركة،

ودور واضح في تحقيق التنمية، والنهوض بالمستوى الاقتصادي في المجتمع بأكمله.
(يوسف عواد وآخرون، ٢٠١٤م، ص ١١٢).

ثالثاً: أشكال وأبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسية

من أشهر أشكال المسؤولية الاجتماعية - وهو النموذج الأكثر قبولاً وانتشاراً - "نموذج الأربعة أجزاء للمسؤولية الاجتماعية للشركات". اقترحه ارتشي كارول عام ١٩٧٩ م، ويوضحه الشكل التالي:



وفقا لكارول (Carroll, 1999, P.282)، تعد المسؤولية الاجتماعية للشركات مفهوماً متعدد الطبقات، يتكون من أربعة جوانب مترابطة من المسؤوليات؛ اقتصادية وقانونية وأخلاقية وخيرية. تأتي هذه المسؤوليات المختلفة كطبقات متتالية داخل الهرم. نتناولها تفصيلاً فيما يلي:

١- المسؤولية الاقتصادية

يجب على الشركة أن تفي بمسؤولياتها الاقتصادية المتمثلة في تحقيق العائد المعقول للمستثمرين، والتعويض العادل للموظفين، وبيع السلع بأسعار عادلة للعملاء، وما إلى ذلك. وتحمل المسؤولية الاقتصادية هو الطبقة الأولى من المسؤولية، وأساس

المسؤوليات اللاحقة؛ ومن ثم فإن الوفاء بالمسؤولية الاقتصادية أمر لا بد منه لجميع الشركات، يمنحها القدرة على الاستمرار والبقاء.

٢- المسؤولية القانونية:

تتطلب المسؤولية القانونية للشركات التجارية الالتزام بقانون المجتمع الذي أنشئت فيه. وهذا القانون لا بد أن يكون مدوناً وملزماً للشركة بما يجب فعله. تجاه المجتمع. ويعد هذا الالتزام بالقانون مؤشراً أولياً لتحقيق وتفعيل المسؤولية الاجتماعية.

٣- المسؤولية الأخلاقية:

هذه المسؤوليات تشير إلى الالتزامات التي تكون صحيحة وعادلة ومنصفة يمكن تلبيتها من قبل الشركات. إن مجرد الالتزام بالقانون والإجراءات والقواعد واللوائح لا يجعل سلوك العمل دائماً أخلاقياً أو جيداً. فإلى جانب القوانين تتحمل الشركات مسؤولية أخلاقية للقيام بها، فتطبق القانون واللوائح بما يثبت أنه جيد للمجتمع. بعبارة أخرى تتمثل المسؤوليات الأخلاقية فيما يتوقعه المجتمع عموماً من الشركات فوق التوقعات الاقتصادية والقانونية.

٤- المسؤولية الخيرية:

يستخدم مصطلح المسؤولية الخيرية في سياق الأعمال والأنشطة التي تقع ضمن تقدير مؤسسة من المؤسسات قصد تحسين حياة المواطن، والمجتمعات المحلية عامة بطرق شتى؛ منها: بناء المرافق الترفيهية للموظفين وعائلاتهم، ودعم المؤسسات التعليمية، ودعم أنشطة الفن والدعم، وما إلى ذلك هي أمثلة على المسؤوليات الخيرية التي تصدرها الشركات. وجدير بالذكر أن الأنشطة الخيرية تضع لرغبات الشركات، فهي غير إلزامية، وليست من المتوقع بالنسبة للمجتمع.

عرض منصور عبد القادر منصور وآخرون (٢٠١٩م) ثلاثة أبعاد رئيسة للمسؤولية الاجتماعية للشركات (الاقتصادي، والقانوني، والاجتماعي) وعناصرها الرئيسية والفرعية من خلال الجدول التالي:

العناصر الفرعية	العناصر الرئيسية	البعد
<ul style="list-style-type: none"> - منع الاحتكار وعدم الإضرار بالمستهلكين. - احترام قواعد المنافسة وعدم الإلحاق الأذى بالمنافسين. 	المنافسة العادلة	الاقتصادي
<ul style="list-style-type: none"> - استفادة المجتمع من التقدم التكنولوجي. - استخدام التكنولوجيا في معالجة الأضرار التي تلحق بالمجتمع والبيئة. 	التكنولوجيا	
<ul style="list-style-type: none"> - حماية المستهلك من المواد الضارة. - حماية الأطفال صحياً وثقافياً. 	قوانين حماية المستهلك	القانوني
<ul style="list-style-type: none"> - منع التلوث بثتى أنواعه. - صيانة الموارد وتميئها. - التخلص من المنتجات بعد استهلاكها. 	حماية البيئة	
<ul style="list-style-type: none"> - تقليل إصابات العمل - تحسين ظروف العمل ومنع عمل المسنين والأطفال. - منع التمييز على أساس الجنس أو الدين. - توظيف ذوي الهمم الخاصة. 	السلامة والعدالة	
<ul style="list-style-type: none"> - مراعاة مبدأ تكافؤ الفرص في التوظيف. - مراعاة حقوق الإنسان. واحترام العادات والتقاليد ومراعاة الجوانب الأخلاقية في الاستهلاك. 	المعايير الأخلاقية والقيم الاجتماعية	الاجتماعي
<ul style="list-style-type: none"> - نوعية المنتجات والخدمات المقدمة. - المساهمة في تقديم الحاجات الأساسية للمجتمع. 	نوعية الحياة	

كما أشار كارول (Carroll,1999,P.282) إلى أن المسؤولية الاجتماعية ترتكز على مجموعتين من الأبعاد داخلية وخارجية، تتمثل في مجموعة الالتزامات التي تقع على الشركات تجاه مجموعات المصالح التي تسمى أيضا "أصحاب المصلحة"، تشمل أصحاب المصلحة الداخلية (المالكين والمستهلكين والموظفين والمؤسسات المالية) والعوامل الخارجية (والحكومة والقانون والمجتمع).



رابعاً: أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسية

يتبادر إلى ذهن كل من الشركات متعددة الجنسية والمجتمع والدولة تساؤلاً حول جدوى تفعيل المسؤولية الاجتماعية، ويمكن تحديد أهمية المسؤولية الاجتماعية في النقاط التالية: (٣)

الأهمية بالنسبة للشركات متعددة الجنسية:

- تحسين صورة هذه الشركات في المجتمع وخاصة لدى العملاء والعمال، وخاصة إذا اعتبرنا أن المسؤولية تمثل مبادرات طوعية للشركة تجاه أطراف مباشرة أو غير مباشرة من وجود المؤسسة.

(٣) تم الاعتماد في عرض هذا الجزء على كتابات (منصور عبد القادر منصور وآخرون، ٢٠١٩م، ص ١٣١)، (رضا فولي، ص ٣٦، ٢٠١٩م).

- من شأن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية لهذه الشركات تحسين مناخ العمل، كما تؤدي إلى بعث روح التعاون والترابط بين مختلف الأطراف.
- تمثل المسؤولية الاجتماعية تجاوباً فعالاً مع التغيرات الحاصلة في حاجات المجتمع.
- المردود المادي والأداء المتطور من جراء تبني هذه المسؤولية.
- تؤثر نشاطات المنظمات والمؤسسات المختلفة في إطار تبنيها لبرامج المسؤولية الاجتماعية إيجابياً على سمعة المنظمة وخاصة في ظل الأزمات التي قد تتعرض لها الشركة.
- تمثل المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسية بحدود معينة عملية مهمة ومفيدة في علاقتها مع مجتمعاتها لمواجهة الانتقادات والضغوط المفروضة عليها.
- تساهم المسؤولية الاجتماعية بشكل كبير في ربط العلامة التجارية بمشاعر الحب والاحترام؛ بما يساعد بشكل كبير في دعم الوزن النسبي للعلامة التجارية الخاصة بالمنظمة.

الأهمية بالنسبة للمجتمع:

- الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفر نوع من العدالة وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص وهو جوهر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.
- تحسين نوعية الخدمات المقدمة للمجتمع.

- المسؤولية الاجتماعية لها أهمية كبيرة في المساهمة في زيادة التكافل الاجتماعي والانتماء في المجتمع وتحقيق الاستقرار الاجتماعي، بالإضافة إلى تحقيق رفاهية المجتمع وتطويره.
- ازدياد الوعي بأهمية الاندماج التام بين المؤسسات ومختلف الفئات ذات المصالح.
- الارتقاء بالتنمية انطلاقاً من زيادة تثقيف والوعي الاجتماعي على مستوى الأفراد؛ وهذا يسهم في تحقيق الاستقرار السياسي والشعور بالعدالة الاجتماعية.

الأهمية بالنسبة للدولة:

- تخفيف الأعباء التي تتحملها الدولة في سبيل أداء مهماتها وخدماتها الصحية والتعليمية والثقافية والاجتماعية الأخرى.
- يؤدي الالتزام بالمسؤولية البيئية إلى تعظيم عوائد الدولة بسبب وعي المؤسسات بأهمية المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية.
- المساهمة في التطور التكنولوجي والقضاء على البطالة وغيرها من المجالات التي تجد الدولة الحديثة نفسها غير قادرة على القيام بأعبائها جميعاً بعيداً عن تحمل المؤسسات الاقتصادية الخاصة دورها في هذا الإطار.

خامساً: مجالات المسؤولية الاجتماعية في تنمية المجتمع المحلي

عرض كتاب (رضا فولى، ٢٠١٩م، ص ٣٩) تصنيف شرائح المستفيدين من مجالات المسؤولية الاجتماعية بناءً على تقسيم في الجدول التالي:

الشريحة	مسؤولية الإدارة تجاههم
المالكون أو المساهمون	تحقيق أكبر ربح- تعظيم قيمة الأسهم والمؤسسة ككل- تكوين صورة محترمة للمؤسسة في بيئتها- حماية أصول المؤسسة - زيادة المؤسسة.
العاملون	أجور ورواتب مجزية- فرص تقدم وترقية- تدريب مستمر- عدالة وظيفية - ظروف عمل مناسبة- رعاية صحية-إجازات مدفوعة - تأمين السكن- وسائل النقل.
العملاء	منتجات بنوعية جيدة- أسعار مناسبة- سهولة الحصول على المنتجات- الإعلان الصادق- إرشادات بخصوص المنتج ثم التخلص منه أو بقاءه بعد الاستعمال
المنافسون	منافسة عادلة ونزيهة - معلومات صادقة وأمنة- عدم استقطاب العاملين بوسائل غير نزيهة
الموزعون أو الموردون	الاستمرارية - أسعار عادلة - تطوير استخدام المواد المجهزة - تسديد الالتزامات المالية - النزاهة العادلة.
المجتمع	توظيف أصحاب الهمم الخاصة - توفير فرص عمل جديدة- دعم أنشطة المجتمع للأطفال والشباب والمسنين- رعاية الموهوبين- دعم الفنون- إسهام في حالات الطوارئ والكوارث - احترام العادات والتقاليد
البيئة	الحد من كوارث تلوث المياه والبيئة والتربة - الاستخدام الأمثل العادل للموارد الطبيعية.
الحكومة	الالتزام بالتشريعات والقوانين الحكومية - تسديد الرسوم وعدم التهرب منها- الإسهام في البحث والتطوير- المشاركة في حل المشكلات الاجتماعية والاقتصادية.
المنظمات الاجتماعية	التعامل الجيد مع جمعيات حماية المستهلك- احترام دور جمعيات المجتمع المدني- التعامل الصادق مع وسائل الاعلام.

سادساً: مبادئ المسؤولية الاجتماعية

ترتكز المسؤولية الاجتماعية على تسعة مبادئ: (نهى جعيري، ٢٠١٦م، ص ٣١).

المبدأ الأول: الحماية وإعادة الإصحاح البيئي.

المبدأ الثاني: القيم والأخلاقيات (تطوير المنشأة وتنفيذ المواصفات والممارسات الأخلاقية المتعلقة بالعمل مع أصحاب المصلحة).

المبدأ الثالث: المساءلة والمحاسبة (إيداء الرغبة الحقيقية في الكشف عن المعلومات والأنشطة، بطرق وفترات زمنية لأصحاب الشأن لاتخاذ القرارات).

المبدأ الرابع: تقوية السلطات وتعزيزها (الموازنة بين الأهداف الاستراتيجية والإدارة اليومية من حيث مصالح المستخدمين والعملاء والمستثمرين والموردين والمجتمعات المتأثرة وغيرهم من أصحاب الشأن).

المبدأ الخامس: الأداء المالي والنتائج (تعويض المساهمين برأس المال بمعدل تنافسي، بينما تحافظ في الوقت نفسه على الممتلكات والأصول، واستدامة هذه العائدات، وتكون سياسات المنشأة هادفة إلى تعزيز النمو على المدى الطويل).

المبدأ السادس: مواصفات موقع العمل (ترتبط أنشطة المؤسسة بإدارة الموارد البشرية، وترقية القوي العاملة وتطويرها على المستويات الشخصية والمهنية، بما أن العاملين يمثلون شركاء قيمين في العمل، فهذا يستوجب احترام حقوقهم في ممارسات عادلة في العمل والأجور التنافسية والمنافع، وتوفير بيئة عمل آمنة وصادقة، وخالية من المضايقات).

المبدأ السابع: العلاقات التعاونية (أن تتسم المؤسسة بالعدالة والأمانة مع شركاء العمل، وتعمل على ترقية ومتابعة المسؤولية الاجتماعية لهؤلاء الشركاء).

المبدأ الثامن: المنتجات ذات الجودة والخدمات (أن تستجيب المؤسسة لاحتياجات وحقوق الزبائن والمستهلكين الآخرين، وتعمل على تقديم أعلى مستوى للمنتجات، وقيمة للخدمات، بما في ذلك الالتزام الشديد بالكمال، وإرضاء الزبائن وسلامتهم).

المبدأ التاسع: الارتباط المجتمعي (أي أن تعمل المنشأة على تعميق علاقات مفتوحة مع المجتمع الذي تتعامل معه، وأن تراعي ثقافة هذا المجتمع واحتياجاته، وتلعب المنشأة دوراً يتسم بالإيجابية، والتعاون، والمشاركة لجعل المجتمع المكان الأفضل للحياة وممارسة الأعمال).

انطلاقاً من هذه المبادئ يمكن طرح نموذجاً مقترحاً لتطبيق المسؤولية الاجتماعية في تنمية القرية المصرية خاصة؛ نظراً لأن تنمية هذا القطاع تختلف عن طبيعة الدور التنموي الذي تقوم به في المجتمعات الحضرية؛ لما للمجتمع القروي من خصوصية؛ بسبب تعقد مشكلاته التي استمرت على مدار عقود مضت.

المبحث الرابع: نحو نموذج لتطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات

الجنسية في تنمية القرية المصرية.

أصبح دور الشركات متعددة الجنسية محورياً في عملية التنمية، وهو ما أثبتته النجاحات التي تحققتاها الاقتصاديات المتقدمة في هذا المجال. فقد أدركت هذه الشركات أنها غير معزولة عن المجتمع، وتبتهت إلى ضرورة توسيع نشاطاتها لتشمل ما هو أكثر من النشاطات الإنتاجية. إن قيام الشركات بدورها تجاه المسؤولية الاجتماعية يضمن إلى حد ما دعم جميع أفراد المجتمع لأهدافها ورسالتها التنموية والاعتراف بوجودها، والمساهمة في إنجاح أهدافها وفق ما خطط له، علاوة على المساهمة في سد احتياجات المجتمع ومتطلباته المعيشية الضرورية، إضافة إلى خلق فرص عمل جديدة من خلال إقامة مشاريع خيرية واجتماعية ذات طابع تنموي.

نظراً لما يعانيه الريف المصري من جملة مشكلات منها: افتقاده إلى الحاجات والخدمات الأساسية مثل: التعليم، الخدمات الصحية، المياه الصالحة للشرب، زيادة الإنجاب، افتقاده برامج التنمية الاجتماعية، فرص عمل، ارتفاع الاسعار بما لا يتناسب مع الدخل الفردي، مشكلة التخلص من النفايات والقمامة، تعرض العمالة الزراعية بين الأطفال لمخاطر متعددة نتيجة التعرض للأسمدة والمبيدات الزراعية ... وغيرها؛ تسعى الدراسة إلى تقديم تصور نموذجي مقترح لما يمكن أن تضطلع به الشركات المتعددة الجنسيات في الريف المصري، يحتوي على المجالات الآتية:

١- في قطاع التعليم العام والفني والزراعي والجامعي:

يمكن تفعيل دور الشركات متعددة الجنسية في مجال التعليم العام (الأساسي)، حيث يتوجه اهتمامها إلى المدارس بتجهيزها بالفصول التعليمية المناسبة والمعامل والمستلزمات الدراسية، كذلك العناية بفتح مراكز للتقوية ملحقه بالمدارس أو

المساجد، والاستعانة بمدرسين أكفاء؛ لمحاربة الدروس الخصوصية التي لا يستطيع القروي البسيط على دفع أثمانها، إضافة إلى الاهتمام بتقديم الجوائز والهدايا للمتفوقين علمياً ورعايتهم.

أما في مجال التعليم الفني؛ فعليها الاستعانة بالمتفوقين في تلك المدارس للتدريب والتوظيف في تلك الشركات الأجنبية؛ مما يجعل التفوق شرطاً للتوظيف في هذه الشركات.

وفي مجال التعليم الزراعي، فتستطيع تلك الشركات المساعدة في تسويق منتجات المدارس الزراعية التي يقوم الطلاب بإنتاجها كمشاريع للتخرج، وتدريب هؤلاء الطلاب على أحدث البحوث في الإنتاج الزراعي باستخدام أحدث التكنولوجيا.

أما عن الجامعات، تدعم هذه الشركات الجامعات الإقليمية بتقديم المنح المالية وتمويل الأبحاث في المجالات كافة، وذلك لإجراء البحوث والمشروعات البحثية، بحيث تمتد تلك المساعدات إلى ريف مصر، ولا تقتصر فقط على جامعات المدن الكبرى.

٢- في قطاع الصحة:

تبرز إسهاماتها في حملات التثقيف والتوعية بشأن الأمراض والآفات، والإنفاق على برامج تنظيم الأسرة في الريف المصري للمساعدة في حل مشكلة ازدياد السكان، وتقديم المساعدات المالية من أجل إنشاء مراكز طبية ومستشفيات في قرى ونجوع مصر.

٣- مجال التنمية الاجتماعية:

يفتقد الريف المصري لكثير من الأندية ومراكز الشباب الرياضية، ودور

الحضانة، والمراكز الثقافية الفنية والإبداعية والترفيهية، يمكن للشركات متعددة الجنسية المساهمة في إنشاء مثل هذه المراكز وتجهيزها، كنوع من أنواع الدعاية لبرامجها ومنتجاتها.

٤- التوظيف من أجل القضاء على البطالة: من خلال التدريب بغرض الإعداد للتوظيف، ودعم المشروعات الصغيرة والأسر المنتجة في ريف ونجوع مصر.

٥- المساهمة في تحديث وتطوير بعض القرى المصرية: حتى تكون نموذجاً ومثالاً يحتذى به؛ ويكون ذلك بتوجيه عنايتها إلى رصف الطرق، وتجميل الميادين العامة، كنوع من الدعاية والإعلان لهذه الشركات العالمية.

٦- التكفل بعدد من الأسر الفقيرة ورعاية المرأة المعيلة بالريف المصري: من خلال تقديم المنح والهبات للجهات الخيرية، أو إنشاء جمعيات خيرية تابعة لتلك الشركات.

٧- الاهتمام بفئة ذوي الاحتياجات الخاصة في الريف المصري: وذلك بتوفير فرص عمل لهم في تلك الشركات، أو الوفاء بمتطلباتهم من أجهزة ومستلزمات أو كفالة لغير القادرين منهم.

ولضمان نجاح هذا النموذج ينبغي مراعاة الأمور الآتية:

١- دراسة البيئة الريفية للتعرف على المشكلات والقضايا الاجتماعية والاقتصادية الموجودة بها.

٢- تحديد المجالات المستهدفة والأنشطة المقترحة بالاستعانة بالقيادات المحلية وأبناء القرية.

- ٣- تحديد تكلفة المجالات المستهدفة وأنشطتها.
- ٤- إعادة تصميم المنتجات بما يتلاءم مع ثقافة المجتمع القروي.
- ٥- أنشطة الدعاية والإعلان المصاحبة لعملية الإعداد والتنفيذ والتقييم.
- ٦- تنفيذ الأنشطة المختارة بمشاركة أبناء القرية.
- ٧- التقييم البعدي والقبلي للمشروع وقياس رضا الريفيين؛ للحصول على تغذية راجعة.
- ٨- قياس المكاسب المالية والأرباح.
- ٩- المراجعة المستمرة لاستراتيجيات الشركة التنموية لإعادة صياغة الأهداف بما يتلاءم مع تطبيق المسؤولية الاجتماعية.

التوصيات

توصي الدراسة الراهنة بضرورة إيجاد جهات رقابية عليا تمثل جهة التنظيمية؛ تعني بوضع التنظيمات والتشريعات والقوانين لأعمال وتوجهات المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسية. وتتألف هذه الجهة من مجلس أعضائه من مختلف الجهات الحكومية (وزارة الصناعة، الزراعة، التجارة الدولية، الاقتصاد، الاستثمار، التخطيط، الإعلام، التربية، البيئة)، وتتعاون مع الاتحادات والنقابات والجمعيات الأهلية مثل (حماية المستهلك، والغرف التجارية والصناعية، والمحليات)، وتكون مهامها الآتي:

١- العمل على اقتراح قوانين تنظم المسؤولية الاجتماعية وإقرارها من الجهات المختصة.

٢- وجود جهة رقابية للإشراف على المشروعات التنموية في قري ونجوع مصر من قبل الشركات متعددة الجنسية، للمحاسبة والرقابة.

٣- تسجيل المساهمات التي تقدمها تلك الشركات للقرية، من حيث طبيعة هذه المساعدات والتكاليف النقدية.

٤- إيجاد سياسة حوافز للشركات المتميزة في مجالات المسؤولية الاجتماعية من خلال جوائز للتميز في أداء المسؤولية الاجتماعية لدعم المنافسة بين هذه الشركات والتوسع في نطاقها.

٥- إيجاد قسم مختص للمسؤولية الاجتماعية بالشركة متعددة الجنسية، وتخصيص مبلغ أو نسبة من أرباح الشركة باستمرار لدعم أنشطة هذا القسم.

٦- نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية وجعلها جزءاً أساسياً في الثقافة التنظيمية للشركة متعددة الجنسية.

٧- نشر الوعي لدى الدول النامية بخطورة الشركات المتعددة الجنسيات في كل كافة مناشط الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وانعكاساتها على الأهداف التنموية وسيادة الدولة القومية.

٨- مراقبة ومتابعة نشاط الشركات المتعددة الجنسيات من خلال إنشاء مراكز متخصصة لإصدار البيانات الإحصائية والمعلومات الكيفية عن نشاط هذه الشركات في الدول النامية.

٩- الاعتماد على القدرات المحلية القومية في تحقيق التنمية المستدامة للدول النامية، وعدم الاعتماد على هذه الشركات وحدها، وإنما اعتبارها كعامل مساعد في تحقيق التنمية.

المراجع

أولاً: المراجع العربية

- ١- إبراهيم الأخرس، دور الشركات عابرة القارات في الصين: تنمية اقتصادية أم استعمار وتبعية، القاهرة، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، ط١، ٢٠١٢م.
- ٢- إبراهيم محسن عجيل واعتصام الشكرجي، الشركات متعددة الجنسيات وسيادة الدولة: دراسة قانونية - اقتصادية - سياسية مقارنة، عمان - الأردن، مركز الكتاب الأكاديمي، ط١، ٢٠١٥م.
- ٣- أحمد عبد العزيز وآخرون، الشركات متعددة الجنسيات وأثرها على الدول النامية، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد الخامس والثمانون، سوريا، ٢٠١٠م.
- ٤- أحمد مصطفى خاطر ومحمد عبد الفتاح محمد، الاتجاهات المعاصرة في تنمية المجتمعات المحلية، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ٢٠١٠م.
- ٥- تامر البكري، " التسويق والمسؤولية الاجتماعية "، الأردن، دار وائل للنشر ، ٢٠٠١م.
- ٦- تقرير مناخ الاستثمار في الدول العربية ٢٠١٩م: مؤشر ضمان لجاذبية الاستثمار، المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، الكويت، ٢٠١٩م
- ٧- تقرير التنمية البشرية المحلية للمحافظات عام ٢٠١٦م، وزارة التنمية المحلية، جمهورية مصر العربية، ٢٠١٧م.
- ٨- رضا فولي عثمان ثابت، التطورات العلمية والأطر النظرية للمسؤولية الاجتماعية، في كتاب: المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والشركات: بين المقاربات النظرية والممارسات التطبيقية، برلين، المركز الديمقراطي العربي، ط١، ٢٠١٩م.
- ٩- رضا محمد هلال العجوز، دور الشركات متعددة الجنسيات في التنمية: دراسة لدور الشركات الآسيوية في مصر، كتاب الأهرام الاقتصادي، العدد ٢٤٠- أول سبتمبر، ٢٠٠٧م.
- ١٠- شريفة جعدي وآخرون، أثر استثمار الشركات متعددة الجنسيات على التنمية المحلية في الجنوب الشرقي الجزائري خلال الفترة (٢٠٠٦-٢٠١٢)، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، عدد ١، ديسمبر ٢٠١٤م.

- ١١- ضيافي نوال، المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة والموارد البشرية، رسالة ماجستير غير منشورة، إشراف د. كرزابي عبد اللطيف، جامعة أبو بكر بلقايد، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التيسير، ٢٠١٠م.
- ١٢- طاهر محسن منصور الغالبي، صالح مهدي محسن العامري، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال وشفافية نظام المعلومات دراسة تطبيقية لعينة من المصارف التجارية الأردنية، مجلة العلوم الإنسانية، عمان، العدد ١٣، ٢٠٠٢، ص٢١٦.
- ١٣- طلعت جياذ لحي الحديدي، المركز القانوني الدولي للشركات متعددة الجنسية، عمان- الأردن، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠٠٨م.
- ١٤- عبد الرحيم فؤاد الفارسي وفراس أكرم الرفاعي، مدخل إلى الأعمال الدولية، عمان - الأردن، دار المناهج للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠١٣م.
- ١٥- عبد العزيز بوقندورة، المسؤولية القانونية للشركات متعددة الجنسيات عن خرق حقوق الإنسان، مجلة أبحاث قانونية وسياسية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر، المجلد ٦، العدد ١، ٢٠٢١م.
- ١٦- محمد ياسر الخواجة ومحمد سعيد عبد المجيد، علم الاجتماع السياسي، مكتبة المتنبئ، الدمام، المملكة العربية السعودية، ٢٠١٥.
- ١٧- مفيدة لمزرى ووردة سالمى، الشركات المتعددة الجنسيات واقتصاديات الدول النامية، مجلة إيليزا للبحوث والدراسات، المجلد ٥، العدد ١، ٢٠٢٠، الجزائر.
- ١٨- مفيدة لمزرى، الشركات المتعددة الجنسيات والاستعمار الاقتصادي الحديث، المجلة المتوسطة للقانون والاقتصاد، المجلد ٥، العدد ٢، للعام ٢٠٢٠، الجزائر.
- ١٩- منصور عبد القادر منصور وآخرون، المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في تحقيق التنمية المستدامة. في كتاب: المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والشركات: بين المقاربات النظرية والممارسات التطبيقية، برلين، المركز الديمقراطي العربي، ط١، ٢٠١٩م.
- ٢٠- نظام جبار طالب وطيبة حبيب طاهر، المسؤولية الاجتماعية للشركات الاجنبي تحت مظلة الاتفاقات الإطارية الدولية: دراسة تحليلية، بحث منشور في مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية ٢٠١٧-٢٠١٨م.

- ٢١- نفاح عبد المجيد، الشركات المتعددة الجنسيات ودورها في صناعة واتخاذ قرارات السياسة الدولية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد الصديق بن يحيى، كلية الحقوق والعلوم السياسية، الجزائر، ٢٠١٧م.
- ٢٢- نهي نظمي عبد الله جعيري، المسؤولية الاجتماعية للشركات العائلية: الإشكاليات والمقترحات، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الخليل - كلية الدراسات العليا- إدارة الأعمال، ٢٠١٦م.
- ٢٣- وصفي نزال وآخرون، أثر المسؤولية الاجتماعية على الميزة التنافسية لشركة الاتصال الفلسطينية من وجهة نظر العملاء (دراسة حالة لشركة جوال)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية - كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، ٢٠١١م.
- ٢٤- ياسمين علاء الدين علي يوسف، الخصائص البنائية للشركات متعددة الجنسيات: دراسة حالة لإحدى الشركات العاملة في القرية الذكية بالمجتمع المصري، دراسة ماجستير غير منشورة، إشراف: اعتماد محمد علام، جامعة عين شمس - كلية البنات- قسم الاجتماع، ٢٠٠٩م.
- ٢٥- يوسف عواد وآخرون، المسؤولية المجتمعية، جامعة القدس المفتوحة، ٢٠١٤م.

ثانياً - المراجع الأجنبية:

1- Carrol, A., **Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct**, BUSINESS & SOCIETY, Vol. 38 No. 3, September 1999, 268-295, Sage Publications, Inc.

<https://journals.sagepub.com/action/doSearch?target=default&ContribAuthorStored=Carroll%2C+Archie+B>

2- Schermerhorn, R. Management, 7th ed., John Wiley and Sons Inc., New York. (2002).

3-Sayekti, Y., **Strategic Corporate Social Responsibility(CSR), Company, Financial Performance, and Earning Response Coefficient: Empirical Evidence On Indonesian Listed Companies**, Indonesia, Procedia Social and Behavioral Sciences, 2015, P. 412.

- 4- Garrige, E., & Male, D., **Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory**, *Journal of Business Ethics*, Kluwer Academic Publishers. Netherlands, 2004.
- 5- Siegel, D., & Vitaliano, D., **An Empirical Analysis of the Strategic Use of Corporate Social Responsibility**, New York, Academy of Management, 2005.
- 6- Siegel, D., & McWilliams, A., **Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective**, New York, Academy of Management, 2001.
- 7- Jones, K. & Bartlett, J.L., **The strategic value of corporate social responsibility: A relationship management framework for public relations**, http://praxis.massey.ac.nz/prism_on-line_journ.html (2009)
- 8- Maimunah I., **CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND ITS ROLE IN COMMUNITY DEVELOPMENT: AN INTERNATIONAL PERSPECTIVE**, *The Journal of International Social Research*, Volume 2 / 9 Fall 2009.
- 9- Stephen Brammer, et.al, **Corporate Social Responsibility institutional theory: new perspectives on private governance**, Oxford University Press and the Society for the Advancement of Socio-Economics, Oxford
- 10- Risako Morimoto, et. Al, **Corporate Social Responsibility institutional audit: from theory to practice**, The Judge Institute of Management, Cambridge, UK.