
مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية

كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع الاتجاهات والقضايا الراهنة



الأمم المتحدة

نيويورك وجنيف، ٢٠٠٤

ملاحظة

تتألف رموز وثائق الأمم المتحدة من حروف وأرقام. ويعني إيراد أحد هذه الرموز الإحالة إلى إحدى وثائق الأمم المتحدة.

وليس في التسميات المستخدمة في هذا المنشور، ولا في طريقة عرض مادته، ما يتضمن التعبير عن أي رأي كان للأمانة العامة للأمم المتحدة بشأن المركز القانوني لأي بلد أو إقليم أو مدينة أو منطقة، أو لسلطات أي منها، أو بشأن تعيين تخومها أو حدودها.

ويمكن الاستشهاد بالمادة الواردة في هذا المنشور أو إعادة طبعها دون استئذان، ولكن المرجو التنويه بذلك، مع الإشارة إلى رقم الوثيقة. كما ينبغي أن تودع لدى أمانة الأونكتاد نسخة من المنشور الذي يتضمن النص المستشهد به أو المعاد طبعه.

UNCTAD/ITE/TEB/2003/7

منشورات الأمم المتحدة

رقم المبيع A.04.II.D.18

(A) GE.04-52371 040106 150206

شكر وتقدير

يعرب الأونكتاد عن شكره لجميع المشاركين وأعضاء الأفرقة الذين أسهموا في نجاح حلقة العمل التي عُقدت بشأن كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع. ويعرب الأونكتاد عن امتنانه الخاص لكل من روجر آدمز، الرابطة المسجلة للمحاسبين القانونيين بالمملكة المتحدة؛ ومالن بيكر، الأعمال التجارية في المجتمع المحلي، المملكة المتحدة؛ وجين بير، المصرف التعاوني، المملكة المتحدة؛ وماندي كورماك، يونيلفر؛ وبول دمينسكي، الأمين العام، مرصد المالية، سويسرا؛ وندونغو غاثنجي، الاتحاد الأفريقي للمحاسبين في شرق أفريقيا ووسطها وجنوبها، كينيا؛ وكاثرين غوردون، منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي؛ ودوايت جاستس، الاتحاد الدولي لنقابات العمال الحرة؛ ونانسي كامب رولاندر، شركة أرنست وينغ، هولندا؛ وبروين محمود، مؤسسة بالي كرما - ساهاياك، بنغلاديش؛ وجولي مكدول، شركة ستاندرد لايف للاستثمار، المملكة المتحدة؛ وعباس ميرزا، شركة ديلوات وتوش، الإمارات العربية المتحدة؛ وموخيي موشوشو، المدير، المعهد الأفريقي لمواطنة الشركات، جنوب أفريقيا؛ وأنتوني تريفس، شركة برايس ووترهاوس كوبرز، سويسرا؛ وبيتر أتغ، معهد الأمم المتحدة لبحوث التنمية الاجتماعية. ويود الأونكتاد أيضاً أن يُعرب عن تقديره لأعضاء الأمانة الذين نظموا الحدث وأتاحوا إمكانية إصدار هذا المنشور: يوسف أسميلاش وقسطنطين بارتل، وروزالينا غويينا، وكاثرين كاتونغولا، وتاتيانا كريلوفا وماريا مويبا، وغويناييل كيري، ولورين رفينغ.

تمهيد

أخذت الأمم المتحدة على عاتقها مؤخراً مهمة إشراك مجتمع الأعمال بوجه عام، والشركات عبر الوطنية بوجه خاص، في الجهود التي يبذلها من أجل حل مشاكل التنمية في العالم. ودعا الأمين العام للأمم المتحدة، كوفي عنان، شركات الأعمال الكبرى في العالم إلى الأخذ بتسعة مبادئ عالمية لأداء الأعمال التجارية في مجالات حقوق الإنسان ومعايير العمل والممارسات البيئية. وفي تموز/يوليه ٢٠٠٠، أفضى ذلك إلى إطلاق مبادرة الاتفاق العالمي، التي تقضي بتعهد شركات الأعمال بجعل هذه المبادئ العالمية جزءاً لا يتجزأ من أنشطتها.

وللأونكتاد، بسبب تركيزه على التجارة والتنمية، دور رئيسي يؤديه في تعزيز البعد الإنمائي لأنشطة الأعمال. ويمكن للشركات عبر الوطنية أن تساهم مساهمة لا يستهان بها في التنمية المستدامة للبلدان من خلال الاستثمار وإيجاد فرص العمل. إلا أنه ثبت مراراً أن المؤسسات الكبيرة يمكن أيضاً أن تؤثر تأثيراً سلبياً في المجتمعات التي تعمل فيها. ولا بد من توافر الشفافية بشأن التأثير البيئي والاجتماعي للشركات من أجل تحسين إدارة هذه المسائل.

وما برح الأونكتاد وفريق خبرائه الحكومي الدولي المعني بالمعايير الدولية للمحاسبة والإبلاغ (فريق الخبراء الحكومي الدولي) يهتمان منذ عشرين سنة بمسألة شفافية الشركات ومساءلتها. وأبرزت فضائح المحاسبة التي هزت عالم الأعمال في عام ٢٠٠٣ الحاجة إلى الشفافية وكشف البيانات لأهمها يعززان عموماً علاقات الثقة بين المؤسسات والمستثمرين وغيرهم من أصحاب المصلحة. وهذا ينطبق على كل من المعلومات المالية وغير المالية.

ويرتبط عمل الفريق المتعلق بكشف البيانات ارتباطاً مباشراً بالتطورات الجديدة في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات. ومع ازدياد اهتمام الجمهور بالتأثير الاجتماعي للمؤسسات يزداد عدد المبادرات المتعلقة بتقييم هذا التأثير والإبلاغ عنه. ويمارس المجتمع المدني والمستثمرون على حد سواء ضغوطاً من أجل الكشف عن الأداء الاجتماعي للشركات. وللجماعات المختلفة احتياجات مختلفة، وهذا ما يفضي في أغلب الأحيان إلى عدد كبير من الطلبات يصعب على المؤسسات تلبيتها، ولا سيما المؤسسات التي لا توجد لديها إدارات كبيرة تُعنى بشؤون البيئة والمحاسبة.

ويمكن عقد مقارنة بين هذا الوضع والاتجاهات الحديثة في المحاسبة البيئية. وقد شرع فريق الخبراء في معالجة هذه المسألة قبل قرابة ١٥ سنة. ورغم أن جهوده الأولى قوبلت بشيء من الشك فإن الدعم الذي تقدمه مهنة المحاسبة ما برح ينمو باطراد، وازداد الاعتماد على عمل الفريق. وهكذا، أصدر الفريق في عام ١٩٩٨ "المبادئ التوجيهية للمحاسبة والإبلاغ المالي عن التكاليف والالتزامات البيئية"، هذه المبادئ التي وفرت الأساس لتوصيات الاتحاد الأوروبي بشأن المحاسبة البيئية.

ويبدو أن اتجاهات مماثلاً أخذ يظهر اليوم في مجال المحاسبة الاجتماعية. ولا توجد معايير دولية أو وطنية للمحاسبة الاجتماعية، والجهود التي تبذلها الشركات في مجال كشف البيانات، وإن كانت جديرة بالثناء، كثيراً ما تتمخض عن تقارير غزيرة بالمعلومات ولكنها غير قابلة للمقارنة أو لا تتسم بالشفافية الكاملة.

إن الشفافية فيما يخص تأثير المؤسسات على المجتمع خطوة ضرورية صوب تحسين إدارة هذا التأثير، وصوب زيادة مساهمة القطاع الخاص في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للبلدان. ويحلل هذا المنشور الاتجاهات والمبادرات والقضايا الراهنة في مجال الإبلاغ الاجتماعي. وهو يقيّم آثار هذه الاتجاهات بالنسبة للمحاسبة ونموذج الإبلاغ التقليدي ويبحث الخطوات التي يمكن اتخاذها للاستجابة لطلب الشفافية المتزايد في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات. ولا ريب عندي أنه سيعود بالنفع والفائدة على طائفة واسعة من القراء.

روبنز ريكوبيرو
الأمين العام للأونكتاد
٢٦ آب/أغسطس ٢٠٠٤

المحتويات

الصفحة

٧	تمهيد
١	الجزء الأول: كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع: الاتجاهات والقضايا الراهنة.....
٣	تقرير أمانة الأونكتاد
٤	المسؤولية الاجتماعية للشركات
٦	ما ينظم علاقات الشركات بالمجتمع.....
٦	المبادرات الدولية الرئيسية في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات
٧	مدونات قواعد السلوك
٨	القوانين الدولية والوطنية.....
١٠	إدارة الشركات
١١	ضغوط الجمهور والخطر على السمعة
١٢	ضغوط المستثمرين
١٤	كشف البيانات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات
١٤	الاتجاهات الحديثة في الإبلاغ الاجتماعي
١٧	مبادرات الإبلاغ الطوعي الحالية للشركات
٢٠	القضايا الرئيسية التي يواجهها معدو التقارير ومستخدموها
٢٠	الغرض
٢٠	إمكانية المقارنة بين التقارير
٢١	وسائط الإبلاغ
٢٢	الأهمية النسبية
٢٢	التحقق
٢٣	استنتاجات
٢٧	إضافة إلى تقرير أمانة الأونكتاد
٢٧	التذييل ١: أمثلة على تعاريف المسؤولية الاجتماعية للشركات
٢٧	منظمات القطاع الخاص
٢٨	المنظمات الدولية.....
٢٩	منظمات المجتمع المدني
٣٠	التذييل ٢: أمثلة على المبادرات الدولية الرئيسية للمسؤولية الاجتماعية للشركات
٣٢	التذييل ٣: أمثلة على أشكال الإبلاغ.....
٣٤	التذييل ٤: معلومات إضافية بشأن الحالة الراهنة للإبلاغ عن الاستدامة.....
٣٤	الاتجاهات
٣٦	المحتوى
٣٨	التحقق
٣٨	التذييل ٥: مواقع مفيدة على الشبكة العالمية

المحتويات (تابع)

الصفحة

الجزء الثاني: مداورات حلقة العمل المشتركة بين الأونكتاد وفريق الخبراء الحكومي الدولي المعني بالمعايير الدولية للمحاسبة والإبلاغ عن الكشف عن البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع ...	٤١
موجز حلقة العمل المشتركة بين الأونكتاد وفريق الخبراء الحكومي المعني بالمعايير الدولية للمحاسبة والإبلاغ بشأن الكشف عن البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع	٤٣
الأهداف	٤٣
المحدثون والمشاركون	٤٣
القضايا الرئيسية	٤٤
النتائج	٤٦
القوة الاقتصادية والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الكبيرة جداً: الوقائع والتحديات	٤٩
وزن المؤسسات الكبيرة جداً في الاقتصاد العالمي	٤٩
المؤسسات الكبيرة جداً وأفقر البلدان: مدى اتساع الفجوة؟	٥٢
الكفاءة أم الأخلاقيات أم السياسة؟ هل ستظل قدرة المؤسسات الكبيرة جداً على التغيير الهيكلي بلا مساءلة توازنها (يوسّع ويُعدّل)	٥٤
المسؤولية الاجتماعية للشركات والإبلاغ من أجل التنمية	٥٧
العوامل المحركة والمؤسسات	٥٧
هل المسؤولية الاجتماعية للشركات تعزز التنمية؟	٥٨
الأبعاد الهيكلية للتخلف	٦٠
نطاق المسؤولية الاجتماعية للشركات في البلدان النامية	٦٥
موجز تنفيذي	٦٥
مقدمة	٦٦
المسؤولية الاجتماعية للشركات في البلدان النامية	٦٧
الاستثمار الاجتماعي في بنغلاديش	٦٩
الطرق الفعالة لتوسيع المسؤولية الاجتماعية للشركات	٧٤
الخلاصة	٧٧
شكر وتقدير	٧٧
المسؤولية الاجتماعية للشركات	٧٩
تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركات	٧٩
تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات على المجتمع	٨١
فوائد المسؤولية الاجتماعية للشركات	٨٢
التوصيات	٨٦
السعي إلى إيجاد نموذج جديد لإعداد التقارير المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية	٨٦
ترشيد أعباء إعداد التقارير	٨٩

المحتويات (تابع)

الصفحة

٩١ الاستثمارات المسؤولة تجاه المجتمع
٩٥ المبادئ التوجيهية التي وضعتها منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي لأجل الشركات المتعددة الجنسيات
٩٥ مسؤولية الشركات تجاه المجتمع في منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي
٩٧ ما هي المبادئ التوجيهية التي تضعها منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي؟
٩٧ نقطة الاتصال الوطنية
٩٨ التنفيذ في إطار الهيئات المعنية
٩٩ التحديات
١٠١ الإبلاغ عن تأثير الشركات
١٠١ منظمة "الأعمال التجارية في المجتمع" وفرقة العمل المعنية بالأعمال التجارية
١٠٢ إيجاد مجموعة أساسية من بيانات الأداء المفيدة
١٠٢ تركيز أصحاب المصلحة على الأعمال
١٠٤ مؤشر مسؤولية الشركات
١٠٦ التحديات
١٠٧ الأدوات والإرشادات والمعايير فيما يتعلق بالإبلاغ عن المسؤولية الاجتماعية للشركات وعن الاستدامة ...
١٠٧ ضرورة الشفافية
١٠٧ رسالة مبادرة الإبلاغ العالمية
١٠٨ لماذا تضع الشركات التقارير؟
١٠٩ المبادئ التوجيهية لمبادرة الإبلاغ العالمية
١١٠ رزمة الوثائق المتعلقة بمبادرة الإبلاغ العالمية
١١١ الثقة وغيرها من أدوات تحسيس الشركات بالمسؤولية تجاه المجتمع
١١٢ التحديات القادمة
١١٢ "أبعد بكثير من المسائل المالية"
١١٣ تقييم تأثير الشركات في المجتمع
١١٣ المعهد الأفريقي لمواطنة الشركات
١١٤ التحديات
١١٤ الشفافية والمساءلة
١١٥ مزايا الإبلاغ

المحتويات (تابع)

الصفحة	
١١٧	لمحة عامة عن نهج "يونيليفر" (Unilever) في مجال المسؤولية البيئية والاجتماعية
١١٧	نشاطنا
١١٧	تحديات عالمية/إجراءات محلية
١١٨	سياسات عالمية/مبادرات محلية
١٢٠	إبلاغ عالمي/أداء محلي
١٢٣	المصرف التعاوني
١٢٣	المصرف التعاوني
١٢٤	نهج الشراكة
١٢٧	تقارير الشراكة
١٢٧	أداء المصرف التعاوني

الجزء الأول

كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات
على المجتمع: الاتجاهات والقضايا الراهنة

تقرير أمانة الأونكتاد^(١)

موجز تنفيذي

تزايد الاهتمام في السنوات الأخيرة بتأثير المؤسسات التجارية على المجتمع. وقد اتخذ مختلف أصحاب المصالح عدداً كبيراً من المبادرات لتقييم تأثير الشركات الاجتماعي، واتخذت الشركات عدداً كبيراً آخر منها للإبلاغ عن هذا التأثير.

واستجابة لهذه التطورات، قرر فريق الخبراء الحكومي الدولي المعني بالمعايير الدولية للمحاسبة والإبلاغ في دورته الثامنة عشرة أن تكون المسؤولية الاجتماعية للشركات واحدة من المسائل الناشئة في مجال شفافية الشركات التي يمكن مناقشتها في الدورات المقبلة. وكان ذلك بعد صدور توصية الفريق في دورته السابعة عشرة إلى أمانة الأونكتاد بمواصلة جهودها الرامية إلى تعزيز الإبلاغ عن الاستدامة الذي يشمل الإفادة عن الجوانب المالية والبيئية والاجتماعية لأنشطة المؤسسات.

وقد أعدت أمانة الأونكتاد هذه الورقة لتيسر على الفريق النظر في المستقبل في تلك المسألة الناشئة من جديد والمتمثلة في المسؤولية الاجتماعية للشركات وآثارها على المحاسبة والإبلاغ. وهي تقدم عرضاً عاماً لأكثر التعريفات شيوعاً للمسؤولية الاجتماعية للشركات والأنشطة الدولية الرئيسية في هذا المجال. كما أنها تحلل العوامل الرئيسية التي تنظم علاقات الشركات بالمجتمع، مثل مدونات قواعد السلوك، والقوانين الدولية والوطنية، ومتطلبات إدارة الشركات، والمخاطر المتعلقة بالسمعة، وضغوط الجمهور والمستثمرين. وعلاوة على ذلك، توجز الورقة الوضع الراهن للتقارير الاجتماعية التي تقدمها الشركات، والمبادرات الكبرى التي اتخذها مختلف أصحاب المصالح للتوصل إلى نموذج مناسب لإعداد التقارير. وتناقش الورقة في النهاية بعض المسائل التي يواجهها معدو التقارير الاجتماعية ومستخدموها، مثل وسائل إبلاغ التقارير الاجتماعية والغرض منها وشكلها وإمكانية المقارنة بينها، والأهمية النسبية للبيانات المكشوف عنها في تلك التقارير والتحقق منها.

(١) TD/B/COM.2/ISAR/20، ١٥ آب/أغسطس ٢٠٠٣.

مقدمة

يلقى تأثير المؤسسات على المجتمع اهتماماً عالمياً. وتزايد تطلعات المستهلكين والموظفين والمستثمرين وشركاء الأعمال التجارية والمجتمعات المحلية فيما يتعلق بدور الأعمال التجارية في المجتمع. ويجري حالياً وضع مبادئ عامة ومبادئ توجيهية ومدونات قواعد لتنظيم سلوك الشركات.

وتطالب الحكومات والمنظمات غير الحكومية والمجتمعات المحلية بالمزيد من الشفافية والمساءلة، على ألا يقتصر ذلك على العمليات التجارية اليومية التي تضطلع بها الشركات، وأن يشمل كيفية تأثير تلك العمليات على المجتمع. ومع ظهور الفضائح المالية والمحاسبية الأخيرة وما لها من تأثير على أسواق رأس المال والمعاشات التعاقدية، أصبحت هذه الشواغل أكثر إلحاحاً من ذي قبل.

وعلى الرغم من هذا الاهتمام الواسع، لا يزال من الصعب تقييم تأثير شركة من الشركات على المجتمع، ناهيك عن قياسه بوضع معايير لذلك. فمجموعات أصحاب المصلحة تصمم أدوات للتقييم وفقاً للمعايير، والمنظمات المهنية تجري مراجعات اجتماعية، والحكومات تضع تشريعات تلزم بإعداد التقارير الاجتماعية، وهيئات التصنيف تصنف الشركات في مراتب، والمؤسسات نفسها تنشر عدداً متزايداً من التقارير عن أدائها الاجتماعي. ورغم هذه الجهود الكثيرة، فأصحاب المصالح غير راضين عن التقارير، ويطالبون بالمزيد من المعلومات عن تأثير المؤسسات على المجتمع وكيفية توفيقها بين هذا التأثير واحتياجات المجتمع.

ويفرض المقدار الكبير من المعلومات التي يطلبها المستثمرون والمجتمع المدني عبئاً متزايداً على المؤسسات التي تسعى جاهدة إلى تلبية هذا الطلب. ويتزايد التسليم بأن أحد الحلول يتمثل في توحيد أسلوب إعداد الشركات للتقارير، بحيث تقدم لجميع أصحاب المصالح مواد إعلامية كاملة، يمكن المقارنة بينها والتحقق منها.

المسؤولية الاجتماعية للشركات

تعريف

يمنح المجتمع جميع الكيانات القانونية، بما فيها المؤسسات التجارية، "رخصة تشغيل" بالنص على حقوقها وواجباتها في القوانين والأنظمة. وقد كان لتحرير التجارة والعمولة الفضل في تمكين المؤسسات من توسيع نطاق أعمالها، بما يضعها في موقف يجعل لها تأثيراً أكبر على المجتمع. وعلى الرغم من وجود معاهدات واتفاقيات واتفاقيات على الصعيد الدولي، فلا توجد مجموعة موحدة من القواعد الدولية لتنظيم أنشطة الأعمال التجارية وتأثيرها على المجتمع. وهذا يعني أنه يجب موازنة قوة الشركات المتزايدة بنوع من الممارسات الأخلاقية في مجال الأعمال التجارية. وفي عالم تضاهاى فيه القوة الاقتصادية للشركات المتعددة الجنسيات قوة الدول^(٢)، تجد

(٢) توثق أكبر ٨٠٠ مؤسسة غير مالية في العالم على ٥٠ في المائة من الإنتاج العالمي. تقديرات المرصد السويسري للمالية. (http://www.obsfin.ch)، Swiss Observatoire de la Finance.

الحكومات في بعض الأحيان صعوبة في إيجاد توازن بين ضرورة حماية مواطنيها وضرورة اجتذاب الاستثمار الأجنبي المباشر^(٣).

وتصف معظم تعريفات المسؤولية الاجتماعية للشركات بأنها تشكل إجراءات تدمج بموجبها المؤسسات الشواغل الاجتماعية في سياساتها وعملياتها المتصلة بأعمالها التجارية، ويشمل ذلك الشواغل البيئية والاقتصادية والاجتماعية. ويشكل الامتثال للقانون الحد الأدنى من المعايير التي يتعين على المؤسسات الالتزام بها. وفي البلدان التي لا تُفرض فيها التزامات قانونية على المؤسسات، أو التي لا تكون فيها هذه الالتزامات واضحة بالتفصيل، لا بد من أن تبذل المؤسسات جهداً للوفاء بتطلعات المجتمع. ويشمل نطاق المسؤولية الاجتماعية للشركات الآثار المباشرة للإجراءات التي تتخذها المؤسسات، فضلاً عن الآثار غير المباشرة التي يمكن أن تحدثها على المجتمع. ولا يزال النقاش دائراً حول مدى إمكانية مساءلة المؤسسات عن هذه الآثار الثانوية.

وترتبط المسؤولية الاجتماعية للشركات ارتباطاً وثيقاً بمفهوم "التنمية المستدامة". ففي عام ١٩٨٧، خلص تقرير برونتلاند إلى أن النموذج الحالي للتنمية الاقتصادية لا يمكن أن يدوم على المدى البعيد، حيث إنه يتسبب في نفاذ الموارد الطبيعية وإيذاء المجتمع. وقد عرّف التقرير "التنمية المستدامة" بأنها "التنمية التي تلي احتياجات الحاضر دون الإضرار بقدرة الأجيال المقبلة على تلبية احتياجاتها"^(٤). ويعتمد مفهوم التنمية المستدامة هذا على ثلاثة عناصر رئيسية هي: حماية البيئة، والنمو الاقتصادي، والعدالة الاجتماعية. وفي مؤتمر الأمم المتحدة المعني بالبيئة والتنمية الذي عقد في ريو دي جانيرو في عام ١٩٩٢، اعتمد زعماء أكثر من ١٠٠ بلد جدول أعمال القرن ٢١، وهو خطة لتحقيق التنمية المستدامة في القرن الحادي والعشرين. وتتولى لجنة التنمية المستدامة التابعة لمجلس الأمم المتحدة الاقتصادي والاجتماعي مراقبة الحكومات التي وافقت على تنفيذ هذه الخطة في بلدانها. وقد وصف جدول أعمال القرن ٢١ الشركات عبر الوطنية بأنها تؤدي دوراً حيوياً في التنمية الاجتماعية والاقتصادية للبلدان^(٥).

أهمية الموضوع لمعدي تقارير الشركات ومستخدميها

تنشأ التطلعات الاجتماعية عن تزايد أعداد جماعات المصالح، بما فيها أصحاب الأسهم، والموظفون، والحكومات، والمنظمات غير الحكومية، والمستهلكون، والمجتمعات المحلية التي تباشر فيها المؤسسات التجارية أعمالها. ولا يمكن إطلاق حكم على ما يشكل "سلوكاً مسؤولاً" في قطاع معين أو موقع معين إلا بإقامة حوار بين أصحاب المصلحة والمؤسسات. وتشكل الشفافية والمساءلة عنصرين أساسيين لهذا الحوار. ونظراً لحالة انعدام الثقة الراهنة بين المجتمع والمؤسسات، فإن ادعاءات الشركات بانتهاج سلوكيات سليمة تقابل بالتشكيك إن لم تكن تدعمها معلومات شاملة يمكن التحقق منها. ويساعد الإبلاغ الأمين عن تأثير إحدى المؤسسات على المجتمع في إعادة بناء الثقة بالبرهنة على أن المؤسسة منفتحة وأنها تتحمل المسؤولية عن أثر أعمالها. كما أن هذا الإبلاغ يسهل إقامة الحوار ويتيح لأصحاب المصلحة التعرف إلى المشاكل ووضع حلول لها يمكن أن تقبلها كافة الأطراف. وجمع

(٣) ActionAid, "Unlimited companies", 2003

(٤) http://www.doc.mmu.ac.uk/aric/eae/Sustainability/Older/Brundtland_Report.html

(٥) <http://www.un.org/esa/sustdev/documents/agenda21/english/agenda21toc.htm>

المعلومات لهذه التقارير يمكن أيضاً أن يحسّن اطلاع المؤسسة على الفرص الجديدة في الأسواق ويساعدها على تحسين إدارة المخاطر المرتبطة بالبيئة أو المجتمع إجمالاً. وقد يفضي هذا بدوره إلى تحسين الوصول إلى الأسواق المالية.

ويضم مستخدمو الحسابات عادة المديرين الأعضاء في مجالس الإدارة، والمديرين التنفيذيين، وواضعي الأنظمة، والدائنين، والمستثمرين. ويتزايد اهتمامهم بالمسؤولية الاجتماعية للشركات، حيث إن المديرين يخضعون لضغوط من المستثمرين للكشف في الحسابات عما للنفقات والمخاطر والالتزامات من تأثير بيئي واجتماعي على أدائهم المالي. ومع نمو عدد صناديق الاستثمار المسؤولة اجتماعياً، تقتصر ممارسة الضغوط على المطالبة بعدم الاستثمار إلا في المؤسسات التي تستطيع أن تثبت أنها أدجت المسؤولية الاجتماعية للشركات في عملياتها. وبما أن هذا النوع من المعلومات يتحول تدريجياً إلى مسألة حيوية للمستثمرين، فلا بد للشركات من أن تكون قادرة على الإفادة عن أدائها البيئي والاجتماعي بأسلوب قابل للمقارنة والتحقق.

والكشف عن الأداء البيئي والاجتماعي أمر حيوي أيضاً لإدارة هذه المسائل إدارة جيدة. وقد قيل إن تحسّن الأداء البيئي يعني زيادة في الكفاءة التشغيلية، ومن ثم زيادة قيمة ما يملكه أصحاب الأسهم^(٦). ومن الأصعب إثبات العلاقة الإيجابية بين الأداء الاجتماعي والأداء المالي، ولكن عدداً من نظريات الإدارة يحاول أن يثبتها^(٧). فعلى سبيل المثال، يمكن لتحسين ظروف العمل وإشراك الموظفين في اتخاذ القرارات أن يرفعاً الإنتاجية ويحسن نوعية المنتجات/الخدمات. وهذا يقلل أيضاً من معدلات التغيب. كما أن تحسين بيئات العمل يجتذب الموظفين ويبقيهم في وظائفهم، لا سيما المهرة منهم، ويترتب على ذلك انخفاض تكاليف عامل الدوران والتوظيف والتدريب. ثم إن المستهلكين يتأثرون أيضاً بسمعة المؤسسات. فإذا كانت هناك شركتان تنتجان نفس المنتج بنفس السعر، فإن الشركة التي لها سجل جيد في المجالين الاجتماعي والبيئي هي التي تستطيع الإفادة من ذلك لزيادة مبيعاتها والحصول على نصيب أكبر من السوق. ولا يمكن في النهاية إدارة الأداء البيئي والاجتماعي كما ينبغي إلا في ظل تقييم ومقارنة على مدى فترة من الزمن.

ما ينظم علاقات الشركات بالمجتمع

المبادرات الدولية الرئيسية في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات

جرت أعمال على الصعيد الدولي لإيجاد تعريف أفضل لحدود المسؤولية الاجتماعية للشركات. وقد صدرت مبادئ توجيهية للمؤسسات عن مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد)، ومنظمة العمل الدولية، ومنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي. أما مبادرة الاتفاق العالمي التي أطلقتها الأمم المتحدة فهي ائتلاف يضم وكالات للأمم المتحدة ومؤسسات، ويهدف إلى الترويج لمجموعة منتقاة من هذه المبادئ التوجيهية. ومن المبادرات الأخرى الأعمال التي يضطلع بها الاتحاد الأوروبي والتي لا تزال في مرحلة مبكرة جداً.

UNEP/Sustainability/Business Case, "Buried Treasure: Uncovering the business case for (٦)

corporate sustainability", 2001

(٧) المرجع السابق.

ووجود عدد متزايد من الاتفاقيات والمبادئ التوجيهية العالمية في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات، وتنامي الإدراك العام لقضايا المسؤولية الاجتماعية للشركات في البلدان المتقدمة والبلدان النامية يساعدان المؤسسات على إدراج هذه المسؤولية في الأعمال والعمليات التجارية اليومية. وتتبدى طاقة الابتكار الشديدة من عدد وتنوع المجموعات المنخرطة في وضع هذه المبادرات، ولكن هذه المجموعات لا تتسق فيما بينها، وبالتالي فهي تسبب الارتباك. فعلى سبيل المثال، تقوم بعض مجموعات أصحاب المصلحة بتصميم أدوات جديدة في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات، فيها ازدواجية لأدوات موجودة، وتمتنع عن العمل على أنواع معينة من الأدوات توجد حاجة ماسة إليها، ومع ذلك يتجاهلها الجميع. وقد بينت دراسة استقصائية جرت مؤخراً عن المبادرات^(٨) أنه تم وضع طائفة متنوعة من الأدوات لمساعدة المؤسسات على إدراج المسؤولية الاجتماعية للشركات في رؤاها وسياساتها واستراتيجياتها، ولكن أياً منها لم يصمم لمساعدة المؤسسات على الاستفادة عن تأثيرها على المجتمع. وقد تسبب هذا في اضطراب للمؤسسات التي تصطدم بطلبات من عدد كبير جداً من المبادرات.

مدونات قواعد السلوك

لا يوجد توافق في الآراء بشأن ما إذا كان ينبغي أن تكون قواعد المسؤولية الاجتماعية للشركات اختيارية أم إلزامية. وفي فترة من الفترات، اعتُبر التنظيم الذاتي للشركات ومدونات قواعد السلوك، التي وضعتها الشركات لتحديد مسؤولياتها البيئية والاجتماعية، السبيل للمضي قدماً في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات. فقد تزايد عدد مدونات قواعد السلوك زيادة هائلة على مدى العقد الماضي^(٩). وهي تستند إلى المدونات التي وضعتها وكالات الأمم المتحدة، ومنظمة العمل الدولية، ومنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، والحكومات، وتجمعات الصناعات وأصحاب المصالح. غير أن المدونات التي وضعتها الشركات تكون عادة محدودة النطاق والتطبيق. فغالباً ما تعتمد المؤسسات التي تهتم بصورتها وصورة علامتها التجارية. كما أن العديد من المؤسسات اعتمدت مدونات قواعد سلوك كرد فعل لانتقاد الجمهور لها في أسواق البلدان المتقدمة. وتركز هذه المدونات عادة على قضايا تتصل برفاه السكان في بلدان الشركات أو البلدان المضيفة لها. وهناك خطر في أن يصبح لهذه المدونات، في حالة تطبيقها على الجميع، أثر مدمر على بعض المجتمعات، نظراً للاختلافات الثقافية والاقتصادية الجوهرية. كما يمكن القول إن عدم فرض رقابة على تنفيذ المدونات يقلل من فائدتها في تعديل الأسلوب الذي يجب أن تنتهجه المؤسسات في مباشرة أعمالها^(١٠).

والفرق بين مدونة تشكل مجرد ممارسة من ممارسات العلاقات العامة، وأخرى تفرض رقابة حقيقية على عمليات الشركات هو الشفافية والفعالية في تنفيذها وفي أسلوبها في التحقق. وليس لغالبية المدونات آلية للمساءلة

(٨) لم تُنشر بعد هذه الدراسة الاستقصائية التي أجراها في بداية عام ٢٠٠٣ المجلس العالمي للأعمال التجارية بالنيابة عن ميثاق الأمم المتحدة العالمي.

(٩) OECD, "Codes of Corporate Conduct: A Review of Their Contents", 2001. يظهر هذا

الاستعراض لـ ٢٤٦ مدونة قواعد تنوعاً كبيراً في المحتويات وحجم التفاصيل الواردة في مدونات قواعد السلوك.

(١٠) UNRISD, "Voluntary Approaches to Corporate Responsibility", 2002.

أو المتابعة^(١١). وأكثر عمليات الرقابة هذه شيوعاً، أي توقيع الموظفين التنفيذيين، يُعمل به في أقل من ٤٠ في المائة من الحالات. ولا توجد آليات "للتنبه" إلا في ٢٠ في المائة من الحالات، كما أن التدريب على الامتثال يشكل أقل من ١٥ في المائة منها. ويجري المديرون استعراضات دورية في أقل من ٣ في المائة من الحالات، ويكون التحقق الخارجي أقل من ذلك أيضاً^(١٢). ونظراً لهذا السجل الضعيف، يتزايد التسليم بأن مدونات قواعد السلوك الطوعية ليست كافية لضمان أرضية مشتركة في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات.

القوانين الدولية والوطنية^(١٣)

يتغير الإطار القانوني فيما يتصل بالمسؤولية الاجتماعية للشركات على الصعيدين الدولي والوطني. وتزايد المخاطر القانونية التي تتعرض لها المؤسسات بسبب تأثيرها على الناس والبيئة، وأصبحت تؤثر مباشرة على المؤسسات التجارية. ويمكن أن تؤدي معرفة شركات التأمين والمستثمرين بالمخاطر القانونية التي تواجهها الشركات إلى ارتفاع أقساط التأمين وزيادة تكلفة رأس المال. كما يمكن أن تؤثر الالتزامات المحتملة على أسعار الأسهم. وفي هذا السياق، لا بد للشركات من أن تقيّم هذه المخاطر وتديرها، وأن تؤيد التطبيق العالمي لحد أدنى من المعايير المعترف بها دولياً، وذلك على سبيل المثال، في مجال حماية البيئة، فتنشأ بذلك أرضية مشتركة.

ويغطي القانون الدولي، من خلال معاهدات واتفاقيات وسوابق قضائية، مسائل من قبيل حماية البيئة والمستهلك والصحة، والعمل وحقوق الإنسان، والممارسات التجارية التريهة، وإدارة الشركات. كما أن العديد من الاتفاقيات البيئية يحمل البلدان الموقعة عليها المسؤولية عن كفالة تطبيق مبادئ معينة^(١٤). ثم إن المبادئ التوجيهية للشركات المتعددة الجنسيات التي وضعتها منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، رغم أنها طوعية بالنسبة للمؤسسات، تلزم سياسياً البلدان الموقعة بتعيين نقاط اتصال وطنية يمكن من خلالها التحقق مع المؤسسات التي لا تتمثل للمبادئ التوجيهية^(١٥). غير أن نقاط الاتصال الوطنية لا يزال عليها أن تعمل بطريقة فعالة. ويتزايد عدد المبادرات التشريعية المتخذة بفضل الضغوط التي يمارسها الجمهور.

وتطبق قوانين وطنية معينة على نطاق دولي. فقانون المطالبات المتعلقة بالخطأ في حق الأجانب، الساري في الولايات المتحدة، يمكن المواطنين الأجانب من تقديم مطالبات ضد الشركات عبر الوطنية الأمريكية والشركات الأم الأجنبية المتخذة من الولايات المتحدة مقرأً لها عن الأعمال التي تشكل انتهاكاً لقانون الشعوب أو المعاهدات

OECD, "Making Codes of Corporate Conduct Work: Management Control Systems and (١١) Corporate Responsibility", 2001.

(١٢) المرجع السابق.

(١٣) جزء كبير من هذا الفصل مأخوذ عن تقرير المعهد الدولي للبيئة والتنمية الصادر في عام ٢٠٠٣ بعنوان "Legal Issues in Corporate Citizenship" (قضايا قانونية في مواطنة الشركات).

(١٤) أهم هذه الاتفاقيات هي اتفاقيات العمل التي أبرمتها منظمة العمل الدولية، واتفاقية بازل بشأن التحكم في نقل النفايات الخطرة والتخلص منها عبر الحدود، واتفاقية التنوع البيولوجي، وبروتوكول مونتريال بشأن المواد المستنفدة لطبقة الأوزون، واتفاقية فيينا لحماية طبقة الأوزون، واتفاقية الأمم المتحدة لمكافحة التصحر.

(١٥) <http://www.oecd.org/EN/document/0,,EN-document-28-nodirectorate-no-11-37318-28,00.html>

التي وقعتها الولايات المتحدة. ويُلقأ أيضاً بصفة متزايدة إلى مبادئ المسؤولية المدنية لإقامة دعاوى على الشركات الأم لمجموعات الشركات.

وعلى الصعيد الوطني، تنظم القوانين العلاقات بين المؤسسات والمجتمع بضمان حماية أصحاب الأسهم وغيرهم من أصحاب المصلحة، بمن فيهم الموظفون والمستهلكون. ويمكن أن تصبح بعض المبادرات الطوعية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات، كمدونات قواعد السلوك، ملزمة قانوناً بوصفها معايير دنيا بحكم الواقع. كما أن مخططات وضع الإشارات الاجتماعية وإصدار الشهادات المدرجة في عقود سلسلة التوريد تصبح ملزمة^(١٦). ويمكن التدقيق في مدونات قواعد السلوك المنشورة وتقارير المؤسسات والنشرات الصحفية بموجب القوانين المتعلقة بالادعاءات الكاذبة. ويمكن أيضاً أن تشكل مدونات قواعد السلوك والبيانات العامة المتعلقة بالقيم التي تتبعها مؤسسة ما "التزاماً بناءً"، حيث إنها تفيد بأن المؤسسة تقبل مسؤوليات معينة، فينشأ بهذا تطلع واقعي عند أصحاب المصلحة إلى أنه سيتم الوفاء بهذه المسؤوليات.

وهناك أيضاً بعض التطورات التشريعية في مجال الإبلاغ الاجتماعي. فهناك حكومات معينة تشعر بضرورة زيادة كشف البيانات والشفافية في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات. وتكون شروطها، بوجه عام، جزئية في تغطيتها وبيئية بصفة رئيسية أو متصلة بالعمالة. ففرنسا^(١٧) وبلجيكا^(١٨) تشترطان على المؤسسات وشركاتها التابعة الواقعة في إقليميهما الوطنيين أن تكشف عن المعلومات الإحصائية المتعلقة بالقوى العاملة وتقلباتها، والأجور، والصحة والسلامة، وظروف العمل، والتدريب، وعلاقات العمل، وظروف المعيشة، والتدابير المتخذة من أجل العمالة. كما أن فرنسا تشترط منذ عام ٢٠٠٢ على جميع المؤسسات أن تدرج في تقرير "السوق الأولى" (Premier Marché)، أي سوق التداول الفوري للأوراق المالية في فرنسا) المتعلق بمسائل العمالة والمجتمع والبيئة كيفية احترام الشركات التابعة لاتفاقيات منظمة العمل الدولية الأساسية، وكيفية قيام الشركات بالترويج لهذه الاتفاقيات بين المتعاقدين معها من الباطن. وفي هولندا، نشر مجلس الإبلاغ السنوي، بناء على طلب الحكومة، مبادئ توجيهية لإدراج معلومات عن المسؤولية الاجتماعية للشركات في تقرير الإدارة السنوي، وكذلك مبادئ توجيهية لتقديم تقارير منفصلة عن المسؤولية الاجتماعية للشركات. واعتمدت الدانمرك والسويد والنرويج وهولندا شروطاً إلزامية تفرض الإبلاغ البيئي على مؤسسات معينة^(١٩).

وتنظر المملكة المتحدة حالياً في هذه المسألة كجزء من قانون الشركات المنقح^(٢٠)، ولكنها لم تتخذ بعد أي قرار في هذا الصدد. ويتضمن الاقتراح الحالي إجراء استعراض إلزامي للأداء التشغيلي والمالي يشمل أهداف

(١٦) انظر القانون الرامي إلى تحسين الإنتاج المتسم بالمسؤولية الاجتماعية (Loi visant à promouvoir la production socialement responsable). والقانون متاح على العنوان التالي: http://www.cass.be/cgi_loi/legislation.pl.

(١٧) http://www.dgcl.interieur.gouv.fr/bases_juridiques/bilan_social/accueil_bilan_social.html

(١٨) http://www.bnb.be/BA/F/P1_00.htm

(١٩) P. Scott, "Reporting all over the world", *Environmental Finance*, December 2000-January

2001, pp. 36-37

(٢٠) UK Department of Trade and Industry (DTI), "Modern Company Law: Final Report", 2001.

.Available at http://www.dti.gov.uk/cld/final_report/index.htm

المؤسسة واستراتيجيتها والدوافع المحركة لأدائها؛ واستعراض الأعمال التجارية؛ وديناميات العمل؛ ونهج المؤسسة في إدارة أعمالها (القيم والهيكلي)؛ وبيان بالعلاقات الرئيسية التي يعتمد عليها نجاحها؛ وسياسات المؤسسة وأدائها في مجال القضايا البيئية والأهلية والاجتماعية والأخلاقية والقضايا المتصلة بسمعتها؛ وما تتسلمه المؤسسة من أصحاب الأسهم وما ترده إليهم. ويطلب قانون المملكة المتحدة للمعاشات التقاعدية لعام ١٩٩٥^(٢١) صناديق المعاشات بالكشف عن "مدى مراعاة الاعتبارات الاجتماعية أو البيئية أو الأخلاقية في اختيار الاستثمارات والإبقاء عليها وإعمالها". كما أن أستراليا وألمانيا وبلجيكا والسويد منها من أخذ بتشريعات مماثلة إلى حد كبير في مجال الاستثمار المتسم بالمسؤولية الاجتماعية، ومنها من هو في سبيله إلى ذلك.

إدارة الشركات

لقد دُفع بإدارة الشركات إلى قمة جدول الأعمال السياسي والخاص بالأعمال التجارية بسبب الفضائح المحاسبية والإدارية الأخيرة، كفضائح إنرون Enron وورلدكوم WorldCom وتايكو Tyco وأهولد Ahold وغيرها. وتحسين إدارة الشركات، إن تم بفعالية، يضمن فعالية قيادة الشركة وصدقها ومسؤوليتها ومساءلتها. وعلى الرغم من أن البعض لا يزال يجادل بأن المؤسسات مسؤولة فقط أمام أصحاب أسهمها، يتزايد التسليم في المبادئ التوجيهية الدولية لإدارة الشركات بأن الشركات في حاجة إلى مراعاة كافة أصحاب المصلحة فيها، قاطعة بذلك خطوة إضافية نحو إدراج قضايا المسؤولية الاجتماعية للشركات في إدارة الشركات. وتنص مبادئ إدارة الشركات التي اتفقت عليها بلدان منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي (مبادئ منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي في مجال إدارة الشركات)^(٢٢) على أنه ينبغي لمجلس الإدارة أن تضمن امتثال الشركات للقوانين الواجبة التطبيق، ويتوقع منها أن تضع في اعتبارها مختلف مصالح أصحاب المصلحة، بمن فيهم الموظفون والدائنون والمستهلكون والموردون والمجتمعات المحلية^(٢٣). ومع ذلك، يبدو أن مجالس الإدارة لا تأخذ جميعها في حسابها مصالح أصحاب المصلحة أثناء اضطلاعها بمهامها الرئيسية، ومنها توجيه سياسة الشركة ووضع أهداف الأداء. وقد خلصت دراسة استقصائية أجريت مؤخراً على ٥٠٠ مؤسسة في المملكة المتحدة إلى أن أربعة فقط من بين كل ١٠ مجالس إدارة تناقش القضايا الاجتماعية والبيئية، وأن الثلث فقط له عضو في مجلس الإدارة يجيل إليه القضايا البيئية، وأن الخمس فقط له عضو يهتم بالقضايا الاجتماعية^(٢٤). كما أن مجالس الإدارة مسؤولة عن ضمان وضع نظم الرقابة الملائمة، لا سيما تلك التي ترصد المخاطر، بما فيها الالتزامات البيئية والاجتماعية المحتملة.

وتشكل المعلومات مصدر اهتمام رئيسي لمجلس الإدارة؛ إذ يجب تهيئة الفرصة أمام أعضاء المجالس للحصول في الوقت المناسب على معلومات دقيقة ومناسبة من أجل دعم اتخاذهم للقرارات. كما أنهم مسؤولون عن الإشراف على عملية كشف البيانات لأصحاب المصلحة والتواصل معهم، بما يساعد على تحسين فهم الجمهور

(٢١) http://www.hmso.gov.uk/acts/acts1995/Ukpga_19950026_en_1.htm

(٢٢) من الأعمال الرئيسية الأخرى المتعلقة بإدارة الشركات تقرير لجنة كادبوري عن الجوانب المالية لإدارة الشركات، وتقرير كينغ بشأن إدارة الشركات في جنوب أفريقيا، ورابطة الكومنولث للمبادئ التوجيهية لإدارة الشركات.

(٢٣) منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، "مبادئ المنظمة لإدارة الشركات"، ١٩٩٩.

(٢٤) IPPR, "What's on the agenda? How UK directors contribute to social and environmental

objectives", 2002. Available at <http://www.ippr.org/publications/index.php?book=318>

لهيكل المؤسسة وأنشطتها، وسياسات الشركة وأدائها فيما يتعلق بالمعايير البيئية والأخلاقية، وعلاقة الشركة بالمجتمعات المحلية التي تعمل فيها. وهناك عدد من الصكوك، مثل مبادئ منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، ورابطة الكومنولث للمبادئ التوجيهية لإدارة الشركات^(٢٥)، وتقرير كينغ بشأن إدارة الشركات لعام ٢٠٠٢^(٢٦)، ومتطلبات الشفافية وكشف البيانات في سياق إدارة الشركات الصادر عن فريق الخبراء الحكومي الدولي المعني بالمعايير الدولية للمحاسبة والإبلاغ، التي تشدد على أهمية التواصل مع أصحاب المصلحة. وتوصي هذه الصكوك المؤسسات بالكشف عن المعلومات المالية وغير المالية، بما فيها السياسات المتعلقة بأداب العمل والبيئة وهيكل الإدارة المتصلة بتلك السياسات وعوامل المخاطرة المنظورة وقضايا تتعلق بالموظفين وغيرهم من أصحاب المصلحة والأداء فيما يتصل بالمسؤولية البيئية والاجتماعية وتأثير هذا الأداء على قدرة المؤسسة على الاستدامة. وتشكل هذه المتطلبات خطوة أولى نحو الإبلاغ عن المسؤولية الاجتماعية للشركات ولكنها لا تزال أبعد من أن تفي تماماً بطلب المعلومات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات.

ويشترط بعض أسواق الأوراق المالية الكبرى كشف البيانات غير المالية المتعلقة بالسياسات الاجتماعية والبيئية التي تنتهجها شركات مدرجة في قوائمها وما يتصل بذلك من نظم الإدارة وكذلك عن إدارة الشركات، ومنها ما ينظر في اشتراط ذلك. فسوق الأوراق المالية الأسترالية تشترط على جميع الكيانات أن تدرج في تقاريرها السنوية بيانات تكشف عن مدى اتباع المؤسسة لأفضل الممارسات التي يحددها مجلس إدارة الشركات التابع لسوق الأوراق المالية الأسترالية^(٢٧). كما أن سوق الأوراق المالية بنيويورك عرضت على لجنة الأوراق المالية في نيسان/أبريل ٢٠٠٣ قاعدة لتعديل اقتراحاتها في مجال إدارة الشركات، تشتمل على معايير جديدة لإدارة الشركات^(٢٨). وتستعرض اللجنة حالياً هذه التوصيات.

ضغوط الجمهور والخطر على السمعة

يترتب على ظهور منظمات غير حكومية قوية، إلى جانب التقدم المحرز في مجال تكنولوجيا المعلومات، أن قضايا الإحلال بالمسؤولية الاجتماعية تُطرح على الصفحات الأولى من الجرائد، ما يزيد من تعرض سمعة المؤسسات للخطر. ويسلم مجتمع الأعمال التجارية بأن السمعة تشكل أصلاً قيماً، حيث إنها تؤثر على علاقة الشركة بعملائها وموظفيها ومستثمريها. ولا بد من أن يضع المديرين في اعتبارهم أن أي سوء تصرف في أي مكان في العالم يمكن أن ينتقل صداه إلى جميع أنحاء العالم وأن يؤثر على مبيعات مؤسستهم وحصتها في السوق ودوران الموظفين وحصولها على رؤوس الأموال وتقييم السوق لها. ولذلك كان من الأهمية بمكان تقييم تعرض السمعة للخطر وإدارته، حيث إن السمعة الحسنة يسهل تلويثها وتصبح استعادتها. وقد كلف فقدان أثر أندرسون لسمعته في بداية فضيحة إنرون هذه المؤسسة وجودها نفسه.

(٢٥) <http://www.combinet.net/governance/finalver/cacg.htm>

(٢٦) <http://www.cliffedekker.co.za/literature/corpgov/index.htm>

(٢٧) <http://www.shareholder.com/visitors/dynamicdoc/document.cfm?CompanyID=ASX& Document>

.ID=364&pa genum=1&keyword=Type%20keyword%20here

(٢٨) http://www.nyse.com/pdfs/corp_recommendations_nyse.pdf

ويطلب العديد من هذه المنظمات غير الحكومية تحلي المؤسسات بالشفافية ومساءلتها. ومن أبرز الأمثلة على ذلك الحملة الدولية للحق في المعرفة (International Right to know Campaign (IRTK)، وهي ائتلاف يضم أكثر من ٢٠٠ منظمة من منظمات البيئة والعمل والعدالة الاجتماعية وحقوق الإنسان، ويقع مقره في الولايات المتحدة. وتطالب هذه الحملة المؤسسات التي تقع مقارها في الولايات المتحدة أو التي يتم تداول أسهمها في سوق الأوراق المالية الأمريكية، فضلاً عن شركاتها التابعة الأجنبية وكبار متعديها، بالكشف عن المعلومات المتعلقة بالعمليات التي تجريها في الخارج بما يتفق مع قانون الولايات المتحدة للتخطيط لحالات الطوارئ وحق المجتمع المحلي في المعرفة، وغيره من المعايير الأمريكية لكشف البيانات^(٢٩).

كما أن حملة "انشر عما تدفعه" (Publish What You Pay (PWYP) التي طرحها جورج سوروس وائتلاف يضم ١١٠ منظمات غير حكومية تطلب إلى الحكومات ومنظمي أسواق الأوراق المالية ومعايير المحاسبة الدولية أن تشترط على مؤسسات النفط والغاز والتعدين الدولية نشر صافي الضرائب والرسوم والعائدات وغيرها مما يسدد إلى حكومات البلدان التي تعمل بها. وقد وافقت حكومات مجموعة الـ ٨ في حزيران/يونيه ٢٠٠٣ على الأخذ بزمام هذه المبادرة^(٣٠). وفي جلسة عامة بشأن الحملة عقدت في البرلمان الأوروبي في حزيران/يونيه، أعلنت لجنة التنمية والتعاون تأييدها لنهج إلزامي يتوخى الشفافية في المدفوعات التي تسدها شركات النفط والغاز والتعدين للحكومات الوطنية^(٣١).

ضغوط المستثمرين

يتزايد اهتمام مؤسسات الاستثمار، إما لأسباب أخلاقية أو بسبب اهتمامها بقدرة استثماراتها على زيادة قيمة ما يملكه أصحاب الأسهم والحفاظ عليها، بأداء المؤسسات الاجتماعي والبيئي وأسلوبها في إدارة المخاطر. وقد أظهرت دراسة أجريت مؤخراً لبحث العلاقة بين ممارسة الأعمال التجارية بأسلوب أخلاقي والأداء المالي أن الأداء المالي للمؤسسات التي التزمت بسلوك أخلاقي كان أفضل على المدى البعيد من أداء غيرها من المؤسسات التي افتقرت إلى ذلك الالتزام^(٣٢). فقرارات الاستثمار تستند إلى تقارير الشركات، والرقابة الاجتماعية والبيئية التي تجريها وكالات التصنيف، والأرقام القياسية المتعلقة بالاستدامة، مثل الأرقام القياسية المعروفة باسم KLD Domini 400 Social Index (المؤشر الاجتماعي ك.ي. إل. دي. دوميني ٤٠٠)، وDow Jones Sustainability Index (مؤشر داو جونز للاستدامة)، وFTSE4GOOD Index (مؤشر FTSE4GOOD). وتتبع هذه الأرقام القياسية الأداء المالي للمؤسسات التي جعلت من الاستدامة محركاً رئيسياً لاستراتيجية أدائها لأعمالها.

"International Right To Know: Empowering Communities Through Corporate Transparency", AFL- (٢٩)

CIO, Amnesty International USA, EarthRights International, Friends of the Earth, Global Exchange, Oxfam America, Sierra Club, Working Group on Community Right to Know, 2003. available at <http://www.irtk.org/irtkreport.pdf>

"Fostering Growth and Promoting a Responsible Market Economy: A G8 Declaration" 2003, (٣٠)

.Evian. Available at <http://www.g7.utoronto.ca/summit/2003evian/growth.html>

.<http://www.publishwhatyoupay.org> (٣١)

.Institute of Business Ethics, "Does Business Ethics Pay?", 2003 (٣٢)

وتبين الأرقام القياسية المتعلقة بالأداء في مجال الاستدامة أن المستثمرين يرون أن للشركات المعرضة أقل من غيرها للمخاطر الاجتماعية والبيئية والأخلاقية قيمة أكبر. وقد تفوق المؤشر الاجتماعي Domini 400، الذي يرصد أداء ٤٠٠ شركة من شركات الولايات المتحدة، في أدائه على مؤشر Standard & Poor 500 بأكثر من ١ في المائة على أساس العائد السنوي وعلى أساس التكيف بحسب المخاطر منذ إنشائه في أيار/مايو ١٩٩٠^(٣٣). كما أن مؤشر داو جونز للاستدامة الذي يرصد ٣١٠ من أكبر الشركات في ٢٣ بلداً قد نما بنسبة ١٨٠ في المائة منذ عام ١٩٩٣، في مقابل ١٢٥ في المائة لمؤشر داو جونز العالمي خلال الفترة نفسها^(٣٤). كما أنه تفوق منذ بدء العمل به في عام ١٩٩٤ على المؤشر العالمي FTSE بنسبة ١٧ في المائة^(٣٥).

وتزايد صناديق الاستثمار الملتزمة أخلاقياً عدداً وحجماً، رغم أنها لا تزال تمثل نسبة ضئيلة من مجموع الأسهم المالية الخاضعة للإدارة. ويعد الاستثمار المتسم بالمسؤولية الاجتماعية اتجاهًا صاعدًا يوحد المستثمرين الساعين إلى الحصول من استثماراتهم على عائدات مالية واجتماعية. وقد زاد مجموع الأصول المعنية بالاستثمار الاجتماعي من ٤٠ مليار دولار في عام ١٩٨٤ إلى ٦٣٩ ملياراً في عام ١٩٩٥، وأكثر من ٢,٣٤ تريليوناً في عام ٢٠٠١^(٣٦). كما أن الاستثمار المتسم بالمسؤولية الاجتماعية قد زاد في الولايات المتحدة ما بين عامي ١٩٩٩ و٢٠٠١ في سوق لولاه فكانت راکدة. وفي حين أن مجموع المبالغ المستثمرة في صناديق الاستثمار المشترك قد انخفض بنسبة ٩٤ في المائة خلال الأشهر التسعة الأولى من عام ٢٠٠١، فإن الانخفاض بلغ ٥٤ في المائة فقط بالنسبة للصناديق الخاضعة لرقابة اجتماعية^(٣٧). وفي أوروبا الغربية، حقق الاستثمار المتسم بالمسؤولية الاجتماعية معدلات نمو بلغت ١٠٠ في المائة في السنوات الأخيرة، رغم أنه لا يزال يمثل أقل من ١ في المائة من مجموع الأصول من الأسهم الخاضعة للإدارة^(٣٨). ويتمثل الاتجاه السائد في صناديق الاستثمار المتسم بالمسؤولية الاجتماعية في التحول من الرقابة السلبية (أي استبعاد التبغ والخمور والأسلحة، وما إليها) إلى الرقابة الإيجابية التي يدعمها المستثمرون بموجبها المؤسسات المنتجة أو المستخدمة للمنتجات أو وسائل الإنتاج السليمة بيئياً والتي تمارس أعمالها بأسلوب يتسم بالمسؤولية الاجتماعية. ويراعي العديد من طرائق الرقابة هذه المبادئ المتفق عليها دولياً مثل المبادئ التوجيهية للشركات المتعددة الجنسيات التي وضعتها منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، وإعلان حقوق الإنسان، ومبادئ منظمة العمل الدولية^(٣٩).

(٣٣) <http://www.domini.com/Social-Screening/Non-US-Operations/index.htm>

(٣٤) <http://www.sustainability-indexes.com>

(٣٥) J. Fuller, "Banking on a good reputation", *FTfm* 21 July 2003: 6

(٣٦) هي أصول استثمارية في حافظات مدارة إدارة مهنية تستخدم واحدة أو أكثر من استراتيجيات

الاستثمار التالية: الفرز والدفاع عن مصالح أصحاب الأسهم والاستثمار المجتمعي.

(٣٧) Social Investment Forum, "Report on socially responsible investing trend in the United

.States, 2001

(٣٨) M. Kiernan, "Making SRI mainstream", 2003

(٣٩) <http://www.socialfunds.com/education/index.cgi>

ويمكن أن تتخذ ضغوط المستثمرين أشكالاً أخرى غير الاستثمار الانتقائي. فنشاط أصحاب الأسهم يمثل تكتيكاً آخر متنامياً. فبإمكان أصحاب الأسهم، بوصفهم مالكين لجزء من مؤسسات تُداول أسهمها تداولاً عاماً، أن يقيموا حواراً مع المديرين من خلال المراسلات أو الاجتماعات، وأن يتقدموا بما يسمى بقرارات أصحاب الأسهم، وهي اقتراحات يقدمها أصحاب الأسهم، فرادى أو جماعات، لمناقشتها والتصويت عليها أثناء الاجتماعات السنوية التي تعقدها الشركات. ويجب أن تحصل الاقتراحات على ٥٠ في المائة من الأصوات لكي تمثل لها الإدارة. ولا تحقق عادة القرارات المتصلة بمسائل اجتماعية أو بيئية هذه النتيجة، ولكنها تسهم في زيادة الوعي واجتذاب اهتمام وسائل الإعلام وزيادة الضغوط على المديرين التنفيذيين^(٤٠). ومن الصعب تقييم أثر قرارات أصحاب الأسهم، حيث إن المؤسسات تستطيع اختيار تنفيذ التغييرات التي يقترحها أصحاب الأسهم دون الاعتراف بالضغوط التي خضعت لها لتفعل ذلك^(٤١).

ويرتفع وعي المصارف أيضاً بالمخاطر المتصلة بالسمعة. فقد قامت أربعة مصارف كبيرة، هي إي بي إن أمرو (ABN Amro)، وباركليز (Barclays)، وسي بي بانك (Citibank)، ووست إل بي (WestLB)، بصياغة "مبادئ الإكوادور" المتعلقة بتمويل المشاريع بالتعاون مع المؤسسة الدولية للتمويل التابعة للبنك الدولي. وهي مبادئ توجيهية اجتماعية وبيئية لتمويل المشاريع في الأسواق الناشئة، وتشتمل على ضمانات تتراوح ما بين التقييم البيئي والموائل الطبيعية من جانب، والشعوب الأصلية والأطفال والسخرة من الجانب الآخر. وقد انضمت إليها مؤخراً خمسة مصارف أخرى^(٤٢) وافقت على الالتزام بهذه المبادئ، ولا تزال أربعة مصارف أخرى تفكر في ذلك^(٤٣).

كشف البيانات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات

تخضع المؤسسات لضغوط متزايدة لكي تقدم تقارير عن تأثيرها على المجتمع وكيفية إدارتها لهذا التأثير. وتحمل هذه التقارير عناوين متنوعة، ولكنه يطلق عليها في الغالب تقارير بيئية و/أو اجتماعية، أو تقارير عن الاستدامة. والتقارير عن الاستدامة أشمل من التقارير البيئية و/أو الاجتماعية، وذلك أولاً لأنها تتضمن تأثير المنظمات الاقتصادي، وثانياً، لأنها لا تكتفي بتقييم تأثير المؤسسة على المجتمع ومقارنة أدائها بمرور السنين، وإنما تقيم أيضاً استدامة عمليات المؤسسة ومنتجاتها من حيث تنمية المجتمع.

الاتجاهات الحديثة في الإبلاغ الاجتماعي

اجتذبت المساءلة الاجتماعية الحديثة أول ما اجتذبت انتباه الحكومات والأعمال التجارية والأكاديميين وهيئات المساءلة المهنية في النصف الأول من السبعينات من القرن الماضي^(٤٤). ثم خفت هذا الاهتمام الواسع على مدى النصف الثاني من ذلك العقد، ليظهر من جديد في أعقاب الكوارث البيئية ككارثتي بوبال (Bhopal)

(٤٠) <http://www.foe.org/international/shareholder/index.html>

(٤١) انظر <http://www.socialfunds.com/news/print.cgi?sfArticleId=982>

(٤٢) Crédit Lyonnais, Credit Suisse First Boston, Westpac Banking Corporation, Rabobank and HVB

(٤٣) D. Sevastopulo, "Banks adopt 'Equator Principles'", *Financial Times*, 4 June 2003

(٤٤) R. Gray, "Current developments and trends in social and environmental auditing, reporting

and attestation: A personal perspective", 2000

وإكسون فالديز (Exxon Valdez). وقد نشرت المؤسسات عدداً متزايداً من التقارير البيئية على مدى السنوات العشر الأخيرة. وفي حين أن المؤسسات التي لها آثار بيئية كثيرة كانت من بين أول المقدمين لتقارير عن الأداء البيئي، فقد لحقت بها مؤسسات أخرى تدريجياً في الإقدام على الإبلاغ البيئي. وما دعم هذا الاتجاه الذي كان وراء اهتمام الجمهور بالبيئة هو وضع قوانين وأنظمة تقتضي من المؤسسات الإبلاغ عن أداؤها البيئي في بلدان مثل أستراليا والدانمرك والسويد وكندا والنرويج وهولندا والولايات المتحدة. وقد وُضع العديد من المبادئ التوجيهية المتعلقة بهيكل التقارير البيئية ومحتوياتها في أوائل التسعينات. فنشر فريق الخبراء الحكومي الدولي المعني بالمعايير الدولية للمحاسبة والإبلاغ المبادئ التوجيهية للمحاسبة والإبلاغ المالي عن التكاليف والالتزامات البيئية، استناداً إلى أفضل الممارسات، لضمان عدم قيام واضعي المعايير باعتماد حلول مختلفة للمشاكل نفسها. كما وضع الفريق مجموعة من خمسة مؤشرات رئيسية للكفاءة البيئية، وذلك للمساعدة في إجراء توحيد دولي لتقييم كيفية تأثير الأداء البيئي للمؤسسة على نتائجها المالية. وقد عكفت منظمات دولية مثل اللجنة الدولية لممارسات مراجعة الحسابات التابعة لاتحاد المحاسبين الدولي، ومنتدى المحاسبة الاستشاري التابع للاتحاد الأوروبي، واتحاد المحاسبين الأوروبي على تحري معرفة العلاقات بين الإبلاغ البيئي والمالي^(٤٥). وعلى الرغم من التحرك العام نحو استخدام نموذج موحد لإعداد التقارير، فإن تنوع التقارير يبلغ حداً لا تزال المقارنة في ظله صعبة.

وبما أن أعمالاً كثيرة قد تطرقت بالفعل إلى الإبلاغ البيئي والتقارير التي يقدمها فريق الخبراء الحكومي الدولي المعني بالمعايير الدولية للمحاسبة والإبلاغ، فضلاً عن التقارير التي تقدمها المنظمات الأخرى، فستركز هذه الورقة على العناصر الاجتماعية للتقارير.

وقد أُضيفت على مدى السنوات الخمس الأخيرة مواضيع اجتماعية إلى القضايا البيئية. فاليوم، صارت التقارير البيئية تشكل ٦٤ في المائة من مجموع التقارير الاجتماعية. وكان وراء هذا التطور أيضاً اهتمام أصحاب المصلحة، ويقوم بدعومه عدد متزايد من القوانين والأنظمة والمبادئ التوجيهية. وتبين دراسة استقصائية لأكثر ٢٥٠ مؤسسة في العالم وأكثر ١٠٠ مؤسسة في ١٩ بلداً أن عدد المؤسسات التي أصدرت تقارير بيئية أو اجتماعية أو عن الاستدامة من بين هذه المؤسسات في عام ٢٠٠٢ أقل من ٥٠٠ مؤسسة^(٤٦). وهذا يمثل أقل من ١ في المائة من الشركات عبر الوطنية في العالم التي يبلغ عددها ٦٥ ٠٠٠ شركة.

ولا يقتصر الإبلاغ على القطاعات الشديدة التأثير كالكيمائيات والتعدين، وإنما يصادف أيضاً في معظم القطاعات الاقتصادية، بما فيها الأغذية والمشروبات، والاتصالات ووسائل الإعلام، والنقل، والمرافق. كما أن الإبلاغ الاجتماعي لا يقتصر على أوروبا الغربية وأمريكا الشمالية، بل بدأ أيضاً في أمريكا اللاتينية وأوروبا الشرقية وأفريقيا وآسيا.

وتقول المؤسسات المقامة في الاقتصادات الناشئة التي تقدم تقارير عن القضايا البيئية والاجتماعية إنها تفعل ذلك بسبب تعهداتها بالشفافية والمساءلة، ولأن قياس تأثيرها على المجتمع يساعدها على إدارة هذا التأثير. وتتعرض هذه المؤسسات لعدد أقل من الضغوط التي تمارسها الحكومات والمستثمرون المحليون مقارنة بالمؤسسات الواقعة في

(٤٥) KPMG, "International Survey of Environmental Reporting 1996", 1997

(٤٦) KPMG, "International Survey of Corporate Sustainability Reporting", 2002

البلدان الغربية. بل إن بعضها يشكو من أنه لا يلقي أي إفادة بالرأي من منظمات المجتمع المدني في بلدانها، وإن كانت هذه شكوى تشترك فيها مع المؤسسات التي تقع مقارها في الغرب. كما أن انعدام الضغوط من حكومات البلدان النامية يفيد فروع الشركات عبر الوطنية التي يصدر عدد قليل منها فقط تقارير عن التزاماتها المحلية وتأثيرها على المجتمعات المحلية. وتأتي الضغوط الخارجية للإبلاغ من سلطات أسواق الأوراق المالية في أوروبا أو أمريكا الشمالية في المقام الأول، ومن الصناديق التي تتسم بالمسؤولية الاجتماعية^(٤٧).

وتتباين محتويات التقارير الاجتماعية ونوعيتها تبايناً كبيراً، فمنها ما يشكل أداة للعلاقات العامة، ومنها تقارير متعمقة تفيد عن بذل جهود حقيقية لإدراج المخاوف المجتمعية في العمليات اليومية التي تجريها المؤسسات التجارية^(٤٨). وقد خلص تقييم للجودة أُجري مؤخراً على ١٠٠ تقرير اجتماعي من أرجاء مختلفة من العالم إلى أنه على الرغم من زيادة متوسط عدد صفحات التقارير بنسبة ٤٥ في المائة، لم ترتفع جودة التقارير مقارنة بمستوى جودتها في عام ٢٠٠٠^(٤٩). ويجري عامة تحليل محتويات التقارير الاجتماعية من حيث القضايا الاقتصادية والبيئية والاجتماعية. ويتضمن الإبلاغ عن الأداء الاقتصادي المرتبات والاستحقاقات، والإنتاجية، وإيجاد فرص العمل، والاستعانة بالموارد الخارجية، والبحث والتطوير، والاستثمار في التدريب وغيره من أشكال رؤوس الأموال البشرية، وكلها أمور يمكن تقييمها كمياً. وتتضمن القضايا البيئية تأثير عمليات الإنتاج والمنتجات والخدمات على الهواء والأرض والتنوع البيولوجي وصحة الإنسان. وتكون عادة تقارير الجودة المتعلقة بالقضايا البيئية أفضل من تقارير الجودة المتعلقة بالقضايا الاجتماعية، وذلك بفضل وجود عدد من المقاييس البيئية كمؤشرات الكفاءة البيئية التي وضعها فريق الخبراء الحكومي الدولي المعني بالمعايير الدولية للمحاسبة والإبلاغ.

وتتضمن القضايا الاجتماعية عادة الصحة والسلامة في أماكن العمل، ومدى ارتياح الموظفين، والأعمال الخيرية التي تقوم بها الشركة، فضلاً عن حقوق العمال وحقوق الإنسان، وتنوع القوى العاملة، والعلاقات مع الموردين. وكثيراً ما يكون التركيز على كشف البيانات الاجتماعية تركيزاً داخلياً، مع الإبلاغ عن البيانات المتعلقة بالموظفين وصحتهم وسلامتهم والدراسات الاستقصائية عن الموظفين، أكثر من الإبلاغ عن البيانات التي تشمل قضايا المجتمع المحلي والمجتمع بأسره^(٥٠). وفيما يتعلق بالقضايا الاجتماعية التي يصعب تحديد مقاييس أداء

SustainAbility/UNEP, "Trust Us: The Global Reporters 2002 Survey of Corporate Sustainability (٤٧)

Reporting", 2002.

(٤٨) أجرت مؤسسة ك.ب.م.غ. KPMG، وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي/مؤسسة الاستدامة، ورابطة

المحاسبين القانونيين، ومؤسسة برايسووترهاوس كوبرس PricewaterhouseCoopers، وغيرها عدداً من التقييمات لتقارير اجتماعية. انظر ثبت المراجع.

SustainAbility/UNEP, "Trust Us: The Global Reporters 2002 Survey of Corporate Sustainability (٤٩)

Reporting", 2002.

(٥٠) وفقاً لدراسة استقصائية أجرتها مؤسسة ك.ب.م.غ. KPMG، يجري تناول المواضيع الاجتماعية

بالمعدلات التالية في تقارير أكبر ٢٥٠ شركة في العالم من أكثر ٥٠٠ شركة ثراء في العالم GFT250: إشراك المجتمع المحلي، ٩٧ في المائة؛ الصحة والسلامة، ٩١ في المائة؛ تكافؤ الفرص/تنوع القوى العاملة، ٨٨ في المائة؛ ارتياح الموظفين، ٦٧ في المائة؛ حقوق الإنسان، ٥٥ في المائة؛ العلاقات مع الموردين، ٣٩ في المائة؛ عمل الأطفال، ٣٦ في المائة؛ حرية تكوين الجمعيات، ٢٧ في المائة؛ الممارسات التجارية التزيهة/التنمية الدولية، ١٨ في المائة؛ الفساد، ١٥ في المائة.

كمية لها، لا يزال الإبلاغ نادراً ونوعياً. فعلى سبيل المثال، ليس هناك سوى عدد ضئيل من التقارير يغطي حقوق الإنسان، والعلاقات مع الموردين، وعمل الأطفال، وحرية تكوين الجمعيات، والمساومة الجماعية، والتجارة التزيهية، وساعات العمل، واستخدام مواطني البلد، وحجم الضرائب المدفوعة ومكان سدادها، وتمويل مخططات المعاشات التقاعدية. وللكشف عن هذه المسائل، بشرط عدم تسبب ذلك في تهديد مركز المؤسسة التنافسي، أهمية بالغة للموظفين والعملاء وحكومات البلدان المضيفة والمستثمرين الملتزمين بالمسؤولية الاجتماعية.

ويقوم بعض المؤسسات بالإبلاغ عن الحوار مع أصحاب المصلحة، وهو ما يتمثل عادة في تضمين تقاريرها للبيانات التي يدلي بها أصحاب المصلحة (بعضها سلمي وأكثرها إيجابياً)، وما جرى من دراسات استقصائية عن الموظفين، وما عقد من اجتماعات على مستوى المجتمع المحلي ومن منتديات^(٥١). ومع ذلك، يبدو أن معظم المؤسسات تعتبر الحوار مع أصحاب المصلحة هدفاً في حد ذاته، ونادراً ما تظهر تقاريرها الصلة بين مشاركة أصحاب المصلحة وعمليات اتخاذ القرارات التي تجريها المؤسسة.

وعلى الرغم من الافتقار إلى معايير مقبولة دولياً لتوفير التصديق على التقارير الاجتماعية، يتزايد عدد المؤسسات التي تلتزم التصديق الخارجي لتقاريرها. وقد تم التحقق في عام ٢٠٠٢ من عدد كبير من التقارير عن طريق أطراف ثالثة، وذلك على التوالي كما يلي: ٢٩ في المائة و٢٧ في المائة عن طريق مؤشر GFT250 ومؤشر أفضل ١٠٠ مؤسسة (Top 100 enterprises)، كما جرى التحقق في ٦٥ في المائة من الحالات عن طريق أحد مكاتب المحاسبة الكبرى^(٥٢).

مبادرات الإبلاغ الطوعي الحالية للشركات

ينشأ باطراد عدد متزايد من المبادرات الهادفة إلى تقييم تأثير الشركات على المجتمع. وتعرض الهيئات الاستشارية المتخصصة خدماتها على المؤسسات التي ترغب في إصدار تقارير اجتماعية. وتختلف المنهجيات التي يتبعها كل من هذه الهيئات الاستشارية، ما يضمن استمرار المنافسة فيما بينها. وقد أعدت مجموعات أصحاب المصلحة، فضلاً عن هيئات التصنيف وناشري الأرقام القياسية المتعلقة بالاستدامة، عدداً كبيراً من برامج وضع معايير الأداء في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات. وتُطر هذه الجهات المؤسسات بوابل من الاستبيانات. وتُظهر دراسة استقصائية أجريت مؤخراً على المؤسسات الأوروبية أنه على الرغم من أن أكثر من ٨٠ في المائة من ممارسي أنشطة العلاقات مع المستثمرين يعتقدون أن الإبلاغ عن المسؤولية الاجتماعية للشركات يشكل جزءاً رئيسياً من أي برنامج جيد للعلاقات مع المستثمرين، وأن ٧٥ في المائة منهم يرون أن المسؤولية الاجتماعية للشركات مهمة في الأسواق السعودية والهبطية على السواء، تعترف الغالبية العظمى بأن السأم من الرد على الاستبيانات يمثل مشكلة حقيقية^(٥٣). وتطالب المؤسسات بتوحيد المعلومات المطلوبة منها.

(٥١) KPMG, "International Survey of Corporate Sustainability Reporting", 2002

(٥٢) المرجع السابق.

(٥٣) Investors Relations Society, <http://www.ir-soc.org.uk>

وتهدف قلة من مبادرات أصحاب المصلحة، وهي تضم عامة ممثلين عن القطاع الخاص، إلى وضع أطر ومؤشرات لإعداد التقارير، يمكنها أن تساعد في توحيد المعلومات المطلوبة. وعلى الرغم من أنها تسهم، كل على حدة، في تحديد مجالات معنية من الإبلاغ الاجتماعي، فإن تنوعها ونطاقها المحدود يعوقان إعداد نماذج ومحتويات موحدة. وتتضمن هذه المبادرات مبادرة الإبلاغ العالمية، ومشروع الإبلاغ عن الاستدامة الذي أعده المجلس العالمي للأعمال التجارية من أجل التنمية المستدامة، والأعمال التجارية في المجتمع المحلي، ومبادرة الإبلاغ عن تأثير الشركات، ومبادرة AA1000 Series التي أعدتها مؤسسة Accountability (معهد المساءلة الاجتماعية والأخلاقية). ولما كان الهدف من هذا التقرير هو العكوف بالأخص على استعراض المبادرات الحديثة التي تركز على الجوانب الاجتماعية للإبلاغ، فلم تدرج هنا المبادرات المتعلقة بالإبلاغ البيئي.

وتتضمن المبادئ التوجيهية لمبادرة الإبلاغ العالمية^(٥٤) مبادئ إبلاغ يتعين على معدي التقارير اتباعها، كما أنها تحدد محتويات التقارير، وتقتراح مؤشرات للإبلاغ، تشمل ٥٠ مؤشراً بيئياً واجتماعياً واقتصادياً رئيسياً، و٤٧ مؤشراً إضافياً. وتعتبر المؤشرات "الرئيسية" مهمة لمعظم المؤسسات وحيوية لمعظم أصحاب المصلحة.

وقد أصابت مبادرة الإبلاغ العالمية بأن جعلت مداولاتها جامعة قدر الإمكان، كما أن أي طرف مهتم وملتزم بإمكانه الانضمام إلى عملية وضع المبادئ التوجيهية والمشاركة فيها. وعليه، ثبت أنه من الصعب وضع حد لعدد المؤشرات. وقد تضمن كل جهاز من الأجهزة التقنية والإدارية التابعة للمبادرة ممثلين عن الأعمال التجارية والمجتمع المدني ومكاتب المحاسبة والعمال من مناطق مختلفة، وإن كان عدد قليل من البلدان النامية قد شارك فيها.

ويشير عدد المؤشرات وتنوعها تساؤلات في مجتمع الأعمال التجارية تتعلق بتكلفة إصدار التقارير. بما يتفق والمبادئ التوجيهية^(٥٥). وكانت نتيجة ذلك أن معظم "معدي التقارير بموجب المبادرة" يختارون استخدام المؤشرات التي يشعرون أنها متصلة أو وثق اتصال بمؤسستهم. كما أن عدداً من المؤشرات يتمثل في مجرد الكشف عن السياسات والممارسات. وبخلاف المشاكل البديهية التي تطرحها كثرة المؤشرات من حيث مدى اكتمال التقارير وإمكانية المقارنة بينها، فعدم وجود صلة واضحة بين جميع المؤشرات والتنمية المستدامة أو حتى الأداء يتيح للمؤسسات التي تستخدم المبادئ التوجيهية إصدار تقارير لا تتناول تأثيرها على المجتمع. كما أن هناك مؤسسات تحتاج بأنما تتعرض لخطر إمكانية الكشف عن معلومات حساسة ومسجلة الملكية عبر بعض المؤشرات. وتفيد المبادرة، رداً على هذه الانتقادات، بأن المبادئ التوجيهية لا تزال في طور النمو. وتتعلم المبادرة من تجاربها ومن تعليقات أصحاب المصلحة، ويجري الارتقاء بنهجها بوضع معايير قطاعية. وإلى اليوم، تضمّن ٢٩٠ منظمة

(٥٤) <http://www.globalreporting.org/>

(٥٥) يتضح بالمقارنة أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم التي تسعى إلى إدراجها في سوق الأوراق المالية في ألمانيا يتعين عليها أن تنفق ما لا يقل عن ١٠٠.٠٠٠ دولار من دولارات الولايات المتحدة لتقديم المعلومات المالية اللازمة، رغم أن معظمها مسجل أصلاً في الدفاتر. فإذا تعين على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم أن تبدأ أيضاً جمع معلومات غير مالية، فقد تصبح التكاليف باهظة، لا سيما بسبب عدم وجود منهجية متفق عليها إلى الآن ولأن الشركات لا تلقى عوناً في جمع مؤشرات الإبلاغ عنها.

تقاريرها إحالات إلى هذه المبادئ التوجيهية، ولكن ثمان منها فقط تعد تقاريرها "وفقاً" لها^(٥٦). وتشكل هذه الإحالات خطراً آخر يتمثل في إمكانية حمل المؤسسات على الاعتقاد بأنها تمثل للمبادئ التوجيهية.

والمبادرات الأخرى أقل من هذه المبادرة شمولاً في نطاق تغطيتها، ولا تتصدى إلا لجانبا معين من الإبلاغ الاجتماعي. فعلى سبيل المثال، يتولى مجلس الأعمال التجارية العالمي من أجل التنمية المستدامة^(٥٧)، وهو منظمة تمثل مجتمع الأعمال التجارية الدولي، إدارة مشروع إعداد التقارير المتعلقة بالاستدامة، وقد أدى هذا المشروع إلى إنشاء قاعدة للإبلاغ على شبكة الإنترنت، لإرشاد المؤسسات الأعضاء في تجميعها لتقارير التنمية المستدامة. ويمكن لمستعمل هذه القاعدة أن يجد إرشادات بشأن إعداد التقارير والرصد والقياس، فضلاً عن حصر للتقارير المتعلقة بأفضل الممارسات، بما في ذلك تقارير أساسية ثلاثية النطاق تتصل بالقضايا الأخلاقية والاجتماعية، والقضايا البيئية، وقضايا الصحة والسلامة. غير أن هذه الأداة لا توفر إطاراً للإبلاغ. ولأن هذه المبادرة إنما تحيط المستعمل علماً بما يفعله عدد محدود من معدي التقارير بدلاً من فرض طريقة محددة لإعداد التقارير، فهي معرضة لأن يصدر من خلالها تنوع أكبر من التقارير نظراً لاختلاف معديها.

أما مبادرة الأعمال التجارية في المجتمع المحلي فهي منظمة غير ربحية يقع مقرها في المملكة المتحدة، ويبلغ عدد أعضائها نحو ٧٠٠ مؤسسة منها ٧٥ مؤسسة مدرجة في مؤشر United Kingdom's FTSE 100^(٥٨). ويوصي مشروع الإبلاغ عن تأثير الشركات الذي أعدته هذه المنظمة بمجموعة مؤلفة من ٥٥ مؤشراً رئيسياً يمكن عن طريقها قياس تأثير أي مؤسسة على المجتمع. وقد بُذلت جهود لإدراج معلومات ذات أهمية نسبية. وتنقسم المؤشرات إلى مجموعات تتصل بالأسواق والبيئة وأماكن العمل والمجتمع المحلي وحقوق الإنسان. وتقترن هذه المؤشرات بإطار لقياس ممارسات الأعمال التجارية المتسمة بالمسؤولية والإفادة عنها. وتشدد المنظمة على أن منهجية الإبلاغ هذه تقدم صورة لأنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات وأدائها، ولكنها لا تتيح المقارنة ووضع القواعد المعيارية. وقد لقيت بعض مؤسراتها الرئيسية انتقاداً من بعض المؤسسات لعدم وجود صلة بينها وبين قطاعها المحددة، ولم يشارك في هذه المبادرة إلى الآن سوى عشرين مؤسسة يقع مقرها في المملكة المتحدة.

(٥٦) يجب على المنظمات التي ترغب في الإعلان عن أن تقاريرها تصدر بما يتفق والمبادئ التوجيهية لمبادرة الإبلاغ العالمية لعام ٢٠٠٢ أن تستوفي الشروط الخمسة التالية:

- ١- الإبلاغ عن العناصر المنصوص عليها في الفروع من ١ إلى ٣ من الجزء جيم.
- ٢- إدراج الرقم القياسي المتعلق بمحتويات مبادرة الإبلاغ العالمية كما هو مبين في الفرع ٤ من الجزء جيم.
- ٣- الاستجابة لكل مؤشر رئيسي مذكور في الفرع ٥ من الجزء جيم إما (أ) بالإبلاغ عن المؤشر، أو (ب) بيان السبب في إلغاء أي مؤشر من هذه المؤشرات.
- ٤- ضمان اتساق التقرير مع المبادئ الواردة في الجزء باء من المبادئ التوجيهية.
- ٥- إدراج البيان التالي موقفاً من مجلس الإدارة أو رئيس مجلس الإدارة: "أعد هذا التقرير وفقاً للمبادئ التوجيهية لمبادرة الإبلاغ العالمية لعام ٢٠٠٢. وهو يقدم عرضاً متوازناً ومعقولاً لأداء منظمتنا الاقتصادي والبيئي والاجتماعي".

(٥٧) <http://www.wbcd.ch/templates/TemplateWBCSD4/layout.asp?MenuID=1>

(٥٨) <http://www2.bitc.org.uk/index.html>

وأما معهد المساءلة الاجتماعية والأخلاقية (AccountAbility) فهو منظمة يقع مقرها في المملكة المتحدة^(٥٩). ويضم أعضاؤه مؤسسات ومنظمات غير حكومية ومدارس تجارية ومقدمي خدمات. وهو يشجع أفضل الممارسات في مجال المحاسبة الاجتماعية والأخلاقية، ومراجعة الحسابات والإبلاغ، كما أنه يضع معايير وإجراءات اعتماد. فأما مؤشر AA1000، فهو أداة للمحاسبة الاجتماعية والأخلاقية، ومراجعة الحسابات والإبلاغ. وأما الإطار AA1000 Framework فقد أنشئ في عام ١٩٩٩ لتقديم إرشادات بشأن كيفية قيام المنظمات بتحسين مساءلتها وترسيخ الالتزام الفعلي لأصحاب المصلحة. وتشجع المؤسسات، من خلال التدريب والحوار، على تحديد أهداف ومقاصد، وقياس التقدم المحرز مقارنة بهذه الأهداف، ومراجعة الحسابات، والإبلاغ عن الأداء، ووضع آليات للإفادة من التجارب. وفي عام ٢٠٠٢، تم توسيع نطاق الإطار AA1000 Framework الذي صار يعرف الآن باسم AA1000 Series، ليضم وحدات متخصصة من أجل ممارسة المساءلة، ومن ذلك الوحدات المتعلقة بالتصديق. غير أن واضعي المعايير الموافق عليهم دولياً لم يعترفوا بعد بسلسلة AA1000 Series.

القضايا الرئيسية التي يواجهها معدو التقارير ومستخدموها

الغرض

يمكن تقسيم معدي التقارير إلى فريقين. يضم الفريق الأول مستخدمي المبادئ التوجيهية الدولية المتصلة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات (انظر أعلاه "المبادرات الدولية الرئيسية في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات") لتحديد محتويات التقارير الاجتماعية أو التماس المساعدة من المراجعين المتخصصين أو المكاتب الاستشارية التي تركز على جعل التقارير أداة رصد وإدارة. ويضم الفريق الثاني أولئك الذين يعهدون بإعداد تقاريرهم إلى جهات استشارية خارجية متخصصة في التواصل بصفة رئيسية. ويتزايد عدد المؤسسات المقدمة لخدمات إعداد التقارير.

ويمكن أن تكون المنهجية المتبعة في إصدار التقارير الاجتماعية مؤشراً لمستوى التزام المؤسسات باللجوء إلى ممارسة الإبلاغ كأداة لتقييم وتعديل عملياتها التجارية، بغية تحسين تأثيرها على المجتمع. ومن المهم عندما يكون هدف المؤسسة تعديل تأثيرها البيئي والاجتماعي، أن تحلل الشركة تأثيرها الراهن وأن تحدد أهدافاً وتضع نظاماً إدارية تتضمن الرصد والإبلاغ، تماماً كما تفعل ذلك من أجل الجوانب المالية لأعمالها التجارية. وينبغي ألا يكون تقديم التقارير إلى أصحاب المصلحة الخارجيين هدفاً في حد ذاته، وأن يقتصر على التعبير عن العمليات التجارية التي تضطلع بها المؤسسة وعن نتائجها. ويتم في العديد من التقارير البيئية والاجتماعية حالياً وضع الصيغ الملائمة للحدوث عن مسؤولية المؤسسات تجاه المجتمع وأهميتها لاستدامة عملياتها، ولكن القلة القليلة من هذه التقارير تفيد عن نظم الإدارة القائمة، أو التي ينبغي أن تكون قائمة، لدعم وتنفيذ هذا الهدف وتأثيرها على الأداء.

إمكانية المقارنة بين التقارير

لكل تقرير اجتماعي تصدره شركة من الشركات شكله وموضوعه، ويتوقف هذا على النهج الذي اختارته المؤسسة المقدمة للتقرير ونظرتها لماهية أصحاب المصلحة فيها واحتياجاتهم. ويحاول العديد من التقارير

(٥٩) <http://www.accountability.org.uk/>

تزويد كافة جماعات المصالح بكل المعلومات التي تطلبها في وثيقة واحدة. وهذا يؤدي إلى حجم كبير من المعلومات المتنوعة، ما يجعل من الصعب الخروج منها بصورة واضحة لقيم المؤسسة والتزامها بهذه القيم وما يترتب على ذلك من تأثير على المجتمع. كما أن هذا يجعل من الصعب مقارنة أداء كل شركة بغيرها.

ولبيان مدى التنوع في أشكال التقارير، قارنا ثلاثة أمثلة من أحدث التقارير الاجتماعية التي نشرتها شركتنا نلف لديهما خبرة لسنوات طويلة في الإبلاغ البيئي ومصرف وصفته رابطة المحاسبين القانونيين بأنه صاحب أفضل تقرير عن الاستدامة. وقد كانت الاختلافات في أسماء التقارير المستعرضة نفسها مؤشرا على تنوع النهج التي اتبعتها المؤسسات الثلاث تجاه الإبلاغ الاجتماعي. ويبرز عدد الصفحات الذي يتراوح ما بين ٣٤ و ١٠٢ صفحة الصعوبة البالغة التي تواجهها الشركات، في الاختيار ما بين الإبلاغ بطريقة شاملة، وإصدار تقرير بغرض قراءته بسرعة ويسر. وتستخدم المؤسسات الثلاث جميعها مؤشرات كمية للإفادة عن أدائها، ولكن بعضها يفرغ بشروح مسهبة، ما يحيط القارئ إحاطة متعمقة، وإن كان ذلك يضاعف من عدد الصفحات التي عليه أن يفرغ منها لتكوين فكرة عن أداء المؤسسة الإجمالي.

والافتقار إلى إمكانية المقارنة بين التقارير يزيد من حاجة المستثمرين إلى أدوات معيارية، مثل هيئات التصنيف. وكمية المعلومات اللازمة لهذه الهيئات وكثرة الاستبيانات التي يتعين على المؤسسات ملؤها يجعلها تكرر جزءاً متزايداً من مواردها لذلك.

وسائط الإبلاغ

تصدر غالبية التقارير الاجتماعية في صورة تقارير مستقلة ومنفصلة عن التقارير المالية السنوية. ويدل هذا على تشتت تفكير معدي التقارير بين مصالح المستثمرين ومصالح أصحاب المصلحة الآخرين، وبين الأداء المالي والأداء البيئي والاجتماعي. كما أن توزيع التقارير الاجتماعية وجمهورها غير أكيد. ويصدر العديد من معدي التقارير، في محاولة للوصول إلى أكبر عدد ممكن من أصحاب المصالح، تقاريرهم الاجتماعية على مواقع مؤسساتهم على شبكة الإنترنت في شكل ملفات محمولة (PDF)، بحيث يتمكن القراء من حفظ التقارير في شكلها الإلكتروني وطباعة نسخة منها. ولئن كان في هذه الطريقة استبعاد لأصحاب المصلحة غير المتصلين بشبكة الإنترنت، فإنها تزيد من فرص الاطلاع على التقارير مع الإبقاء على تكاليف التوزيع منخفضة. ويتزايد عدد المؤسسات التي تكتفي الآن بنشر المعلومات التي تتضمنها تقاريرها على صفحات الويب فقط. وتمتاز هذه الطريقة بتمكين المؤسسات من تحديث المعلومات المتصلة بأدائها بصورة فورية. ومن الناحية الأخرى، تقلل هذه الطريقة من إمكانية مقارنة البيانات المقدمة، كما أنها لا تتيح التحقق بطريقة مهنية من كافة المعلومات المنشورة. ويرى القراء أن مواقع شبكة الإنترنت ربما تجعل الاطلاع على المعلومات أكثر صعوبة وإرباكاً من التقارير، لا سيما حين يكون الموقع كبيراً ومكوناً من عدة مستويات. وتدعو رابطة شركات التأمين البريطانية في مبادئها التوجيهية المتعلقة بكشف البيانات المتعلقة بالاستثمار المتسم بالمسؤولية الاجتماعية ٢٠٠٣^(٦٠) إلى أن يتم الكشف عن البيانات المتعلقة بالمسائل الاجتماعية والبيئية والأخلاقية "في تقارير سنوية، لا أن يتم بصورة منفصلة كجزء من موجز

(٦٠) http://www.ivis.co.uk/pages/gdsc7_1.PDF

للحسابات أو موقع شبكي مكرس للمسؤولية الاجتماعية". وترى الرابطة في ذلك مطلباً بسيطاً لا يفرض على المؤسسات عبئاً غير ضروري.

الأهمية النسبية

ينبغي أن تكون التقارير التي تصدرها الشركات شاملة، كما ينبغي أن تضع في اعتبارها كافة الجوانب ذات الأهمية النسبية للعمليات التجارية. ويبدو أن العادة قد جرت على أن تركز تقارير الشركات على البارامترات القابلة للقياس الكمي التي تدرج في البيانات المالية. ويستلزم الإبلاغ عن تأثير المؤسسات على المجتمع بارامترات نوعية مختلفة. وتؤثر هذه المشكلة بصفة رئيسية على الإبلاغ الاجتماعي، حيث إن عدداً من المنظمات، ومنها فريق الخبراء الحكومي الدولي، هو الذي وضع المؤشرات البيئية.

وتتعد مهمة وضع حد أدنى للأهمية النسبية بسبب تنوع المؤشرات النوعية التي يتعين وضعها في الاعتبار من أجل الإبلاغ الاجتماعي. كما أن تنوع جمهور المطلعين على هذه التقارير يؤدي إلى اختلاف في الطلب على المعلومات. وتذكر معظم المبادئ التوجيهية للإبلاغ أن الخطوة الأولى التي يجب أن تتخذها المؤسسة تجاه الكشف عن البيانات الاجتماعية هي تحديد ماهية أصحاب المصلحة فيها وإقامة حوار معهم بغية تحديد المعلومات التي يعتبرونها مهمة. ويمكن أن يجري هذا الحوار في إطار الأعمال التجارية اليومية، فبعض الإدارات في المؤسسات على اتصال فعلاً بأصحاب المصلحة، كالمستثمرين أو المستهلكين أو المجتمع المحلي. كما يمكن أن يجري الحوار مع أصحاب المصلحة من خلال مبادرات دولية أو وطنية أو مبادرات في إطار صناعات محددة.

وتؤدي الجهود التي تبذلها المؤسسات لتلبية جميع طلبات أصحاب المصلحة إلى نشر معلومات عشوائية، وبالتالي إلى عدم سهولة قراءة التقارير الاجتماعية. ويمكن أن يتحسن توفير الاحتياجات المحددة من المعلومات للجماهير المختلفة بواسطة قنوات اتصال أخرى. وينبغي ألا تتضمن التقارير سوى معلومات مهمة لمعظم أصحاب المصلحة أو لهم جميعاً. وليتسنى ذلك، فقد يتعين بحث تعريف الأهمية النسبية للتعبير عن شواغل المستثمرين البيئية والاجتماعية الجديدة، وإدراج احتياجات أصحاب المصلحة من المعلومات. غير أنه من المهم النظر في مسألة سرية المعلومات. فكما هي الحال تماماً بالنسبة لممارسات الإبلاغ المالي، ينبغي ألا يؤدي الإبلاغ الاجتماعي إلى الكشف عن معلومات قد تهدد موقف المؤسسة التنافسي.

التحقق

لا بد من التحقق من الإبلاغ البيئي والاجتماعي لكي يحظى بالمصداقية. ويجب أن يتم ذلك كما يتم بالنسبة للمحاسبة المالية، حيث يتولى إجراء مراجعو حسابات أكفاء ومستقلون لم يشاركوا في إعداد الحسابات البيئية والاجتماعية. وينطبق المعيار الدولي لتعهدات الضمانات الذي وضعه اتحاد المحاسبين الدولي على تعهدات الضمانات غير المالية، ولكن يجب وضع معايير محددة أخرى للتحقق من التقارير الاجتماعية. ونظراً لعدم وجود معايير مقبولة دولياً لتوفير ضمانات بشأن التقارير الاجتماعية، فإن طرائق التحقق تتحدد بحسب كل حالة. فهناك

عدد قليل من المنظمات، مثل الاتحاد الأوروبي للمحاسبين القانونيين^(٦١)، ومبادرة الإبلاغ العالمية، ومعهد المساءلة الاجتماعية والأخلاقية، يحاول تقديم مبادئ توجيهية بشأن التحقق. وعلى الرغم من أن غالبية حالات التحقق يقعها أحد مكاتب المحاسبة الكبرى، فلا تزال مراجعة نسبة كبيرة من التقارير تتم عن طريق هيئات إصدار الشهادات أو المكاتب الاستشارية أو التقنية.

ويتزايد لجوء معدي التقارير إلى المحققين، التماساً للمصداقية. غير أن انعدام معايير مراجعة المعلومات غير المالية يشكل معوقاً كبيراً أمام تلك الجهود. وتبين دراسة استقصائية جرت في عام ٢٠٠٢^(٦٢) أن اختيار المحقق يتوقف على الجمهور المتلقي للتقارير. فتختار المؤسسات التي تستهدف من تقاريرها أصحاب الأسهم اللجوء إلى مكاتب المحاسبة الكبيرة. وعندما يكون أصحاب المصلحة هم الجمهور المقصود، تفضل المؤسسات اللجوء إلى خدمات مكاتب الاستشارات البيئية والاجتماعية، أو المنظمات غير الحكومية و"المشاهير" في ميدان الاستدامة. ويتوقف الاختيار بين التأييد المقدم من المشاهير والتحقق من خلال المكاتب الاستشارية المتخصصة على استعداد المؤسسة لإعادة النظر في فعالية عملياتها الإدارية وتعلم كيفية تغييرها. أما المراجعون التقليديون فيركزون على دقة البيانات وموثوقيتها، ويدرجون بنوداً لإبراء ذمتهم، ولعل ذلك بسبب مسؤوليتهم المهنية، ولكنهم لا يقدمون فرص التعلم نفسها التي تقدمها المكاتب الاستشارية المتخصصة. ومن ناحية أخرى، فإن منهجياتهم أكثر توحداً من تلك التي تتبعها المكاتب الاستشارية، كما أنهم يتمتعون بالمهارة في تقييم نظم الرقابة الداخلية.

ويحتاج المحققون إلى فهم العمليات التجارية فضلاً عن القضايا البيئية والاجتماعية، كما أنهم يتمتعون باستقلال حقيقي ويتبعون نهجاً متيناً متمسكاً بالشفافية، يتيح للمؤسسة التعلم مع الحصول على مصداقية من مصادر خارجية. ولا بد من وجود مبادئ توجيهية لإجراءات التحقق التي يتعين على الخبراء الخارجيين اتباعها، ومبادئ توجيهية بشأن إعداد التقارير.

استنتاجات

لا بد من أن تكون لدى الحكومات وراسمي السياسات القدرة على تقييم تأثير المؤسسات على المجتمع، لكي يمنحها تراخيص العمل، ولكي تضمن تحقيق مكاسب أكبر مما تكبده من تكاليف. وتتمثل أول خطوة في هذا الصدد في تحديد المعلومات المطلوبة وضمان الحصول على هذه المعلومات بطريقة منتظمة ومتسقة. وقد استعرض هذا التقرير مختلف العوامل التي تدفع بالمؤسسات إلى زيادة إدراج الشواغل الاجتماعية في عملياتها التجارية، والإبلاغ عن أدائها الاجتماعي. ولهذه القوى جذور راسخة، ومن المتوقع أن تستمر. ولذلك، بحث التقرير الوضع الراهن للإبلاغ الاجتماعي، فضلاً عن المبادرات الرئيسية التي اتخذها أصحاب المصلحة والمؤسسات لتحديد نموذج ملائم للإبلاغ. وإطار الإبلاغ المالي الراهن يضع في اعتباره أولاً الأحداث الاقتصادية التي تزيد أو تقلل من قيمة أصول المؤسسة وخصومها. وهو في هذا لا يضع في اعتباره أن قيمة أصول المؤسسة وخصومها تتأثر

FEE, "Discussion Paper Providing Assurance on Sustainability Reports", 2002. Available (٦١)
.from <http://www.fee.be/publications/main.htm>

Environmental Resources Management (ERM), "Corporate social reporting survey", 2002. (٦٢)
.http://www.erm.com/ERM/news.nsf/AllByID/8A88D6D0AA0451B880256C3900309CBD?OpenDocument

باطراد بعوامل متصلة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات. وعلى الرغم من وجود تحسن في ممارسة الإبلاغ الاجتماعي، لا تزال هناك قضايا رئيسية يتعين حلها، كالغرض من التقارير وإمكانية المقارنة بينها، وأهميتها النسبية، ووسائل الإبلاغ، والتحقق من البيانات المقدمة فيها. وقد بين هذا التقرير أن مبادرات أصحاب المصلحة والمؤسسات ليست هي التي تستطيع حل هذه القضايا، لينتهي الأمر بتوحيد الإبلاغ الاجتماعي.

ولتحقيق إمكانية المقارنة في كشف البيانات الاجتماعية على الصعيد الدولي، لا بد من تكوين توافق في الآراء على نطاق العالم بشأن نماذج الإبلاغ الاجتماعي ومحتوياتها. ويبدو أن الأمر يتطلب المزيد من العمل لتحسين إمكانية المقارنة ومدى الفائدة العائدة من المعلومات المقدمة في التقارير الاجتماعية. وبصفة خاصة، قد يكون من المفيد التركيز على مناقشات أخرى بشأن المجالين التاليين:

إن الجهود الحالية التي تبذلها الشركات لتلبية المطالب المتعددة بالحصول على معلومات تؤدي إلى زيادة في حجم المعلومات التي تقدمها المؤسسات، ومن ثم زيادة تكلفة الإبلاغ دون الوفاء بكامل احتياجات أصحاب المصلحة. فهل هناك حاجة إلى المزيد من الأعمال لتحديد أهم البنود النوعية القادرة على التعبير عن تأثير السياسات الاجتماعية التي تنتهجها المؤسسات؟

وهل هناك حاجة إلى إسهامات إضافية بشأن نماذج الإبلاغ الاجتماعي، وبخاصة من حيث توحيد محتوياتها وتحسين إمكانية المقارنة بين المعلومات؟

إن كانت تلك هي الحال، فما هو الدور الذي يستطيع الفريق الحكومي الدولي الاضطلاع به في عملية حل هذه القضايا؟

ثبت المراجع

- ActionAid (2003). "Unlimited companies: The developmental impacts of an investment agreement at the WTO". ActionAid, London, United Kingdom. Available at <http://www.actionaid.org/resources/pdfs/embargoed.pdf>.
- European Commission (2001). "Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility". Green Paper. Commission of the European Communities, Brussels. Available at http://europa.eu.int/comm/employment_social/news/2001/oct/socpolag/csr_communication.pdf.
- Fédération des Experts Comptables Européens (2002). "Discussion Paper Providing Assurance on Sustainability Reports". FEE, Brussels.
- Fox T, Ward H and Howard B (2002). "Public sector roles in strengthening corporate social responsibility: A baseline study". World Bank, Washington, D.C. Available at http://www.worldbank.org/privatesector/csr/doc/CSR_interior.pdf.
- Global Reporting Initiative (GRI) (2002). "Sustainability Reporting Guidelines". GRI, Boston. Available at <http://www.globalreporting.org/guidelines/2002.asp>.
- Gray R (1999). "The Social Accounting Project and Accounting Organizations and Society". Centre for Social and Environmental Accounting Research (CSEAR), Dundee, United Kingdom. Available at <http://www.gla.ac.uk/departments/accounting/csear/studentresources/index.html>.
- ____ (2000). "Current developments and trends in social and environmental auditing, reporting and attestation: A personal perspective". Centre for Social and Environmental Accounting Research (CSEAR), Dundee, United Kingdom.
- Gray R, Dey C, Owen D, Evans R and Zadek S (1997). "Struggling with the praxis of social accounting: Stakeholders, accountability, audits and procedures". Centre for Social and Environmental Accounting Research (CSEAR), Dundee, United Kingdom.
- International Labour Office (2003). "Information note on corporate social responsibility and international labour standards". ILO, Geneva, Switzerland.
- ____ (1998). "Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work". International Labour Organization, Geneva. Available at <http://www.ilo.org/public/english/standards/decl/declaration/text/index.htm>
- Kiernan M (2003). "Making SRI mainstream". Financial Times Fund Management (FTfm), 3 March 2003.
- KPMG (1997). "International Survey of Environmental Reporting 1996". EnTrust, the International Trust for Environmental Initiative, Malmö, Sweden.
- ____ (1999). "International Survey of Environmental Reporting 1999". KPMG Environmental Consulting, De Meern, Netherlands.
- ____ (2002). "International Survey of Corporate Sustainability Reporting 2002". KPMG Global Sustainability Services, De Meern, Netherlands.
- Nally D (2000). "Reinventing corporate reporting". PricewaterhouseCoopers. Available at <http://www.pwcglobal.com/extweb/pwcpublishings.nsf/DocID/68C877A15D2BF0508525692E00534393>
- OECD (1999a). "Corporate Responsibilities and the OECD Guidelines for MNEs". OECD, Paris. Available at <http://www.oecd.org/EN/documents/0,,EN-documents-126-3-no-9-no-126,00.html>

- ____ (1999b). "OECD Principles of Corporate Governance". OECD, Paris. Available at <http://www.oecd.org/EN/document/0,,EN-document-28-nodirectorate-no-15-8293-28,00.html>
- ____ (2000). "The OECD Guidelines for Multinational Enterprises". Revisions 2000. OECD, Paris. Available at <http://www.oecd.org/oecd/pages/home/displaygeneral/0,3380,EN-documents-93-3-no-15--no,00.html>
- ____ (2001a). "Codes of Corporate Conduct: A Review of Their Contents". Working paper on international investment no. 2001/6.
- ____. (2001b). "Making Codes of Corporate Conduct Work: Management Control Systems and Corporate Responsibility". OECD, Paris. Available at <http://www.oecd.org/dataoecd/45/29/1922806.pdf>
- Pearce J (2002). "Some contemporary issues in social accounting and audit". In *Social and Environmental Accounting*, vol. 22, no.1, Centre for Social and Environmental Accounting Research, Glasgow, United Kingdom.
- PriceWaterhouseCoopers (2002). "2002 Sustainability Survey Report". Available at <http://www.pwcglobal.com/Extweb/ncsurvres.nsf/docid/2567823C542ED55285256C86003921C4>
- Social Investment Fund Industry Research Program. (2001). "2001 report on socially responsible investing trend in the United States". Social Investment Forum Foundation and Social Investment Forum. Available at <http://www.socialinvest.org/areas/research/trends/2001-Trends.htm>
- SustainAbility/International Finance Corporation/Ethos Institute (2002). "Developing value: The business case for sustainability in emerging markets". SustainAbility Ltd, London.
- SustainAbility/UNEP (2002). "Trust Us: The Global Reporters 2002 Survey of Corporate Sustainability Reporting". SustainAbility Ltd, London.
- SustainAbility/UNEP/Business Case (2001). "Buried Treasure: Uncovering the Business Case for Corporate Sustainability". SustainAbility Ltd, London.
- United Nations Centre on Transnational Corporations (UNCTC) (1986). "The United Nations Code of Conduct on Transnational Corporations". United Nations, New York.
- UNCTAD (1999). "The Social Responsibility of Transnational Corporations". United Nations, Geneva.
- ____ 2002. "Transparency and Disclosure Requirements for Corporate Governance: Report by the Ad Hoc Consultative Group of Experts on Corporate Governance Disclosures". United Nations, Geneva. Available at <http://r0.unctad.org/isar/>
- United Nations Department of Economic and Social Affairs. 1974. "The Impact of Multinational Corporations on Development and on International Relations". United Nations, New York.
- Utting P and Jenkins R (2002). "Voluntary Approaches to Corporate Responsibility". NGLS/UNRISD Development Dossier. UN Non-Governmental Liaison Service, Geneva.
- Ward H (2003). "Legal Issues in Corporate Citizenship". For Globalt Ansvar – Swedish Partnership for Global Responsibility by International Institute for Environment and Development, London.
- Webley S and More E (2003). "Does Business Ethics Pay? Ethics and Financial Performance". Institute of Business Ethics, London.

إضافة إلى تقرير أمانة الأونكتاد

التذييل ١ : أمثلة على تعاريف المسؤولية الاجتماعية للشركات

شهد تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات تغيرات جوهرية على مر الزمن، ولا يزال يتطور مع تطور المجتمع وتوقعاته. ولا يوجد تعريف للمسؤولية الاجتماعية للشركات يحظى بقبول عالمي، كما لا يوجد توافق في الآراء بشأن قائمة نهائية للقضايا التي يشملها. ويُسلّم عادة بأن المسؤولية الاجتماعية للشركات ليست عملاً خبيراً من جانبها وليست امتثالاً مطلقاً للقانون. والقاسم المشترك بين أكثرية التعاريف هي أن المسؤولية الاجتماعية للشركات مفهوم تدرج. عموماً المؤسسات الشواغل الاجتماعية والبيئية في السياسات والأنشطة الخاصة بأعمالها التجارية، قصد تحسين أثرها في المجتمع. وترد في ما يلي أمثلة عن بعض التعاريف:

منظمات القطاع الخاص

الأعمال التجارية المراعية للمسؤولية الاجتماعية

"تمثل المسؤولية الاجتماعية للشركات في إدارتها للأعمال بطريقة تستوفي أو تتجاوز توقعات المجتمع الأخلاقية والقانونية والتجارية والعمومية في إدارة الأعمال. وتعتبر الشركات الرائدة أن المسؤولية الاجتماعية للشركات هي أكثر من مجموعة من الممارسات المنفردة أو الأعمال العرضية، أو المبادرات التي تبرزها علاقات السوق أو العلاقات القائمة مع الجمهور أو غيرها من فوائد الأعمال التجارية. بل تعتبر المسؤولية الاجتماعية للشركات مجموعة شاملة من السياسات والممارسات والبرامج التي تُدمج في جميع مراحل عمليات الأعمال التجارية ومراحل اتخاذ القرار التي تدعمها وتكافئها الإدارة العليا".

المجلس العالمي للأعمال من أجل التنمية المستدامة

"المسؤولية الاجتماعية للشركات هي التزام مؤسسات الأعمال المتواصل بالسلوك الأخلاقي وبالمساهمة في التنمية الاقتصادية وفي الوقت ذاته تحسين نوعية حياة القوى العاملة وأسرهم فضلاً عن المجتمعات المحلية والمجتمع عامة".

المنتدى الدولي لقادة الأعمال

"تعني المسؤولية الاجتماعية للشركات ممارسات الأعمال التجارية المتسمة بالانفتاح والشفافية والقائمة على مبادئ أخلاقية واحترام الموظفين والمجتمع والبيئة. وصُمِّمت تلك المسؤولية لإتاحة قيمة مستدامة للمجتمع عامة، إضافة إلى المساهمين".

الغرفة التجارية الدولية

"التزام مؤسسات الأعمال الطوعي بإدارة أنشطتها على نحو مسؤول".

المؤسسة Empresa

المسؤولية الاجتماعية للشركات "تشير عامة إلى ربط اتخاذ القرارات في مؤسسات الأعمال بالقيم الأخلاقية، وبالامتثال للاشتراطات القانونية، وباحترام الأشخاص والمجتمعات المحلية والبيئة".

المنظمات الدولية

منظمة الأمم المتحدة

لا تضيف منظمة الأمم المتحدة تعريفاً آخر إلى التعاريف العديدة القائمة للمسؤولية الاجتماعية للشركات، غير أنها توسع المفهوم باستخدام عبارة "تحلي الشركات بروح المواطنة العالمية"، التي تغطي كلاً من حقوق ومسؤوليات الشركات عبر الوطنية في السياق الدولي. وبإمكان الشركات عبر الوطنية أن تظهر "تحليها بروح المواطنة الصالحة عن طريق اعتناق واستصدار عدد من القيم والمبادئ المتفق عليها عالمياً في ممارسات فرادى الشركات وفي دعم السياسات العامة الملائمة على السواء" في مجالات حقوق الإنسان، وفي ظروف العمل وحماية البيئة.

معهد الأمم المتحدة لبحوث التنمية الاجتماعية

يسعى معهد الأمم المتحدة لبحوث التنمية الاجتماعية لتوضيح معنى المسؤولية الاجتماعية للشركات بالاستشهاد بعدد من الجامعيين: المسؤولية الاجتماعية للشركات "... هي السلوك الأخلاقي لشركة ما تجاه المجتمع. [وتشمل] سلوك الإدارة المسؤول في تعاملها مع الأطراف المعنية التي لها مصلحة شرعية في مؤسسة الأعمال - وليس مجرد حاملي الأسهم"^(١). وقد يغطي المفهوم أيضاً القيم المرتبطة بحماية البيئة. وفي الوقت الذي يُستخدم فيه مفهوم المسؤولية في كثير من الأحيان بمعناه الواسع، فإنه ينحصر في معناه الضيق بمجال الأخلاق والمبادئ، وليس بأعمال أو نتائج ملموسة. ولذلك، ثمة اهتمام واسع بمفهوم الأداء الاجتماعي للشركات، الذي لا يشمل مبادئ حفز المهتم فقط بل كذلك العمليات (مثل تكييف نظم الإدارة والتكنولوجيات)، والنتائج أو الآثار الملموسة في أصحاب المصلحة^(٢).

البنك الدولي

"المسؤولية الاجتماعية للشركات هي التزام قطاع الأعمال بالإسهام في التنمية الاقتصادية المستدامة، وبالعمل مع الموظفين، وأسرهم، والمجتمع المحلي والمجتمع عامة من أجل تحسين نوعية حياتهم، بأساليب تفيدهم قطاع الأعمال والتنمية على السواء".

Schmidheiny S R Chase and DeSimone L (1997). *Signals of Change: Business Progress towards Sustainable Development*, World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), Geneva, 1997. (١)

Hopkins M (1997). Defining indicators to assess socially responsible enterprises, *Futures*, 29:7, pp. 581-603. Wood, D.J. (1991). Social issues in management: Theory and research in corporate social performance, *Journal of Management*, Vol. 17, pp. 383-406. (٢)

المنتدى الاقتصادي العالمي

"يمكن تعريف تحلي الشركات بروح المواطنة بأنه إسهام هذه الشركات في المجتمع عن طريق أنشطة أعمالها الأساسية، وبرامج استثماراتها الاجتماعية والخيرية، وعملها في مجال السياسات العامة. ويتحدد أثر الشركة بالطريقة التي تدير بها هذه الشركة علاقاتها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، فضلاً عن علاقاتها مع أصحاب المصلحة، وبخاصة حاملو الأسهم، والموظفون، والزبائن، وشركاء الأعمال، والحكومات، والمجتمعات المحلية".

منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي

"تشمل مسؤولية الشركات فعالية الأعمال الملائمة التي تطورها مع المجتمعات التي تعمل فيها. ويتعلق العنصر الأساسي لمسؤولية الشركات بأنشطة الأعمال ذاتها".

منظمات المجتمع المدني

مركز تحلي الشركات بروح المواطنة في كلية بوسطن

"يشير مصطلح تحلي الشركات بروح المواطنة إلى الطريقة التي تُدمج بها الشركات القيم الاجتماعية الأساسية في ممارسات الأعمال التجارية اليومية وعملياتها وسياساتها. وتدرك الشركة التي تتحلى بروح المواطنة أن نجاحها يرتبط بصحة المجتمع ورفاهه. وعليه، تراعي الشركة أثرها في أصحاب المصلحة، بما يشمل الموظفين والزبائن والمجتمعات المحلية والموردين والبيئة الطبيعية".

فرقة العمل المعنية بالكائنات وبمسؤولية الشركات

للشركات المسؤولية اجتماعياً "مصلحة في كفاءة معاملة الموظفين معاملة لائقة، وكسبهم أجوراً عادلة ومنصفة، والعمل في ظل ظروف آمنة". ويجب عليها "تحمل مسؤولياتها بجد والمشاركة في تصميم أداء المسؤولية الاجتماعية وتنفيذه ورصده".

رابطة السياسة العامة الوطنية

"لا تنحصر مسؤولية الشركات بالسلوك الأخلاقي وبممارسات المحاسبة فقط، بل تشمل أيضاً السلوك الذي تعتمد عليه الشركات تجاه أصحاب المصلحة وحاملي أسهمها على السواء".

منظمة العفو الدولية

"الأطراف الفاعلة الاقتصادية - سواء كانت شركات أو مؤسسات مالية دولية - مسؤولة عن أثر أنشطتها في حقوق الإنسان". وتعتبر منظمة العفو الدولية أن من مسؤولية الشركات "مراعاة أثر جميع جوانب عملياتها في حقوق الإنسان؛ ومنع انتهاكات حقوق الإنسان ضمن مجال نفوذها وفي عملياتها؛ واستخدام نفوذها المشروع لدعم حقوق الإنسان في جميع البلدان التي تعمل فيها".

التذييل ٢: أمثلة على المبادرات الدولية الرئيسية للمسؤولية الاجتماعية للشركات

مجموعة الأمم المتحدة للمبادئ والقواعد المنصفة المتفق عليها اتفاقاً متعدد الأطراف من أجل مكافحة الممارسات التجارية التمييزية. تتضمن هذه المجموعة من المبادئ، التي اعتمدها الجمعية العامة للأمم المتحدة في عام ١٩٨٠، في أهدافها حماية الرفاه الاجتماعي والنهوض به، وبخاصة رفاه المستهلكين في البلدان المتقدمة والبلدان النامية، وتحقيق أكبر قدر ممكن من منافع التجارة الدولية لتنمية البلدان النامية. وتتناول المجموعة المؤسسات مباشرة في فصلها المعني بـ "المبادئ والقواعد المنطبقة على المؤسسات بما فيها الشركات عبر الوطنية"، حيث تشدد على أهمية الامتثال لقواعد المنافسة، وتطلب من المؤسسات الإفصاح عن أية معلومات تتعلق بترتيبات تمييزية، والامتناع عن الممارسات التجارية التمييزية وسوء استخدام المركز المهيمن.

القواعد المتعلقة بمسؤوليات الشركات عبر الوطنية وغيرها من مؤسسات الأعمال في مجال حقوق الإنسان الصادرة عن اللجنة الفرعية لتعزيز وحماية حقوق الإنسان التابعة للأمم المتحدة^(٣). وتتضمن هذه الحقوق ما يلي: تكافؤ الفرص، وعدم التمييز، والأمن، وحقوق العمال، واحترام السيادة الوطنية وحقوق الإنسان، وحماية المستهلك، وحماية البيئة. وترافق القواعد أحكاماً عامة لتنفيذها. وتشمل اعتماد ونشر وتنفيذ قواعد العمل الداخلية وفقاً للمسؤوليات في مجال حقوق الإنسان؛ وإدماج تلك المسؤوليات في العقود التي ترمم مع شركاء الأعمال؛ وقيام المؤسسات بعمليات تقييم دورية لأثر تلك الأنشطة في حقوق الإنسان؛ وتعويض المتضررين في حالة عدم الالتزام بتلك المسؤوليات؛ وقيام الآليات الوطنية و/أو الدولية و/أو الحكومية و/أو غير الحكومية بالرصد المستقل لامتثال الشركات لمسؤولياتها في مجال حقوق الإنسان. وسيناقش مشروع القواعد في تموز/يوليه وآب/أغسطس ٢٠٠٣.

مبادئ منظمة العمل الدولية بخصوص المنشآت المتعددة الجنسيات - اتفقت هيئة اتخاذ القرار الثلاثية التابعة لمنظمة العمل الدولية، التي تمثل الحكومات ومنظمات العمال ومنظمات أصحاب العمل، على إعلان المبادئ الثلاثي بشأن المنشآت المتعددة الجنسيات والسياسة الاجتماعية^(٤)، الذي يهدف إلى وضع قواعد عمالة لمؤسسات الأعمال. ويغطي الإعلان قضايا العمالة مثل عدم التمييز، والأمن الوظيفي، والتدريب، والأجور، والاستحقاقات وظروف العمل، والصحة والسلامة، وحرية تكوين الجمعيات وحق التنظيم. كما يدعو الإعلان أصحاب العمل إلى احترام اتفاقات حقوق الإنسان الدولية المحددة. والإعلان موجه إلى العمال والنقابات والحكومات ومؤسسات الأعمال. وتجري منظمة العمل الدولية، كل ثلاث سنوات، دراسة استقصائية للوقوف على درجة تنفيذ الإعلان على الصعيد الوطني. وتعرض الدراسة لبعض النقد. ذلك أن المنهجية تشكو من ضعف التصميم ولا يتضمن التحليل بيانات إحصائية تمكن من مقارنة الاتجاهات على مر الزمن، ويسعى التقرير على ما يبدو لإقامة توازن بين الآراء المتعارضة للعناصر الثلاثة بشأن احترام الإعلان في مختلف البلدان. وتسعى منظمة العمل الدولية في الوقت الراهن لمواجهة هذه القضايا باعتماد استبيانات إضافية وأكثر تفصيلاً للشركات عبر الوطنية واتحادات النقابات العالمية، وبتقليص تواتر الدراسة الاستقصائية للتمكن من إجراء استقصاءات ودراسات وطنية أكثر تعمقاً.

(٣) <http://www1.umn.edu/humanrts/links/NormsApril2003.html>

(٤) <http://www.ilo.org/public/english/employment/multi/index.htm>

مبادئ إدارة الشركات الصادرة عن منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي. تضطلع منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي بدور بارز في تعزيز إدارة الشركات على نحو سليم. ففي عام ١٩٩٩، أصدرت المنظمة مجموعة منقحة من المبادئ المتفق عليها دولياً لإدارة الشركات^(٥)، تعرض مفهوم مسؤوليات الشركات نحو أصحاب المصلحة فضلاً عن حاملها أسهمها. والمبادئ غير ملزمة.

مبادئ منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي التوجيهية للمنشآت المتعددة الجنسيات. وافقت بلدان منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي أيضاً، في عام ١٩٧٦، على مجموعة من المبادئ التوجيهية للمنشآت المتعددة الجنسيات^(٦)، نُقِّحت أخيراً في عام ٢٠٠٠ وصادق عليها ٣٦ بلداً^(٧). ومجموعة المبادئ هذه هي أشمل مجموعة مبادئ توجيهية تُعتمد اعتماداً متعدد الأطراف، وهي تغطي الكشف عن المعلومات، والعمالة، والعلاقات الصناعية، والبيئة، والرشوة، ومصالح المستهلكين، والعلم والتكنولوجيا، والقدرة على المنافسة، والضرائب. ويرافق المبادئ التوجيهية إجراء تنفيذ، إلى جانب عناوين جهات الاتصال الوطنية في كل بلد أقر الإعلان، يمكن من خلالها إيداع الشكاوى وتسوية المنازعات بين المنشآت وغيرها من الأطراف. غير أنه كثيراً ما تتعرض المبادئ التوجيهية للنقد بسبب عدم وضوحها الكافي في مجال التنفيذ والأطراف التي يمكنها أن تتقدم بالشكاوى وكيفية القيام بذلك. وتنظر منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي في الوقت الراهن في مبادرات أخرى ذات صلة، بما فيها اتفاقية منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي لمكافحة الرشوة والمبادئ التوجيهية لحماية المستهلك في سياق التجارة الإلكترونية.

اتفاق الأمم المتحدة العالمي. يسعى الاتفاق العالمي، وهو مبادرة تقدم بها الأمين العام للأمم المتحدة كوفي عنان، للنهوض بالتنمية وذلك بمطالبة المؤسسات بالتقيد بتسعة مبادئ تتصل بحماية البيئة، وحقوق الإنسان، ومعايير العمل في إدارة أعمالها^(٨). واستُقيمت تلك المبادئ من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، ومبادئ العمل الأساسية لمنظمة العمل الدولية، ومبادئ ريو بشأن البيئة والتنمية. ويشمل الاتفاق شبكة من وكالات الأمم المتحدة، والمنشآت، ورابطات الأعمال، ومنظمات المجتمع المدني. وتطالب الشركات باحترام وتنفيذ المبادئ، ومد مكتب الاتفاق العالمي بتقارير عن أفضل الممارسات التي تتصل بتلك المبادئ، وبالمشاركة في مشاريع مع وكالات الأمم المتحدة ومنظمات المجتمع المدني في البلدان النامية. ومنذ كانون الثاني/يناير ٢٠٠٣، طُلب من ٧٠٠ شركة تشارك في الاتفاق العالمي أن تنص في تقريرها السنوي على ما أُنجزته في مجال احترام جميع المبادئ التسعة. غير أنه ترك شكل الكشف وطريقته لاجتهاد كل شركة.

(٥) <http://www.oecd.org/pdf/M00008000/M00008299.pdf>

(٦) منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، "إعلان وقرارات منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي بشأن الاستثمار الدولي والمنشآت متعددة الجنسيات: النصوص الأساسية"، ٢٠٠٠.

(٧) الأرجنتين، إسبانيا، أستراليا، إستونيا، ألمانيا، آيرلندا، آيسلندا، إيطاليا، البرازيل، البرتغال، بلجيكا، بولندا، تركيا، الجمهورية التشيكية، جمهورية كوريا، الدانمرك، سلوفاكيا، سلوفينيا، السويد، سويسرا، شيلي، فرنسا، فنلندا، كندا، لكسمبرغ، ليتوانيا، المكسيك، المملكة المتحدة لبريطانيا العظمى وآيرلندا الشمالية، النرويج، النمسا، نيوزيلندا، هنغاريا، هولندا، الولايات المتحدة الأمريكية، اليابان، اليونان.

(٨) <http://www.unglobalcompact.org/Portal/>

منتدى الاتحاد الأوروبي لأصحاب المصلحة المتعددين المعني بالمسؤولية الاجتماعية للشركات. منذ منتصف التسعينات، دعا البرلمان الأوروبي في مناسبات عديدة إلى اعتماد مدونات سلوك للشركات الأوروبية المتعددة الجنسيات العاملة في البلدان النامية. وفي إطار متابعة مؤتمر قمة المجلس الأوروبي المعقود في لشبونة في عام ٢٠٠٠، أصدرت المفوضية الأوروبية كتاباً أحضر في عام ٢٠٠١، شكّل بداية مناقشة مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات وسعى لتحديد كيفية بناء شراكة لإقامة إطار عمل أوروبي للنهوض بالمسؤولية الاجتماعية للشركات^(٩). وأصدرت المفوضية بلاغاً في تموز/يوليه ٢٠٠٢^(١٠)، يشكل أساس استراتيجية أوروبية بشأن المسؤولية الاجتماعية للشركات. وتوصي الاستراتيجية "باتباع نهج متوازن وواسع النطاق تجاه المسؤولية الاجتماعية للشركات، بما يشمل القضايا الاقتصادية والاجتماعية والبيئية فضلاً عن مصالح المستهلكين". وتكمن نية المفوضية في تركيز استراتيجيتها لا في أوروبا فقط بل كذلك في البلدان النامية. وعقب هذا البلاغ، أنشئ منتدى أوروبي لأصحاب المصلحة المتعددين يُعنى بالمسؤولية الاجتماعية للشركات في ١٦ تشرين الأول/أكتوبر ٢٠٠٢ وسيواصل عمله حتى منتصف عام ٢٠٠٤^(١١). وستكون مساهمته الرئيسية إعداد تقرير يقدم إلى المفوضية، ويتضمن نتائج وتوصيات باتخاذ تدابير جديدة. وللأهمية التي أولاها البرلمان الأوروبي للمسؤولية الاجتماعية للشركات وللإستراتيجية التي وضعتها المفوضية أثر مجازة محتمل لدى البلدان الأوروبية. ويرجح أن يزيد عدد الخطط، مثل المخطط البلجيكي لوضع العلامات الاجتماعية، إضافة إلى متطلبات للإبلاغ عن الأداء تركز أكثر على الجوانب الاجتماعية على الصعيد الوطني.

التذييل ٣: أمثلة على أشكال الإبلاغ

من أجل توضيح تنوع أشكال الإبلاغ، قارنّا ثلاثة أمثلة عن آخر التقارير الاجتماعية التي أصدرتها شركات شل، وبريتيش بتروليوم، والمصرف التعاوني Cooperative Bank. ويعود سبب اختيار التقريرين الأولين إلى أن شركات النفط كانت من بين الشركات الأولى التي بادرت إلى الإبلاغ عن أدائها البيئي والاجتماعي، وتمتع بالتالي بسنوات عديدة من الخبرة. وصنّفت تقاريرها أيضاً من بين أفضل التقارير الاجتماعية في العديد من الدراسات الاستقصائية^(١٢) وبيّن تقريراً هاتين الشركتين تنوع أشكال الإبلاغ الذي يمكن أن يوجد في إطار نفس القطاع الصناعي. واختيرت المؤسسة الثالثة لتمكينها من المقارنة بين قطاعين مختلفين، ولأن تقريرها اعتُبر أفضل تقرير اجتماعي في الدراسات الاستقصائية ذاتها أسوة بالمؤسستين الأخرين.

European Commission, "Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility", 2001 (٩)

European Commission, "Corporate Social Responsibility: A business contribution to Sustainable Development", 2002 (١٠)

<http://europa.eu.int/comm/enterprise/csr/forum.htm> (١١)

SustainAbility صنفت رابطة المحاسبين القانونيين شل أفضل ثاني شركة مبلغة عن الاستدامة وصنفتها هيئة SustainAbility أفضل سبع شركة مبلغة. أما شركة بريتيش بتروليوم فقد صنفتها هيئة SustainAbility أفضل سبع شركة مبلغة. (١٢) سادسة في عام ٢٠٠٢.

ويتمحور "تقرير شل لعام ٢٠٠٢" حول ما يلي:

عدد الصفحات	الفروع
(من أصل ما مجموعه ٥١ صفحة)	
١	صفحة المحتويات والصلات بمعلومات إضافية؛
١	مقدمة
١	رسالة من مدير الشركة يؤكد التزامها بالتنمية المستدامة
٢	موجز للأداء الاقتصادي والبيئي والاجتماعي للسنة الماضية إلى جانب استعراض أهم الإنجازات والمشاكل ذات الصلة
٦	فرع "بخصوص شل" يتضمن بياناً لاستراتيجية الشركة وقيمتها، ووصفاً لنظم الإدارة السائدة لإدماج قضايا الاستدامة في عمليات الشركة، ووصفاً لحسن إدارة الشركة، وتوضيحاً للقياسات والضمانات الخارجية المستخدمة في التقرير
٤	بيان من مدير برنامج الأمم المتحدة الإنمائي عن رؤيته لـ "تحدي الطاقة"، يرافقه رد شل على هذا التحدي
٢٦	وصف لأداء الشركة الاقتصادي والبيئي والاجتماعي باستخدام مؤشرات الأداء الأساسية لشل
١	فرع الضمانات إلى جانب رسالة من مراجعي الحسابات - KPMG و PricewaterhouseCoopers - وتقريرهم
١	أساس الإبلاغ
٣	جدول البيانات ويتضمن أرقاماً عن الأداء الاقتصادي والبيئي والاجتماعي خلال ست سنوات
١	بيان بمبادئ شل في مجال الأعمال
١	تفاصيل عن الجهة التي يمكن الاتصال بها والمنشورات

ويعرّف تقرير بريتيش بتروليوم المعني بـ "الاستعراض البيئي والاجتماعي لعام ٢٠٠٢" في البداية ما يتضمنه الأداء البيئي والاجتماعي. ويشمل ما يلي:

عدد الصفحات	الفروع
(من أصل ما مجموعه ٣٤ صفحة)	
١	صفحة المحتويات ودليل شكل ومبادئ الإبلاغ المتبعة لدى بريتيش بتروليوم
١	بيان المسؤول التنفيذي الأول للمجموعة الذي يربط الأداء المالي بالأداء البيئي والاجتماعي، ويسلط الضوء على أهم إنجازات بريتيش بتروليوم ويحمل محتوى التقرير
٤	استعراض السنة الماضية، بما فيه الإنجازات الأساسية والتحديات الكبرى المواجهة
٤	بيان سياسات الشركة فيما يتعلق بالمبادئ الأخلاقية، وبالموظفين، وبالعلاقات مع أصحاب المصلحة، وبالصحة والسلامة
٤	فرع يصف الفوائد التي جلبتها بريتيش بتروليوم للمجتمع
٦	وصف القضايا التي تواجهها الشركة حول العالم
٦	اختيار معلومات منشورة في التقارير المحلية
٤	فرع الأداء، بما فيه قضايا السلامة، والبيئة، وأخلاق الأعمال، والموظفين والقضايا الاجتماعية
٢	بيان الضمانات الذي أعدته شركة Ernst & Young
١	إشارة إلى موقع الشركة على الشبكة العالمية، حيث يمكن الاطلاع على معلومات إضافية
١	مفصلة عن الأداء
١	تفاصيل عن الجهة التي يمكن الاتصال بها

ويشمل "تقرير الشراكة لعام ٢٠٠٠" الصادر عن المصرف التعاوني (Co-operative Bank) ما يلي:

عدد الصفحات	الفروع
(من أصل ما مجموعه ١٠٢ صفحات)	
١	قائمة بمختلف الجوائز والثناءات الاجتماعية والأخلاقية والبيئية التي تلقتها الشركة في عام ٢٠٠٢
١	صفحة المحتويات
٦	بيان المسؤول التنفيذي الأول
٣	استعراض الأداء، بما فيه بيانات عن توفير نواتج قيمة، والمسؤولية الاجتماعية، والاستدامة الإيكولوجية خلال فترات زمنية تتراوح بين عامين و٦ أعوام حسب المؤشر
٦	معلومات أساسية ومنظور تاريخي لـ "هجم الشراكة" الذي تتبعه الشركة
٢	وصف أصحاب المصلحة في الشركة وأولوياتهم وتدابير الأداء المستخدمة
٥	دليل بالرموز والمؤشرات المستخدمة في التقرير
١٨	الأداء في مجال توفير نواتج قيمة
١٩	أداء المسؤولية الاجتماعية
١٩	أداء الاستدامة الإيكولوجية
٦	استعراض الحملات التي شاركت فيها الشركة
٥	بيان مراجع الحسابات قدمته "Ethics etc..."، وتقييم توفير النواتج القيمة قدمته "Tomorrow's Enterprise"، وتقييم المسؤولية الاجتماعية قدمته "Business in the Community"، وتقييم الاستدامة الإيكولوجية قدمته "The Natural Step UK"
١	الجوائز والثناءات الاجتماعية والأخلاقية والبيئية التي تلقتها الشركة خلال الفترة كانون الثاني/يناير - نيسان/أبريل ٢٠٠٣

التذييل ٤: معلومات إضافية بشأن الحالة الراهنة للإبلاغ عن الاستدامة

الاتجاهات

تظهر الدراسات الاستقصائية للمبلغين التي أجرتها كبرى شركات الحاسبة والخدمات الاستشارية زيادة في الإبلاغ الثلاثي الأساسي عن الاستدامة (ويشمل القضايا الاقتصادية والاجتماعية والبيئية) ولا يزال الإبلاغ عن القضايا البيئية يحتل نطاقاً أوسع من قضايا الاستدامة الأخرى. وتبرز الدراسة الاستقصائية لهيئة KPMG التي شملت أول ٢٥٠ شركة في العالم مصنفة حسب عائداتها^(١٣) (GFT250) أن ٤٥ في المائة منها نشرت تقرير استدامة منفصلاً في عام ٢٠٠٢ مقارنة بـ ٣٥ في المائة في عام ١٩٩٩. وبالنسبة إلى الدراسة الاستقصائية التي غطت أول ١٠٠ شركة في ١٩ بلداً، بلغت هاتان النسبتان ٢٨ في المائة و ٢٤ في المائة على التوالي.

(١٣) أول ٢٥٠ شركة في العالم بحسب تصنيف "فورتشن" (Fortune).

ورغم أن الإبلاغ عن الصحة والسلامة والبيئة لا يزال يشكل أبرز فئات الإبلاغ لدى أثنى ٢٥٠ شركة في العالم (GFT250) (٧٣ في المائة)، فإن فئات أخرى من الإبلاغ أخذت تظهر، بما في ذلك تقارير هيئة TLB (١٤ في المائة)، والتقارير البيئية والاجتماعية مجتمعة (١٠ في المائة)، والتقارير الاجتماعية والتقارير الاجتماعية والمالية مجتمعة (٣ في المائة). ويتجلى هذا الاتجاه في الدراسة الاستقصائية التي تناولت أول ١٠٠ شركة، والتي يتبين منها أن هذه الشركات تدمج بصفة متزايدة القضايا الاقتصادية والاجتماعية في تقاريرها التي تتناول جوانب الصحة والسلامة والبيئة^(١٤). وتشمل القضايا الاجتماعية التي يتزايد التركيز عليها مشاركة المجتمعات المحلية، وتكافؤ الفرص، وتنوع القوى العاملة، وحقوق الإنسان، والعلاقات مع الموردّين، وعمالة الأطفال، وحرية تكوين الجمعيات، والممارسات التجارية التريهة.

وتجنىح معدلات الإبلاغ إلى الارتفاع في البلدان التي توجد فيها شركات كبيرة. وفي الدراسات الاستقصائية، تحتل الولايات المتحدة والمملكة المتحدة وألمانيا واليابان باستمرار مراتب البلدان الخمسة الأولى التي تصدر أكبر عدد من تقارير الاستدامة.

إبلاغ الشركات حسب البلد

KPMG Top 100	KPMG GFT250	CorporateRegister.com	
اليابان	الولايات المتحدة	المملكة المتحدة	١
المملكة المتحدة	اليابان	ألمانيا	٢
الولايات المتحدة	ألمانيا	الولايات المتحدة	٣
هولندا	المملكة المتحدة	اليابان	٤
ألمانيا	فرنسا	أستراليا	٥

وتكتسي نتيجة أول ١٠٠ شركة أهمية خاصة نظراً إلى أنها تقارن بين نفس عدد الشركات في كل بلد. ولليابان في هذه الدراسة الاستقصائية أعلى حصة إلى حدّ بعيد من الشركات التي تصدر تقارير منفصلة.

معدلات الإبلاغ عن الاستدامة حسب البلد

اليابان	٪٧٢
المملكة المتحدة	٪٤٩
الولايات المتحدة	٪٣٦
هولندا	٪٣٥
ألمانيا	٪٣٢

المصدر: KPMG Top 100.

لم تعد ممارسات الإبلاغ عن الاستدامة تقتصر على قطاعات ذات أثر بيئي بالغ في البلدان الغربية: بل هي تغطي أيضاً القطاعات غير الصناعية، ومناطق أخرى. وتثبت الدراسة الاستقصائية لأول ٢٥٠ شركة في العالم الصادرة عن KPMG أن أكبر زيادة في معدلات الإبلاغ توجد في قطاعات الأغذية والمشروبات (+٣٠ في المائة)، والاتصالات ووسائل الإعلام (+٢١ في المائة)، والنقل (+٢٠ في المائة)، والمرافق العامة (+١٨ في المائة). غير أنه لا يزال لقطاعات المواد الكيماوية والتركيبية، والحراجة والورق، والنفط والغاز بعض من أعلى معدلات الإبلاغ عن الاستدامة في جميع الدراسات الاستقصائية.

إبلاغ الشركات حسب القطاع

KPMG Top 100	KPMG GFT250	CorporateRegister.com	
المرافق العامة	التعدين	المواد الكيماوية	١
الاتصالات ووسائل الإعلام	الحراجة، واللباب والورق	الكهرباء	٢
المواد الكيماوية والتركيبية	المواد الكيماوية والتركيبية	النفط والغاز	٣
الحراجة، واللباب والورق	النقل	النقل	٤
النفط والغاز	المواد الصيدلانية	الحراجة والورق	٥

المحتوى

تُقرّر جميع الدراسات الاستقصائية بأن محتوى ونوعية تقارير الاستدامة يختلفان اختلافاً هاماً. وعادة ما يُحلّل المحتوى من حيث القضايا البيئية والاقتصادية والاجتماعية.

الأداء البيئي

تتضمن القضايا البيئية ما تخلفه عمليات الإنتاج والمنتجات والخدمات من آثار في الجو والأرض والتنوع البيئي والصحة البشرية.

الأداء الاقتصادي

يغطي الإبلاغ عن الأداء الاقتصادي الأجرور والاستحقاقات، والإنتاجية، وخلق فرص العمل، ونفقات الاستعانة بمصادر خارجية، واستثمارات البحث والتطوير، والاستثمارات في التدريب وغيرها من أشكال رأس المال البشري.

الأداء الاجتماعي

تتضمن القضايا الاجتماعية عادة مواضيع الإبلاغ التقليدية مثل الصحة والسلامة في موقع العمل، ورضى الموظفين والنشاطات الخيرية التي تقوم بها الشركة، فضلاً عن مواضيع خارجية مثل العمالة وحقوق الإنسان، وتنوع القوى العاملة والعلاقات مع الموردين. ويبين الجدول التالي أن مواضيع الإبلاغ التقليدية لا تزال متقدمة على المواضيع الأحدث.

المواضيع الاجتماعية التي تناولتها تقارير GFT250

النسبة المئوية	المواضيع
٩٧	مشاركة المجتمع المحلي
٩١	الصحة والسلامة
٨٨	تكافؤ الفرص/تنوع القوى العاملة
٦٧	رضى الموظفين
٥٥	حقوق الإنسان
٣٩	العلاقات مع الموردين
٣٦	عمالة الأطفال
٢٧	حرية تكوين الجمعيات
١٨	الممارسات التجارية التزيهة/التنمية الدولية
١٥	الفساد

المصدر: KPMG.

تشير هيئة PwC إلى أن القواعد في هذا المجال تتطور، وإلى أن الأدوات والقياسات تتباين حسب الموقع الجغرافي والصناعة.

وتبين الدراسة الاستقصائية التي أجرتها PwC لـ ١٤٠ شركة كبيرة في الولايات المتحدة^(١٥) أن الشركات تسعى جاهدة لتعريف معنى الاستدامة في أعمالها التجارية وترجمة الاستدامة إلى قواعد قابلة للقياس. وعموماً، فإن القدرة على التطوير واستخدام قياسات ملموسة لإثبات التحسينات المستدامة هي أقل بكثير في مجالات الأداء الاجتماعي والبيئي منها في مجال الأداء الاقتصادي^(١٦).

وأجرت هيئة SustainAbility تقييماً لنوعية ١٠٠ تقرير عن الاستدامة وعن المسؤولية الاجتماعية للشركات في جميع أنحاء العالم وخلصت إلى أنه بالرغم من أن متوسط عدد الصفحات قد ارتفع بنسبة ٤٥ في المائة، فإن نوعية التقارير لم تتحسن عن مستوى نوعيتها في عام ٢٠٠٠^(١٧).

وشرعت الشركات في استحداث مجموعات من المؤشرات الاجتماعية للتمكن من قياس أدائها الاجتماعي ووضع أهداف. ويرتب الجدول التالي مؤشرات الأداء الاجتماعي الخمسة الأولى التي تستخدمها أول ٢٥٠ شركة في العالم. أما القضايا الاجتماعية التي يصعب فيها وضع مقياس أداء مُحكم فيظل الإبلاغ عنها نوعياً.

(١٥) PricewaterhouseCoopers, "Sustainability Survey Report", 2002

(١٦) PricewaterhouseCoopers, "Management Barometer Survey", September 2002

(١٧) SustainAbility, "Trust Us", 2002

مؤشرات الأداء الاجتماعي الخمسة الأولى

النسبة المئوية	المواضيع
٧٦	تواتر الحوادث/الإصابات
٤٨	الإنفاق لصالح المجتمعات المحلية
٤٢	نسبة النساء في صفوف الموظفين/الإدارة
٢٧	تنوع الموظفين
١٢	تنوع الموردين

المصدر: KPMG GFT250.

المحتويات الأخرى

تُبلغ الشركات بصفة متزايدة عن الحوار مع أصحاب المصلحة وذلك بإدماج بياناتهم، والدراسات الاستقصائية للموظفين وأفرقة المجتمعات المحلية والمنتديات. وعندما يشار إلى أصحاب المصلحة تحديداً، فإن ذلك يشمل أساساً العاملين والزبائن وأصحاب الأسهم والمجتمع عامة/المجتمع المحلي. ويُشار أيضاً إلى مدونات السلوك. أما الشراكات مع المنظمات غير الحكومية فيشار إليها بمعدل (٤٠ في المائة) يقارب معدل الإشارة إلى الشراكات مع مؤسسات الأعمال التجارية الأخرى (٥٦ في المائة).

التحقق

رغم عدم وجود قواعد مقبولة دولياً لتقديم ضمانات بشأن التقارير الاجتماعية والبيئية، قامت جهات ثالثة بالتحقق من عدد هام من التقارير في عام ٢٠٠٢:٢٩ في المائة في حالة تصنيف أول ٢٥٠ شركة في العالم (GFT250) و٢٧ في المائة في حالة تصنيف أول ١٠٠ شركة في ١٩ بلداً (Top 100 companies). وقامت بعملية التحقق شركة محاسبة كبيرة في ٦٥ في المائة من الحالات.

التذييل ٥: مواقع مفيدة على الشبكة العالمية

Organization	Website address
1 Active Citizenship Network	http://www.activecitizenship.net
2 Amnesty International	http://www.amnesty.org
3 Business and Sustainable Development	http://www.bsdglobal.com/issues/reporting.asp
4 Business for Social Responsibility	http://www.bsr.org
5 Business Impact	http://www.business-impact.org/bi2/front/index.cfm
6 Business in the Community	http://www.bitc.org.uk
7 California Global Corporate Accountability Project	http://www.nutilus.org/cap/index.html
8 Calvert Group	http://www.calvert.com/sri.html
9 Caux Round Table	http://www.cauxroundtable.org
10 Center for Corporate Citizenship at Boston College	http://www.bc.edu/centers/ccc/index.html
11 Center for Ethical Business Culture	http://www.cebcglobal.org

	Organization	Website address
12	Centre for Innovation in Corporate Responsibility	http://www.cicr.net/
13	Centre for Science and Environment	http://www.cseindia.org/
14	Centre for Social and Environmental Accounting Research	http://www.gla.ac.uk/departments/accounting/csear/
15	Centre of Research on Multinational Corporations	http://www.somo.nl/index_eng.html
16	Clean Clothes Campaign	http://www.cleanclothes.org/
17	Coalition for Environmentally Responsible Economies	http://www.ceres.org
18	Conference Board	http://www.conference-board.org/knowledge/citizenship.cfm
19	Corporate Watch	http://www.corpwatch.org/
20	Covalence S.A.	http://www.covalence.ch/
21	CSR Europe	http://www.csreurope.org
22	Domini Social Investments	http://www.domini.com
23	Dow Jones	http://www.sustainability-indexes.com
24	Ecumenical Council for Corporate Responsibility	http://www.eccr.org.uk/
25	Empresa	http://www.empresa.org/english/
26	Ethical Investment Research Service	http://www.eiris.org
27	Ethical Trading Initiative	http://www.ethicaltrade.org
28	EU CSR website	http://europa.eu.int/comm/employment_social/soc-dial/csr/csr_index.htm
29	European Federation of Accountants	http://www.fee.be/
30	European Multi-Stakeholder Forum on Corporate Social Responsibility	http://forum.europa.eu.int/irc/empl/csr_eu_multi_stakeholder_forum/info/data/en/csr%20ems%20forum.htm
31	Fair Labour Association	http://www.fairlabor.org/
32	Forest Stewardship Council	http://www.fscoax.org/
33	Friends of the Earth International	http://www.foei.org
34	Global Alliance for Workers and Communities	http://www.theglobalalliance.org/main.cfm
35	Global Compact	http://www.unglobalcompact.org/Portalhttp://www.un
36	Global Corporate Governance Forum	http://www.gcgf.org/
37	Global Mining Initiative	http://www.globalmining.com/index.asp
38	Global Reporting Initiative	http://www.globalreporting.org
39	Global Responsibility International AB	http://www.global-responsibility.com
40	Global Sullivan Principles of Social Responsibility	http://globalsullivanprinciples.org/index.htm.htm
41	GoodCorporation	http://www.goodcorporation.com/en/
42	Institute of Social and Ethical Accountability	http://www.accountability.org.uk/
43	Interfaith Center on Corporate Responsibility	http://www.iccr.org/
44	International Business Leaders Forum	http://www.pwblf.org
45	International Institute for Environment and Development	http://www.iied.org/cred/index.html
46	International Institute for Sustainable Development	http://www.iisd.org/measure/default.htm
47	International Labour Organization	http://www.ilo.org
48	International Sustainability Indicators Network	http://www.sustainabilityindicators.org/
49	Investor Responsibility Research Center	http://www.irrc.org
50	Keidanren Charter for Good Corporate Behavior	http://www.keidanren.or.jp
51	Kenan Institute	http://www.kenaninstitute.unc.edu/Affiliates/KIinWash/KIW_CSR/KIW_CSR.html
52	Marine Stewardship Council	http://www.msc.org/
53	MHC International Limited	http://www.mhcinternational.com/
54	Natural Heritage Institute	http://www.n-h-i.org/Contact/contact.html
55	Nautilus Institute for Security and Sustainability	http://www.nautilus.org/index.html
56	New Economics Foundation	http://www.neweconomics.org/default.asp

	Organization	Website address
57	OECD	http://www.oecd.org/EN/home/0,,EN-home-126-nodirectorate-no-no-no-28,00.html
58	Oekom Research	http://www.oekom.de/ag/english/
59	Social Accountability International	http://www.cepaa.org/AboutSAI/AboutSAI.htm
60	Social Investment Forum	http://www.socialinvest.org
61	Social Venture Network	http://www.svn.org
62	SocialFunds.com	http://www.socialfunds.com
63	Stakeholder Alliance	http://www.stakeholderalliance.org/sunstds.html
64	Stratos	http://www.stratos-sts.com/index.htm
65	SustainAbility	http://www.sustainability.com
66	Taskforce on the Churches and Corporate Responsibility	http://www.web.net/~tccr/benchmarks/http://www.web
67	The Copenhagen Centre	http://www.copenhagencentre.org
68	Transparency International	http://www.transparency.org/
69	Triple-P Performance Centre	http://www.triple-p.org
70	United Nations Global Compact	http://www.unglobalcompact.org/Portal/
71	United Nations Research Institute for Social Development	http://www.unrisd.org/
72	University of Victoria	http://web.uvic.ca/sci/
73	World Bank Corporate Social Responsibility Practice	http://www.worldbank.org/privatesector/csr/index.h
74	World Business Council for Sustainable Development	http://www.wbcsd.ch
75	World CSR	http://www.worldcsr.com/pages/
76	World Economic Forum	http://www.weforum.org/site/homepublic.nsf/Content
77	Worldwide Responsible Apparel Production	http://www.wrapapparel.org/

الجزء الثاني

مداولات حلقة العمل المشتركة بين الأونكتاد وفريق الخبراء
الحكومي الدولي المعني بالمعايير الدولية للمحاسبة والإبلاغ عن
الكشف عن البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع

موجز حلقة العمل المشتركة بين الأونكتاد وفريق الخبراء الحكومي الدولي المعني بالمعايير الدولية للمحاسبة والإبلاغ بشأن الكشف عن البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع

جنيف، ٢ تشرين الأول/أكتوبر ٢٠٠٣

الأهداف

تمثل الهدفان الرئيسيان لحلقة العمل هذه فيما يلي:

- ١- بث الوعي في صفوف أعضاء فريق الخبراء الحكومي الدولي المعني بالمعايير الدولية للمحاسبة والإبلاغ بشأن الاتجاهات والمبادرات والقضايا الحالية في مجال الإبلاغ عن المسؤولية الاجتماعية للشركات؛
- ٢- تقييم تأثير هذه الاتجاهات في ثقة المستثمر وأثارها على المحاسبة والإبلاغ.

واستهدفت حلقة العمل، بصفة خاصة، إثارة النقاش بشأن النقاط التالية:

- القضايا الهامة التي يواجهها حالياً معدو ومستخدمو التقارير المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات؛
- نوع العمل المطلوب لتحديد أكثر البنود أهمية التي تعكس أثر سياسات وأداء مؤسسات الأعمال على المجتمع؛
- الحاجة المحتملة لإضافة مدخل آخر يتعلق بشكل التقارير الاجتماعية، ولا سيما من حيث تنسيق محتواها وتحسين إمكانية المقارنة بين المعلومات الواردة فيها؛
- منافع تحسين كشف الشركات عن البيانات المتعلقة بالأثر الاجتماعي الواقع على التنمية المستدامة والنمو الاقتصادي في البلدان النامية.

المتحدثون والمشاركون

كان المتحدثون ممثلين رفيعي المستوى لطائفة واسعة من المنظمات، تضم مراكز البحوث، والمنظمات الدولية، ومنظمات المجتمع المدني من أفريقيا وآسيا، وشركات الاستثمار المتعددة الجنسيات، ومنظمات نقابات العمال، والشركات الوطنية والشركات عبر الوطنية، ومبادرات الإبلاغ عن المسؤولية الاجتماعية للشركات، والمنظمات الدولية للمحاسبة.

وحضر حلقة العمل ١٢٨ مشتركاً من ٥١ بلداً؛ وهذا يعني أن نسبة ٦٠ في المائة من المشاركين الذين حضروا الدورة العشرين لفريق الخبراء الحكومي الدولي المعني بالمعايير الدولية للمحاسبة والإبلاغ بقوا يوماً رابعاً. وكان الحضور كبيراً بشكل ثابت طوال اليوم، مما عكس اهتمام أعضاء فريق الخبراء الحكومي الدولي المعني بالمعايير الدولية للمحاسبة والإبلاغ، بمسألة الإبلاغ عن المسؤولية الاجتماعية للشركات.

القضايا الرئيسية

تضمنت القضايا الرئيسية التي جرى بحثها خلال حلقة العمل، ما يلي:

- الدور الأساسي الذي تؤديه المسؤولية الاجتماعية للشركات في المجتمع اليوم؛
- تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات على التنمية، ودور عملية الإبلاغ عن المسؤولية الاجتماعية للشركات في مشاركة المنظمات الخاصة والعامة؛
- الممارسات الطوعية في مقابل الممارسات الإلزامية للمسؤولية الاجتماعية للشركات وأثرها على جودة عملية الإبلاغ عن المسؤولية الاجتماعية للشركات؛
- القيود المفروضة على الممارسات والمبادرات الحالية للإبلاغ عن المسؤولية الاجتماعية للشركات من حيث عدد التقارير ونطاق البنود المبلغ عنها، على السواء، ومن حيث جعل المعلومات المكشوف عنها قابلة للمقارنة ومتجانسة؛
- أهمية رصد إدماج استراتيجيات المؤسسات فيما يتعلق بمسؤوليتها الاجتماعية على جميع مستويات العمليات؛
- الصعوبات التي لا تزال تواجهها المؤسسات ذات الدور الطبيعي في عملية الإبلاغ عن المسؤولية الاجتماعية للشركات؛
- الخطوات المقبلة التي ينبغي اتباعها في ممارسات الإبلاغ عن المسؤولية الاجتماعية للشركات، ولا سيما الحاجة إلى نموذج جديد للإبلاغ، بهدف زيادة القدرة على المقارنة، وإدماج شواغل التنمية وتخفيض تكاليف عملية الإبلاغ عن المسؤولية الاجتماعية للشركات.

تم أولاً مناقشة دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في مجتمع اليوم. وذكّر أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تسد الثغرة التي تركها زوال الأخلاقيات، وانعدام الأنظمة في بلدان عديدة وانعدام الاعتراف بالمؤسسات كجهات فاعلة سياسية، على الرغم من أن رقم أعمال أكبر ٥٠٠ مؤسسة أمريكية وفقاً لتصنيف مجلة فورتشون (Fortune) يمثل ٢٥ في المائة من الناتج المحلي الإجمالي العالمي. وأكد المتحدثون أن ثمة أسباب اقتصادية تجعل المؤسسات تعتمد موقفاً يتسم بقدر أكبر من المسؤولية حيال المجتمع. وإدماج شواغل المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في عملياتها التجارية يُعتبر بصورة متزايدة دليلاً على الإدارة الجيدة، وبازدياد عدد الصناديق الاستثمارية المسؤولة اجتماعياً، تظهر ضغوط للحث على الاستثمار في المؤسسات القادرة على أن تبرهن على أنها تدمج المسؤولية الاجتماعية في عملياتها.

وعرض المشتركون العوامل المحركة للمسؤولية الاجتماعية للشركات والإبلاغ عنها. وعلى الرغم من أن العامل المحرك للمسؤولية الاجتماعية للشركات هو برنامج وضعته البلدان المتقدمة النمو، فقد سلم المشتركون بأن هذا الموضوع سيبقى مدرجاً في جدول الأعمال هذا وأن أمام البلدان النامية منافع عديدة يمكن أن تجنيها منه.

ونوقشت آثار المسؤولية الاجتماعية للشركات على التنمية، وكذلك كيفية تعامل المؤسسات مع الأبعاد الهيكلية للتخلف. فحكومات البلدان النامية ومجتمعاتها المدنية بحاجة إلى معرفة الأثر الذي يمكن أن تلحقه الشركات عبر الوطنية وسلاسلها للتوريد على أراضيها ومجتمعاتها. ورئي أن إمكانية مقارنة المعلومات المقدمة في التقارير عن المسؤولية الاجتماعية للشركات سيعزز المشاركة الإيجابية للمؤسسات ويساعدها في وضع أسس لمقارنة أدائها. وأكد المتحدثون أن زيادة الشفافية فيما يتعلق بأثر الشركات على بلدانها المضيفة سيحسن تطبيق الإدارة السليمة للشركات وسيقلل من الفساد في كل من القطاعين العام والخاص.

وتضمنت دواعي القلق العامة التي تم الإعراب عنها أثناء المناقشات، مواضيع مثل نفوذ الشركات الذي لا تحكمه أي ضوابط، وجماعات الضغط، وأنماط الاستثمار والاستهلاك غير القابلين للإدانة، والمعايير المزدوجة. وتم الإشارة إلى حالات قطرية محددة عُرضت بشأنها ثغرات كبيرة في برنامج المسؤولية الاجتماعية للشركات. واستجابة لذلك، تضمنت الاقتراحات المقدمة للتقدم في العمل المتعلق بالإبلاغ عن المسؤولية الاجتماعية للشركات ما يلي:

- اختيار مؤشرات أساسية والتحقق منها من قِبَل مقيمين مستقلين؛
- إدماج شواغل البلدان النامية، ولا سيما شواغل التنمية؛
- إعادة تنظيم الصلة بين العمل التطوعي والقانون.

ونوقشت قضايا التطوع مقابل الإلزام فيما يتعلق بممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات. وقيل إنه لا توجد دائماً وجهة لتطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات، ولذلك فإن الأمر يتطلب وضع تشريعات لذلك. ومن جهة أخرى، تم التسليم بأن مجرد الانصياع للقانون لا يجعل من المواطن مواطناً صالحاً، وأن موضوع المسؤولية الاجتماعية للشركات يتعلق بأفضل الممارسات. كما جاء التشديد على أنه لا يوجد حالياً أي إطار للمسؤولية الاجتماعية للشركات ناضج ومتين بما يكفي لاستخدامه كأساس للقوانين القطرية. وفيما يتعلق بالإبلاغ، قيل إن ممارسات الإبلاغ الحالية تتأثر إلى درجة كبيرة بوكالات التقييم ومستشاري إدارة المسؤولية الاجتماعية للشركات، الذين يتأثرون، بدورهم، بمدى وجهة تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات، مما يتسبب في عدم تناول التقارير للعديد من القضايا المتصلة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات. وأشار إلى عدد من شروط الكشف عن المعلومات التي تفرضها حكومات مثل بلجيكا والدانمرك وفرنسا والمملكة المتحدة والنرويج وهولندا.

وسلّطت متحدة من بنغلاديش، الضوء على القيود المفروضة على نطاق الإبلاغ عن المسؤولية الاجتماعية للشركات، وذكرت أنه لم تقم في بنغلاديش، حتى الآن، سوى شركة واحدة بإصدار تقرير عن ذلك. كما أشارت المتحدثة، على وجه الخصوص، إلى عدم اهتمام مؤسسات القطاع المالي بتنمية البلدان المضيفة، حيث يكون حجم الإقراض في صالح فروع الشركات عبر الوطنية بدلاً من أن يكون في صالح المشاريع المحلية. ونوقش أيضاً عدم الاستفادة مما هو موجود من تقارير الشركات، من حيث اتصال ذلك بتأثير الشركات على البلدان النامية. فهناك مؤسسات عديدة تكشف عن أرقام إجمالية لا تقدم أي إشارة إلى تأثير فروعها في سلسلتها للتوريد في بلدان محددة. وأوضح ممثل شركة Unilever منهجية الإبلاغ التي تستخدمها شركته، وقال إن الشركات الفرعية تصدر تقارير متاحة للجمهور وتعلق بالبلدان المضيفة لها عن المسؤولية الاجتماعية للشركة، وتقوم الشركة في المقر بتجميعها في تقرير إجمالي عن الشركة على نطاق العالم.

وأوضح أحد المشاركين أن المسؤولية الاجتماعية للشركات ينبغي أن تكون جزءاً من الاستراتيجية الرئيسية للأعمال التجارية للشركة وأن تدمج على جميع مستويات العمليات. وأيد ذلك ممثل المستثمرين المسؤولين اجتماعياً، الذي أوضح أن عملية التقييم لا تنحصر في تقييم سياسات الشركات فحسب، بل تقيم أيضاً نظمها الإدارية، ونجاحها في تنفيذ سياساتها، ومدى جودة تقارير الشركات عن هذه القضايا الثلاث. كما تراعي إحدى مبادرات الإبلاغ المقدمة العمليات التجارية عند تقييمها لالتزام الشركات بالمسؤولية الاجتماعية.

وبينت الشركات بعض الصعوبات التي تواجهها في تجميع تقاريرها: إقامة حوار مستمر فيما بين أصحاب المصالح، وتحقيق التوازن بين أهمية المعلومات لجميع أصحاب المصالح، وإعداد التقرير في الموعد المحدد له، وتحقيق الاتساق في البيانات الواردة من بلدان مختلفة (مثل إحصاءات العمالة)، وتقييم أداء الشركة وفقاً لأرقام قياسية مرجعية مناسبة، وGRS طريقة التفكير الصحيح في أذهان جميع المديرين على نطاق العالم. وذكرت الشركات أن تكاليف الإبلاغ هي تكاليف تعجيزية بالنسبة للشركات الأصغر حجماً، وأشار المتحدثون إلى التقديرات التالية: ١٠٠٠٠٠٠ دولار من دولارات الولايات المتحدة لمبادرة الإبلاغ العالمية، و٥٠٠٠٠٠٠ جنيه إسترليني لشركة British American Tobacco؛ و٣ ملايين دولار من دولارات الولايات المتحدة لشركة Shell؛ و٢٧٦٠٠٠٠ جنيه إسترليني لمصرف Co-operative Bank، عن التقرير الواحد. وعندما سُئل ممثل مصرف Co-operative Bank عن التكلفة التي تتحملها الشركة إذا توقفت عن إعداد التقارير عن المسؤولية الاجتماعية، قال إن ذلك سيكلف الشركة مصداقيتها كمصرف ملتزم بأداب المهنة، وقد تصل هذه الخسارة إلى قرابة ٣٠ مليون جنيه إسترليني.

وقدمت عدة مبادرات وضعها أصحابها لتطوير عملية الإبلاغ عن المسؤولية الاجتماعية للشركات. وكان هناك اتفاق عام على أنه تم القيام بعمل قيم كبير في هذا المجال ولكن المبادرات المتخذة لا تمنع انعدام التجانس وإمكانية المقارنة بين المعلومات المكشوف عنها، بل إنها تسهم أحياناً في ذلك. كما أن هذه المبادرات لا تتناول المشكلة المتعلقة بتكلفة عملية الإبلاغ. فمثلاً، تقترح مبادرة الإبلاغ العالمية ٩٧ مؤشراً، منها ٥٠ مؤشراً أساسياً. وتقترح مبادرة أخرى - هي مبادرة الأعمال التجارية في المجتمع المحلي - ٥٠ مؤشراً، وقد اتفق ممثلوها على أنه ينبغي إجراء قدر من الترشيح، بالتعاون مع الجهات التي ستستخدم التقارير المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات، لزيادة الاطلاع على هذه التقارير.

ونوقشت الحاجة إلى نموذج جديد للإبلاغ، بهدف زيادة إمكانية المقارنة وإدماج شواغل التنمية والحد من تكاليف الإبلاغ عن المسؤولية الاجتماعية للشركات. ورئي أن مسألة إمكانية المقارنة هي، في آن معاً، غير كافية وضرورية في الوقت الحاضر، وأشار إلى أن وضع اشتراطات معقولة للإبلاغ يمكنه أن يؤدي إلى إمكانية المقارنة وإلى تقليل عبء الإبلاغ.

النتائج

كانت هذه المناسبة مفيدة بصفة خاصة لأنها أدت إلى أن يتوصل أعضاء فريق الخبراء الحكومي الدولي المعني بمعايير المحاسبة والإبلاغ إلى فهم مشترك للمسؤولية الاجتماعية للشركات وقضايا الإبلاغ عن المسؤولية الاجتماعية للشركات. وقد تعرفوا من خلالها على آراء أهم أصحاب المصلحة في برنامج المسؤولية الاجتماعية

للشركات، واستعرضوا الحالة الراهنة لعملية الإبلاغ، وسنحت لهم الفرصة لفهم ومناقشة أهم القضايا المتصلة بالإبلاغ عن المسؤولية الاجتماعية للشركات.

ووضعت حلقة العمل فريق الخبراء الحكومي الدولي المعني بمعايير المحاسبة والإبلاغ على الطريق السريع من حيث العمل بشأن الإبلاغ عن المسؤولية الاجتماعية للشركات، ولا سيما الإبلاغ عن تأثير المشاريع الكبيرة على التنمية. وكشفت النقاب عن الفجوات في المبادرات الحالية للإبلاغ عن المسؤولية الاجتماعية للشركات، سواء كان وراءها الأنشطة التجارية أو المجتمع المدني، وبلورت الحاجة إلى زيادة إمكانية المقارنة بين التقارير وإدماج شواغل التنمية التي كانت مهملتها حتى الآن، والحد، في الوقت نفسه، من تكاليف الإبلاغ عن المسؤولية الاجتماعية للشركات.

وستُتخذ نتائج حلقة العمل مادة مرجعية للفريق الاستشاري غير الرسمي المعني بالإبلاغ عن المسؤولية الاجتماعية للشركات الذي وافق فريق الخبراء الحكومي الدولي المعني بمعايير المحاسبة والإبلاغ على إنشائه للإعداد لدورته الحادية والعشرين.

القوة الاقتصادية والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الكبيرة جداً: الوقائع والتحديات^(١)

بول ه. دمبِنسكي

الأستاذ بجامعة فريبور
مدير مرصد المالية^(٢)، جنيف

هناك أدلة واتفاق عام على أن الشركات المتعددة الجنسيات تؤدي دوراً رائداً في الاقتصاد العالمي. ومع ذلك، فإن هذه الأدلة وهذا الاتفاق ينهاران عند وصف هذا الدور وصفاً كمياً ونوعياً في آن معاً.

وتتناول هذه الورقة ثلاث مسائل مختلفة إلى حد ما وتطرح جانباً قدرأ كبيراً من المناقشة التقنية. فهي تقدم أولاً بعض الأدلة المتعلقة بالاقتصاد الكلي على الوزن الإجمالي في الاقتصاد العالمي لأكبر المؤسسات غير المالية. وثانياً، تقدم الورقة مقارنة بين هذه المؤسسات وأفقر البلدان وتناقش الفجوة الإنتاجية المتزايدة. وثالثاً، تنظر إلى المؤسسات الكبيرة جداً بوصفها القوى الأساسية المشكّلة للاقتصاد العالمي والعوامل الحقيقية المحركة للعولمة، وتدفع بأن الانضباط الذاتي لهذه المؤسسات من خلال مبادرات مثل "المسؤولية الاجتماعية لشركات" قد لا يكفي لمواجهة قدرتها على تشكيل الاقتصاد على الأمد البعيد.

وزن المؤسسات الكبيرة جداً في الاقتصاد العالمي

تمثل الإشارة المرجعية الرئيسية للتيار السائد للنظرية الاقتصادية في سوق تُفترض فيه المثالية ويتصارع فيه عدد لا يحصى من المؤسسات في ظل شروط منافسة مثالية للربح من عدد لا يحصى أيضاً من حشود المشترين. ولكن الأمور مختلفة تماماً في عالم الاقتصاد الحقيقي. ففي كل قطاع أو صناعة، يعتمد عدد محدد من الجهات المؤثرة، تختلف أحجامها ومنتجاتها وخليط العوامل المؤثرة فيها إلى أتباع استراتيجيات مختلفة وإقامة طائفة من العلاقات المتبادلة تتراوح بين المنافسة الخالصة في ظل درجات متفاوتة من الاعتماد (الترايط) وبين التعاون والشاركة. وفي إطار الاقتصاد العالمي المفتوح، تؤدي الشركات الكبرى دوراً بالغ الأهمية بسبب حجم الموارد التي تسيطر عليها وطول واتساع المنظورين الزمني والمكاني اللذين تتخذ في إطارهما قرارهما المتعلقة بالاستثمار. ولا يقتصر تأثير هذه المؤسسات الكبيرة جداً بكونها جهات مؤثرة رئيسية في الاقتصاد العالمي، على المؤسسات الأصغر حجماً السابقة واللاحقة في سلسلة القيمة، بل يشمل أيضاً الأسواق والاقتصادات الوطنية أو الإقليمية التي تقع فيها فروعها.

Finance & the Common Good/Bien Commun, "Globalization in Crossfire" (No 15), (١)
.Observatoire de la Finance (www.obsfin.ch), Geneva, 2003

32, rue de l'Athénée, Genève, CH-1206; tél +41(0) 22 346 30 35; fax +41(0) 22 789 14 60; (٢)
.www.obsfin.ch - office@obsfin.ch

إن مفهوم المؤسسات الكبيرة جداً مفيد ولكنه غير واضح؛ وتوجد أربع خصائص تساعد على التمييز بصورة أفضل بين هذه المؤسسات، وسائر المؤسسات الأخرى، هي:

- أن معظم المؤسسات الكبيرة جداً شركات تابعة للقطاع العام، وأن أسهمها وسنداها مطروحة في أسواق المال الرئيسية. وفي معظم الحالات، تكون أسهم هذه الشركات أكثر الأسهم سيولة في الأسواق أي أنها تنطوي على أقل قدر من المخاطرة للمستثمرين الماليين. وبفضل هذه السيولة، تتمتع المؤسسات الكبيرة جداً في الأوقات العادية بوصول تفضيلي إلى الأسواق، مما يسمح لها بجمع أموال إضافية بشروط مواتية لها أكثر من الشركات الأقل سيولة أو الشركات غير المسجلة في أسواق المال. "والثمن" الذي تدفعه هذه الشركات المسجلة لكي تتمكن من الوصول التفضيلي إلى التمويل هو الإشراف والأنظمة التي تفرضها عليها سلطات الأسواق المالية. ووفقاً لبيانات المؤسسة المالية الدولية كانت هناك في عام ٢٠٠٠ قرابة ٥٠.٠٠٠ شركة مسجلة في أسواق المال في العالم^(٣)؛ ومع ذلك، من الواضح أن هذه الشركات لا توصف جميعها بأنها شركات كبيرة للغاية.
- وأن المؤسسات الكبيرة جداً هي كبيرة إلى درجة تمكّنها من إنشاء وإدارة شبكات لفروعها في جميع أنحاء العالم. وذلك لا يمكنها، فحسب، من اختيار مواقع جديدة تلائم احتياجاتها، بل أيضاً من تنظيم أنشطتها ومهاراتها العالمية على المستوى الأمثل. والمصطلح المستخدم في معظم الأحيان وهو "المؤسسات المتعددة الجنسيات" يؤكد على هذه القدرة على إنشاء شبكات عابرة للحدود. ووفقاً للأونكتاد، هناك قرابة ٦٠.٠٠٠ مؤسسة "متعددة الجنسيات" في جميع أنحاء العالم تسيطر على حوالي ٥٠٠.٠٠٠ فرع في أرجاء المعمورة. ويشير الأونكتاد، في تقديراته، إلى أن المؤسسة "المتعددة الجنسيات" هي كل مؤسسة يكون لها فرع واحد على الأقل. وبالتالي، فمن الواضح أن المؤسسات المتعددة الجنسيات ليست كلها في رأي الأونكتاد مؤسسات كبيرة جداً.
- وأن قوة الشركات الكبرى كانت، تُستمد، في المجتمع الصناعي، من قدرتها على الاستفادة بالكامل من مرافقها الإنتاجية (وفورات الحجم) وبالتالي تسعير منتجاتها بأسعار تقل عن أي سعر يمكن أن تحدده لمنتجاتها منافساتها الأصغر حجماً. وفي فترة ما بعد المجتمع الصناعي، التي أصبح فيها التسويق والخدمات أهم من إنتاج السلع، تغيرت طبيعة المزايا التي كانت تتمتع بها الشركات الكبيرة للغاية. فلم تعد قوة الشركات الكبرى، في مرحلة ما بعد المجتمع الصناعي، تكمن في وفورات الحجم من جانب الإنتاج بقدر ما تكمن في قدرتها على إدارة علامات تجارية عالمية والقيام بأنشطة موازية، تستغل المهارات الأساسية نفسها وإن كانت تؤدي إلى منتجات وخدمات مختلفة (وفورات النطاق). والمشاريع الكبيرة للغاية هي شركات ذات مكانة رفيعة تعمل على تحسين وحماية صورتها وسمعتها، مستعينة في ذلك بحملات الدعاية والتسويق. وتمكنها علاماتها التجارية أو غيرها من السمات التي تعرفها، من التفاعل مباشرة مع المستهلكين لمنتجاتها وخدماتها، وهي بقيامها بذلك، تتمكن، في معظم الأحيان، من تجاوز الموزعين. فتنجح بهذه الطريقة في أن تميّز نفسها عن منافسيها وتسيطر على الأسواق التي تتواجد فيها.

(٣) Dembinski (2003, p.141)

• وأن المؤسسات الكبيرة للغاية تنفق نسباً كبيرة من إيرادات مبيعاتها الإجمالية على البحث والتطوير، متلمسةً أجيالاً جديدة من المنتجات أو الخدمات. والواقع أن ما تسعى إليه هذه الشركات هو السيطرة على سرعة الابتكار. فكل مشروع تجاري يبذل ما في وسعه لجعل سرعة الابتكار تتواكب مع دورة استثماراته، فيحقق بالتالي المستوى الأمثل من الربحية.

إن تقارير الشركات، وهيئات أسواق المال، والقوائم التي تصدرها وسائط الإعلام - مثل قائمة مجلة Fortune الشهيرة بأفضل ٥٠٠ شركة، بدأ صدورهما في عام ١٩٥٤ - وموردي البيانات، هي المصدر الوحيد للمعلومات الكمية المتعلقة بالمؤسسات الكبيرة جداً. وعلى رغم إمكانية الوصول إلى هذه المعلومات، فيما يبدو، بسبب تكنولوجيات تجهيز البيانات، فلا توجد بعد سلاسل متجانسة للإحصاءات عن المؤسسات الكبيرة جداً في العالم أجمع. وتفسر ذلك أربعة أسباب هي: ١- تنوع متطلبات الإبلاغ؛ ٢- والتغيرات في طرق الإبلاغ التي تستخدمها نفس الشركة؛ ٣- وانعدام الاستقرار في صفوف المؤسسات الكبيرة جداً بسبب التغيرات في الأسماء وعمليات الاندماج والشراء وتبعات ذلك وحالات الإفلاس وما إلى ذلك؛ ٤- واعتياد هيئات الإحصاء وعلماء الاقتصاد على عدم الاهتمام باقتصادات المؤسسات الكبيرة جداً. وفيما يتعلق بهذه النقطة الأخيرة فإن الأمور بدأت تتغير، وبدأ ظهور مجال خاص بـ "الاقتصاد الوسيط".

وبسبب انعدام البيانات عن المجموعة الكاملة للمؤسسات الكبيرة جداً، فقد انحصر النطاق العملي لهذه الورقة في أكبر الشركات غير المالية المسجلة في البورصة. وباستخدام قاعدة تومسون للبيانات المالية، تمكنا من عزل الشركات الثمانمائة الأكبر حجماً في العالم وفقاً لحجم رؤوس أموالها في أسواقها المالية في نهاية عام ٢٠٠١.

يمثل مجموع حجم مبيعات أكبر ٨٠٠ مؤسسة غير مالية كبيرة للغاية في العالم نسبة ٣٣ في المائة من الناتج المحلي الإجمالي في العالم. ويتضمن هذا الرقم (أ) القيمة المضافة التي تنتجها مباشرة هذه المؤسسات (ب) وتكلفة لوازم الإنتاج المشتراة، أي القيمة المضافة المحققة من الأنشطة السابقة لحصول المشتري على المنتج. وبما أن معظم المؤسسات الكبيرة جداً تستخدم شبكات توزيع لبيع منتجاتها وخدماتها إلى المستخدمين النهائيين، فإن نشاطها يولد، بصورة غير مباشرة، قيمة مضافة في المرحلة اللاحقة، لا تظهر في دفاتر المؤسسات الكبيرة جداً. وإذا لجأنا إلى القاعدة العامة التي تفيد بأن القيمة المضافة بسبب التوزيع تشكل قرابة ثلث السعر النهائي، فإن المؤسسات الـ ٨٠٠ الكبيرة جداً ستولد، عندئذ، بصورة مباشرة أو غير مباشرة، قرابة نصف الناتج المحلي الإجمالي في العالم. ومستوى التركيز ضمن مجموعة الـ ٨٠٠ عال، وبالتالي فإن أكبر ٢٠٠ مشروع ستولد نسبة ٢٥ في المائة تقريباً من الناتج المحلي الإجمالي العالمي. والأرقام المشار إليها أعلاه إنما هي أرقام إرشادية لعلها تكون مرتفعة لأنها لا تأخذ في الحسبان الصفقات التي قد تعقد داخل مجموعة أكبر ٨٠٠ مؤسسة كبيرة جداً.

ولا يُشترط في معظم قواعد الإبلاغ أن تقدم الشركات تقريراً بما تحققه من قيمة مضافة، ولذلك يتعين حساب أو تقدير المساهمة المباشرة للمؤسسات الكبيرة جداً في الناتج المحلي الإجمالي في العالم. وأوضحت دراسات أخرى^(٤) أن القيمة المضافة للشركات الرئيسية تمثل ثلث رقم أعمالها التجارية. ولذلك فمن المعقول أن نتوقع من المؤسسات الـ ٨٠٠ الكبيرة جداً أن تولد مباشرة نسبة ١١ في المائة من الناتج المحلي الإجمالي في العالم. ومجموعة

(٤) UK Government (2003) and Dembinski (1998b).

أكبر ٨٠٠ مؤسسة أعمال تستخدم، وفقاً لتقارير الشركات، قرابة ٣٠ مليون شخص، أي قرابة ١ في المائة من عدد السكان الناشطين في العالم. وتشير نسبة الناتج إلى العمالة إلى أن هذه المؤسسات تحتل مكانة عالية جداً في جداول إنتاجية الأيدي العاملة في العالم، حيث إنها تتجاوز المتوسط بعشرة أمثاله.

ومن حيث رسملة سوق المال، فإن نفس هذه المجموعة من المؤسسات تستأثر بقرابة ٦٠ في المائة من رسملة أسواق المال في العالم. وهذه الشركات، وبصفتها هذه، تتلقى نصيباً كبيراً من المدخرات في العالم من خلال إصدارها للسندات، والائتمانات المصرفية أو إصدار الأسهم. ولذلك فإن هذه الشركات هي حلقة الوصل المهمة فعلاً بين ما كان يسمى البعض بالبعدين "الفعلي" و"المالي" للاقتصاد العالمي. وعندما تستخدم رسملة الأسواق لتحديد قيمة تقريبية لرأس المال المستخدم، يتضح أن إنتاجية رأس المال في أكبر مؤسسات الأعمال أقل بكثير منها في بقية الاقتصاد العالمي.

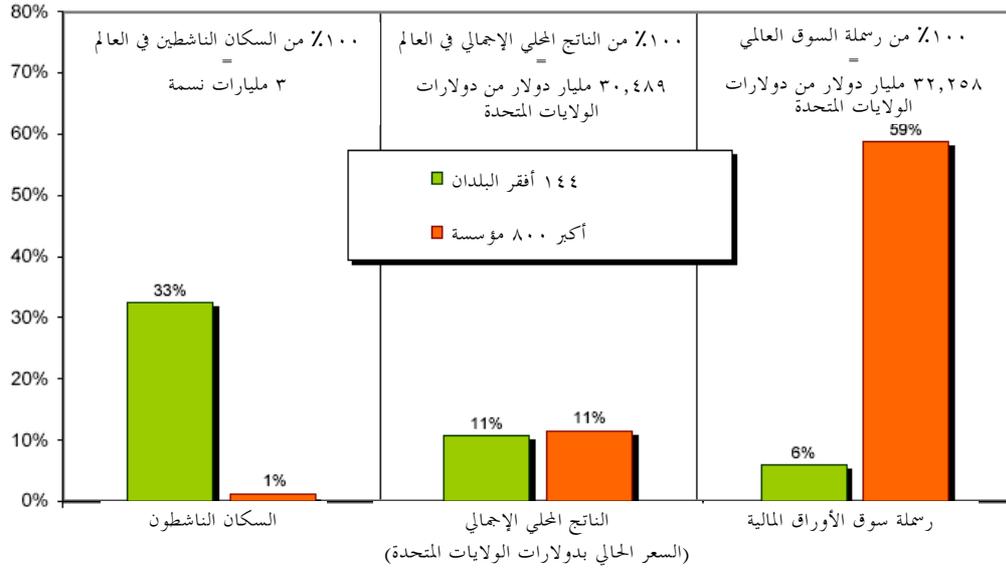
وهذه المؤسسات الـ ٨٠٠ تقوم باستثمارات مباشرة ضخمة. ووفقاً لأعمال أخرى أجراها الأونكتاد تحديداً، فإن هذه الشركات مسؤولة عن مجمل الاستثمار الأجنبي المباشر في العالم، وعن جميع الاستثمارات المتدفقة من الشمال إلى الجنوب تقريباً. ومرة أخرى، فإن هذه الشركات مسؤولة، بسبب حجمها وانتشار أنشطتها على المستوى الدولي، عن جزء كبير للغاية من تجارة السلع في العالم، قد يصل إلى ٦٠ في المائة^(٥). ويقع مقر المؤسسات الـ ٨٠٠ الكبيرة جداً في بلدان المجموعة الثلاثية (أمريكا الشمالية وأوروبا الغربية واليابان)، مع وجود استثناءات قليلة للغاية، وإن كان جزء من أنشطتها يتم في الجنوب.

المؤسسات الكبيرة جداً وأفقر البلدان: مدى اتساع الفجوة؟

إن هذه المجموعة من التقديرات التقريبية لحجم الشركات الكبرى في اقتصاد العالم مخالفة للطريقة المعتادة المتبعة في دراسة الاقتصاد، التي تتخذ من الاقتصادات الوطنية الوحدة المعتادة للتحليل. ويقدم الجدول أدناه، مقارنة بين أكبر ٨٠٠ مؤسسة أعمال وأفقر ١٤٤ بلداً. ونظراً للاختلاف بين طبيعة هاتين المجموعتين من الجهات الفاعلة، فمن الأنسب التحدث عن مقارنة لا عن مقارنة حقيقية. فالمجموعتان تسجلان قيمة واحدة مشتركة: كلاهما يساهم بنسبة ١١ في المائة في الناتج المحلي الإجمالي في العالم. وفيما عدا ذلك، فإن جميع البيانات الأخرى مختلفة: العمالة، ورسملة سوق الأوراق المالية، والاستثمار الأجنبي المباشر، والتجارة.

ويساعد الدليل الكمي المقدم هنا في تحديد مجموعتين من المشاكل. تتعلق المجموعة الأولى بالفجوة الإنتاجية، بينما تتعلق المجموعة الثانية بطاقة الهيكل التي تمارسها الشركات الكبيرة للغاية على مجتمعات الجنوب.

الجزء الثاني: مداولات حلقة العمل المشتركة بين الأونكتاد وفريق الخبراء الحكومي الدولي



فالمؤسسات الكبيرة جداً - على النحو الموضح بالنسبة لأكثر 800 مؤسسة - تستخدم خليطاً من العوامل يختلف تماماً عن الخليط الذي تستخدمه أفقر البلدان. فكثافة رأس المال للوحدة من الناتج المحلي الإجمالي في المؤسسات الكبيرة جداً تبلغ 10 أمثال الكثافة المسجلة في أفقر البلدان، كما أنها أكبر بكثير أيضاً منه في بقية الاقتصادات في بلدان الشمال. وبعبارة أخرى، فإن المؤسسات الكبيرة جداً تتمكن، بسبب ما تتمتع به من ميزة في الوصول إلى أسواق رأس المال، من أن تستعوض عن الأيدي العاملة برأس المال على مستوى أعلى بكثير من أي جهة مؤثرة أخرى في الاقتصاد العالمي. وهذا يفسر كلاً من المزيج المحدد للعوامل الذي تستخدمه هذه الشركات وسرعة التغير التكنولوجي فيها. وزيادة الاستعاضة عن الأيدي العاملة برأس المال يعني أيضاً أن جزءاً متزايداً من القيمة المضافة التي تولدها هذه المؤسسات تذهب في صورة أحور إلى مالكي رأس المال - المتواجدين بصورة حصرية في بلدان الشمال. أما أفقر البلدان فهي في الوضع المقابل لذلك تماماً: فبسبب قلة المدخرات المحلية وبسبب السيولة في الأسواق المالية الدولية، فإن الجهات الفاعلة الكبرى تمتص رؤوس الأموال المحلية مما يؤدي إلى أن تظل كثافة العمالة في خليطها لعوامل الإنتاج على حالها أو تزداد. وستظل المؤسسات الكبيرة جداً تستخدم البلدان الكثيفة العمالة كأماكن يُضطلع فيها بأنشطة التصنيع الكثيفة العمالة، أو التي لا جدوى فيها من الاستعاضة عن العمالة برأس المال - هذه المرحلة - نظراً لانخفاض الأجور. وبعبارة أخرى، فإن البلدان الكثيفة العمالة تتنافس، من خلال المؤسسات الكبيرة جداً في مواجهة رأسمال رخيص ووفير، لا في مواجهة أيدي عاملة عالية الكفاءة في بلدان الشمال. وبالتالي، ليس هناك سبب منطقي يدعو إلى تضييق فجوة الإنتاج في المستقبل. ومنطق الاستعاضة عن الأيدي العاملة برأس المال سيستمر، على الأرجح، في الاتساع في المستقبل إذا ما ترك لحاله.

والمجموعة الثانية من المشاكل ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالمجموعة السابقة. فمع مراعاة أن المؤسسات الكبيرة جداً هي أهم مستثمر أجنبي مباشر، وأهم الشركاء التجاريين ومالكي العلامات التجارية العالمية الذين يسعون إلى خدمة الأسواق العالمية، فإن هذه المؤسسات تشكل "حلقات الترابط" الفعلية التي تجعل مختلف أجزاء الاقتصاد العالمي تعمل معاً. فهي الجهات التي تبني بالفعل علاقات الاعتماد (الترابط)، ولكنها قادرة، في معظم الحالات، على أن تحتفظ لنفسها بوضع "المراوحة" (الشراء بأقل سعر والبيع بأعلى سعر).

الكفاءة أم الأخلاقيات أم السياسة؟ هل ستظل قدرة المؤسسات الكبيرة جداً على التغيير الهيكلي بلا مساءلة توازنها (بوسع وبعدل)

إن مؤسسات الأعمال، ولا سيما المؤسسات الكبيرة جداً هي أهم القنوات التي تشكل العولمة بواسطتها وجه العالم المعاصر. وقد كانت المؤسسات الكبيرة جداً، خلال الربع الأخير من القرن الماضي، بلا شك، أهم قنوات العولمة، وأدت بصفتها هذه دوراً رئيسياً في التعجيل بالتغييرات الهيكلية في الاقتصاد العالمي.

وكانت المؤسسات الكبيرة جداً من بين أول من استفاد بالكامل من الإمكانيات التي أتاحتها التطور في تكنولوجيا المعلومات. فمن جهة، أثبتت هذه الشركات أنها قادرة، من خلال دمج هذه التكنولوجيا في منتجاتها، على تطوير منتجات وخدمات جديدة بالاستناد إلى مبدأ السيطرة على حلقات التغذية المرتدة. ومن جهة أخرى، تعلمت الشركات أيضاً بسرعة كيفية الاستفادة على أفضل وجه من تكنولوجيا المعلومات لتنظيم وإدارة عملياتها على مستوى العالم.

ولقد بدأت المعاملات التجارية الدولية قبل أن تدخل التجارة الحرة بوقت طويل في بؤرة تركيز واضعي السياسات. فبعد الحرب العالمية الثانية، كانت المؤسسات الأمريكية الكبيرة جداً في وضع ممتاز يجعلها قادرة على أن تحتل مركز القيادة في العالم. وفي العقود التي تلت ذلك، تعين على هذه المؤسسات أن تواجه منافسة متزايدة، بما في ذلك في السوق الداخلية، من نظرائها اليابانيين والأوروبيين. وقد بدأ العصر الذهبي للمؤسسات الكبيرة جداً، في الثمانينات، عندما اجتمع السياق السياسي والإمكانيات التكنولوجية لجعل إدارة المؤسسات العالمية الحقيقية أمراً ممكناً. وفي الوقت نفسه، أصبحت المؤسسات الكبيرة جداً مجموعة ضغط على نطاق العالم تؤثر بصورة كبيرة على برامج الحكومات بل والمنظمات الدولية أيضاً.

وأصبحت الكفاءة قيمة عالمية، تقدم أساساً يتجاوز الثقافات ويستند إليه تبادل المعارف المهنية والتقنية فيما بين شعوب مختلفة في الأصول الثقافية، وإن كانت متحدة في الطموحات والقيم. ثم انتشرت قيمة الكفاءة، التي هبطت على هذه الأرض الخصبة، بازدياد عدد مدارس إدارة الأعمال وتعليمها لجيل جديد من الحريصين على الحصول على نصيبهم في النجاح الاقتصادي لأعمالهم التجارية الدولية. وبذلك، طورت مدارس إدارة الأعمال طائفة كاملة من مجالات جديدة للمعارف المهنية التي تعود جذورها إلى قيمة الكفاءة وتستلهم روحها منها. واليوم بلغت هذه المعارف مكانة علمية، وذلك، على الأقل، بصورة جزئية.

والمؤسسات، بحكم تعريفها، منظمات اجتماعية قادرة على أن تتطور بسرعة استجابةً لتغير الظروف وبالتالي فإنها غالباً ما تعتبر جهات مبتكرة في مجال التنظيم. ولا شك في أن المؤسسات الكبيرة جداً أدت هذا الدور فساهمت بالتالي في التعجيل بالعولمة. وهنا تجدر الإشارة إلى ثلاثة خطوط رئيسية للابتكار التنظيمي - بالمعنى الواسع - هي: الانتقال من المنتج إلى الخدمة، و"ابتكار" أصول غير مادية كأشكال الحصول على أجر من رأس المال، والقدرة المتزايدة للمؤسسات الكبيرة جداً على تنظيم عمل الغير وبالتالي تجنب استخدام رأسمالها⁽⁶⁾. وأثر كل خط من هذه الخطوط، بصورة جوهرية، على طرق التفاعل بين المؤسسات الكبيرة جداً وبيئتها الاجتماعية والاقتصادية، وبالتالي ساهم في إعادة تصميم مجموعة من أوجه الترابط المتبادلة.

(6) Dembinski (2001).

والمفارقة هي أن أوجه الترابط الجديدة تهدد العمل السليم لآلية السوق، وإلها بقيامها بذلك تشكك في مدى جودة تخصيص الموارد التي تتحقق في جميع أنحاء العالم في ظل العولمة. وتوضح هذه النقطة تماماً من خلال الفروق في إنتاجية رؤوس الأموال بين المؤسسات الكبيرة جداً التي تتمكن بسهولة وبأسعار رخيصة من الوصول إلى رؤوس الأموال وبين المؤسسات غير المسجلة في أسواق المال، ناهيك عن أفقر البلدان، وكثير منها مثقل بالديون.

وبعض مجالات النشاط الإنساني معرض لأن يتأثر بالعولمة أكثر من غيره. ويبدو أن مصير الأنشطة الأقل تأثراً بالعولمة، هو أنها ستتحمل كامل عبء التكيف مع التغييرات التي تفرضها مجالات النشاط الإنساني الأكثر تأثراً بالعولمة. ولذلك، فإن أوجه الترابط الواضحة بين الأنشطة ذات المستويات المختلفة من العولمة تنحو إلى أن تتحول إلى علاقات غير متناظرة تصبح فيها الأنشطة الأقل تأثراً بالعولمة مرتبطة بأنشطة أكثر تأثراً بها. وينطبق ذلك على المؤسسات، حيث تؤدي الميزة التنافسية للمؤسسات الكبيرة جداً العالمية إلى تثبيت وضعها تجاه شركائها وموردتها الأصغر حجماً والعاملين على الصعيد المحلي أكثر منها، كما يصدق ذلك أيضاً على البلدان التي تربط فيما بينها أنشطة أكبر المؤسسات. فهناك تشابه جزئي ليس بتطابق كامل بين هذا الاستنتاج وقراءة العولمة من حيث نموذج "المركز مقابل المحيط".

وتحول أوجه الترابط إلى علاقات اعتماد حقيقية يدفع بمسألة النفوذ إلى الواجهة. فالنفوذ جزء لا يتجزأ من العولمة وينبغي معالجتها بصراحة. وهذه الضرورة تكاد لا تحظى بالتسليم اليوم، حيث تقوم المؤسسات الكبيرة جداً بهيكل الاقتصاد العالمي (والمجتمع) في حالة من الفراغ السياسي، تكون فيه الأنظمة عبر الوطنية إما غائبة أو وظيفية بصورة محضة. ووفقاً لذلك، هناك حاجة متزايدة وملحة لملاء الفراغ بحلول إدارية مناسبة. وعليه، يتعين على المرء، عند تطبيق هذه الحلول، أن يتوخى الحذر لكي لا يعطي للاعتبارات الاقتصادية المحضة وتلك التي تسعى إلى تحقيق الفعالية، وزناً كبيراً في الحياة الاجتماعية. ومن شأن هيكل دولي ناجح أن يساعد في منع مجتمعات كاملة من أن تصبح عبئاً مدعنين لتصميم شامل يمكن تسمية جذوره بالإيديولوجية والأنثروبولوجية بـ "النظام الاقتصادي الشمولي". فالعولمة ليست إلا بُعداً واحداً من هذا التصميم، وهي خطوة واحدة على الطريق المؤدي إلى حضارة السوق الكاملة - أو وفقاً لعبارات جورج سوروس - الحضارة القائمة فقط على عقد الصفقات.

وينبغي تناول التحدي المطروح أمام الإدارة السليمة من طرفي نقيض: أحدهما التصميم المؤسسي واثنيهما التسليم من جانب دوائر متزايدة من الأشخاص والمنظمات بأن علينا جميعاً مسؤولية العمل من أجل الخير العام، الذي يتجاوز إلى حد بعيد البعد الاقتصادي المحض. وفي هذه المرحلة من التحليل، تبرز المبادرات الرامية إلى زيادة إدراك الشركات لمسؤوليتها الاجتماعية. وتزدهر هذه المبادرات عبر الطيف الكامل للمنظمات: المنظمات غير الحكومية ورابطات مؤسسات الأعمال والمنظمات الدولية. وهذه المبادرات تطرح بفعل الواقع سؤالاً جوهرياً ومعيارياً عن الطبيعة الحقيقية لمؤسسات الأعمال: فهل هي مجرد أداة لكي يتمكن أصحاب رؤوس الأموال من تحقيق أرباح وقيمة سهمية، أم أنها مجتمع ينبغي له أن يهتم بالتنمية المتجانسة لجميع أعضائه؟

وطالما ظلت "قيمة الكفاءة" هي السائدة دون منازع، فلا يوجد أي سبب يحمل على تضيق الفجوة بين الشمال والجنوب. ولكن ما حدث مؤخراً من زيادة الإعراب عن الشواغل المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات، سيؤدي بالتأكيد إلى دعم "قيمة الإنسانية". ومن السابق لأوانه أن نجزم بما إذا كانت هذه التغييرات ستكفي لتغيير الاتجاه الحالي. ولكن هذين العاملين المختلفين سينهاران لو لم يحدث ذلك.

قائمة إرشادية بالمراجع

- Badaracco J L Jr (1991). *The Knowledge Link: How firms compete through strategic alliances*, Boston: Harvard Business School Press.
- Bartelman E and Beetsma R (2000). *Why Pay More? Corporate Tax Avoidance through Transfer Pricing in OECD Countries*, vol. no. 2543, CEPR Discussion Paper, London: CEPR, August.
- Caroni and Pio (eds) (1998). *Fribourg: Swiss Academy of Humanities and Social Sciences*, pp. 227–245.
- Crump T (1995). *Anthropologie des nombres – Savoirs-compter, cultures et sociétés*, Paris: Seuil.
- Dembinski P H (1998a), “Le piège de l’économisme: quand l’arithmétique remplace l’éthique”, *Der Mensch – ein Egoist? Für und wieder die Ausbreitung des methodischen Utilitarismus in der Kulturwissenschaften*, SITTER-LIVER, Beat.
- ____ (1998b) “Will the Financial Balloon Fly or Crash? The Paradox of Financial Inefficiency” in *Finance & the Common Good/Bien Commun*, vol. 1, pp. 35–45.
- ____ (2001) “The New Global Economy: Emerging Forms of (Inter)dependence” in *Globalization – Ethical and Institutional Concerns*, Pontifical Academy of Social Sciences, Vatican City, pp. 83–108.
- ____ (2003). *Economic and Financial Globalization: What the Numbers Say?*, United Nations, New York and Geneva, <http://www.un.org/Pubs/whatsnew/e02344.htm>.
- Gemdev (1999). *Mondialisation - les mots et les choses*, Paris: Karthala, pp. 350.
- Hirschman A O (1977). *The Passions and the Interests - Political Arguments for Capitalism before its Triumph*, Princeton, New Jersey: Princeton University Press.
- North D C (1990). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*, 1st ed., *Political Economy of Institutions and Decisions*, Cambridge: Cambridge University Press, pp. 150.
- OECD (2002). *Measuring Globalization: The Role of Multinationals in OECD Economies*, Paris.
- Rangan S (2001). *Explaining Tranquillity in the Midst of Turbulence: US Multinationals’ Intrafirm Trade 1966–1997*, Bureau of Labor Statistics, US Labor Department.
- Sombart W (1926). *Le bourgeois, contribution à l’histoire morale et intellectuelle de l’homme économique moderne*, vol. 89, *Petite Bibliothèque Payot*, Paris: Payot.
- Soros G (1998). *The Crisis of Global Capitalism*, London: Little, Brown & Co.
- Steger U (ed) (1998)., *Wirkmuster des Globalisierung - Nichts geht mehr, aber alles geht*, Landenburg: Gottlieb Daimler- und Karl Benz-Stiftung, pp. 110.
- UK Government/Dept of Trade and Industry (2003). *The Value Added Scoreboard 2003: the top 800 UK & top 600 European companies by Value Added*, London, DST, 75p.
- UNCTAD (2000). *World Investment Report 2000, Cross-border Mergers and Acquisitions and Development*, Geneva and New York United Nations, pp. 340.
- Williamson O E (1975). *Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications. A Study in Economics of Internal Organization*, New York: The Free Press, pp. 285.

المسؤولية الاجتماعية للشركات والإبلاغ من أجل التنمية

بيتر أوتينغ

نائب المدير ومنسق البحوث المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات
معهد الأمم المتحدة لبحوث التنمية الاجتماعية، جنيف

طُلب إلينا في هذه الدورة أن نجري تقييماً للزخم والعوامل المحركة المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات والإبلاغ، وأن ننظر في كيفية تأثير هذه التطورات على العلاقة بين مؤسسات الأعمال والمجتمع. وسأركز بصورة أكبر على هذا الجانب الأخير بالاعتماد على البحوث التي أجراها معهد الأمم المتحدة لبحوث التنمية الاجتماعية في السنوات الأخيرة بشأن المسؤولية الاجتماعية للشركات وآثارها على التنمية.

العوامل المحركة والمؤسسات

إن أنواع الظروف والضغوط الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي تحرك المسؤولية الاجتماعية للشركات معروفة جيداً والعديد منها تم تحديده في تقرير الأونكتاد الذي عُمم من أجل هذا الاجتماع (الأونكتاد، 2003a). وهي تتضمن الضغوط التي يمارسها المجتمع المدني والأنظمة، أي ما يسمى بدراسة مردود المسؤولية الاجتماعية للشركات (مثل إدارة المخاطر، والميزة التنافسية وإمكانية خفض التكلفة) ونمو الاستثمار الأخلاقي والاستهلاك الأخلاقي.

وسأكتفي بنقطتين فيما يتعلق بالعوامل المحركة.

أولاً، فلنستذكر ما يمكن تسميته بالعوامل المحركة "المحلية" للمسؤولية الاجتماعية للشركات في البلدان النامية. فالمسؤولية الاجتماعية للشركات لم تُفرض من الخارج فحسب. فللبلدان النامية تاريخها ودينامياتها فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية للشركات. بيد أن المشكلة تكمن في أن قدراً كبيراً من تحليلات العوامل المحركة يشير إلى عوامل تتصل بالبرنامج المعاصر الذي وضعه "الشمال" فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية للشركات.

ففي البرازيل وجنوب أفريقيا والفلبين، على سبيل المثال، لم تظهر المسؤولية الاجتماعية للشركات في التسعينات وإنما في الفترة بين السبعينات والثمانينات، كأسلوب ثالث في سياق تسوده التهديدات الثورية و/أو النظم القمعية. كما كانت التأثيرات الدينية التقدمية هامة. وأدت الأنواع المختلفة للغاية من أشكال مؤسسات الأعمال في البلدان النامية - وهي عادة مؤسسات تملكها أسر، ولها جذور في مناطق محددة - إلى ظهور ممارسات أخلاقية أو أبوية الطابع تتصل بالمسؤولية الاجتماعية للشركات. وتقاليد شرق آسيا التي تعلي من شأن مسؤولية الشركات عن توفير العمالة والرعاية هي جوانب أخرى للمسؤولية الاجتماعية للشركات التي غالباً ما يتم إغفالها.

وثانياً، فإننا نتخطى الآن المرحلة التي كانت فيها مختلف الجهات الفاعلة ومجموعات الضغط تستجمع قواها لكي تدرج موضوع المسؤولية الاجتماعية للشركات في جدول الأعمال الدولي. ويوحى الوضع الراهن بأن المسؤولية الاجتماعية للشركات قد اكتسبت الآن طابعاً مؤسسياً ويجري ترسيخها في النظام.

وما نراه هو ظهور ائتلافات جديدة لجماعات المصالح وللمجتمع مؤسسي جديد يعمل على تعميق ونشر برنامج المسؤولية الاجتماعية للشركات. وما يسمى بالمبادرات الدولية لأصحاب المصلحة المتعددين (مثل معيار المنظمة الدولية للتوحيد القياسي ISO 14001 ومعيار المساءلة الاجتماعية الدولية SA 8000 ومبادرة الإبلاغ العالمية ومبادرة التجارة الأخلاقية ورابطة العمل التزيه ومجلس رعاية الغابات، ومبادرة الاتفاق العالمي والاتفاقيات الإطارية العالمية) لها أهمية خاصة في هذا السياق. وإلى جانب وضع المعايير، والإبلاغ، والرصد ومراجعة الحسابات وإصدار الشهادات، فإن ترتيبات مؤسسية أخرى مثل الاستثمار المسؤول اجتماعياً، والتجارة التزيه والشراكات بين القطاعين العام والخاص تعزز أيضاً دينامية المسؤولية الاجتماعية للشركات.

ويدور الحديث هذه الأيام عن مسؤولية اجتماعية للشركات أو الأثر الانعكاسي للإبلاغ بسبب أمور منها البيئة الاقتصادية العالمية ومخاطر التنافس. وهذه الظروف قد توهم بعض جوانب المسؤولية الاجتماعية للشركات في بعض الشركات أو القطاعات أو البلدان، ولكن نظراً للقوى السياسية والمؤسسية التي تتجمع الآن في صالح المسؤولية الاجتماعية للشركات، فمن المرجح أن يزداد زخم حركة المسؤولية الاجتماعية للشركات.

والسؤال إذن لا يتعلق بما إذا كانت المسؤولية الاجتماعية للشركات، وقد ظهرت، سيُكتب لها البقاء أم لا، ولكنه يتعلق بمهية الفرق، إن وجد، الذي تحدثه هذه المسؤولية في التنمية. وثمة سؤال آخر متعلق بالموضوع وهو كيف يمكن مقارنة هذه العوامل المحركة بالعوامل التي تدفع إلى التخلف وإلى التنصل من المسؤولية الاجتماعية للشركات.

هل المسؤولية الاجتماعية للشركات تعزز التنمية؟

إن البحوث التي أجريناها في معهد الأمم المتحدة لبحوث التنمية الاجتماعية تعالج إلى حد كبير آثار برنامج المسؤولية الاجتماعية للشركات على التنمية.

ويميل البرنامج العام للمسؤولية الاجتماعية للشركات إلى التركيز على سبل الارتقاء بجودة ونطاق وحجم المبادرات الطوعية المرتبطة بجوانب محددة تحديداً كافياً من جوانب التنمية الاجتماعية والمستدامة. وهي تتعلق بالدرجة الأولى بقضايا تتصل بالبيئة والعمالة وتنمية المجتمع.

والافتراض الأساسي الذي يقوم عليه هذا البرنامج هو أن ما يصلح للبيئة أو العمال أو المجتمعات يصلح أيضاً للتنمية.

وهذا الافتراض ينطوي، كما سألنا فيما بعد، على تفسير ضيق إلى حد ما لمشكلة التنمية.

وبما أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تعنى بالدرجة الأولى بهذه الجوانب، فإن الجهود الرامية إلى تعزيز التنمية من خلال المسؤولية الاجتماعية للشركات قد ركزت، إلى حد كبير، على محاولات لتحسين نوعية ونطاق وحجم مدونات قواعد السلوك، ونظم الإدارة البيئية، والصحة والسلامة المهنيين؛ وعمليات الإبلاغ ومراجعة الحسابات وإصدار الشهادات المتعلقة بأداء الشركات الاجتماعي والبيئي، ومشاريع تنمية المجتمع، وخير البشرية.

وبما أن الوقت محدود، فلن أتكلم كثيراً عن هذه المحاولات - وسأقتصر في حديثي عما هو مهم للدخول في عملية فحص مستترة للواقع، لأن هناك اتجاهًا في هذا المجال يجعل الحديث عن نشر أفضل الممارسات والسيناريوهات التي تفوز فيها جميع الأطراف يستبق الواقع.

وإذا أخذنا على سبيل المثال عالم الشركات أو حتى مجرد فروع الشركات عبر الوطنية فإننا نجد أن نسبة ضعيفة جداً تشترك في بعض المبادرات الرفيعة المستوى للمسؤولية الاجتماعية للشركات (انظر الجدول ١).

الجدول ١ - الشركات عبر الوطنية، إصدار الشهادات والإبلاغ

التاريخ	العدد	الفترة
٢٠٠٢	٦٤ ٠٠٠	عدد الشركات عبر الوطنية
٢٠٠٢	٨٧٠ ٠٠٠	عدد الفروع
كانون الأول/ديسمبر ٢٠٠٢	٥٦١ ٧٤٧	شهادات ISO 9000 الصادرة
كانون الأول/ديسمبر ٢٠٠٢	٤٩ ٤٦٢	شهادات ISO 14001 الصادرة
آب/أغسطس ٢٠٠٣	٢٥٩	شهادات SA 8000 الصادرة
		المبادئ التوجيهية لمبادرة الإبلاغ العالمية (المبادئ):
أيلول/سبتمبر ٢٠٠٣	٣١٣	- الإبلاغ باستخدام المبادئ
أيلول/سبتمبر ٢٠٠٣	١٥	- الإبلاغ "وفقاً" للمبادئ
أيلول/سبتمبر ٢٠٠٣	١ ٢٤٠	مبادرة الاتفاق العالمي

المصادر: الأونكتاد (2003b)؛ المواقع الشبكية للمنظمة الدولية للتوحيد القياسي، والمساءلة الاجتماعية الدولية، ومبادرة الإبلاغ العالمية ومبادرة الاتفاق العالمي.

وتجدر الإشارة إلى أن بعض أكبر مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات مثل المعيار ISO 14001، قد حققت تقدماً أبطأ من المبادرات الأخرى المتعلقة بمسؤولية الشركات مثل إصدار مبادرة شهادات الـ ISO 9000.

وقد حدث بعض التقدم المنهجي والإجرائي الهام فيما يتصل بوضع المعايير، والرصد والتحقق، ولكن تطبيق مدونات قواعد السلوك وجودة الإبلاغ تصطدم، وفقاً لما يشير إليه تقرير الأونكتاد، بعبود خطيرة؛ Zeldenrust, 2001; Ascoly and Bendell, 2001; Jenkins, 2002; O'Rourke, 2000; Utting, 2003; Zadek, 2001; (UNCTAD, 2003a).

وتدعو طبيعة ونطاق هذه المشاكل إلى توخي الحذر عند الاعتماد بصورة مفرطة على نظم اللوائح القائمة على الإبلاغ ومراجعة الحسابات وإصدار الشهادات. وفيما يتعلق بالشركات عبر الوطنية، هل يمكن فعلاً وضع نظام عالمي من اللوائح يركز على محاولة رصد جوانب متعددة من أنشطة الشركات في كامل هياكلها الواسعة المنتشرة في جميع أنحاء العالم؟ إن حجم المهمة مخيف. والحال كذلك بالنسبة إلى مدى تعقد عملية الإبلاغ وكذلك عملية الرصد، في حالة القيام بها بصورة مجدية ونطاق المهارات المطلوبة، ناهيك عن الإشارة إلى التكاليف اللازمة (Utting, 2002).

إن قيدي الحجم والجودة اللذين تخضع لهما مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات ليست إلا جانباً واحداً من أي تقييم لتأثيرات المسؤولية الاجتماعية للشركات على التنمية. أما الجانب الآخر فهو ما أُشير إليه في

تقرير الأونكتاد، أي أن برنامج المسؤولية الاجتماعية للشركات لم يول اهتماماً كافياً لجوانب التنمية الأخرى (UNCTAD 2001؛ UNCTAD 2003b). وتقرير الاستثمار العالمي، لهذا العام، يركز اهتمامه على ما يمكن تسميته بالمؤثرات التقليدية للاستثمار الأجنبي المباشر، وهي الضرائب، والعمالة، ونقل التكنولوجيا، والروابط، وتطوير الهياكل الأساسية وإعادة استثمار الأرباح في البلدان المضيفة. ويشكل هذا النوع من التحليل وسيلة هامة لتذكير الأوساط المعنية بالمسؤولية الاجتماعية للشركات.

لكن هذه التذكرة ربما تحتاج إلى أن تذهب إلى ما هو أبعد من ذلك. فإذا كنا مهتمين بآثار المسؤولية الاجتماعية للشركات على التنمية فهناك جانب آخر ينبغي النظر فيه.

الأبعاد الهيكلية للتخلف

يتعلق هذا الفرع بالأبعاد الهيكلية للتخلف أو سوء التنمية، ومسألة ماهية علاقة الشركات بهذه الأبعاد. وينقلنا هذا التحليل إلى عالم نفوذ الشركات، وممارسة الضغوط، وأنماط الاستثمار والاستهلاك غير المستدامة، والمعايير المزدوجة.

دعوني أقدم بعض الأمثلة.

تفيد البحوث التي طلبنا إجراءها على **الشراكات بين الأمم المتحدة والأعمال التجارية** عن وجود حاجة إلى إعادة التفكير في علاقات الشراكة بين الأمم المتحدة والشركات عبر الوطنية بسبب الطريقة التي يمكن بها لهذه العلاقات أن تعزز نفوذ الشركات والميزة التنافسية والنفوذ السياسي ضد مصلحة البلدان النامية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم. كما يكشف هذا البحث النقاب عن المعايير المزدوجة التي تظهر عندما تشترك الشركات عبر الوطنية في مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات، مع قيامها، في الوقت نفسه، بالضغط من أجل وضع نظام لسياسات كلية يمكن أن تكون له آثار سيئة للغاية على التنمية (Zammit، جاري إصداره). وتتضمن العناصر الداعية إلى القلق في مثل هذا النظام جوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة؛ وميداناً غير متكافئ لإلغاء الضوابط التنظيمية وتحرير التجارة، أي أشكال التحرير التي تزيد اقتصادات البلدان النامية، وشركاتها وشعوبها ضعفاً؛ ومقاومة لمبدأي المعاملة الخاصة والتفاضلية على السواء، واستقلالية حكومات البلدان النامية في تحديد سياساتها بما يتفق مع عملياتها الديمقراطية واحتياجاتها وأولوياتها.

وأظهرت البحوث التي أجريت على المستوى القطري فجوات كبيرة أخرى في البرنامج العام للمسؤولية الاجتماعية للشركات.

ففي **شيلي** تسهم عدة شركات تعدين كبيرة طائفة من مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات لتحسين الأسواق الناشئة وصحة العمال وسلامتهم، ومشاريع للتعليم وتنمية المجتمع. لكن هذا المنظور يغفل أحد أهم مشاكل التنمية المتعلقة بالتعدين، وهي أن بعض الشركات عبر الوطنية لم تتمكن بمرور الوقت من تجنب دفع الضرائب والعوائد فحسب بل إنها شجعت أيضاً على التدفقات المالية داخل الشركة بما أدى إلى استئانة شركات للتعدين التابعة، والإفراط في الاستثمار، والإفراط في الإنتاج، وانهمار أسعار النحاس العالمية. وفي الوقت نفسه فإن

هذا النظام يوّلّد تدفقات ضخمة للإيرادات إلى الخارج للوفاء بخدمة القروض التي حصلت عليها من فروع الشركات المالية الموجودة في بلدان الملاذ في الخارج.

وفي البرازيل، أوضحت البحوث أن عدداً متزايداً من رابطات وشركات الأعمال التجارية تأخذ بعين الاعتبار القضايا المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات، لكن لم تظهر أي مشكلة إنمائية رئيسية واحدة في برنامجها. ويتعلق ذلك بالآثار الاجتماعية المترتبة على إضفاء طابع المرونة على سوق العمالة والمشاكل الثلاث المتعلقة بذلك وهي البطالة، وإلغاء حقوق العمال وانخفاض مستوى معايير العمل المرتبطة بالتعاقد من الباطن. وحتى وقت قريب، تمكنت البرازيل من أن تتجاهل إلى حد كبير هذه القضايا في جدول أعمالها المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات (Cappellin and Giuliani، جاري إصداره).

وفي المكسيك، تزايدت عمليات إصدار شهادات بيئية وتحسين نظم الإدارة البيئية، ولكن هناك اتجاهات تبعث على القلق، من منظور التنمية المستدامة، تتعلق بزيادة الاستثمار في صناعات كثيفة التلوث ونقل المصانع إلى مناطق شبه قاحلة وهشة بيئياً، تكون فيها بالتالي الأنظمة البيئية أضعف مما هي عليه في معظم الأحيان، في أماكن أخرى. ولا تظهر هذه الجوانب في الواقع في البرنامج العام للمسؤولية الاجتماعية للشركات في المكسيك. كما أن الانخفاض الشديد في الأجور الفعلية الذي حدث خلال العقدين الماضيين غير مدرج في هذا البرنامج (Barkin, 1999).

وفي الفلبين أوضحت البحوث في قطاع الغذاء والمشروبات أن برنامج المسؤولية الاجتماعية للشركات يغفل القضايا الرئيسية التي تتعلق بأنماط التسويق والاستهلاك الأخلاقيين. وأصدرت منظمة الصحة العالمية، مؤخراً، تقريراً، يبرهن بوضوح على العلاقة بين زيادة استهلاك المأكولات السريعة والمشروبات غير الكحولية وارتفاع الإصابة بالأمراض المزمنة مثل مرض السكري، والبدانة وأمراض القلب والأوعية الدموية، التي تتسبب حالياً في وفاة عدد من الناس يفوق ما تسببه الأمراض الأخرى (WHO, 2003). وقد وجدنا في الفلبين أن لأكثر شركة عبر وطنية للمشروبات غير الكحولية نشاطاً معقولاً يتعلق بتحسين البيئة بمشاريع المجتمعات المحلية. وفي الوقت نفسه، فإن هذه الشركة تعمل، رغم ذلك، بنشاط على تسويق علامتها التجارية باعتبارها شركة تنتج مشروبات مذاقها جيد ويحلو تناولها في آن معاً (وهو ما نتوقعه)، ولكنها أيضاً جيدة بالنسبة للصحة ومن منظور التغذية. وتحاول موادها الدعائية بانتظام التقليل من شأن الادعاءات الصحية السلبية المرتبطة بالمشروبات الغازية غير الكحولية. كما أنها ترسل رسالة تفيد بأن هذه المشروبات - أو مشروباً واحداً منها على وجه التحديد - مفيد للصحة في البلدان الفقيرة أكثر من الماء. وهذه الرسالة تستهدف مئات الآلاف من طلاب المدارس كل عام.

وفي الصين تكون أهم مسألة بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم هي معرفة الجهة التي تتحمل ثمن إدخال التحسينات على المعايير في سلسلة توريد الشركات عبر الوطنية. وحتى وقت قريب، كان النهج العام لمقار الشركات يركز على "فرض" التحسينات الواجب إدخالها على المسؤولية الاجتماعية للشركات أكثر من تركيزه على "تقاسم المسؤولية". وفضلاً عن ذلك، غالباً ما يجد الموردون أنفسهم مقيدين نوعاً ما، حيث تطالبهم إدارات المسؤولية الاجتماعية للشركات بالكثير فيما يتعلق بالمعايير والنفقات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات، في حين تصر إدارات المشتريات في الشركات نفسها على تضييق الهوامش وجداول التسليم (Utting, 2003).

وما تبينه هذه الأمثلة هو أن البرنامج العام للمسؤولية الاجتماعية للشركات يميل إلى التركيز على جوانب ضيقة إلى حد ما للتنمية وأنه يغفل بعض القضايا الأساسية للتنمية التي تتعلق بنفوذ الشركات وأثر السياسات، والآثار السلبية المترتبة على إضفاء طابع المرونة والتحرير، وأنماط الاستثمار والاستهلاك غير المستدامة، والمعايير المزدوجة.

وفيما يتعلق بالإبلاغ عن المسؤولية الاجتماعية للشركات، يُطرح إذن التساؤل عن ماهية ما يُبلغ عنه بالتحديد. وتقدم دواعي القلق المشار إليها أعلاه عدداً من الوسائل والبدائل.

١- **التشخيص والمؤشرات.** إذا كان برنامج المسؤولية الاجتماعية للشركات وعمليات الإبلاغ يفشان في التصدي للجوانب الرئيسية للتنمية، فرمما كان هناك خطأ في التشخيص. واهتمام مبادرة الإبلاغ العالمية حالياً بالتحليل القطاعي مسألة هامة. فمن الواضح أن طبيعة مشكلة التنمية تتفاوت بصورة كبيرة من قطاع إلى آخر. ولكن هناك شكوكاً تتعلق بمدى تمكن عمليات التحليل التي تجريها الشركات من الكشف عن الطبيعة الكاملة لمشاكل التنمية الواجب معالجتها. وربما ينبغي أن يمتد نطاق الاهتمام الموجه حالياً إلى الاستقلال في الرصد، ليشمل أيضاً التشخيص. وهناك المزيد من العمل الواجب القيام به لوضع مؤشرات قادرة على أن تقدم معلومات تتصل مباشرة بدواعي القلق المتعلقة بالتنمية المحددة أعلاه - ولا سيما البيانات والمؤشرات "الأساسية" المتعلقة بالأجور، والدعاوى القضائية، والضرائب، واتفاقات المساومة الجماعية، وإعادة استثمار الأرباح وإعادة الأرباح إلى الوطن، والمدفوعات المقدمة إلى الأحزاب السياسية، والحكومات وغيرها.

٢- **إدماج شواغل الشمال.** من المهم إيلاء المزيد من الاهتمام لما يترتب على المسؤولية الاجتماعية للشركات من تكاليف على البلدان النامية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم، ومسألتها الجهة التي تتحمل الدفع وكيفية تقاسم المسؤولية. وينبغي أن تزداد مشاركة الجهات الفاعلة من الجنوب في تحديد معالم برنامج المسؤولية الاجتماعية للشركات وفي المبادرات الدولية لأصحاب المصالح المتعددين. كما ينبغي الاعتراف بصورة متزايدة بأن الممارسات والعمليات "المحلية" المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات موجودة في معظم البلدان النامية. وينبغي الاعتراف بها وتيسير استخدامها، لا تجاهلها باتباع نهج "واحد يصلح للجميع"، يتم فرضه إلى حد كبير من الخارج (Kemp, 2001).

٣- **إجراءات تقديم الشكاوى.** من المهم تعزيز النهج التنظيمية البديلة التي تركز على شكاوى أو انتهاكات محددة للمعايير بدلاً من وضع أمور كثيرة في سلة واحدة في محاولة الإبلاغ عن النطاق الواسع لممارسات الشركات وآثارها، وفي محاولة رصدها ومراجعة حساباتها. ويمكن وضع منظومات من اللوائح تعتمد تقديم الشكاوى في إطار ترتيبات مؤسسية مختلفة للغاية - منها مثلاً اتفاقات المساومة الجماعية التقليدية أو الاتفاقات الإطارية العالمية الجديدة مع منظمات نقابية دولية، ومنظمات غير حكومية معنية بالمراقبة، وحملات ينظمها المجتمع المدني، وتعزيز إجراءات تقديم الشكاوى المرتبطة بمبادرات أصحاب المصلحة المتعددين، والتنازلي، وأمناء المظالم، والمقررين الخاصين التابعين للأمم المتحدة.

٤ - إعادة تنظيم الصلة بين العمل التطوعي والقانون. اهتم برنامج المسؤولية الاجتماعية للشركات اهتماماً كبيراً بإبراز مزايا النهج الطوعية. وهناك حاجة إلى إيجاد روابط جديدة بين النهج التنظيمية أو إلى المزج بينها (Utting, 2003; Bendell, 2003). ويحدد تقرير الاستثمار العالمي لعام ٢٠٠٣ (WIR 2003) عدة احتمالات، ويفعل ذلك أيضاً تقرير الأونكتاد الذي تم توزيعه من أجل هذا الاجتماع. وقدمت "حركة مساءلة الشركات" اقتراحات أخرى ينبغي النظر فيها. ويؤكد الكثيرون على دور القانون الدولي غير الملزم أو الهيئات التنظيمية (مثل ذلك معايير حقوق الإنسان للأمم المتحدة والشركات عبر الوطنية، ومدونة قواعد السلوك للاتحاد الأوروبي، ومنظمة مساءلة الشركات). ويقترح البعض تعزيز أو توسيع نطاق اختصاص المؤسسات القائمة مثل نطاق المبادئ التوجيهية للمؤسسات المتعددة الجنسيات التي وضعتها منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، ومبادئ منظمة العمل الدولية المتعلقة بالمؤسسات المتعددة الجنسيات، والمحكمة الجنائية الدولية والمساءلة الإلزامية. ويقترح البعض الآخر (مثل الحملة الدولية للحق في المعرفة) إشراك منظمات المجتمع المدني في تعزيز الكشف عن البيانات المتعلقة بالعمليات التي تقوم بها في الخارج شركات عبر وطنية معينة. وهذه الاقتراحات لا يقتصر هدفها على محاولة معالجة المشكلتين الأساسيتين اللتين تعترضان النهج الطوعية واللتين يطرحهما المستفيد مجاناً وعملية الأعمال، بل إنها تحاول أيضاً أن تعيد للبرنامج بعض القضايا التي لم تكن في المتناول إلى حد بعيد، وهي المحددات الهيكلية ومحددات السياسات المتعلقة بالفقر وعدم المساواة على المستوى العالمي، وعلاقتها بالشركات الكبيرة.

المراجع

- Ascoly N and Zeldenrust I (2001). *Discussing Key Elements of Monitoring and Verification*. SOMO, Amsterdam.
- Barkin David (1999). *The Greening of Business in Mexico*. Discussion Paper No. 110, UNRISD, Geneva.
- Bendell J (2001). *Towards Participatory Workplace Appraisal: Report from a Focus Group of Women Banana Workers*. Occasional Paper. New Academy of Business, Bristol.
- ____ (2003). *Barricades and Boardrooms: The Challenge of Corporate Power to World Development*. Draft mimeo. UNRISD, Geneva.
- Cappellin P and Giuliani G M (forthcoming). *The Political Economy of Corporate Responsibility in Brazil: Social and Environmental Dimensions*. UNRISD, Geneva.
- Jenkins R (2002). "Corporate codes of conduct: Self-regulation in a global economy." In NGLS/UNRISD (eds.), *Voluntary Approaches to Corporate Responsibility: Readings and a Resource Guide*. NGLS, Geneva.
- Kemp M (2001). *Corporate Social Responsibility in Indonesia: Quixotic Dream or Confident Expectation?* Programme Paper No. 6 (TBS). UNRISD, Geneva.
- O'Rourke D (2000). *Monitoring the Monitors: A Critique of PricewaterhouseCoopers (PwC) Labor Monitoring*. web.mit.edu/dorourke/www/index.html.
- UNCTAD (2001). *Social Responsibility*. UNCTAD series on issues in international investment agreements. Geneva.
- ____ (2003a). *Disclosure of the Impact of Corporations on Society: Current Trends and Issues*. Geneva.
- ____ (2003b). *World Investment Report 2003. FDI Policies for Development: National and International Perspectives*. Geneva and New York, United Nations.
- Utting P (2000). *Business Responsibility for Sustainable Development*. UNRISD, Geneva.
- ____ (2002). "Regulating Business via Multistakeholder Initiatives: A Preliminary Assessment," in *Voluntary Approaches to Corporate Responsibility: Readings and a Resource Guide*. NGLS/UNRISD ed. NGLS, Geneva.
- ____ (2003). "Corporate Responsibility and Labour Issues in China: Reflections on a Beijing Conference," *Journal of Corporate Citizenship*. Issue 10, Summer, pp.21–27.
- WHO (2003). *Diet, Nutrition and the Prevention of Chronic Diseases*. Report of a Joint WHO/FAO Expert Consultation. WHO Technical Report Series 916. WHO, Geneva.
- Zadek S (2001). *The Civil Corporation: The New Economy of Corporate Citizenship*. Earthscan, London.
- Zammit A (Forthcoming). *Development at Risk: Rethinking UN-Business Partnerships*. UNRISD, Geneva.

نطاق المسؤولية الاجتماعية للشركات في البلدان النامية

برفين محمود

نائب المدير التنفيذي
مؤسسة بالي كارما - ساحياك^(١)

موجز تنفيذي

المسؤولية الاجتماعية للشركات هي المبادرة التي تتخذها مؤسسات الأعمال التجارية باستثمار جزء من أرباحها من أجل تحقيق رفاه المجتمع لكي تكون صورة إيجابية لدى الجمهور وتؤسس قاعدة من المستهلكين الواعين. كما أنها التزام من جانب مؤسسات الأعمال التجارية بالمساهمة في التنمية الاقتصادية المستدامة والعمل مع الموظفين وأسرتهم، والمجتمعات المحلية والمجتمع على تحسين نوعية الحياة. وهناك وعي متنام الآن بأن إغفال المخاطر البيئية والاجتماعية قد يشوّه صورة الشركة فينعكس ذلك بالتالي على قيمتها في السوق. ولذلك، فإن المسؤولية الاجتماعية للشركات تصبح شيئاً فشيئاً من الممارسات الأساسية في ثقافة الشركات في البلدان النامية، وتولد نطاقاً جديداً من الشراكة بين القطاعات العامة والخاصة وغير الربحية من أجل تحقيق التنمية الاقتصادية وإذكاء الوعي البيئي.

وتقوم البلدان النامية بالتصدي للأبعاد المتعددة للفقر: الافتقار إلى الحاجات الأساسية مثل التعليم والخدمات الصحية، إضافة إلى البطالة وتدني المستوى المعيشي. وتضطلع الشركات المتعددة الجنسيات، فضلاً عن مؤسسات الأعمال المحلية في البلدان النامية بالمسؤولية الاجتماعية للشركات بدرجات متفاوتة في إطار العمليات التجارية المحلية بغية التصدي لمثل هذه القضايا. وتُعد الشركات المتعددة الجنسيات أو الشركات عبر الوطنية الجهات الرئيسية التي تستثمر في البلدان النامية من خلال الاستثمار الأجنبي المباشر. وتضمن المسؤولية الاجتماعية للشركات تحقيق الحد الأعلى من الآثار الإيجابية والحد الأدنى من الآثار السلبية للاستثمار الأجنبي المباشر. والعديد من الشركات العاملة في بنغلاديش، وخصوصاً الشركات المحلية والشركات المتعددة الجنسيات، تشدد بشكل أكبر على الدور الذي يمكن أن تقوم به بوصفها "شركات مسؤولة وتحلّى بروح المواطنة". وفي بلد لا يزال يشهد تطور المؤسسات كما هو الحال في بنغلاديش، يجب على الشركات أن تبدي المزيد من الالتزام. ولا تشمل تقارير الشركات على تقارير بالمعنى الحقيقي عن المسؤولية الاجتماعية للشركات لأنها لا تشكل حتى الآن التزاماً بالنسبة للأعمال التجارية. بيد أن الشركات المتعددة الجنسيات تراعي المسؤولية الاجتماعية للشركات بسبب الالتزام العالمي للشركات الأم في هذا الصدد. وهذه الممارسة قد تجعل الشركات المتعددة الجنسيات أداة فعالة لمكافحة الفقر في بنغلاديش حيث يعيش ٦٠ في المائة من السكان تحت وطأته. وللمسؤولية الاجتماعية للشركات نطاق يؤثر تأثيراً كبيراً على المجتمع. وعمدورها أن تساعد على كبح الاضطرابات الاجتماعية، وتحسين نوعية الحياة بالنسبة للفقراء.

PKSF Bhaban, Plot: E-4/B, Agargaon Administrative Area, Sher-e-Bangla Nagar, (١)
Dhaka-1207, Bangladesh. Tel: (880) 2-9141785, (880) 2-9140056-9; fax: (880) 2-9134431; e-mail:
.pmahmud@pksf-bd.org; website: www.pksf-bd.org

والوضع الأمثل هو أن تحقق الشركات أرباحاً للمحافظة على سلامة أعمالها التجارية والإسهام في المجتمع. وينبغي إيجاد نظام لمنح مزايا ضريبية للشركات التي تضطلع بمسؤولياتها الاجتماعية. ويمكن أن تقوم شخصيات مرموقة باتخاذ مبادرات تحت على الأعمال الخيرية بصورة منظمة من خلال صناديق ائتمانية ومؤسسات خيرية. وبالنظر إلى أن الأموال المقدمة من الجهات المانحة في طريقها إلى النضوب، فإن مؤسسات التمويل الصغرى التابعة للمنظمات غير الحكومية، والمنظمات المجتمعة في البلدان النامية تواجه صعوبة في مواصلة برنامج التنمية الاجتماعية الذي تضطلع به. ولمواصلة مثل هذه البرامج، يمكن للشركات المتعددة الجنسيات ومؤسسات الأعمال التجارية الوطنية أن تقوم بطريقة منسقة بوضع خارطة طريق لتيسير البرامج التي تلي الاحتياجات الاجتماعية. وتعد المؤسسة الفلبينية للأعمال التجارية من أجل التقدم الاجتماعي مثلاً على نموذج المظلة الاجتماعية. وكانت هذه المؤسسة من الوسائل التي مكّنت مجتمع الأعمال في الفلبين من ترشيد وتنسيق التمويل والدعم التقنيين اللذين تقدمهما للمشاريع والبرامج الاجتماعية - الاقتصادية في جميع أنحاء البلد.

إن شراكة المنظمات غير الحكومية/مشاريع المجتمعات المحلية هي واحدة من السبل التي تمكن الشركات الكبيرة من الاستفادة من الشراكة مع المنظمات غير الحكومية لاستكمال الجهود الحكومية في مجال محاربة الفقر. وتعد المؤسسة الفلبينية للأعمال التجارية من أجل التقدم الاجتماعي مؤسسة مثالية في هذا السياق. ومن الضروري تقاسم المسؤوليات بين الحكومة ومجتمع الأعمال التجارية من أجل تحقيق التنمية المستدامة في بلد ما. وتعتبر شركة التسويق الاجتماعي من بين هذه المبادرات في بنغلاديش. وتمثل المسؤولية الاجتماعية للشركات أحد الجوانب الأساسية لمؤسسات الأعمال التجارية نظراً إلى أنها تساعد الشركة على بناء سمعة طيبة تتسم بالانفتاح والأمانة تمكنها، بفضل دعم الجمهور، من تجاوز الأزمات حتى في سوق تقوم على المنافسة.

مقدمة

شهدت بداية الألفية الجديدة عدداً من الاخفاقات التي مُنبت بها شركات مشهورة وأجبرت مجتمع الأعمال التجارية على زيادة فعالية وشفافية الممارسات المتبعة في مجال إدارة الشركات. وبنفس القدر، أدركت الشركات في أواخر القرن التاسع عشر حاجتها إلى تزويد الأسواق بمعلومات مالية موثوقة من أجل زيادة التمويل الخارجي. ومن الناحية التاريخية، لم يكن قيام الشركات بزيادة الكشف عن بياناتها المالية وزيادة الشفافية نتيجة للتشريعات، بل للضغوط الكبيرة التي مارسها مجتمع الأعمال التجارية والمجتمع. ولم تقتصر تقارير الشركات في الآونة الأخيرة على تدابير الأداء المالي التقليدية، وإنما شملت أيضاً استخدام المؤشرات البيئية والاجتماعية لتقييم التأثير الكامل لأنشطة شركة ما. والمسؤولية الاجتماعية للشركات ظاهرة حديثة نسبياً وتنمو بصورة حثيثة في البلدان النامية وتمارس على نطاق واسع في البلدان المتقدمة، وتتمثل في مبادرة مؤسسات الأعمال التجارية باستثمار جزء من أرباحها من أجل تحقيق رفاه المجتمع وإعطاء الجمهور صورة إيجابية وتأسيس قاعدة من المستهلكين الواعين. وهي التزام من جانب مؤسسات الأعمال التجارية بالإسهام في التنمية الاقتصادية المستدامة والعمل مع الموظفين وأسرهم، والمجتمع المحلي والمجتمع على تحسين نوعية الحياة. وهنالك وعي متنام الآن بأن إغفال عوامل المخاطر البيئية والاجتماعية قد يشوّه صورة الشركة وينعكس ذلك بالتالي على قيمتها في السوق. ولذلك، فإن المسؤولية الاجتماعية للشركات تصبح شيئاً فشيئاً من الممارسات الأساسية في ثقافة الشركات في البلدان النامية وتؤدي إلى إيجاد نطاق جديد للشراكة بين القطاعات العامة والخاصة وغير الربحية من أجل تحقيق التنمية الاقتصادية وإذكاء الوعي البيئي.

المسؤولية الاجتماعية للشركات في البلدان النامية

إن مؤسسات الأعمال التجارية في جميع أنحاء العالم، في البلدان النامية والمتقدمة على حد سواء، وبصرف النظر عن حجمها وتخصصها، تترك أثراً كبيراً من النواحي الاجتماعية والبيئية والاقتصادية على المجتمعات المحلية التي تعمل فيها. بيد أن أهمية "التأثير الإيجابي" في الأسواق المعاصرة التي تتسم بالتنافس الشديد قد تكون جوهرية بالنسبة لسمعة الشركة ولنجاح الأعمال التجارية على حد سواء.

وتتصدى البلدان النامية للأبعاد المتعددة للفقر: الافتقار إلى الحاجات الأساسية مثل التعليم والخدمات الصحية، والصحة العامة، والإصحاح ومياه الشرب. ويرتفع معدل الفقر في كثير من البلدان نظراً لاستحالة إيجاد فرص عمل كافية في ظل تدي النمو الاقتصادي. كما أن نوعية الحياة رديئة حتى بالنسبة للموظفين. ومن أجل التصدي للفقر والبطالة وتحسين نوعية الحياة، كثيراً ما تضطلع الشركات المتعددة الجنسيات ومؤسسات الأعمال التجارية المحلية في البلدان النامية بالمسؤولية الاجتماعية للشركات بدرجات متفاوتة في إطار عملياتها التجارية المحلية في المجالات التالية:

- **حماية البيئة**، مثل خفض انبعاثات الغازات وكمية النفايات، وإعادة تدوير المواد وبرامج إعادة تشجير الغابات؛
- **الأعمال الخيرية**، مثل التبرع للمؤسسات الخيرية؛
- **المشاركة في القضايا الاجتماعية**، مثل التوعية بحقوق الإنسان والتثقيف بشأن مرض الإيدز؛
- **وتنمية المناطق الحضرية** من خلال الشراكة مع الحكومة المحلية لإنعاش مؤسسات الأعمال التجارية الصغيرة وتحسين البيئة في المدن الداخلية؛
- **والاستثمار في مؤسسات الأعمال التجارية المحلية** من خلال إقامة شراكات مع المنظمات غير الحكومية في مجال التخفيف من وطأة الفقر وبرامج التنمية الاجتماعية، والمؤسسات الدينية والأندية الاجتماعية؛
- **ومشاريع الموظفين**، مثل توفير معايير أعلى للصحة والسلامة المهنيين، وفرص التوظيف المتساوية، واقتسام الوظائف وساعات العمل المرنة.

والشركات المتعددة الجنسيات أو الشركات عبر الوطنية هي الجهات الرئيسية المستثمرة في البلدان النامية من خلال الاستثمار الأجنبي المباشر. وتدفع الاستثمار الأجنبي المباشر إلى البلدان النامية لديه القدرة على الإسهام بشكل كبير في تطوير الاقتصادات المحلية من خلال إيجاد فرص عمل، وبناء القدرات ونقل المعرفة. وتحقق الحكومات إيرادات كبيرة من هذه الأعمال التجارية عن طريق الضرائب المفروضة على الشركات، ورسوم الإنتاج، وضريبة القيمة المضافة وضريبة الأملاك. وهذه الإيرادات الكبيرة تمكن الحكومات من إنفاق المزيد من الأموال على الخدمات العامة. وبالإضافة إلى ذلك، دخلت العديد من الشركات في إطار المسؤولية الاجتماعية للشركات في برامج تساعد على توفير التنمية الاجتماعية المطلوبة بصورة ماسة والتي تجتد الحكومات صعوبة في توفيرها.

وعلى الرغم من ذلك، ثمة هواجس من أن تزايد العولمة والاستثمار الأجنبي المباشر سيؤديان إلى الإضرار بمعايير العمل والبيئة، وزيادة أوجه عدم المساواة الاجتماعية والمنافسة الحادة بالنسبة للصناعات المحلية الناشئة. ويكمن التحدي الرئيسي في تحقيق الحد الأقصى من التأثير الإيجابي للاستثمار الأجنبي المباشر وتقليل آثاره السلبية إلى الحد الأدنى. وبينما انصب التركيز الأساسي في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات في البلدان النامية على الشركات المتعددة الجنسيات، توجد تأثيرات متزايدة بالنسبة لشركات محلية المقار بجميع أحجامها. وتواجه مؤسسات الأعمال التجارية المحلية تحديات بسبب العولمة. وفي خضم هذه البيئة التي تتسم بالتحديات، غالباً ما تقوم قوى السوق وعوامل أخرى بمكافأة ممارسات تجارية ذات تأثير سلبي من الناحيتين الاجتماعية والبيئية. ومع ذلك، يتزايد اعتراف مؤسسات الأعمال التجارية في البلدان النامية بأن المسؤولية الاجتماعية للشركات تتركز على منطوق جيد بالنسبة للأعمال التجارية ويمكن أن تؤدي إلى الحصول على ميزة تنافسية. وعلى سبيل المثال، يبحث الزبائن الأجانب بصورة متزايدة، ولا سيما الشركات المتعددة الجنسيات والأسواق، عن موردين يتمتعون بمعايير عالية من حيث المسؤولية الاجتماعية للشركات. كما أن سعي الأمم المتحدة إلى جعل الشركات المتعددة الجنسيات مسؤولة من الناحية القانونية عن ممارساتها الاستثمارية في الخارج، بما في ذلك قيامها باعتماد معايير مقبولة في مجال العمل والبيئة، يُعد بالتأكيد خطوة أولى موضع ترحيب.

ومع ذلك، فإن الوجه الآخر للعملة هو أن هذه الأعمال التجارية، وخصوصاً الشركات المتعددة الجنسيات التي تولد إيرادات كبيرة للحكومة، يمكن أن تستخدم الحكومة كأداة لتحقيق مصالح ذاتية، فتتجنب القيام بأي مسؤولية اجتماعية وترتكز فقط على مآربها الأساسية. وقد تقرر مؤسسات الأعمال التجارية تفادي المسؤولية الاجتماعية للشركات نظراً لعدم وجود التزام صريح. ويمكن للبلدان النامية، بسبب عدم خبرتها وجهلها بقطاعات الأعمال التجارية الجديدة، أن تمنح الشركات المتعددة الجنسيات فرصة للتخلي عن التزاماتها لأن نطاق المسؤولية القانونية غير محدد بدقة في اتفاقاتها مع الحكومة. والشكوى المتعلقة بالأضرار التي قدمتها شركة بترولبنغلا (Petrobangla) نيابة عن حكومة بنغلاديش للحصول على تعويض من فرع شركة يونوكال (UNOCAL) في بنغلاديش، ناشئة عن عدم وجود اتفاق محدد بشأن التعويض عن الأضرار. وفي تموز/يوليه ٢٠٠٢، تسلم فرع شركة يونوكال في بنغلاديش (Bangladesh Blocks Thirteen and Fourteen Ltd.) والتي كانت تسمى في السابق ("OBL" Occidental of Bangladesh Ltd.) رسالة من شركة بنغلاديش للنفط والغاز والمعادن (Petrobangla) تطالب، نيابة عن حكومة بنغلاديش وبنترولبنغلا، بتعويض قيمته ٦٨٥ مليون من دولارات الولايات المتحدة الأمريكية. وكانت الشكوى عبارة عن مطالبة بالتعويض عن ٢٤٦ مليار متر مكعب من الغاز الطبيعي كان يمكن استخلاصها ويُدعى أنها "فُقدت وأُتلفت" بسبب الانفجار المعروف بـ "انفجار ماغوريشارا" الذي وقع عام ١٩٩٧ والحريق الذي نتج عنه أثناء عمليات الحفر التي كانت تقوم بها شركة (OBL)، بوصفها مشغل بئر الاستكشاف مولا في بازار رقم ١ #1 Moulavi Bazar في الحقلين ١٣ و ١٤ من منطقة عقد تقاسم الإنتاج في سيلهيت (Sylhet) بشمال شرق بنغلاديش. وتعتقد شركة يونوكال أن مطالبة التعويض تبالغ في تقدير كمية الغاز القابل للاستخلاص الذي فُقد بسبب الانفجار. ووفقاً لممارسة التعاقد المتبعة عالمياً، لم يشتمل عقد تقاسم الإنتاج على نص يتعلق بتعويض الحكومة البنغلاديشية أو شركة بترولبنغلا عن الموارد التي تُفقد خلال العمليات التي تقوم بها الشركة العاملة. غير أن الاتفاق التكميلي اشتمل لاحقاً على شرط من هذا القبيل. ومع ذلك، وحتى إذا كان هنالك نوع من التعويض المستحق، فإن شركة يونوكال تعتقد أن تسوية التعويض عن الضرر

النتائج عن الانفجار قد عولجت بصورة كاملة في عام ١٩٩٨ في إطار الاتفاق التكميلي الملحق بعقد تقاسم الإنتاج. وقد تعلمت بنغلاديش الدرس بالطريقة الصعبة. فقد أدى عدم الخبرة والافتقار إلى المعرفة إلى إخفاق بنغلاديش في التوصل إلى اتفاق أمثل يحمي مصالحها.

إن الربح هو غاية أي عمل تجاري. ويقود ذلك إلى التفكير في الجوانب الأخلاقية لعمل الشركات، ورعاية الموظفين ورفاه المجتمع الذي تمارس فيه أعمالها التجارية، والتفكير بالتالي في المسؤولية الاجتماعية للشركات، وهي المكوّن الثاني لما يُطلق عليه في الغالب "الغاية المزدوجة" لمؤسسات الأعمال التجارية. فالمسؤولية الاجتماعية للشركات تؤدي إلى تعزيز العلاقات العامة، وإعطاء الشركة صورة إيجابية، كما تساهم في زيادة مبيعات منتجاتها أو خدماتها. وعليه، فإن المسؤولية الاجتماعية للشركات مربحة. كما تزدهر أسواق رأس المال نظراً إلى أن الشركات الوطنية في طريقها إلى أن تصبح تدريجياً قادرة على الاستدامة مالياً؛ وهذه الجوانب المفيدة تدفع الشركات إلى أن تراعي المسؤولية الاجتماعية للشركات. وكذلك يؤدي دور الرقابة المجتمعية الذي تقوم به المنظمات غير الحكومية ومنظمات حقوق الإنسان في البلدان النامية إلى الدفع باتجاه استدامة المسؤولية الاجتماعية للشركات. وفي البلدان النامية، لا يدرك المجتمع ككل مفاهيم المسؤولية الاجتماعية للشركات. كما أن الهيئات التنظيمية غير نشطة في هذا المجال. وبإمكان المستثمرين الأجانب استغلال هذه الفرصة لتحقيق الربح على حساب التأثيرات الاجتماعية والبيئية. ويُرحب بالتوجه نحو نشر هذه المفاهيم من خلال وسائل الإعلام، والمجتمع المدني، والمنظمات غير الحكومية ومنظمات حقوق الإنسان. ونتيجة لذلك، أصبحت حتى الشركات المحلية مدركة لمسؤولياتها الاجتماعية.

الاستثمار الاجتماعي في بنغلاديش

إن كثيراً من الشركات في بنغلاديش، ولا سيما مؤسسات الأعمال التجارية المحلية والشركات المتعددة الجنسيات، تشدد بصورة أكبر على الدور الذي يمكن أن تقوم به بوصفها "شركات مسؤولة وتتحلى بروح المواطنة". وتتبنى هذه الشركات نهج أنشطة الأعمال التجارية التي تتسم بالمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية والبيئية. وعلى سبيل المثال، أصبحت الشركات المتعددة الجنسيات العاملة في مجال الطاقة أكثر وعياً بهذا الدور منذ كارثة ماغوريشاريا. واعترافاً بمسؤولياتها على نطاق أشمل، توافق الشركات في الوقت الراهن على أنها مسؤولة أمام طائفة واسعة من أصحاب المصلحة بالإضافة إلى المساهمين، بما في ذلك الشركاء التجاريين، والموظفين، والزبائن، والموردين والفئات المجتمعية المحلية. وترد فيما يلي بعض الأمثلة على الاستثمارات في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات في بنغلاديش.

شركة التبغ البريطانية الأمريكية في بنغلاديش. تدرك شركة التبغ البريطانية الأمريكية في بنغلاديش مسؤوليتها الاجتماعية الكبيرة نظراً إلى المخاطر الصحية التي يسببها التبغ. وهذه الشركة من الشركات الرائدة في بنغلاديش التي بدأت في نيسان/أبريل ٢٠٠٢ عملية إعداد التقارير الاجتماعية من خلال إجراء حوار رسمي مع جهات معنية خارجية لفهم وجهات نظرها وشواغلها بشأن القضايا المتعلقة بصناعة التبغ بشكل عام، وبالشركة نفسها على وجه الخصوص. وهي أول شركة في بنغلاديش تقوم بإعداد تقرير اجتماعي (في أيلول/سبتمبر ٢٠٠٣) يطابق أسس معايير التقييم العالمية الصارمة وفق المعايير ألف ألف ١٠٠٠، والمبادئ التوجيهية لمبادرة التقارير العالمية التي تشرف عليها مؤسسات الأمم المتحدة. وقررت الشركة اتباع الطريقتين، والشيء الأهم من ذلك، هو أنها سعت إلى التحقق

المستقل من نزاهة التقارير الاجتماعية بواسطة المكتب الدولي لضبط الجودة (Bureau Veritas Quality International). وقام هذا المكتب بإنشاء لجنة رسمية داخل الشركة معنية بالمسؤولية الاجتماعية للشركات. كما عُقدت ثماني جلسات حوار ميسرة على مرحلتين في ثلاث مناطق شملت العاصمة الوطنية دكا. كما تم تجميع القضايا التي أثارها الجهات المعنية في عشر فئات رئيسية: ١- معلومات عن المستهلكين، ٢- التدخين في الأماكن العامة، ٣- المنتجات قليلة المخاطر، ٤- مكافحة تعود الشباب على التدخين، ٥- التسويق المسؤول، ٦- الأنظمة المتعلقة بالتبغ، ٧- الضرائب المفروضة على التبغ وتحديد أسعار السجائر، ٨- إدارة البيئة، ٩- وتحلي الشركات بروح المواطنة، و١٠- إدارة الشركات.

وذكرت الجهات المعنية خلال جلسات الحوار أنها مدركة لأهمية المساهمات المالية التي تقدمها شركة التبغ البريطانية الأمريكية في بنغلاديش إلى الحكومة في شكل رسوم إنتاج. واقترحت أن تقوم بتنويع أعمالها التجارية وإيجاد المزيد من فرص العمل. وحددت الجهات صاحبة المصلحة عدداً واسعاً ومتنوعاً من التوقعات فيما يتعلق بدور شركة التبغ البريطانية الأمريكية في بنغلاديش في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات. وبرزت ستة مواضيع أساسية هي: ١- دور شركة التبغ البريطانية الأمريكية في بنغلاديش كشريك إنمائي، ٢- رعاية الشركات للبرامج والتخفيف من وطأة الفقر، ٣- تقديم الدعم لمزارعي التبغ، ٤- دعم البرامج الصحية، ٥- دعم البرامج التعليمية، و٦- القضاء على عمالة الأطفال. ومع ذلك، فإن شركة التبغ البريطانية الأمريكية في بنغلاديش تغطي مجالات أوسع في إطار تحليها بروح المواطنة. فهي تشارك من خلال مشاريع ومبادرات متنوعة في تحسين البيئة، ودعم المنظمات الخيرية، وتشجيع الفن والثقافة، والمساعدة في الإغاثة في حالات الكوارث.

شركة غلاكسو سميث كلاين (GSK). هي من شركات المستحضرات الصيدلانية الرئيسية. والهدف الذي تنشده تحقيقه عالمياً هو تحسين نوعية الحياة البشرية من خلال تمكين الأفراد من إنجاز المزيد، والشعور بالارتياح، والحياة لفترة أطول. وتواصل شركة (GSK) في بنغلاديش دعمها للعنابر في المستشفيات وأماكن الترفيه للأطفال المصابين بسرطان الدم التي تديرها إدارة مساعدة ودعم الأطفال المصابين بسرطان الدم في المستشفى التابع لكلية الطب في شيتاغونغ. كما تقوم بالاشتراك مع مختلف منظمات الرعاية الاجتماعية مثل ساندهاني (Sandhani) وروتاري (Rotary) وليونز (Lions) ببرنامج توعية خاص بالالتهاب الكبدي الفيروسي (ب)، والتطعيم ضد الأمراض التي يمكن الوقاية منها.

شركة الأسمنت المحدودة (Lafrage Surma Cement Ltd.). تعكف هذه الشركة على الدخول إلى بنغلاديش ومن المتوقع أن يكتمل تشييد مصنع للأسمنت بحلول عام ٢٠٠٥. وقد أُنجزت الأعمال الكبيرة في مجال الردم وتطوير موقع المصنع الذي يشغل مساحة ٩٠ هكتاراً. وفي نفس الوقت، تقوم شركة الأسمنت بتنفيذ خطة عمل شاملة لدعم المتأثرين بهذا المشروع من الناس ومجتمعات محلية. وحصل المتضررون على تعويضات مالية أفضل مما هو معتاد من خلال خطة العمل الخاصة بإعادة التوطين. فقد أُعيد توطين الأسر في قرية جديدة ومُنحت مساكن جديدة تتوفر فيها الضروريات الأساسية. وتم تملك القرويين هذه المساكن مع قطعة أرض. وهناك مركز لتطوير المجتمع المحلي يقدم الرعاية الطبية، وبرامج تدريب تتعلق بالأنشطة المولدة للدخل مثل تربية المواشي والغزل، إضافة إلى التعليم الأساسي للقرويين، وخصوصاً النساء وأطفالهن.

شركة نستله (Nestlé). حاولت شركة نستله، مع تطورها من بدايات متواضعة حتى أصبحت شركة عملاقة، أن تحمل القيم الثقافية الأساسية المتصلة بالمحافظة على البيئة والنظافة إلى كل بلد تعمل فيه. وفي

بنغلاديش، وبمعزل عن قيامها بتقديم التبرعات المالية لمختلف دور رعاية الأيتام، قامت الشركة بتنظيم حملة للوقاية من حمى الضنك. ويبدو أن تلك هي الوسيلة الأمثل لتوعية الناس بتدابير الوقاية من هذا المرض. ويميل الناس إلى اعتبار شركة نستله أكثر من مجرد شركة لتسويق منتجات الألبان. وقد نظمت شركة نستله في العام الماضي معرضاً لحليب نيدو استمر لمدة يوم في بوغرا. وربما كان هدف المعرض إطلاق حملة تسويق، إلا أن تقديم معلومات للناس عن حقائق غذائية تعلق بغذاء الأطفال يُعد بلا شك من المسؤوليات الاجتماعية الهامة.

شركة شلتيك المحدودة (Shelteck (Pvt) Ltd). هذه الشركة الرائدة في مجال العقارات لا تنظر إلى الأعمال التجارية كأداة لتوليد الدخل فحسب، بل أيضاً كأداة لاستكشاف سبل جديدة وإطلاق منتجات جديدة. وهي ملتزمة بتقديم خدمات أفضل لربائنها. والسؤال هو كيف تضطلع شركة شلتيك بالمسؤولية الاجتماعية للشركات أو كيف تساهم فيها؟ والإجابة أنها تشارك في تنمية مجال الألعاب والرياضة في البلد وتدعم رياضة البادمنتون والتنس على وجه الخصوص. كما أن جائزة شركة شلتيك، التي بدأ تقديمها عام ١٩٧٨، هي الأكثر شهرة في البلد. وهي جائزة تمنح لمن بذلوا قصارى جهدهم في سبيل ترسيخ الاتجاهات السليمة في مجال الأدب والثقافة، من كبار الكُتاب والمغنيين والشخصيات الثقافية. كما تراعي شركة شلتيك النواحي البيئية في مشاريع التنمية العقارية التي تنفذها.

شركة شل (Shell). تركز شركة شل على تقديم منتجات آمنة بالنسبة للناس والبيئة. وفي بنغلاديش، تركز شركة شل (Shell Bangladesh Exploration and Development B.V) نفسها أيضاً للمبادئ الأساسية المتصلة بالصحة والسلامة والبيئة، والتي يتصدرها تحقيق مبدأ عدم إلحاق الأذى بالناس مع توفير حماية البيئة. كما تعمل شركة شل مع الاتحاد الدولي لحفظ الطبيعة والموارد الطبيعية على تشجيع ومساعدة المجتمعات للمحافظة على سلامة البيئة وتنوعها، وضمان استغلال الموارد الطبيعية بطريقة عادلة ومستدامة إيكولوجياً. وشركة شل هي أول شركة عاملة في مجال الطاقة تقوم بوضع معيار للتنوع البيولوجي. ويلزم هذا المعيار جميع أفرع شركة شل باحترام المناطق المحمية، والمحافظة على النظم الإيكولوجية والمساهمة في عمليات المحافظة. وقد أظهرت شركة شل أن بمقدورها الالتزام بهذا المعيار في مشاريعها الممتدة من غابون في أفريقيا إلى مصفاة ستانلو في المملكة المتحدة.

شركة يونوكال بنغلاديش. يعمل حوالي ٤٢٠ شخصاً لدى شركة يونوكال بنغلاديش منهم ٩٨ في المائة من البنغلاديشيين. والمسؤولية الاجتماعية للشركات تُعد جوهرية بالنسبة للقيم الأساسية لشركة يونوكال. وقد نشطت هذه الشركة لسنوات عديدة في مجال تطوير المجتمعات المحلية في بنغلاديش، حيث استثمرت أكثر من مليون دولار من دولارات الولايات المتحدة في مجموعة متنوعة وواسعة من الأنشطة والبرامج التي تركز بصورة أساسية على التعليم، والرعاية الصحية والرعاية الاجتماعية في مناطق سيلهيت الكبرى حيث توجد حقول الغاز التابعة للشركة. وفي عام ٢٠٠٢، دخلت شركة يونوكال في عدة تحالفات مع عدد من المنظمات الرائدة في مجال حقوق الإنسان التي تركز نفسها لتحقيق المبادئ التي تبرز رؤية شركة يونوكال - "العمل على تحسين حياة الناس حيثما عملنا". وتشمل هذه المنظمات منظمة موثل البشرية، ومنظمة حفظ الطبيعة، والصندوق الدولي للشباب والمعهد الدولي لحقوق الطفل. وتتوقع شركة يونوكال أن تتمكن، من خلال هذه التحالفات وغيرها، من تحسين فعالية أنشطتها في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات، والمساعدة على تمكين المجتمعات المحلية في بنغلاديش، فضلاً عن إندونيسيا وتايلند وميانمار.

مصرف ستاندرد تشارتر غريندليز (Standard Chartered Grindlays Bank). الأنشطة التي يقوم بها مصرف ستاندرد تشارتر في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات تنقسم إلى نوعين يشتمل أحدهما على تنمية المجتمع المحلي التي تركز على الصحة، والتعليم والشباب. كما يشجع المصرف موظفيه على المشاركة الفعالة في مثل هذه المشاريع والانخراط في هذه الأنشطة. ويقوم المصرف بأنشطة اجتماعية متعددة من بينها مشاركته الكبيرة في مستشفى العين الإسلامية. ويساعد الفقراء على إجراء عمليات العيون بأسعار مدعومة من خلال مشروع "إنقاذ البصر".

شركة بيرغر للأطليّة (Berger Paints). أقامت شركة بيرغر للأطليّة برامج شراكة مع عدد قليل من المنظمات غير الحكومية التي تساعد في مجال إعادة تأهيل المعوقين من خلال العديد من الأنشطة المولدة للدخل.

شركة غرامين للهواتف (Grameen Phone). تحاول هذه الشركة تعزيز تكنولوجيا المعلومات كجزء لا يتجزأ من جدول أعمال التخفيف من وطأة الفقر. فهي توفر الهواتف المحمولة للفقراء بنصف سعرها في الأسواق.

فروع شركة سنجر في بنغلاديش (Singer Bangladesh). تقوم هذه الشركة بمساعدة النساء الشابات ذوات الدخل المتدني على تعلم الحياكة وتمنحهن شهادة شركة سنجر التي تساعدهن على تدبير أمور حياتهن. وتقوم بعض هؤلاء النسوة بالعمل لحسابهن، بينما يلتحق البعض الآخر بقطاع صناعة الملابس.

شركة ريكيت بنكيزر (Reckit Benkizer). تساهم هذه الشركة في العمل على توفير ظروف الحياة الصحية من خلال تقديم الرعاية الطبية الوقائية في جميع أنحاء العالم. والمكتب الإقليمي للشركة في بنغلاديش يدرك هذا المفهوم وهذا الجانب من سلوك الشركات، إلا أن الشركة ليس لديها سياسة محددة في هذا الصدد.

وكما يتضح، فإن المسؤولية الاجتماعية للشركات هي التي تحدد الاتجاهات في مجال الأعمال التجارية - الشراكات الاجتماعية في بنغلاديش. ويجب على الشركات أن تبدي المزيد من الالتزام في بلد مثل بنغلاديش لا تزال مؤسساته الاجتماعية آخذة في التطور. ويمكن للشركات الدخول في مشاريع تساعد خريجي الكليات والجامعات من خلال برامج تدريب داخلي تعيينهم على إعداد أنفسهم بصورة أفضل للنجاح في مجال العمل. وباستثناء القليل من الشركات المتعددة الجنسيات، يُعد قطاع الشركات في هذا البلد متأخراً بشكل كبير في هذا المجال. كما يمكن لمؤسسات الأعمال التجارية المساعدة بصورة كبيرة في التصدي للمشكلة الوطنية المتمثلة في بطالة الشباب، وهي المشكلة التي تتحول إلى فقر، وانعزال اجتماعي، وسلوك إجرامي وهدر للإمكانيات. وبإمكان مؤسسات الأعمال التجارية إعطاء الشباب فرصة اكتساب مهارات حياتية، واحترام الذات والأهلية للعمل، وذلك من خلال تشجيع ثقافة تطوير المشاريع لدى الشباب، وبإمكانها، في الكثير من الأحيان، القيام بهذا العمل في إطار الشراكة مع المنظمات المتخصصة في مجال مشاريع الشباب مثل خدمات تطوير ومساعدة الصناعات الصغيرة.

وثمة حاجة إلى التشديد بصورة متزايدة على المسؤولية الاجتماعية للشركات في بلد مثل بنغلاديش. وعلى سبيل المثال، أدت مزاعم استفادة الشركات من المصانع التي تستغل العمال في سلسلة التوريد إلى إجبار شركات صناعة الملابس على الالتفات إلى الشواغل المتعلقة بحقوق الإنسان في بنغلاديش. ويتزايد قيام الزبائن، والموظفين، والشركاء التجاريين، والمجتمع المدني والحكومة بمطالبة الشركات بالقيام بدور فعال في الأنشطة

الاجتماعية والبيئية والأنشطة المتصلة بالمجتمع المحلي. وعلى سبيل المثال، تمكنت حركة "Bangladesh Paribesh Andolon" العاملة في مجال البيئة من وقف استخدام الأكياس المصنوعة من البوليثلين، فضلاً عن وقف استخدام سيارات الأجرة الصغيرة المسببة للتلوث.

ونظراً لعدم وجود التزام يفرض على مؤسسات الأعمال التجارية تقديم تقارير بشأن المسؤولية الاجتماعية للشركات، فإن غالبية تقارير الشركات لا تزال تفتقر إلى تقديم معلومات بهذا الخصوص. وعلى الرغم من ذلك، تضطلع الشركات بالمسؤولية الاجتماعية للشركات على المستويات المحلية نتيجة للسياسة العالمية للشركات التي تتبعها العديد من الشركات المتعددة الجنسيات. وقد أصبحت مؤسسات الأعمال التجارية الوطنية والمحلية على علم بمفاهيم المسؤولية الاجتماعية للشركات وتشارك في تشجيع الرياضة والثقافة.

وحقيقة الأمر في بنغلاديش أن السواد الأعظم من السكان - حوالي ٦٠ في المائة من السكان - يعيشون تحت خط الفقر. ولهذا السبب، فإن المسؤولية الاجتماعية للشركات لديها مجال كبير للتأثير على المجتمع. ويُعد مصرف غرامين هو الرائد في إدخال برنامج ناجح لتقديم القروض الصغيرة في بنغلاديش وفي العالم. كما ظهرت وتطوّرت بنجاح في بنغلاديش برامج أخرى لتقديم القروض الصغيرة التي تساعد الفقراء على التصدي للفقر وتحسين مستوى حياتهم، بما في ذلك البرنامج الذي تقوم به مؤسسة التمويل الصغير ASA والمنظمة غير الحكومية BRAC، وقد طُبقت هذه البرامج في جميع أنحاء العالم. ولمؤسسات التمويل الصغير في بنغلاديش هنالك استراتيجيتان هما: منح القرض بمفرده، ومنح القرض وملحقاته. ويقتصر "القرض بمفرده" على تقديم قرض صغير، ويقدم هذه الخدمة، على سبيل المثال، مصرف غرامين ومؤسسة التمويل الصغير ASA. بينما يجمع "القرض المعزز ببرامج التنمية" بين برامج التنمية الاجتماعية وبين برنامج القروض الصغيرة، وتقدم هذه الخدمة، على سبيل المثال، منطمتان غير حكوميتان هما BRAC وPROSHIKA.

كما قامت بنغلاديش بإدخال نموذج هرمي لتمويل برامج القروض الصغيرة. وأنشأت حكومة بنغلاديش مؤسسة بالي كرمة - ساهياك (PKSF). وتعمل مؤسسة (PKSF) من خلال منظمات شريكة هي مؤسسات التمويل الصغير التابعة للمنظمات غير الحكومية، من أجل الوصول إلى الفقراء. ولاستدامة برامج القروض الصغيرة، تقوم مؤسسة (PKSF) برصد أنشطة التمويل الصغير التي تضطلع بها مؤسسات التمويل الصغير التابعة للمنظمات غير الحكومية وفقاً لقانون ومعايير الأداء الخاصة بهذه المؤسسات. ولمؤسسة (PKSF) حوالي ١٩٠ منظمة شريكة في جميع أنحاء بنغلاديش، بما فيها BRAC وASA وPROSHIKA، وتغطي ٤ ملايين عضواً تقريباً، وقد دفعت حوالي ٣٠٠ مليون دولار أمريكي في شكل قروض صغيرة. كما تقدم مؤسسة (PKSF) القروض من أجل التنمية المؤسسية للمنظمات الشريكة. وبشكل عام، وصل قطاع القروض الصغيرة إلى أكثر من ١٠ ملايين نسمة. وبلغت نسبة النساء أكثر من ٩٠ في المائة من المقترضين في إطار برامج القروض الصغيرة. ويتجه بعض المقترضين نحو إقامة مشاريع بالغة الصغر وصغيرة ومتوسطة الحجم. والمؤسسات الصغيرة قد تشكل مجتمعة خطراً على البيئة، ولهذا السبب، وضعت مؤسسة (PKSF) سياسة عامة تتعلق بالمخاطر المحدقة بالبيئة والصحة والسلامة التي يجب أن يتبعها المقترضون أصحاب المشاريع الصغيرة التي جرى تطويرها.

وعليه، فإن النمو السلس للمشاريع البالغة الصغر والصغيرة والمتوسطة الحجم يستلزم توفير خدمات التنمية التجارية وربطها من جميع النواحي بمؤسسات الأعمال التجارية الرئيسية الكبيرة. وفي هذا الإطار، تم ربط شركة

الصناعات الزراعية PRAN بأصغر المنتجين، وربط شركة منتجات الألبان BRAC بقطاع تربية المواشي للمزارعين. كما تم ربط فرص التسويق التي تتيحها شركة BRACs Aarong بقطاع الحرف والمواد التي ينتجها الحرفيون الفقراء في الريف وأدى فئات الفقراء.

وتستهدف مؤسسات التمويل الصغير التابعة للمنظمات غير الحكومية التخفيف من وطأة الفقر وتحقيق الهدف الإنمائي للألفية الممثل في تخفيض معدل الفقر إلى النصف بحلول عام ٢٠١٥. ولكي ينجح هذا المسعى، لا يجب التصدي للفقر المرتبط بالدخل فحسب، بل أيضاً الأبعاد الأخرى للفقر مثل التعليم والصحة. وسوف يساعد ذلك على رفع المستوى المعيشي للأفراد. ويمكن لمؤسسات التمويل الصغير التابعة للمنظمات غير الحكومية التصدي لتلك القضايا من خلال برامج التنمية الاجتماعية. وبرامج التنمية الاجتماعية لا تولد دخلاً. وعادة ما تُدعم من التمويل المقدم من الجهات المانحة، والإعانات غير المباشرة من برامج القروض الصغيرة ومساهمات ضئيلة مقدمة من الشركات المتعددة الجنسيات في إطار المسؤولية الاجتماعية للشركات. وعليه، يمكن أن تقوم المسؤولية الاجتماعية للشركات بدور محوري لاستدامة دعم البرنامج من خلال اتباع نهج كلي.

الطرق الفعالة لتوسيع المسؤولية الاجتماعية للشركات

لقد حدث تغير جذري في العلاقة بين مؤسسات الأعمال التجارية والمجتمع. ويُرجح أن تحافظ مؤسسات الأعمال التجارية على قوتها إذا قامت بدمج المسؤولية الاجتماعية للشركات في جوهر استراتيجيتها. غير أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تكون معرضة لعمليات خفض التكاليف بوصفها أعمال خيرية إضافية. ونجاح المسؤولية الاجتماعية للشركات يرتكز، على الأمد الطويل، على وضعها في صلب استراتيجية وتنمية مؤسسات الأعمال التجارية بحيث تشكل جزءاً من الأعمال المعتادة. وهذا الأمر يعني أن تتجاوز الشركات مسائل الامتثال، وأن تستثمر بطريقة تحقق لها الريادة في القطاع الخاص، وأن تقرر طوعاً المساهمة في إيجاد مجتمع أفضل. وقيام الشركات بالاستثمار المسؤول من الناحية الاجتماعية يمكن أن يتم بفعالية من خلال إقامة أنماط متنوعة من الشراكات مع القطاع العام، والمنظمات غير الحكومية، والمجتمع المدني ووسائل الإعلام التي يمكنها تعزيز مصالح الشركات التي تتحلى بروح المواطنة من خلال برامج التخفيف من وطأة الفقر. كما يمكن للشركات توفير فرص للعمل الحر بتشجيع الأنشطة المولدة للدخل، والاهتمام بالأحوال المعيشية للفقراء، والتخلص من النفايات، والحفاظ على البيئة، وما إلى ذلك. ويمكن للمسؤولية الاجتماعية للشركات أن تساعد بصورة كبيرة على وقف الاضطرابات الاجتماعية، وتحسين مستوى حياة الفقراء وسكان المناطق الحضرية. ونورد فيما يلي وصفاً للأساليب اللازمة لتحقيق ذلك:

إنشاء صندوق لبرنامج التنمية الاجتماعية. الوضع الأمثل هو أن تقوم الشركات بتحقيق الأرباح للإبقاء على ازدهار أعمالها التجارية مع تقديم مساهمات للمجتمع. وتحقيق الأرباح الجيدة أمر يسر المديرين التنفيذيين، بينما تساهم الأعمال الخيرية في تحقيق مستويات معيشية أفضل وفي رفاه الأفراد. وينبغي وضع نظام يمنح مزايا ضريبية للشركات التي ترغب في القيام بمسؤولياتها الاجتماعية. ويمكن أن تقوم شخصيات مرموقة باتخاذ مبادرات تحت على القيام بالأعمال الخيرية بصورة منظمة من خلال صناديق ائتمانية ومؤسسات خيرية. وعلى سبيل المثال، تقوم مؤسسة أمير ويلز الخيرية التي أنشئت عام ١٩٧٩ بتوزيع أموال بصورة سنوية لصالح طائفة واسعة من القضايا في جميع أنحاء العالم؛ وقد منحت ١,٢ مليون جنيه إسترليني لأكثر من ٢٠٠ مؤسسة خيرية خلال الفترة

٢٠٠٠-٢٠٠١. وتجربة الشراكة بين مؤسسات الأعمال التجارية والمجتمع المحلي داخل المملكة المتحدة من خلال الأعمال التجارية في المجتمع، دفعت صاحب السمو الملكي إلى القيام في عام ١٩٩٠ بإنشاء محفل أمير ويلز للشخصيات القيادية في مجال الأعمال التجارية، ليكون محوراً للعمل المشترك لمؤسسات الأعمال التجارية الدولية من أجل الترويج على الصعيد العالمي للممارسات التجارية المسؤولة اجتماعياً. ويبلغ عدد الأعضاء الدوليين في هذا المحفل ٥٠ بلداً.

ونظراً إلى أن الأموال المقدمة من الجهات المانحة آخذة في النضوب، فإن مؤسسات التمويل البالغ الصغر للمنظمات غير الحكومية ومنظمات المجتمع المدني في البلدان النامية تجد صعوبة في مواصلة برامجها في مجال التنمية الاجتماعية. وفي الكثير من الأحيان تساهم الشركات المتعددة الجنسيات في هذه البرامج على أساس مخصص الغرض. ويمكن للشركات المتعددة الجنسيات ومؤسسات الأعمال التجارية الوطنية أن تضع خارطة طريق منسقة لتيسير البرامج التي تلبى الاحتياجات الاجتماعية. وتُعد المؤسسة الفلبينية للأعمال التجارية من أجل التقدم الاجتماعي مثلاً على نموذج المظلة الاجتماعية، وقد شارك في إنشاء هذه المؤسسة في كانون الأول/ديسمبر ١٩٧٠ المجلس الفلبيني للتنمية الاقتصادية، والمجلس الفلبيني لمؤسسات الأعمال التجارية والجمعية الفلبينية للعمل الاجتماعي، وذلك كرد فعل للاضطرابات الاجتماعية والتراجع الاقتصادي الذين ميزا ذلك العام في الفلبين. وكانت هذه المؤسسة التي قامت على غرار برنامج فترولي في مجال العمل الاجتماعي لمؤسسات الأعمال التجارية، من الوسائل التي مكنت مجتمع الأعمال في الفلبين من ترشيد وتنسيق التمويل والدعم التقني الذي تقدمه للمشاريع والبرامج الاجتماعية - الاقتصادية في جميع أنحاء البلد.

الشراكة بين المنظمات غير الحكومية والمجتمع المحلي والمؤسسات. تشارك المنظمات غير الحكومية في التخفيف من وطأة الفقر من خلال توليد الدخل وأنواع مختلفة من برامج التنمية الاجتماعية، لا سيما في المناطق الريفية. ومع ذلك، لا تزال هنالك بعض المشاكل التي لم تُعالج على المستوى الكلي. ويمكن للشركات أن تذهب إلى أبعد من نظام الرعاية التقليدي وتدعم شراكات المنظمات غير الحكومية مع مؤسسات الأعمال التجارية من خلال الاستثمار في المجتمعات المحلية. وهذه واحدة من الطرق التي يمكن أن تتبعها الشركات الكبيرة في إطار من الشراكة مع المنظمات غير الحكومية لاستكمال جهود الحكومة في مجال محاربة الفقر. وتُعد المؤسسة الفلبينية للأعمال التجارية من أجل التقدم الاجتماعي نموذجاً في هذا السياق. وعلى الرغم من أنها بمثابة برنامج من نط برامج للشركات، فإنها تحظى بتركيز جماعات المجتمعات المحلية بصورة أساسية على المجتمع المحلي ويستخدم نموذج تنمية المجتمع المحلي للوصول إلى زبائنهم. ويتمثل أسلوب من الأساليب التي تتبعها في إقامة شراكة مع المنظمات غير الحكومية التي تشارك على مستوى القرى في تقديم الخدمات للمجتمع المحلي. وعليه، فإن مساهمة برنامج توليد الدخل القائم على منح القروض الذي تضطلع به المؤسسة الفلبينية للأعمال التجارية من أجل التقدم الاجتماعي تتم بشكل مستقل إلى حد كبير من خلال تقديم القروض والمنح لمثل هذه المنظمات لأغراض تنفيذ هذه البرامج. كما ترى المؤسسة الفلبينية للأعمال التجارية أنها قادرة على القيام بدور هام في التخفيف من وطأة الفقر في الفلبين بوصفها الوسيط بين أصحاب الأعمال الصغيرة المخصصة لمحاربة الفقر والوكالات المحلية والأجنبية في قطاع الاقتصاد الرسمي الحديث التي تمتلك موارد يُحرم منها الفقراء في الوقت الراهن لسبب أو لآخر. ومن خلال دورها كوسيط وكجهة مُقرضة للأموال بصورة مباشرة لجماعات المجتمع المحلي، تقوم المؤسسة الفلبينية للأعمال التجارية بتوجيه الموارد المخصصة للتسليف لأغراض توليد الدخل. وفي الفترة ما بين ١٩٧١-١٩٨٧، تم توجيه مبلغ ٢

مليون دولار أمريكي لبرامج توليد الدخل القائمة على القروض، ويمثل هذا المبلغ نحو ربع الدخل الإجمالي للمؤسسة الفلبينية للأعمال التجارية من أجل التقدم الاجتماعي خلال هذه الفترة.

الشراكة بين القطاعين العام والخاص يمكن أن تحقق نتائج أفضل. لا بد من تقاسم المسؤوليات بين الحكومة ومجتمع الأعمال التجارية من أجل استدامة التنمية في البلد. وسوف يكون القطاع الخاص بحاجة إلى إشراكه بصورة استباقية. وإذا نجح الطرفان في المشاركة بصورة متعاونة، فإن الأمور ستتغير حتماً. وعلى الصعيد العالمي فإن مؤسسات الأعمال التجارية تغير اتجاهاتها. وفي عالمنا الراهن، لا يُنظر إلى الحكومة كجهة منظمة وإنما كجهة ميسرة فقط، كما لا يُنظر إلى الشركات على أنها جهات تعمل من أجل تحقيق الأرباح وتوفير فرص عمل فحسب. وتُعد شركة التسويق الاجتماعي من بين هذه المبادرات في بنغلاديش. وتجمع هذه الشركة بين الإلهام البنغلاديشي والعمل الجاد مع قيام وكالة التنمية الدولية التابعة للولايات المتحدة الأمريكية بتوفير التمويل والدعم التقني. وشركة التسويق الاجتماعي هي شركة غير ربحية تقوم بتوزيع ٧٠ في المائة من الرفالات، و٢٩ في المائة من أقراص منع الحمل، و٧٠ في المائة من أملاح الإمهاء الفموي المستخدمة في بنغلاديش. وتُعد شركة التسويق الاجتماعي في بنغلاديش واحدة من أقدم وأكبر وأشهر برامج التسويق الاجتماعي في العالم. والبلدان الأخرى التي لديها برامج تسويق اجتماعي مشابهة لشركة التسويق الاجتماعي في بنغلاديش تشمل زامبيا، والبرازيل، ومصر، وبلدان أخرى كثيرة. وتجمع شركة التسويق الاجتماعي بين أفضل الجوانب في القطاعين العام والخاص في تقديم الخدمات والسلع للفقراء. وتحصل الأسر محدودة الدخل على ما تحتاجه من وسائل منع الحمل التي تفوق إمكاناتها الاقتصادية من القطاعين العام والخاص. ولدى القطاع الخاص شبكة توزيع متمرسه وتنافسية وزهيدة الأسعار - وهي نفس الشبكة التي تقدم المنتجات إلى أصغر القرى من دون وجود مخطط رئيسي لتوجيه عمليات التوزيع. وتتلقى شركة التوزيع الاجتماعي وسائل منع الحمل المتبرع بها وتستخدم شبكات تجارية خاصة لتوزيعها من خلال ٢٠٠٠ ٠٠٠ متجر وصيدلية في جميع أنحاء البلد. وقد التزمت حكومة بنغلاديش، من خلال اتفاق أبرمته مع وكالة التنمية الدولية التابعة للولايات المتحدة الأمريكية، بالتبرع بوسائل منع الحمل لشركة التوزيع الاجتماعي لتكملة الكميات التي تبرعت بها وكالة التنمية الدولية الأمريكية والجهات المانحة الأخرى. وبفضل شبكة التوزيع الممتازة والأسعار الزهيدة لشركة التوزيع الاجتماعي، يحصل الأفراد على وسائل منع الحمل بسرعة أكبر وبطريقة أيسر - دون الحاجة إلى الانتظار في صفوف أو مقابلة أحد موظفي الصحة العامة. وإتاحة وسائل منع الحمل على هذا النحو تشجع على استخدامها وتعزز الجهود المبذولة للحد من النمو السكاني في بنغلاديش، كما تقلل انتشار مرض الإيدز وغيره من الأمراض المنقولة عن طريق الجنس.

ونشعر جميعاً بالقلق إزاء سوء الإدارة. بيد أن الإدارة لا تتحسن بجهود الحكومة وحدها. وينبغي أن ندمج مفهوم تقاسم المسؤولية في استراتيجيات الشركات والاستراتيجيات العامة. ويجب أن تكون الشركات مدركة لدورها في الاستثمار المسؤول اجتماعياً. وعلى سبيل المثال، يمكن للشركات العاملة في المناطق الحضرية والمدن الكبيرة أن تبذل المزيد من أجل تحسين المدن. والمسؤولية الاجتماعية للشركات يمكن أن تساعد الشركات الموجودة في المدن على صيانة ونظافة الطرق، والمراحيض العامة، وإدارة النفايات والنقاط التجارية.

الخلاصة

لا تستطيع الحكومات بمفردها في البلدان النامية من المساهمة بصورة كبيرة في دعم رفاه المجتمع من خلال تخصيص الإيرادات الضريبية، والجوانب اللوجستية والموارد البشرية. وهنالك حاجة للقطاع الخاص، والاستثمار المسؤول اجتماعياً، والمنظمات غير الحكومية والشراكات التي تعتمد على المجتمع المحلي بغية استكمال الجهود التي تبذلها الحكومة للقضاء على الفقر. وإذا نُظر إلى المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها شكل آخر من أشكال الإعلان، فإنها ستعود بالنفع على مؤسسات الأعمال التجارية. فالسمعة الطيبة هي أفضل شكل من أشكال الإعلان في عالمنا المعاصر. وسيؤدي ذلك إلى زيادة الفرص المتاحة لمؤسسات الأعمال التجارية وإمكانية تحقيق الأرباح. وعلاوة على ذلك، فإن الشركة التي تتمتع بسمعة طيبة تتسم بالانفتاح والأمانة تتمكن من تجاوز الأزمات، وفي الواقع تُعد مثل هذه السمعة جوهرية في مجال الأعمال التجارية.

شكر وتقدير

المعلومات مأخوذة عن صحيفة "The Financial Express" وهي صحيفة وطنية تصدر في بنغلاديش

شركة يونوكال: التقرير السنوي لعام ٢٠٠٢

فرع شركة سنجر في بنغلاديش: التقرير السنوي لعام ٢٠٠٢

شركة التبغ البريطانية الأمريكية: تقرير الحوار بين الشركات

المناقشات التي أجريت مع مختلف الشركات المتعددة الجنسيات المذكورة في الورقة

المسؤولية الاجتماعية للشركات

أندونغو غاينجي

المدير التنفيذي

اتحاد المحاسبين القانونيين لشرق ووسط أفريقيا والجنوب الأفريقي

إن المسؤولية الاجتماعية للشركات التي يطلق عليها أيضاً أخلاقيات الأعمال التجارية، أو تحلي الشركات بروح المواطنة، أو قابلية الشركات للمساءلة أو الاستدامة تعني بصورة عامة "تحقيق النجاح التجاري بأساليب تراعي القيم الأخلاقية واحترام الأفراد والمجتمعات المحلية وبيئتهم الطبيعية"^(١). كما تعني معالجة الجوانب القانونية والأخلاقية والتجارية وغيرها من التوقعات التي ينتظرها المجتمع من الأعمال التجارية، واتخاذ قرارات توازن إلى حد ما بين ما تنادي به الجهات صاحبة المصلحة الرئيسية. كما تتضمن العمليات والاستراتيجيات المسؤولة اجتماعياً في مجال الأعمال التجارية، ويُنظر إليها كمجموعة شاملة من السياسات والممارسات والبرامج المدججة في العمليات التجارية، وسلاسل التوريد وعمليات اتخاذ القرارات التجارية لشركة ما.

وحُددت ثلاث دعائم رئيسية - اجتماعية وبيئية واقتصادية - على أهما الطرق التي تنعكس من خلالها المسؤولية الاجتماعية للشركات على المجتمع وتُمكن من رصدها وقياسها.

تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركات

يعتمد تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركات بشكل كبير على حجم الشركة، وعلى قطاع أنشطتها، وثقافة والتزام قيادتها. وقد تفضل بعض الشركات التركيز على واحدة من الدعائم الثلاث الرئيسية، بينما تقوم شركات أخرى بدمج المسؤولية الاجتماعية للشركات في جميع جوانب عملياتها. واستراتيجيات التنفيذ تشمل ما يلي:

- **رؤية المهمة وبيان قيمتها.** إن مهمة أو رؤية مؤسسة الأعمال التجارية التي تتحلى بالمسؤولية الاجتماعية تشير في الكثير من الأحيان إلى بلوغ هدف أبعد من "تحقيق الربح" أو "أن تصبح هي الأفضل"، وتحدد أن المؤسسة التجارية سوف تتبع ممارسات تجارية أخلاقية ومسؤولة، وتسعى إلى اتخاذ القرارات التي توازن بين متطلبات الجهات صاحبة المصلحة، بما في ذلك المساهمون/الملاك، والموظفون، والزبائن، والمجتمعات المحلية الموردة والبيئة الطبيعية.
- **القيم الثقافية.** إن التعبير عن سلوك يتسم بالمسؤولية الاجتماعية للشركات فيما يتعلق ببيان القيمة يمكن أن يمثل خطوة نحو التنفيذ، بيد أنه يظل بعيداً عن التنفيذ الفعلي. وعلى الرغم من أن الشركات لديها كل الحق في وضع أهداف وتطلعات طموحة وفي حرية التمتع بروح الابتكار واستقلالية التفكير، لا بد من وجود التزام ما لجسر الهوة بين ما تقول الشركة أنها تمثله وبين أدائها الفعلي.

(١) .Business for Social Responsibility, 2003, <http://www.economicfootprint.org/index.php?id=402>

- **إدارة الشركات.** قد تتمتع الشركات بالحرية التامة في النظر في المسائل المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات أو تقوم بحالها بتكوين لجان معنية بالأخلاقيات والمسؤولية الاجتماعية للشركات بغية استعراض الخطط الاستراتيجية، وتقييم التطور وتوفير التوجيه بشأن المسائل التي تنشأ في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات.
- **الهيكل الإداري.** نظام إدارة المسؤولية الاجتماعية للشركات يدمج الشواغل المتعلقة بمسؤولية الشركة في القيم، والثقافة، والعمليات والقرارات التجارية للشركة على جميع المستويات. والطريقة الأمثل لتحقيق ذلك هي اتباع عملية تمكن الشركة من وضع هيكل إداري ينسّق بين التزام الشركة في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات وبين مهمة الشركة، وحجمها، وقطاع أنشطتها، وثقافتها، وهيكلها التجاري، ومواقعها الجغرافية ومجالات المخاطر.
- **التخطيط الاستراتيجي.** يتضمن إدماج المسؤولية الاجتماعية للشركات في عملية التخطيط على الأمد الطويل، وتحديد أهداف وتدابير معينة لتحقيق التقدم، أو اقتضاء تقديم بيانات بشأن تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات على أي اقتراحات رئيسية مقدمة من الشركة.
- **المساءلة العامة.** تتضمن تيسير تعميم أساليب المسؤولية الاجتماعية للشركات لتشمل جميع مستويات التنظيم وليس الإدارة فقط، وذلك من خلال تناول القضايا المتصلة بتوصيف الوظائف وأهداف الأداء لأكثر عدد ممكن من الموظفين. ويشارك جميع الموظفين بالتالي في الجهود العامة التي تبذلها الشركة لكي تصبح مسؤولة اجتماعياً.
- **تقييم ومكافأة الموظفين.** لقد حُدّدت المكافآت والتقييم على أنهما أكبر حافزين للأداء، ويمكن بالتالي تعزيز أسلوب المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال دمج قضايا المسؤولية الاجتماعية للشركات في النظام الذي تتبعه الشركة في مجال التوظيف، والترقيات، والمكافآت والتكريم العام.
- **الاتصالات والتعليم والتدريب.** يمكن أيضاً الترويج داخلياً لأهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال إدراجها ضمن مواد برامج التدريب، وترتيب المحاضرات، وتقديم المعلومات للمديرين والموظفين فيما يتعلق بعمليات صنع القرار التي تمكنهم من تحقيق نتائج تتسم بالمسؤولية.
- **إعداد التقارير عن المسؤولية الاجتماعية للشركات.** يجب على الشركات تقييم أدائها الاجتماعي والبيئي بصورة منتظمة من خلال تقديم تقارير سنوية ويُفضل أن يتحقق منها مراجعو حسابات خارجيون. وعلى الرغم من أن هذه التقارير لا تكون مباشرة مثل التقارير المالية، فإن الجهود المبذولة لتقديم تقارير عن المسؤولية الاجتماعية للشركات من شأنها بناء الثقة مع الجهات صاحبة المصلحة، وتشجيع الجهود الداخلية الرامية إلى مراعاة أهداف الشركة في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات، وأن تكون هي المعيار لوضع أهداف التحسين.

تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات على المجتمع^(٢)

إن التأثير الذي تحدثه أي مؤسسة أعمال تجارية على المجتمع يعتمد على السياسات العامة والممارسات المستخدمة في التحديث المجتمعي من خلال ما يلي:

- **التوظيف.** إن دور الشركات كجهات مُستخدمة يُعد من أهم مصادر التنمية الاقتصادية. فالشركات تقوم بتوظيف الأفراد بصورة مباشرة من خلال تعيين موظفين دائمين أو موظفين بموجب عقود، وبطريقة غير مباشرة من خلال مورديهم والعقود الخارجية. وممارسة الشركات الأجنبية في الاعتماد على العمال المغتربين بدلاً من العمالة المحلية أو قيامها بالتمييز بين الشريحتين فيما يتعلق بالمعاملة والأجور يدل على عدم مراعاة المسؤولية الاجتماعية للشركات أو المجتمع الذي تقوم الشركة من خلاله بتحقيق أهدافها.
- **توفير الموارد والمشتريات.** التأثير الاقتصادي للأموال التي تنفقها الشركات على الاستعانة بمصادر خارجية وعلى الاشتراء قد يكون كبيراً. وبالتالي، فإن توفير الموارد من شركات موجودة في المجتمعات المحلية قد يؤدي بالتالي إلى حفز التنمية الاقتصادية للمجتمع المحلي.
- **تحديد مواقع المرافق والإدارة.** المجتمعات التي تختارها الشركات المستثمرة لإقامة مواقع مرافقها التشغيلية تحصل على دفعة لاقتصاداتها من خلال إيرادات الضرائب المحلية، وإنشاء مؤسسات الأعمال التجارية المحلية وتوفير فرص عمل. ومثل هذه الشركات تعزز الجهود المحلية لإنعاش الاقتصاد وتدعم المنظمات المحلية.
- **الاستثمار المالي.** قيام الشركات باستثمار الأموال على أساس قصير أو طويل الأمد يعود على المجتمعات المحلية بالعديد من الفوائد. ووسائل الاستثمار النافع تشمل شراء الأسهم في أسواق الأوراق المالية المحلية، والتعامل مع مصارف تنمية المجتمعات المحلية أو الاستثمار في صناديق القروض لتنمية المجتمع المحلي.
- **الأعمال الخيرية والاستثمار في المجتمع المحلي.** يتضمن هذا المجال توجيه الأموال النقدية والموارد إلى الأنشطة التي تؤدي إلى حفز إيجاد الوظائف وتوليد الدخل في المجتمع المحلي، مثل التدريب بغرض الإعداد للتوظيف، وتوفير السكن بتكلفة معقولة، وتطوير وتوسيع مؤسسات الأعمال التجارية الصغيرة، والإنعاش الاقتصادي، والاستثمار في تعليم الشباب أو تعزيز الظروف الصحية للشباب في المجتمع المحلي. وتقوم الشركات بهذه الأنشطة من خلال التبرع للمنظمات المعنية بتطوير المجتمع المحلي، وبالشراكة مع الوكالات غير الربحية وتصدر برامج الإنعاش الاقتصادي.

فوائد المسؤولية الاجتماعية للشركات

- **تحسين الأداء المالي.** البحوث التي أُجريت في هذا المجال من مجالات المسؤولية الاجتماعية للشركات قد بيّنت وجود صلة حقيقية بين الممارسات المسؤولة اجتماعياً للشركات والأداء المالي الإيجابي.
- **تخفيض تكاليف التشغيل.** هنالك مبادرات كثيرة تستهدف تحسين الأداء البيئي وتؤدي إلى خفض التكاليف مثل - تقليل انبعاثات الغازات التي تسبب تغير المناخ العالمي أو تقليل استخدام المواد الكيميائية الزراعية. كما يمكن تقليل تكاليف التخلص من النفايات من خلال مبادرات إعادة تدويرها. والجهود المبذولة في إطار المسؤولية الاجتماعية للشركات في مجال الموارد البشرية مثل جداول العمل المرنة، والتناوب على الوظائف وغير ذلك من البرامج المتصلة بمكان العمل تؤدي إلى خفض نسبة غياب العاملين، وزيادة الاحتفاظ بعدد كبير من الموظفين شديدي الحماس للعمل، والفعالية والكفاءة الإنتاجية، وخفض تكاليف التوظيف والتدريب.
- **تعزيز صورة وسمعة العلامة التجارية.** الشركات المسؤولة اجتماعياً تستفيد من تعزيز سمعتها لدى الجمهور وفي إطار مجتمع الأعمال التجارية، فتعزز بالتالي قدرتها على جذب رأس المال والشركاء التجاريين، وتجد مجالاً واسعاً في سوق المنافسة العالمية.
- **تعزيز المبيعات وولاء العملاء.** إن العودة بصورة ملحوظة إلى تثمين النقاء البيئي والمنتجات الطبيعية قد دفع المستهلكين إلى الاهتمام الخاص بعمليات الإنتاج وتأثير هذه العمليات والمنتجات على البيئة. وعلى الرغم من أن مؤسسات الأعمال التجارية يجب عليها أن تفي في المقام الأول بالمعايير الشرائية للمستهلكين مثل الأسعار، وجودة السلع، وتوفرها، وسلامتها وملاءمتها، فإن الدراسات تظهر تزايد الرغبة في الشراء (أو عدم الشراء) بسبب بعض المعايير الأخرى المستندة إلى قيم مثل قلة التأثير على البيئة، وعدم استخدام مواد أو مكونات معدلة وراثياً.
- **زيادة الإنتاجية والجودة.** إن الجهود التي تبذلها الشركات في سبيل الاضطلاع بالمسؤولية الاجتماعية من خلال القوة العاملة والعمليات التي تقوم بها تؤدي في الغالب إلى زيادة الإنتاجية وتخفيض معدل وقوع الأخطاء. وتعزز الفعالية والكفاءة عن طريق تحسين ظروف العمل وزيادة مشاركة الموظفين في صنع القرار.
- **زيادة القدرة على جذب الموظفين والاحتفاظ بهم.** الشركات المسؤولة اجتماعياً يسهل عليها تعيين موظفين ذوي كفاءة عالية والحفاظة عليهم، ويؤدي ذلك إلى خفض تكاليف التوظيف والتدريب. ويتم في الغالب تعيين الموظفين من المجتمع الذي تعمل فيه الشركة. ولهذا السبب، ستصبح القيم المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات متسقة مع قيم الموظفين، الشيء الذي يستبعد أي تعارض من حيث القيم ويعزز بيئة العمل.

• **تخفيض الرقابة التنظيمية.** الشركات التي تفي بمتطلبات الامتثال للأنظمة بوضوح أو تذهب إلى أبعد من ذلك تُعطى قدرًا أكبر من حرية التصرف من جانب كيانات الحكومة الوطنية أو المحلية. ومثل هذه الشركات قد تخضع لقدر أقل من عمليات التفتيش والمراسلات الخطية، وقد تُمنح الأفضلية أو معاملة "سريعة" عندما تقدم طلبات للحصول على تراخيص عمل، أو تغيير مناطق العمل أو غير ذلك من التصاريح الحكومية.

وتحصل أفريقيا على قدر كبير من فوائد المسؤولية الاجتماعية للشركات، على الرغم من أن هذه الفوائد غالباً ما تُستخدم في الأعمال الخيرية والاستثمار في المجتمعات المحلية. ويشارك عدد متزايد من المنظمات في الجهود الموجهة نحو التعليم والدعم المؤسسي للأطفال الأيتام والمعوقين والمشردين، وغيرهم من المجموعات الفقيرة. وعلى سبيل المثال، قدم مصرف باركليز مبلغ ١٥,٨ مليون شلن كيني عام ٢٠٠٠ ومبلغ ٢٠ مليون شلن عام ٢٠٠١ لمختلف أنشطة تحقيق الاستدامة في جميع أنحاء كينيا. كما شاركت شركة DHL في برامج دعم المجتمعات المحلية الرامية إلى مساعدة المؤسسات التي تقدم الدعم للأطفال. أما شركة موبيل التي عُرفت بأنها واحدة من أكبر الشركات التي تقوم بالأعمال الخيرية فتقدم شهرياً مبلغ ٤٠٠.٠٠٠ شلن كيني كحد أدنى للمؤسسات التي ترعى المعوقين.

وتم توجيه جهود أخرى نحو الرعاية الصحية في المجتمعات المحلية، ولا سيما الأشخاص الذين يواجهون صعوبات مالية، ودور رعاية الأطفال والمسنين. كما قدمت المنظمات دعماً كبيراً لمختلف المشاريع في المجتمعات المحلية مثل توفير الماء وخدمات الإصحاح، وحماية الغابات المهددة وغير ذلك من التدابير البيئية. وكانت الشركة الكينية للاتصالات كينسلي (Kencell) واحدة من الشركات العديدة التي تصدرت مثل هذه الجهود في كينيا.

وحصل قطاع التعليم على دعم كبير حيث وجهت العديد من التبرعات لشراء المنشآت والموارد للمدارس. كما قُدم الدعم من خلال المنح الدراسية للمتفوقين من الطلاب والإعانات الدراسية للطلاب المحتاجين. وقد اضطلعت الجامعة الدولية التابعة للولايات المتحدة الأمريكية، على وجه الخصوص، بدور هام في مجال المنح الدراسية. واستثمر فرع شركة شل في بنغلاديش بكثافة في مجال التعليم من خلال تقديم الكثير من التبرعات النقدية والعينية للمدارس التي تمر بصعوبات مالية مثل مركز Starehe Boys في كينيا.

وساعدت الجهود المبذولة في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات على تعزيز الظروف المعيشية للمجتمعات المحلية والخدمات الاجتماعية، وعلى دعم المشاريع الخاصة بالمجتمع المحلي ورعاية نمو مؤسسات الأعمال التجارية الصغيرة والمتوسطة الحجم من خلال التبرعات وتقديم رأس المال اللازم للبداية بأسعار فائدة مدعومة.

والفائدة الكبيرة التي جنتها أفريقيا من خلال تدابير الدعم المحلية والخارجية هي إيجاد فرص عمل. وقد استوعبت الشركات عدداً كبيراً من الأفراد بصورة مباشرة أو غير مباشرة من خلال عقود الموردين والاستعانة بعماله خارجية، الشيء الذي أوجد فرصاً في مجال الأعمال التجارية. وأدى هذا الأمر بالتالي إلى تعزيز القوة الشرائية للمستهلكين وأثر بصورة إيجابية على الاقتصاد في أفريقيا. وقد ازدهر عدد كبير من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم من خلال تزويد مؤسسات الأعمال التجارية بالموارد والمرافق، والخدمات والقوة العاملة.

ومع ذلك، فإن فوائد المسؤولية الاجتماعية للشركات لم تُستغل بصورة تامة بسبب بعض جوانب الضعف المعروفة في البلدان النامية التي تعوق جهود الشركات في هذا المجال، فضلاً عن تصرفات الشركات الأجنبية. وفيما يلي بعض العوامل التي تؤثر على تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركات في أفريقيا وبلدان نامية أخرى.

محدودية سبل الاستثمار المحدودة وعدم تطور الأسواق

على الرغم من أن الأسواق في البلدان النامية لا تزال ناشئة ومليئة بإمكانات النمو، فإن إمكاناتها الضئيلة والضيقة تجعلها بمثابة خيار سيئ في مجال الاستثمار بالنسبة للشركات التي لديها خيار استثمار أموالها في أسواق أجنبية أكثر تطوراً. فالإمكانات التجارية المتدنية، وبطء حركة السوق، والخيارات المحدودة لشراء الأسهم تقلل فرص الاستفادة المجتمعية المحلي من الاستثمار في السوق المحلي. وفي إقليم شرق أفريقيا، تفتح بورصة الأوراق المالية في أوغندا، على سبيل المثال، أبوابها مرتين فقط في الأسبوع للتعاملات التجارية، يومي الاثنين والثلاثاء. وتعمل سوق الأوراق المالية في دار السلام ثلاثة أيام، بينما سوق الأوراق المالية في نيروبي في كينيا تخصص ساعتين للتعاملات التجارية خلال كل يوم من أيام العمل على الرغم من أنها تعمل طوال أيام الأسبوع. ويبرز هذا الاتجاه في غالبية الأسواق الأفريقية ما عدا الأسواق الكبيرة مثل بورصة الأوراق المالية JSE في جنوب أفريقيا. وتفتقر غالبية الأسواق في البلدان النامية لتسهيلات التغطية التحوطية كالعقود الآجلة وعقود الخيارات.

كما أن سبل الاستثمار الأخرى مثل العقارات والسندات غير متطورة وغير مستخدمة تماماً.

السياسات العامة والقيم لدى الحكومات

لا تدعم بعض الحكومات القيم التي توفر الحماية لمواطنيها، أو تضع السياسات العامة التي يمكن أن تتبعها الشركات المحلية والأجنبية من أجل تعزيز المسؤولية الاجتماعية للشركات.

وغالبية البلدان النامية توجد بها **معادن وموارد طبيعية** أخرى، غير أن عمليات تعدينها تؤدي إلى انعكاسات بيئية خطيرة إذا لم ترصد بصورة سليمة. وقد اجتذبت هذه الموارد الطبيعية عدداً كبيراً من الشركات الأجنبية. وفي خضم الإسراع لجني الأموال من هذه الموارد، تغفل البلدان الحاجة إلى وضع الوسائل السليمة للتحقق والموازنة، مما يعطي الشركة فرصة استغلال الموارد من دون المراقبة اللازمة.

وقد واجه قطاع **العمل** باستمرار مشاكل مماثلة. فالافتقار إلى السياسات العامة السليمة يسرّ للشركات الأجنبية توظيف العمال المغتربين بدلاً من تعيين الموظفين من المجتمع المحلي الذي يستضيف الشركة. كما برزت في مثل هذه الحالات قضايا تتعلق بالتفاوت بين الموظفين المحليين والمغتربين من حيث المعاملة والأجور. وبينما تقوم بعض الشركات بتعيين موظفين محليين في الوظائف الدنيا فإن فريقها الإداري يتألف بصورة كاملة من الأجانب. ويصبح تعزيز القيم المجتمعية التي تذهب إلى أبعد من الأعمال الخيرية في حكم المستحيل في مثل هذه السيناريوهات.

والأعمال الخيرية مثل التبرعات تُعامل من قبل موظفي الضرائب على أنها مصروفات غير قابلة للخصم، وتمثل بالتالي عبئاً ضريبياً على الشركات وتحويل دون قيام الشركات الخاصة بمثل هذه الأعمال.

البيئة السياسية

شهد عدد كبير من البلدان النامية اضطرابات سياسية أدت إلى وقوع عمليات إبادة جماعية واسعة، وانحياز الاقتصادات واختلال أمني كبير. وهذا الوضع لا يشجع أي شركة أجنبية على الاستثمار في وسائل الاستثمار المحلية.

كما يعوق التدخل السياسي والفساد الشديد بشكل خطير الجهود الخيرية التي تقوم بها الشركات نظراً إلى أن التبرعات والمساعدات تصل إلى الأشخاص الخطأ أو يُساء استغلالها. كما فتح الفساد ثغرات للتهرب والتلاعب الضريبي بالنسبة للشركات نظراً لأن الموظفين المسؤولين عن تحصيل الضرائب يقبلون بسهولة تلقي الرشاوى لصرف النظر عن القيمة الفعلية للضرائب.

وأدى الفساد أيضاً إلى حرمان المجتمع المحلي من الاستفادة من عمليات الإمداد والمشتريات. ويحصل ذوو النفوذ السياسي على عطاءات المشتريات عن طريق الاحتيال، ومرة أخرى تصبح التدابير المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات الموجهة لفائدة مجتمع بأكمله في غير موضعها.

كما شهدت الجهود المبذولة لتعزيز المسؤولية الاجتماعية للشركات بعض العقبات. وفي بعض الحالات قام أشخاص فاسدون ذوو نفوذ باستخدام المنظمات غير الحكومية كوسيلة لتحقيق مكاسب مادية. وأشارت الشركات إلى أن مشكلة التعرف على منظمات غير حكومية تتمتع بالموثوقية لإقامة شراكات معها تقف حجر عثرة أمام جهودها في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات. كما ذكرت الشركات أن غالبية المنظمات غير الحكومية تشارك في مشاريع قصيرة الأمد لا تأثير لها على الأمد الطويل.

الاستغلال الذي تمارسه الشركات الأجنبية

إن غالبية الشركات الأجنبية تسيء تماماً استخدام البلدان النامية عند تأسيس استثماراتها، وإنتاج وبيع سلعها و/أو خدماتها. كما أن التعويضات المتدنية التي تدفع لأصحاب الأراضي في حالات التعدين وتدني الأسعار بصورة غير مبررة عند شراء أراضي لإقامة مرافق جديدة تمثل جوانب الاستغلال الرئيسية التي تعاني منها البلدان النامية. ومن الأمثلة الحية على التعويضات المتدنية شركة تيومين في كينيا التي توشك على دخول مرحلة التشغيل، وقد حصلت هذه الشركة على ترخيص على الرغم من وجود عدد كبير من القضايا التي لم تحسم. ويحصل أصحاب الأراضي على مبالغ زهيدة، بينما يبدو أن الشكاوى المتعلقة بالضرر البيئي المحتمل بسبب الانبعاثات السمية والحاجة إلى مرفق صالح يؤدي إلى تحسين الأوضاع لا تجد أذناً صاغية.

وبمجرد انتهاء الشركات من التأسيس، فإنها تستغل الأوضاع البائسة في سوق العمل لتعيين عمال غير منضمين لنقابات العمال وتدفع لهم أجوراً زهيدة. وعمليات الإنتاج تغفل تماماً التأثير البيئي، مع وجود عدد متزايد من حالات إلقاء النفايات السامة التي أبلغ عنها أفراد المجتمعات المحلية. وتعرض هذه الانبعاثات السامة وعمليات إلقاء النفايات صحة المجتمعات المحلية للخطر وتؤدي إلى تدهور البيئة.

كما يتضح الاستغلال في شراء المواد الخام، ولا سيما من القطاع الزراعي. فالشركات تشتري المنتجات الزراعية الخام مثل الشاي والقهوة والتبغ وألياف السيسال بأسعار زهيدة بحيث لا يتمكن المزارعون من تعويض

كل تكاليف الإنتاج مثل الأسمدة، والأيدي العاملة والصيانة. ولهذا السبب، يضطر المزارعون إلى الاعتماد على الاقتراض من الشركات التي تقوم باستغلالهم فتستمر دائرة الاستغلال المفرغة. ومن جهة أخرى، تقوم الشركات بتصنيع المواد الخام وبيعها محلياً ودولياً بأسعار باهظة فتحقق أرباحاً طائلة بينما يزداد المزارعون فقراً ومديونية.

التوصيات

تحتاج البلدان النامية إلى وضع وتنفيذ سياسات عامة تحدد المبادئ التوجيهية المتعلقة بأداء الشركات من حيث عمليات الإنتاج التي تضمن الحماية البيئية، وعمليات الشراء التي تضمن المعاملة المنصفة للموردين، وتضع حداً أدنى لأجور الموظفين يعزز القوة الشرائية للمستهلكين ويؤدي بالتالي إلى تعزيز التنمية الاقتصادية. وينبغي للحكومات رصد مصادر تعيين الموظفين تمثيلاً مع سياسة عامة لا تشجع على توظيف المغترين.

كما يجب وضع تدابير وعمليات فحص رسمية فيما يتعلق بالمعادن والتعدين ومتابعة تنفيذها من أجل تثبيط الشركات الأجنبية من القيام باستغلال البلدان النامية.

أما الزراعة، وهي العمود الفقري للاقتصاد في غالبية البلدان النامية، فيجب أن تحصل على إعانات بغرض تقليل التكاليف التي يتحملها المزارعون، الشيء الذي يضمن وجود منافسة شريفة وعادلة مع البلدان المتقدمة. كما يمكن استغلال الرسوم المفروضة على الاستيراد لخفض تباين التكاليف بين المنتجات المصنعة محلياً والمستوردة.

ويجب على البلدان النامية تحقيق الاستقرار السياسي من أجل تشجيع واستدامة قيام الشركات باستثمار أموالها في مشاريع قصيرة وطويلة الأمد ولجني ثمار هذه الاستثمارات. وينبغي وضع وتنفيذ تدابير لمكافحة الفساد تستهدف القضاء التام على الاحتيال وسوء استغلال وهدر الأموال في جميع الأنظمة والعمليات بغرض تشجيع الأعمال الخيرية وضمان الاستفادة القصوى من هذه الجهود وغيرها من الجهود المبذولة في إطار المسؤولية الاجتماعية للشركات. كما أن جعل التبرعات من النفقات التي تخصم من الضرائب من أجل تقليل الأعباء على الشركات التي تقدم المساعدات سيشجع على القيام بالأعمال الخيرية.

والبلدان النامية بحاجة ماسة إلى جعل سبل الاستثمار فيها حيوية وجاذبة بشكل أكبر. وأسواقها بحاجة إلى التطوير والتوسيع واكتساب عمق أكبر. ويجب على السلطات المعنية بالأسواق أن تخفف الأنظمة بغرض التشجيع على التسجيل وزيادة التسجيل عبر الحدود لكي تجعل الوصول إلى الأسواق أيسر وأسرع. كما أن تعزيز عمل الأسواق على المستويين المحلي والدولي، والاستفادة بصورة أفضل من السندات، والعقارات وغيرها من سبل الاستثمار، سوف يُترجم إلى زيادة في الاستثمار من قبل الشركات المحلية والأجنبية.

السعي إلى إيجاد نموذج جديد لإعداد التقارير المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية

"بينما تستمر حركة المسؤولية الاجتماعية للشركات في اكتساب الزخم على نطاق عالمي، فإن الشركات بحاجة إلى معايير وتدابير لتحديد الممارسات التجارية التي تتسم بالمسؤولية. وأحد هذه المعايير هو - الاستدامة - التي برزت بوصفها المعيار الدولي لقياس تحلي الشركات بروح المواطنة. وتُعرّف الاستدامة على أنها "الهدف النهائي الثلاثي الأبعاد" - وهي مقياس لأداء الشركة من الناحية الاقتصادية والبيئية والاجتماعية" (سافيتز

٢٠٠٣). والزخم الذي حصل عليه مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات بحاجة إلى تنظيمه ونشره وتوجيهه من خلال نموذج لإعداد التقارير يحدد مقدار الجهود المبذولة في إطار المسؤولية الاجتماعية للشركات، ويؤدي بالتالي إلى تيسير إمكانية مقارنة وقياس أداء شركة ما في هذا المجال.

وتُعد التقارير وسيلة أساسية للوصول إلى الكمال لأن الشركة قد تكتشف عند إخضاعها إلى التمهيص العام أن صورتها ليست حسنة بالقدر الذي كانت تعتقده. وسوف تحصل على تغذية مرتدة بالمعلومات تجعلها تغير من مواقفها؛ وسوف تُقارن بشركات أخرى؛ وقد يُطلب منها كشف الأخطاء السابقة وتفسيرها؛ وستصبح جوانب الضعف لديها واضحة بالنسبة لوسائل الإعلام. وبإمكان الشركة كسب المصداقية في نهاية الأمر إذا كشفت الحقائق وتمسكت بالدفاع عن نفسها. والشركات التي تعد تقارير بشأن الاستدامة تمر بهذا النوع من المواجهة الصعبة التي لا مفر منها. والشيء الوحيد هو أن تأمل الشركة في أن تصبح أكثر قوة بعد تقديم التقارير. وتُعد التقارير شرطاً ضرورياً للاستدامة - فهي تجعل الشركة عرضة للمساءلة.

ويُنظر إلى المحاسبة على أنها مجال مهني وإحدى العلوم الاجتماعية الهامة (ديلارد، ١٩٩١) التي لديها القدرة على تشكيل الحقائق الاجتماعية (هايتز، ١٩٨٨) وعلى كشف التغييرات الاجتماعية والبيئية (كزنز وسيكا، ١٩٩٣). والحدود التي ميّزت المحاسبة تقليدياً في إطار وظيفة إعداد التقارير الفنية المحضّة أصبحت عرضة لتحديات كبيرة مع التحول الجديد باتجاه المسؤولية الاجتماعية للشركات. وخلاصة القول، ينبغي ألا تعتبر المحاسبة ممارسة محايدة بدون محتوى، بل بوصفها مجالاً دينامياً يتضمن شبكة معقدة من علاقات القوة التي تؤثر على الطريقة التي نتجاوب بها مع القضايا الاجتماعية والبيئية التي تواجه مجتمعاتنا المحلية (كزنز وسيكا، ١٩٩٣).

وتتمثل إحدى الخطوات الأولية نحو وضع نموذج متسق لإعداد التقارير في تحديد المعايير التي ينبغي أن تراعيها عملية إعداد التقارير في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات. كما أن غالبية المعايير التي وضعت في الآونة الأخيرة فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية للشركات تطلب من الشركات القيام طواعية بوضع وتنفيذ السياسات والممارسات، وإلزام نفسها بمعايير أداء محددة بشأن مختلف قضايا المسؤولية الاجتماعية للشركات. وقد وضع مؤخراً عدد محدود من المعايير المخصصة لتوجيه الشركات التي تسعى إلى إعداد تقارير عن أدائها الاجتماعي والبيئي والاقتصادي، بدلاً من تقديم توصيات جوهرية من أجل تنفيذ سياسات وممارسات محددة في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات.

وفي كثير من الحالات، كانت معايير الأداء ومعايير إعداد التقارير متكاملة. وتوضع المعايير بحيث تستخدم لدعم وقياس التنفيذ والمساعدة فيه، فضلاً عن تعزيز مساءلة الشركات عن الأداء في مجال قضايا المسؤولية الاجتماعية للشركات. وبينما توضع الكثير من المعايير على أنها قضايا مستقلة (مثل أن تركز على الأداء البيئي أو إدارة الشركات)، فهنالك معايير أخرى تتناول مجموعة من القضايا في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات. وتقتصر القائمة التالية على معايير واسعة النطاق تتضمن قضايا متعددة في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات.

ويحتاج واضعو المعايير إلى تحديد مؤشرات الأداء الكمي لكل تأثير من تأثيرات المسؤولية الاجتماعية للشركات على المجتمع على النحو التالي:

مؤشرات الأداء الكمي	تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات
عدد الموظفين، بحسب مستوى المسؤولية/المجموع بالنسبة المئوية	التوظيف
عدد وطبيعة برامج تدريب/دعم الموظفين	
عدد موظفي الإدارة التنفيذية ومجلس الإدارة/المجموع بالنسبة المئوية	
رواتب الموظفين/النسبة المئوية للمتوسط أو المجموع	
تطوير الموظفين والاحتفاظ بهم ودورهم/النسبة المئوية للمجموع	
عدد الموردين الذين تم التعامل معهم/النسبة المئوية للمجموع	الموارد والمشتريات
عدد العقود/ النسبة المئوية للمجموع	
المبلغ الذي صُرف بالدولارات/قيمة الشراء/النسبة المئوية للمجموع	
توزيع الموارد (السلع مقابل الخدمات، سلسلة التوريد، عمليات الصيانة والإصلاح) النسبة المئوية للمجموع	
التنمية والاستشارات	
الاتصال والتحقق/التدقيق	
الأطراف الثانية/مشاركة المتعاقدين من الباطن	
المجتمعات المحلية التي لا تحصل على خدمات كافية التي وضعت فيها المرافق	اختيار مواقع المنشآت وإدارتها
طبيعة الموقع (سوق، عمالة، استخلاص موارد)	
التشييد والتشغيل	
مستوى الارتباط بالمجتمع المحلي وإشراكه	
استخدام أصول الشركة:	
- التوظيف (عدد الوظائف ومقدار الأجور)	
- الموارد (عدد الموردين والأموال المنفقة)	
- الاستثمار الاجتماعي	
- توزيع المنتجات والخدمات (الربط المستقبلي)	
- استخدام المنتجات والخدمات	
- الاستثمارات المالية	
المساهمة الضريبية	
الوظائف غير المباشرة	
إشراك السوق المستهدفة في تحديد المتطلبات	المنتجات والخدمات

مؤشرات الأداء الكمي	تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات
المبالغ التي أنفقت بالدولارات على البحث والتطوير المخصص للمنتجات والخدمات الموجهة لأدن الأسواق من حيث الدخل	التطوير والاستخدام والتسليم
العمل الوظيفي المتبادل مع العمليات التي ترمي إلى خفض تكاليف تصنيع المنتجات أو توفير الخدمات	
التسويق	
توفير المواد الخام	
الوصول إلى المنتجات	
الأسواق التي تتم خدمته	
طبيعة التوزيع	
مقدار الأعمال التجارية	
مقدار أنشطة الاستثمار المباشر	الاستثمار المالي
طبيعة النشاط الاستثماري	
مستوى استثمارات رأس المال	
مقدار الاستثمارات التي تدعم الفائدة الاقتصادية	
مقدار الاستثمار مع الشركاء التجاريين والموردين	
مقدار الاستثمار في مجالات تعلق بالاستثمارات المسؤولة اجتماعياً	
العائد من الاستثمارات المذكورة أعلاه	
مقدار الاستثمار في المجالات الخيرية (النقدية والعينية)	الأعمال الخيرية والاستثمارات في المجتمع المحلي
الشراكات مع المجتمع المحلي	
مستوى الالتزامات والأنشطة الطوعية	
موقف السياسة العامة/الالتزام المدني	

المصدر: Broday Weiser Burns: تأثير معايير وممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات.

وانطلاقاً من المؤشرات الكمية التي تم تحديدها، يمكن وضع المعايير بإعطاء وزن مختلف لكل واحد من المؤشرات بحسب مستوى أهميته. ويمكن بالتالي وضع نموذج التقارير الاجتماعية لمختلف فئات الشركات من حيث حجم الصناعة وملكيته، سواء كانت أجنبية أو محلية. ولكي يصبح مثل هذا النموذج مقبولاً ومفيداً بالنسبة للجهات صاحبة المصلحة، ينبغي لوضعي المعايير ومطوري النموذج التشاور بصورة شاملة مع الجهات الرئيسية المعنية خلال كل العملية.

ترشيد أعباء إعداد التقارير

إن التحول إلى اتخاذ مواقف أخلاقية في مجتمع يُعد فيه السعي الضيق لتحقيق المكاسب المادية الفردية أمراً عادياً هو بمثابة تحول جذري بصورة أكبر مما يتصوره الكثيرون (سنجر ١٩٩٥، ٢٧٧). وهناك حاجة ماسة لمثل هذا التحول والمقاييس التي يتم بها.

وفي أفريقيا، على سبيل المثال، تكون التقارير المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات عبارة عن سرد قصير للأعمال الخيرية وتدابير حماية البيئة التي قامت بها الشركة خلال الفترة المستعرضة. وتكون جميع البيانات في كل هذه التقارير إيجابية دائماً، وتسير كل المؤشرات في الاتجاه الصحيح، كما تبين أن كل التحديات قد تم التصدي لها، وأن تحقيق جميع الأهداف تجاوز ما هو مطلوب. وقد يعزى هذا الأمر إلى حقيقة الافتقار إلى معايير كمية فتقوم الشركات بالتالي بتقييم نفسها وفق معاييرها الخاصة التي تكون في الكثير من الأحيان في حدود إمكاناتها.

وهناك حتى الآن عدد قليل من الشركات، إن وجدت، التي تبين بصورة تامة ومباشرة مصدر الأضرار البيئية التي تحدثها. وهناك عدد أقل من الشركات التي تفعل نفس الشيء بالنسبة للجوانب الاجتماعية. وهذا التغافل يقلل وضوح الفوائد الاقتصادية والاجتماعية في نظر صانعي القرار الذين قد يضعوا في اعتبارهم الحماية من التلوث وغير ذلك من التدابير المجتمعية المتعلقة بخيارات الاستثمار.

فوائد التقارير في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات تتضمن ما يلي:

- زيادة الشفافية
- اتخاذ القرارات الدقيقة والواعية
- الأسلوب الأفضل لإدارة المخاطر والأزمات
- تعزيز قيمة وسمعة العلامة التجارية
- العلاقات الحسنة مع الحكومة والمجتمعات المحلية
- استدامة الارتباط بين الشركة والمجتمع على الأمد الطويل نظراً لتلقي المزيد من الانتقادات والتحسينات المقترحة من المراجعين الداخليين والخارجيين
- ضمان تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركات نظراً لقيام الحكومة برصد الامتثال للمعايير

إن الفوائد المكتسبة من خلال التقارير المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات يتجاوز كثيراً "عبء إعداد التقارير"، ويجعلها جزءاً هاماً من أداء الشركات ينبغي أن يُدمج في التقارير المالية الرسمية.

المراجع

- Cousins J and Sikka P (1993). Accounting for Change: Facilitating Power and Accountability. *Critical Perspectives on Accounting*, 4:1, pp. 29–52.
- Dillard J (1991). Accounting as a Critical Social Science, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 4:1, pp. 8–28.
- Hines R (1998). Financial Accounting: In Communicating Reality, We Construct Reality, *Accounting, Organizations and Society*, 13:3, pp. 251–261.
- Savitz A (2003). Sustainability Reporting: Daring to Hold Yourself Accountable, *Compliance Week*, Financial Media Holdings Group, Inc. Newton, Massachusetts, United States, 17 April.

الاستثمارات المسؤولة تجاه المجتمع

جولي ماكداول

مديرة الأبحاث المختصة في الاستثمار المسؤول تجاه المجتمع
ستاندرد لايف إنفيستمنت

موضوع محاضرتنا اليوم هو المحاسبة والإبلاغ بشأن مسؤولية الشركات تجاه المجتمع. وسأتناول هذه المسألة من منظور "ستاندرد لايف إنفيستمنت"، وهي شركة استثمارية عالمية مكلفة بإدارة زهاء ٨٠ مليار جنيه إسترليني من الأصول. ويوجد مقر الشركة الرئيسي في إدنبره، بسكوتلندا، ولدينا أعمال في لندن ومونتريال وبوسطن وهونغ كونغ والصين ودبلن، ولدينا مكاتب تمثيلية في بيجين وسيول. و"ستاندرد لايف أشورنس كامبني"، شركتنا الأم، هي أكبر شركة لتعاونيات التأمين في أوروبا.

سأركز في تعليقي على المعلومات التي نبحث عنها بشأن مسؤولية الشركات تجاه المجتمع وعلى كيفية الاستفادة منها.

فمن البديهي بداية أن يكون نوع المعلومات المتعلقة بمسؤولية الشركات تجاه المجتمع التي يبحث عنها المستثمرون رهناً بالسبب الذي يجعلهم يبحثون عنها في المقام الأول. أو، مثلما تعلمت في كلية الحقوق، الجواب الذي تحصل عليه يتوقف على السؤال الذي تطرحه.

ونبحث، بالنسبة لأخلاقية صناديقنا، مثلاً، عن معلومات تتعلق بالمشاكل البيئية والاجتماعية من أجل فرز الشركات التي تتورط في بعض الأنشطة أو تخفق في الاستجابة لبعض المعايير.

ولأجل تلك الصناديق، نحتاج إلى معلومات بشأن بعض المسائل من قبيل ما إذا كانت شركة ما قد أُدينت لتلويث البيئة، وما إذا كانت تصنع مواد كيماوية تستنفد طبقة الأوزون أو مبيدات آفات، وما إذا كانت تجرّب منتجات على الحيوانات، أو تحوّر المحاصيل جينياً، أو تعمل في بلدان لا تُحترم فيها حقوق الإنسان والعمال، أو تنتج أسلحة أو تبيعها، أو تشغل مصانع تعمل بالطاقة النووية، أو تنتج التبغ أو الكحول أو تبيعهما.

وهكذا فإننا نحتاج، لأجل أخلاقية صناديقنا، إلى معلومات تتعلق بالتأثير الاجتماعي والبيئي لشركة ما على المجتمع.

وقد يكون للمسائل التي نهتم بمعرفتها تأثير ملموس على أداء الشركة المالي أو لا يكون.

ولكن الصناديق الأخلاقية تمثل جزءاً يسيراً من مجموع الأصول التي نديرها في "ستاندرد لايف إنفيستمنت".

وحاجتنا الماسة إلى المعلومات المتعلقة بمسؤولية الشركات الاجتماعية فيما يتصل بالشركات التي نستثمر فيها تنبع من اعتقادنا بأن الشركات التي تجيد إدارة مسؤولياتها الاجتماعية والبيئية ستمتع بميزة نسبية في المدى البعيد.

وفضلاً عن ذلك، فإن الشركات التي تخفق في المحافظة على عمليات مناسبة لإدارة هذه المسائل تخاطر بإلحاق الضرر بسمعتها وما ينشأ عن ذلك من آثار سلبية على علامتها التجارية وعلى صورتها، مما قد ينعكس مباشرة على أدائها المالي. ويتجلى هدفنا الأول في تحقيق نتائج استثمار عالية بصورة منتظمة لفائدة عملائنا ونحن نستخدم تحليلنا لمسؤولية الشركات تجاه المجتمع كأداة بحث أخرى للمساهمة في تحقيق هذا الهدف.

ونستخدم تحليلنا للمسائل المتعلقة بمسؤولية الشركات الاجتماعية في رصد المخاطر المادية الناشئة عن المشاكل الاجتماعية والبيئية لأن قيمة الأصول والخصوم قد تتأثر بهذه المشاكل. كما إننا نستخدم التحليل لتقييم قدرة الإدارة على الحد من المخاطرة والتفاعل مع الضغط التنافسي والتكيف مع التوقعات البيئية والاجتماعية المتغيرة.

وإن اتخاذ قرارات استثمارية أكثر من مجرد صف نسب وأرقام في شكل معادلة رياضية. فأحد الجوانب الأساسية لما نقوم به يتضمن تقييم قدرة الإدارة على تحقيق أهدافها وتحليلنا لمسؤولية الشركة تجاه المجتمع وسيلة من وسائل تقييم الإدارة. وهذا واحد من المناهج التي يرغب عملاؤنا في أن نتبعها نيابة عنهم. وباستثناء المستثمرين في الصناديق الأخلاقية لدينا، الذي يقررون الاستثمار تحديداً في صناديق تستبعد الشركات التي لا تستجيب لشروطهم الأخلاقية، فإن عملائنا الذين نستثمر نيابة عنهم لا يريدوننا أن نضع حدوداً لمجال الاستثمار إلا إذا كانت المشاكل الاجتماعية والبيئية تشكل خطراً كبيراً على أداء الأسهم.

وبما أننا ننظر إلى إدارة المسائل المرتبطة بمسؤولية الشركات الاجتماعية بنفس الطريقة التي ننظر بها إلى أية مسائل أخرى تتعلق بالأعمال، فإننا نتوقع من الشركات أن تحدد المسائل التي ترى أنها حاسمة بالنسبة لنشاطها وأن تجربنا بكيفية إدارتها لتلك المسائل وتقييم مدى النجاح الذي أحرزته في القيام بذلك.

ونحن لا نستخدم وكالات تصنيف خارجية لإجراء هذا التحليل. فقد وضعنا منهجية لتصنيف الشركات خاصة بنا استناداً إلى التحليل الذي نقوم به لتقارير الشركة والمعلومات التي نحصل عليها خلال الاجتماعات مع الإدارة.

ونعتمد منهجاً إطارياً يقوم على أربع ركائز للتحليل. أولاً، ندرس سياسات الشركة في المسائل الأساسية بالنسبة إلى نشاطها. ثانياً، نفحص النظم الإدارية التي تعتمد عليها الشركات لتنفيذ سياساتها المعلنة. ثالثاً، ندرس مدى النجاح الذي تلقاه نظم الإدارة تلك في تحقيق أهداف السياسات العامة. ثم رابعاً، ندرس نوعية التقارير التي تصدرها الشركة عن جميع ما سبق.

ونحن نحدد الممارسات الصناعية الفضلى لكل قطاع ونقيس مدى التزام الشركات بها عبر مقارنتها بنظيراتها من أجل التعرف على الشركات الرائدة والأخرى المتقاعسة في كل قطاع.

هذا وصف موجز لما نبحت عنه بشأن مسؤولية الشركات الاجتماعية وما نصنعه بالمعلومات ذات الصلة.

فما هي يا ترى، من منظورنا، الثغرات التي يجب سدها في عملية الإبلاغ التي تقوم بها الشركات؟ أعتقد أن ثمة ثلاث ثغرات رئيسية.

أولاً، هناك ثغرة في كمية ونوعية الإبلاغ بشأن المشاكل الاجتماعية. ويعود هذا بلا شك في البداية إلى كون مسؤولية الشركات تجاه المجتمع كانت تركز أكثر على المشاكل البيئية عوض أن تركز على الصورة الأوسع. ويجب سد هذه الثغرة.

ثانياً، نود من الشركات أن تقدم المزيد من التحليل. فمن منظور المستثمر، كثيرة جداً هي الحالات التي تقدم فيها الشركات بيانات كمية بشأن مؤشرات أداء رئيسية دون أن تشرح السبب الذي اختارت لأجله أن تبلغ عن مؤشرات أداء رئيسية بعينها ودون أن تحلل البيانات التي تبلغ عنها لمعرفة ما إذا كانت مبادراتها قد وفقت في بلوغ أهداف سياساتها. وربما يكمن السبب وراء غياب هذا التحليل أحياناً كثيرة في كون الشركات تركز أكثر مما يجب على تقديم معلومات بشأن مؤشرات الأداء الرئيسية دون أن تفهم تماماً كيف يستخدم المستثمرون تلك البيانات. فالتوكيد على مؤشرات الأداء الرئيسية ربما يكون قد عتّم على حقيقة أن البيانات يجب أن تستخدم لتوضيح أمر ما كأمراً ما إذا كان النهج المتبع لتحقيق هدف ما منهجاً ناجحاً. كما أن التوكيد على مؤشرات الأداء الرئيسية ربما يكون قد أصاب الشركات بحساسية مفرطة إزاء الطريقة التي ستؤول بها بياناتها.

أبدت إحدى الشركات في تقرير لها عن السلامة التعليق التالي: "مع أننا حققنا بعض النتائج الجيدة في أدائنا الإجمالي في مجال السلامة، حدثت خلال هذه السنة ثلاث وفيات ناجمة عن حوادث. وهذا شيء تأسف له الشركة أسفاً شديداً. ولكن حالة وفاة واحدة فقط هي التي ترتبط بطريقة العمل، بينما كانت الحالتان الأخريان جرمي قتل".

أما الثغرة الثالثة في تحرير تقارير الشركات فهي، في نظرنا، أن الشركات لا تحدد ما هي المسائل البالغة الأهمية بالنسبة للقطاعات التي تنتمي إليها وللمناطق الجغرافية التي تعمل فيها ولا تركز عليها. ومن وجهة نظرنا، كمستثمر يقيّم المخاطرة والقدرة على الإدارة، فإن المسائل الهامة المتعلقة بمسؤولية الشركات تجاه المجتمع تتفاوت حسب طبيعة نشاط الشركة وموقعها. فشركة تطوّر البرمجيات لا تحدث نفس الآثار البيئية التي تحدثها شركة تعدين ولا نتوقع من الشركتين أن تهتما بنفس القدر بقياس أدائهما البيئي ورصده وتحسينه. ومع أنه من غير الضروري لشركة تعمل في القارة الأوروبية أن تضع وتنفذ سياسة بشأن المستخدمين الذين يجلبون أسلحة نارية معهم إلى مكان العمل، فقد يكون ذلك أمراً لا غنى عنه لشركة تعمل في الولايات المتحدة.

وبإيجاز فإنه ينبغي للشركات أن تركز ما تبذله من جهود في الإدارة والإبلاغ على المسائل الأساسية التي تم نشاطها. وأنا مسرورة لرؤية الجهود الذي يبذل حالياً في مجموعات مختلفة، وبالخصوص مبادرة الإبلاغ العالمية، من أجل وضع مبادئ توجيهية في مجال إعداد التقارير خاصة بكل قطاع. وآمل أن تقر هذه المبادئ التوجيهية أيضاً بأوجه الاختلاف الناجمة عن الموقع الجغرافي.

الخلاصة أننا:

نأخذ سياسات وممارسات الشركات بشأن المسائل الاجتماعية والبيئية في الاعتبار عند اتخاذ القرارات الاستثمارية.

كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع

ونعتقد أنه ينبغي للشركات أن تعد تقارير بشأن السياسات والممارسات التي تكون قد اعتمدها بغية ضمان وفائها بالتزاماتها الاجتماعية والبيئية.

ونود أن نرى الشركات تعد تقارير عن تحليلها الخاص للقضايا الحيوية التي تواجهها وعن استراتيجياتها لإدارة تلك القضايا.

ونشجع وندعم وضع مبادئ توجيهية خاصة بكل قطاع تضع في الحسبان الاختلافات الجغرافية لمساعدة الشركات في هذه العملية.

المبادئ التوجيهية التي وضعتها منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي لأجل الشركات المتعددة الجنسيات

كاثرين غوردن

كبيرة الخبراء الاقتصاديين

قسم حركة رؤوس الأموال والاستثمار الدولي والخدمات، منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي

ستتناول ملاحظاتي اليوم مجموعة من المسائل التي تم الوقوف عليها مؤخراً بوصفها ذات صلة خاصة ببلدان مضيضة تتمتع بثروات طبيعية هائلة. وتعلق هذه القضايا بتوزيع المنافع في المجتمعات المضيضة وبالفساد والعنف وانتهاكات حقوق الإنسان. هذه قائمة تشتمل منها النفوس وأنا آسفة لذلك. فهذه ليست من نوع القضايا التي تعالجها في العادة لجنة الاستثمار التابعة لمنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي. وقد اصطدنا بها أثناء استجابتنا لطلب التطرق لمسؤولية الشركات بجميع جوانبها فيما يتصل بالاستثمار الدولي في ميانمار.

مسؤولية الشركات تجاه المجتمع في منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي

ترتكز منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي على وجهة النظر القائلة إن اقتصادات السوق - مدعومة بسياسة عامة فعالة - عامل رئيسي في زيادة الرفاه الاقتصادي والاجتماعي والبيئي. وتتلخص مهمة المنظمة في مساعدة الحكومات على تسيير ذاتها بصورة أكثر كفاءة وفعالية.

وقد ساهم مجتمع الأعمال الدولي وسيواصل مساهمته الأساسية في تحقيق هدف التنمية المستدامة. ويجدر التذكير بأن أهم مساهمة يقدمها قطاع الأعمال هي القيام بالأعمال في حد ذاته - فمسؤوليته الأساسية هي در عوائد مناسبة على مالكي رؤوس الأموال عن طريق خلق فرص للاستثمار المربح. فتوفر الشركات، من خلال تلك العملية، مواطن شغل وتنتج سلعاً وخدمات يرغب المستهلكون في شرائها. ويشهد تاريخ الاقتصاد على قدرة قطاع الأعمال على الرفع من درجة الرفاه العام ومستويات المعيشة عندما ينشط في بيئات يسودها الحكم الفعال.

ومسؤولية الشركات أمام المجتمع تتجاوز بالطبع هذه الوظيفة الأساسية. فعلى الشركات أيضاً أن تلتزم بالمتطلبات القانونية والتنظيمية وعليها أن تستجيب، من الناحية العملية، للتوقعات "اليسيرة" التي تكون لدى المجتمع غير المدونة في كتب القانون. ويشير بحث أنجزته منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي في ممارسات نحو ألفي شركة من مختلف أنحاء العالم إلى أن العديد من الشركات قد استثمرت بقوة في تحسين قدراتها للقيام بذلك. وقد تجمعت لدى العديد من الشركات الخبرة الإدارية وساهمت في نشوء معايير. وقد قامت الشركات بهذا الاستثمار لأنها تعترف بترابطها مع المجتمعات التي تعمل فيها. فإذا لم تكن المجتمعات المحيطة على ما يرام، فإن قطاع الأعمال بدوره لن يزدهر.

والمبادئ التوجيهية لأجل المؤسسات المتعددة الجنسيات أداة لم تعدت عليها منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي لأنها تتناول مسؤولية الشركات تجاه المجتمع، لا مسؤولية الحكومات. لكن هذين النوعين من المسؤوليات مترابطان وتمثل المبادئ التوجيهية محاولة لإيجاد التفاعل المناسب بين القواعد والتوصل إلى عقد اجتماعي دولي. وهي ما تزال في طور الإنجاز خاصة فيما يتعلق بآليات تنفيذها.

التوصيات الرئيسية للمبادئ التوجيهية الخاصة بالمؤسسات المتعددة الجنسيات، التي وضعتها منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي

التمهيد: يضع المبادئ التوجيهية في إطار عالم آخذ في العولمة. والهدف المشترك بين الحكومات الملتزمة بالمبادئ التوجيهية هو تشجيع المساهمات الإيجابية التي يمكن أن تقدمها المؤسسات المتعددة الجنسيات في التقدم الاقتصادي والبيئي والاجتماعي، والتقليل إلى الحد الأدنى من الصعوبات التي قد تثيرها مختلف العمليات التي تقوم بها.

أولاً - المفاهيم والمبادئ: تحدد المبادئ التي تستند إليها المبادئ التوجيهية، مثل طابعها الطوعي، وتطبيقها على نطاق العالم، وحقيقة أنها تعكس الممارسات السليمة لجميع المؤسسات.

ثانياً - السياسات العامة: تتضمن التوصيات المحددة الأولى، بما في ذلك الأحكام المتعلقة بحقوق الإنسان، والتنمية المستدامة، ومسؤولية سلاسل العرض، وبناء القدرات المحلية، وتدعو بصورة أعم المؤسسات إلى المراعاة التامة للسياسات الراسخة في البلدان التي تعمل بها.

ثالثاً - كشف المعلومات: توصي بكشف المعلومات عن جميع المسائل المادية المتعلقة بالمؤسسة، مثل أدائها ومليتها، ويشجع الاتصال في المجالات التي لا تزال فيها معايير الإبلاغ في مرحلة التطوير، مثل مجالات الإبلاغ الاجتماعي والإبلاغ البيئي والإبلاغ عن المخاطر.

رابعاً - العمالة والعلاقات الصناعية: تعالج الجوانب الرئيسية لسلوك الشركات في هذا المجال، بما في ذلك عمل الأطفال والسخرة، وعدم التمييز، والحق في تمثيل حقيقي للموظفين، والمفاوضات البناءة.

خامساً - البيئة: تشجع المؤسسات على تحسين أدائها في مجال حماية البيئة، بما في ذلك أداؤها المتعلق بالآثار على الصحة والسلامة. وتشمل أهم عناصر هذا الفصل التوصيات المتعلقة بنظم الإدارة البيئية واستصواب الحذر في الحالات التي يُحتمل فيها وقوع ضرر جسيم بالبيئة.

سادساً - مكافحة الرشوة: تغطي الرشوة في القطاعين العام والخاص، وتعالج الفساد السليبي والإيجابي.

سابعاً - مصالح المستهلكين: توصي بأن تلتزم المؤسسات، في تعاملها مع المستهلكين، بالممارسات التجارية والتسويقية والدعائية المنصفة، وأن تحترم خصوصية المستهلكين، وأن تتخذ جميع الإجراءات المعقولة لضمان سلامة وجود السلع أو الخدمات التي توفرها.

ثامناً - العلم والتكنولوجيا: تهدف إلى تشجيع المؤسسات المتعددة الجنسيات على نشر ثمار أنشطة البحث والتطوير بين البلدان التي تعمل بها، والمساهمة بالتالي في القدرات الابتكارية للبلدان المضيفة.

تاسعاً - المنافسة: تشدد على أهمية تهيئة مناخ تجاري منفتح وتنافسي.

ما هي المبادئ التوجيهية التي تضعها منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي؟

المبادئ التوجيهية هي توصيات موجهة من قبل ٣٨ حكومة إلى مؤسسات متعددة الجنسيات تعمل في البلدان الأعضاء في المنظمة أو انطلاقاً منها. وتحدد مبادئ ومعايير طوعية للقيام بالأعمال بصورة مسؤولة في مجموعة متنوعة من الميادين، بما فيها العمالة والعلاقات الصناعية وحقوق الإنسان والبيئة والإفصاح عن المعلومات والمنافسة والضرائب والعلم والتكنولوجيا.

وغايتها تشجيع المساهمات الإيجابية التي بإمكان الشركات المتعددة الجنسيات تقديمها في تحقيق التقدم الاقتصادي والبيئي والاجتماعي.

والمبادئ التوجيهية جزء من صك متوازن أوسع يبين الحقوق والالتزامات - إعلان منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي المتعلق بالاستثمار الدولي والمؤسسات المتعددة الجنسيات. فالإعلان يحث على اتباع نهج شامل ومتربط ومتوازن فيما يتعلق بمعاملة الحكومات للاستثمار الأجنبي المباشر وبأنشطة المؤسسات في البلدان المضيفة. وهو من بين الأمور التي على البلدان أن تتعهد بها كي تصبح أعضاء في نادي منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي. وهو يساعد البلدان في العمل على إنشاء نظام استثمار ليبرالي يجسد قيم الشفافية وعدم التمييز وحماية الاستثمار ويساعد في نفس الوقت على ضمان عمل المستثمرين الأجانب في انسجام مع قوانين البلدان المضيفة وعلى جعل التوقعات أقل رسمية.

والمبادئ التوجيهية هي مدونة السلوك الوحيدة الخاصة بالشركات المتعددة الجنسيات الحاصلة على دعم متعدد الأطراف والبلدان المنضمة^(١) هي مصدر معظم الاستثمار الأجنبي المباشر في العالم وتوجد فيها مقار أغلب كبريات المؤسسات المتعددة الجنسيات. ورغم أن المبادئ التوجيهية غير ملزمة لتلك المؤسسات فإن الحكومات قد تعهدت بتشجيع احترامها وتنفيذها فعلياً. ويعزز تلك المبادئ مرفقاً يتيح للأطراف المعنية توجيه نظر نقطة اتصال وطنية إلى عدم احترام شركة ما مزعوم للتوصيات الواردة في المبادئ التوجيهية.

نقطة الاتصال الوطنية

كثيراً ما يشكك المنتقدون في المبادرات المتعلقة بمسؤولية الشركات تجاه المجتمع على أساس أن آليات المتابعة المتعلقة بها عديمة الفعالية. وبالرغم من أن آليات متابعة المبادئ التوجيهية ما تزال إلى حد كبير قيد الإعداد - وقد وُضع معظمها خلال استعراض عام ٢٠٠٠ للمبادئ التوجيهية التي كانت قد استُنبتت في عام ١٩٧٦ - فإنها تمثل قناة فريدة من نوعها لتشجيع التقيد بمعايير السلوك الدولية المناسبة المتعلقة بالشركات.

(١) وهذه البلدان هي الثلاثون الأعضاء في منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، وكذلك البلدان الثمانية التالية غير الأعضاء فيها: الأرجنتين وإستونيا وإسرائيل والبرازيل وسلوفينيا وشيلي ولاتفيا وليتوانيا. ويوجد قيد النظر طلب مقدم من سنغافورة.

ونقطة الاتصال الوطنية، وهي في كثير من الأحيان مكتب حكومي، مكلف بتشجيع التقيد بالمبادئ التوجيهية ضمن إطارها الوطني وضمان فهم المبادئ التوجيهية من قبل مجتمع الأعمال الوطني والأطراف الأخرى المعنية. وتجيّب نقطة الاتصال الوطنية على الاستعلامات بشأن المبادئ التوجيهية؛ وتناقش المسائل المتعلقة بها وتساعد في حل المشاكل التي قد تنشأ في هذا الصدد؛ وتجمع المعلومات عن التجارب الوطنية بخصوص المبادئ التوجيهية. وتجتمع نقاط الاتصال الوطنية سنوياً لتبادل خبراتها وتقديم تقرير إلى لجنة الاستثمارات الدولية والمؤسسات المتعددة الجنسيات.

وتلك اللجنة هي الهيئة المسؤولة داخل منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي عن الإشراف على عمل المبادئ التوجيهية ويتوقع منها اتخاذ خطوات لزيادة فعاليتها. كما يحق لها إصدار توضيحات بشأن تنفيذ المبادئ التوجيهية في ظروف معينة. وبما أن المبادئ التوجيهية تستهدف الشركات فإن مدخلات الأعمال والعمالة تكتسي أهمية خاصة. وتتشاور لجنة الاستثمارات الدولية والشركات المتعددة الجنسيات بانتظام مع اللجنتين الاستشاريتين الخاصتين بالأعمال والعمل التابعتين لمنظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي - وهما اللجنة الاستشارية الاقتصادية والصناعية واللجنة الاستشارية للنقابات العمالية - ومع المنظمات غير الحكومية بشأن المسائل التي تتعلق بالمبادئ التوجيهية وغيرها من المسائل التي تهم الاستثمارات الدولية والمؤسسات المتعددة الجنسيات.

وتنص إجراءات المبادئ التوجيهية على ما يسمى "حالات محددة"، وهي وسيلة للتبليغ بهدوء عن الانحرافات تمكّن أي طرف معني من إبلاغ نقطة الاتصال الوطنية بأي إخلال مزعوم من جانب شركة ما بالتوصيات الواردة في المبادئ التوجيهية. وباستطاعة أي شخص أو مؤسسة الاتصال بنقطة اتصال وطنية للاستفسار عن مسألة تتعلق بالمبادئ التوجيهية. ويمكن للشركات أيضاً أن تستخدم هذه الوسيلة كي تسترشد بالحكومات لمعرفة ما إذا كان سلوكها مناسباً - وحتى الآن، لم تطرح الشركات أية "حالات محددة".

التنفيذ في إطار الهيئات المعنية

لقد استُخدم إجراء "الحالات المحددة" بشكل كبير. فقد تم، منذ استعراض عام ٢٠٠٠، الإبلاغ عن ٦٤ "حالة محددة" بشأن ممارسات الشركات داخل البلدان الأعضاء في منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي والبلدان غير الأعضاء فيها تعلقت بمجالات تدرج في صلب النقاش الدائر حالياً بشأن العولمة. ومن بينها التبعات الاجتماعية لإعادة توطين السكان بجوار منجم للنحاس في زامبيا، وعمالة الأطفال في الهند، والمشاكل البيئية والعمالية في قطاع مناجم الذهب في غانا، ومعاملة العمال عند إقفال المصانع في منطقة منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي وخارجها، والمسائل المتعلقة بسلاسل العرض في موقع إنتاجي في غواتيمالا يعمل لحساب مورّد من جمهورية كوريا يعمل لحساب تاجر أمريكي يبيع الملابس الجاهزة بالتجزئة.

كما ورد ذكر المبادئ التوجيهية في تصريحات سياسية عالية المستوى - فالاجتماع الوزاري للبلدان الأعضاء في منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي الملتئم في عام ٢٠٠٢ نادى باستخدام تلك المبادئ لتشجيع "الزاهة والشفافية في الاقتصاد الدولي"، ولاحظت مجموعة الثمانية في خطة العمل التي وضعتها من أجل أفريقيا في عام ٢٠٠٢ أهمية المتابعة الفعالة للمبادئ التوجيهية وأشارت إلى دورها في مكافحة الفساد.

المبادئ التوجيهية في التطبيق العملي

فيما يلي بعض الأمثلة عن القضايا التي أثرت مؤخرا بموجب المبادئ التوجيهية:

إعادة توطين السكان في الحزام النحاسي في زامبيا: طلبت منظمات غير حكومية من نقطة الاتصال الوطنية الكندية أن تدرس ترحيل السكان المحليين الوشيك من أراض تملكها شركة تعدين كندية وشجعت الشركة على التعاون مع منظمات غير حكومية كندية وزامبية في إعادة النظر في خطط الشركة المتعلقة بإعادة التوطين. وقد أبلغت المنظمة غير الحكومية المهتمة بالقضية أن هذا قد أدى بالشركة إلى الاتفاق على تأجيل إعادة التوطين لإتاحة فسحة من الوقت للشركة كي تقيم بصورة أفضل أوجه الاختلال الاجتماعية المرتبطة بذلك، وللحكومة الزامبية كي تقدم بدائل بمساعدة من البنك الدولي.

عمالة الأطفال في الهند: دقت نقطة الاتصال الوطنية الهولندية في ادعاءات منظمات غير حكومية بشأن عمالة الأطفال تتعلق بشركة رائدة في صناعة اللوازم الرياضية تستعين في ذلك بمصادر خارجية في الهند. فوجدت نقطة الاتصال الوطنية أنه بالرغم من كون القضايا التي أثير انتباهها إليها ما تزال على الأرجح موجودة في صناعة اللوازم الرياضية في الهند عموماً، فإن الشركة تشجع مورديها على العمل بصورة تعبر عن احترامهم لمسؤولياتهم تجاه المجتمع.

حقوق الإنسان في ميانمار: نتيجة تحقيقات قامت بها نقابات عمالية بشأن عمليات لشركات أجنبية في ميانمار، أصدرت نقطة الاتصال الوطنية الفرنسية توصيات تضمنت ثمان ممارسات باستطاعة الشركات اتباعها للمساهمة في مكافحة السخرة. كما سجلت أنه ينبغي ألا تحل تلك الممارسات محل تنفيذ التدابير الحكومية الضرورية للقضاء على السخرة.

ويوجد المزيد من المعلومات في هذا الصدد في التقارير السنوية بشأن المبادئ التوجيهية وفي مواقع نقاط الاتصال.

وأعرب عن التأييد للمبادئ التوجيهية في بيان وزراء مالية مجموعة الثمانية في أيار/مايو ٢٠٠٣.

التحديات

الأثر - رغم أن حضور المبادئ التوجيهية قد زاد إجمالاً، لا تزال ثمة حاجة إلى فعل المزيد لإذكاء وعي عامة الناس بها والبرهنة على أنها قد تشكل تحولا أساسيا في الكيفية التي تصرف بها الشركات أعمالها. وتركز نقاط الاتصال الوطنية بالخصوص على زيادة شفافية إجراءات المبادئ التوجيهية وفعاليتها. ونتيجة لذلك، سنحت الفرصة لنقاط الاتصال الوطنية في مجموعة السبعة كي تضرب المثل في إلقاء الضوء على نقاط الاتصال الوطنية وزيادة الاهتمام بها.

رسم الحدود الفاصلة بين مسؤوليات الحكومات ومسؤوليات الشركات - تقرر جميع الأطراف في عملية تنفيذ المبادئ التوجيهية - الشركات والنقابات العمالية والمنظمات غير الحكومية والحكومات نفسها - بضرورة توضيح دور كل من الحكومات والشركات. وقد تم بالفعل العمل على مسألة مساعدة الشركات المتعددة الجنسيات في التقيد بالتوصيات الواردة في المبادئ التوجيهية في ظروف تتسم بالتراع العنيف واستثناء انتهاكات حقوق

الإنسان. وسيتيح العمل الآخر الذي تقوم به منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي بشأن الفساد وبشأن أعمال الشركات في المناطق التي تتسم بحكم واه فرصة لاستخدام المبادئ التوجيهية للمساعدة في تحديد ما يمكن توقعه بشكل معقول من الشركات العاملة في تلك المناطق.

تشجيع علاقات الشراكة فيما بين الصكوك العالمية المتعلقة بمسؤولية الشركات تجاه المجتمع - ما المبادئ التوجيهية إلا واحدة من مجموعة من المبادرات العالمية المتعلقة بمسؤولية الشركات تجاه المجتمع. وترغب منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي في توطيد العلاقات القائمة مع منظمات دولية أخرى - لا سيما مع المؤسسات التابعة للأمم المتحدة - وفي استكشاف سبل أخرى لتعزيز التآزر بين تلك المبادرات والمنظمات.

الإبلاغ عن تأثير الشركات

مالن بيكر

مدير التطوير

منظمة "الأعمال التجارية في المجتمع" (Business in the Community)

منظمة "الأعمال التجارية في المجتمع" (Business in the Community) وفرقة العمل المعنية بالأعمال التجارية

منظمة "الأعمال التجارية في المجتمع" (Business in the Community) هي منظمة يقودها قطاع الأعمال وتضم ٧٠٠ شركة توجد مقرها في المملكة المتحدة وقد تعهدت هذه الشركات بالعمل على وضع ممارسات مسؤولة في قطاع الأعمال. توظف تلك الشركات أكثر من ١٥,٧ مليون شخص في ما يزيد على مائتي بلد في شتى أنحاء العالم. ويشترك ما مجموعه ١٨٩ شركة من تلك الشركات الأعضاء في فرق قيادة تطوّر الممارسة المسؤولة في قطاع الأعمال. و"بيزنس إن ذي كميونيتي" هي أكبر منظمة وطنية من نوعها في المملكة المتحدة تتمتع بالقدرة على ترجمة سياسة الشركة إلى فعل محلي في الوقت الذي تربط فيه أعضائها بشبكة من الشركاء الدوليين. ولديها عشرون سنة من الخبرة في قضايا مسؤولية الشركات تجاه المجتمع.

وتناصر منظمة "الأعمال التجارية في المجتمع" فكرة الإبلاغ عن الأداء الاجتماعي والبيئي بوصف ذلك أداة لتعميم مراعاة مسؤولية الشركات تجاه المجتمع والإعلام عنها. وأمضت فرقة عمل بقيادة بعض الشركات عامين في دراسة كيف ينبغي للشركات أن تقيس أداءها في ما يتعلق بمسؤوليتها تجاه المجتمع ووضع تقارير في هذا الشأن. ووضعت فرقة العمل تقريراً بعنوان "Winning with Integrity" (الفوز بتزاهة) يلخص الأسباب الأكثر وجاهة التي يرى قطاع الأعمال أنها تشهد لصالح مسؤولية الشركات تجاه المجتمع ويحدد نوعية الإدارة التي تناسب مختلف ميادين النشاط.

وأوصى التقرير بمجموعة من ٥٥ مؤشراً أساسياً يمكن بواسطتها قياس أثر شركة ما على المجتمع. والغرض من هذه المؤشرات هو توفير معلومات عن الإدارة تكون ذات قيمة بالنسبة للشركات وتهم أصحاب المصالح الخارجين عنها وإبراز معلومات مفيدة عن الأداء وإعطاء فكرة حقيقية عن فعالية الجهود المبذولة في إدارة أداء الشركات في ما يتعلق بمسؤوليتها تجاه المجتمع.

كما أوصى التقرير بإحداث مؤشر خاص لمسؤولية الشركات تجاه المجتمع كي يكون مقياساً للسياسات والممارسات. فمؤشر مسؤولية الشركات تجاه المجتمع يوفر عملية منهجية لمقارنة أداء وعمليات الإدارة التي تقوم بها الشركات بتلك التي تقوم بها شركات أخرى من نفس القطاع. ويقاس أيضاً كيفية تطوير الاستراتيجية المتعلقة بمسؤولية الشركات تجاه المجتمع وإدماجها في الممارسات التجارية الأساسية، مؤدياً في نهاية الأمر إلى تحسين أداء الشركة وأثرها في المجالات التي تهم نشاطها.

إيجاد مجموعة أساسية من بيانات الأداء المفيدة

بعد نشر التقرير، أنشئ فريق استعراض أثر قطاع الأعمال في عام ١٩٩٩. وهو يتكون من ٢٠ شركة من مختلف القطاعات لها تجارب متنوعة في مجال الإبلاغ عن مسؤولية الشركات تجاه المجتمع. فاتفقت جميعها على استعراض ما تقوم به مستندة إلى المؤشرات التي أوصت بها فرقة العمل. وانتقيت مؤشرات الأداء تلك بالاستناد إلى قدرتها على قياس التقدم المحرز على مدى فترة من الزمن وعلى مدى قابليتها للتطبيق وصلتها بالجمهور المستهدف إلى جانب أهميتها بالنسبة لقطاع الأعمال وقابليتها للتحقق منها وفائدتها على مستوى المجموعة وقدرة الشركة المعنية بها على التحكم أو التأثير فيها. ثم قسمت تلك المؤشرات إلى فئات تتعلق بالسوق والبيئة ومكان العمل والمجتمع المحلي وحقوق الإنسان.

وقد كانت هذه العملية المتمثلة في اجتماع عمل الشركات معاً لمحاولة تحديد ما يصلح وما لا يصلح قيمة جداً. فوفرت مجموعة كبيرة من تجارب الشركات في مجال الإبلاغ. وقد ساعد العمل الذي أنجزه فريق استعراض أثر الشركات في إحراز إطار عمل المؤشرات على موافقة واسعة مع إدخال بعض التعديلات عليه. وباستنادها إلى مؤشرات مشتركة في الإبلاغ، تكون هذه الشركات قد ساهمت في تحديد مقاييس للأداء مشتركة بين جميع الشركات وينبغي اعتبارها الأساس الذي يستحيل رفضه. ومن الممكن استعمال مؤشرات أخرى تتعلق بقضايا محددة وتمس قطاعات أعمال بعينها بالإضافة إلى المؤشرات الأساسية. والغاية من هذا العمل هي تشجيع المزيد من الشركات على تقديم معلومات قابلة للمقارنة تسهّل على المراقبين من خارجها الاطلاع على أداء الشركة في المجالين البيئي والاجتماعي.

تركيز أصحاب المصلحة على الأعمال

على الشركات الاستجابة إلى جانبين من جوانب عملها: نوعية إدارتها من حيث الأشخاص والعمليات (الدائرة الداخلية)؛ وطبيعة ما تخلّفه من أثر على المجتمع في مختلف المجالات ونوعية ذلك الأثر.

الجزء الثاني: مداولات حلقة العمل المشتركة بين الأونكتاد وفريق الخبراء الحكومي الدولي

ملخص مؤشرات الأداء المتعلقة بالأثر

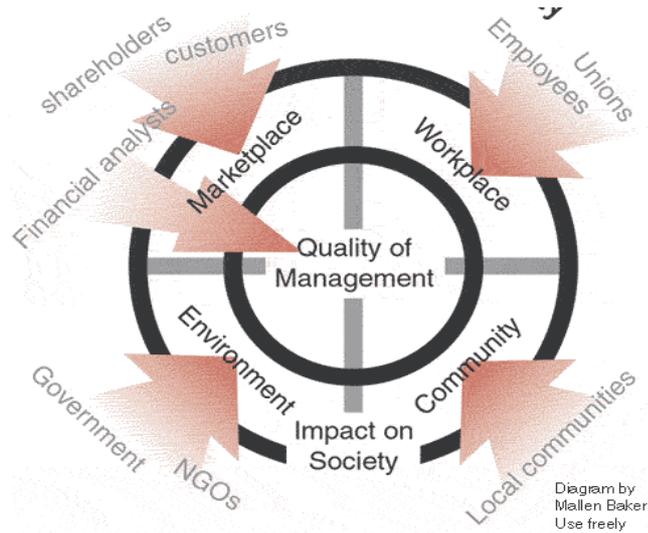
المستوى الأول	القوة العاملة	السوق	البيئة	المجتمع المحلي	حقوق الإنسان
	ضمان التزام على أعلى مستوى من كبار المديرين بقياس وإدارة الوقع على المجتمع ضمن منطقة الوقع هذه				
	<ul style="list-style-type: none"> • لحة عن القوة العاملة (العرق، الجنس، الإعاقة، السن، إلخ). • تغيب المستخدمين بلا إذن • عدد حالات عدم الالتزام بالقوانين المتعلقة بالصحة والسلامة، وبتكافؤ الفرص وغيرها من التشريعات • عدد الشكاوى التي يتقدم بها المستخدمون • القضايا المرفوعة المتعلقة بالفساد أو السلوك المخالف لأداب المهنة 	<ul style="list-style-type: none"> • شكاوى الزبائن بشأن المنتجات والخدمات • الشكاوى المرفوعة بشأن الإشهار • الشكاوى المتعلقة بالتأخير في سداد الفواتير • القضايا المرفوعة بشأن السلوك المسيء إلى المنافسة 	<ul style="list-style-type: none"> • إجمالي استهلاك الطاقة • استعمال المياه • كمية النفايات الصلبة المنتجة (الوزن/الحجم) • القضايا المرفوعة للمتابعة بشأن جرائم ضد البيئة 	<ul style="list-style-type: none"> • قيمة دعم المجتمع المحلي • نقداً كنسبة مئوية من الربح قبل الضرائب • القيمة المجمع المقدرة للوقت الذي يخصصه المستخدمون للشركة والمدايا العينية وتكاليف الإدارة 	<ul style="list-style-type: none"> • التقيد بقانون الملكية المتحدة في مجال حقوق الإنسان ومعايير حقوق الإنسان الدولية فيما يتعلق بالمستخدمين وغيرهم من أصحاب المصلحة وعدم وجود قضايا مرفوعة ضد الشركة • وجود إجراءات شكاوى سرية خاصة بالعاملين • معدلات الأجور وغير ذلك من شروط العمل
المستوى الثاني	<ul style="list-style-type: none"> • تبدل المستخدمين • قيمة التدريب والتطوير المتاح للمستخدمين • الأجر وشروط العمل مقارنة بالتوسطات المعادلة محلياً • لحة عن القوة العاملة مقارنة بلمحة عن المجتمع المحلي بالنسبة للمنطقة التي يتم فيها السفر إلى مكان العمل 	<ul style="list-style-type: none"> • مستويات رضى الزبائن الاحتفاظ بالزبائن • توريد الزبائن ذوي الاحتياجات الخاصة • متوسط المهلة اللازمة لسداد فواتير الموردين 	<ul style="list-style-type: none"> • انبعاثات غاز ثاني أكسيد الكربون/الديفينة • انبعاثات أخرى (كالأوزون، والإشعاع) • استعمال المواد المعاد تدويرها • تعليقات وسائط الإعلام الإيجابية والسلبية على الأنشطة البيئية 	<ul style="list-style-type: none"> • القيمة الفردية للوقت الذي يخصصه المستخدمون للشركة والمدايا العينية وتكاليف الإدارة • تعليقات وسائط الإعلام الإيجابية والسلبية على أنشطة المجتمع المحلي • وسائل قياس إنجاز المشاريع والتقدم المحرز في تنفيذها • تأثير موارد أخرى 	<ul style="list-style-type: none"> • وسائل قياس التقدم المحرز فيما يتعلق بالتنسك بمبادئ الشركة المعلنة في مجال حقوق الإنسان كما جاءت في قانون المملكة المتحدة وفي معايير قانون الإنسان الدولية • نسبة الموردين والشركاء الذين تم انتقاؤهم بسبب التزامهم بحقوق الإنسان
المستوى الثالث	<ul style="list-style-type: none"> • عمليات تقييم ما يخلفه التنجيم وإعادة التوريد بالمهارات من أثر، إلخ. • وسائل قياس الإدراك في الشركة (في مجالات كتكافؤ الفرص والموازنة بين الحياة الخاصة والعمل) 	<ul style="list-style-type: none"> • تحقيق المزيد من المبيعات يعود إلى التسويق في الصلة بالسياسات/القضايا الاجتماعية • وسائل قياس وفاء الزبائن • إدراك التنوع وتلبية احتياجاته في الإعلانات • ووضع العلامات على المنتجات • النظر إلى الشركة باعتبارها شريكاً تجارياً مرغوباً فيه • الأثر الاجتماعي، كلفة مزايا المنتجات/الخدمات 	<ul style="list-style-type: none"> • كمية النفايات القابلة لإعادة التدوير • وسائل قياس غاز ثاني أكسيد الكربون/الديفينة وأثر معاوضته • الأثر البيئي على سلسلة القيمة • الأثر البيئي أو مزايا أو تكاليف المنتجات والخدمات مقابل تلك التي تحتل أفضل درجة 	<ul style="list-style-type: none"> • عمليات تقييم أثر برامج المجتمع المحلي من بينها تحسين التحصيل الدراسي، عدد مناصب الشغل المحدث، الدعم المهني المقدم للمنظمات المجتمعية المحلية، النهوض بالبيئة أو المحافظة عليها • وسائل قياس الإدراك: كون الشركة حاراً جيداً 	<ul style="list-style-type: none"> • نسبة الموردين والشركاء الذين يستجيبون لمعايير الشركة المتوقعة في مجال حقوق الإنسان • نسبة مديري الشركة الذين يستجيبون لمعايير الشركة في مجال حقوق الإنسان داخل المنطقة التي يعملون فيها • نظرة المستخدمين والمجتمع المحلي وغيرهم من أصحاب المصلحة إلى أداء الشركة في مجال حقوق الإنسان

كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع

واهتمام أصحاب المصلحة من خارج الشركات بنشاطها في تزايد. ومعظمهم ينظر إلى الدائرة الخارجية - ما قامت به الشركة بالفعل من عمل جيد أو سيئ من حيث منتجاتها وخدماتها ومن حيث أثرها على البيئة وعلى المجتمعات المحلية، أو كيف تعامل قوتها العاملة وكيف تطورها. والمحللون الماليون، من بين مختلف أصحاب المصلحة من خارج الشركة، هم أكثر من يركز على نوعية الإدارة - إلى جانب الأداء المالي المسجل سابقاً - بوصفها مؤشراً على الأداء الذي من المرجح أن تحققه مستقبلاً.

وبسبب تعدد واختلاف الأشخاص الذين بدؤوا يهتمون بأثر الشركات على المجتمع، فإن التقارير المتعلقة بمسؤولية الشركات تجاه المجتمع موجهة إلى قاعدة عريضة من أصحاب المصلحة. غير أن الشركات تحصل على قدر ضئيل جداً من الردود منهم حتى إنه يُشك في وجود جمهور يقرأ تلك التقارير. ومن بين العوامل التي تؤدي إلى قلة الاهتمام بهذه التقارير عن مسؤولية الشركات تجاه المجتمع نوع التحليل الذي يقدم في تلك التقارير أو عدمه. ويصح هذا الأمر بالخصوص على المحللين الماليين الذين لا يقرؤون تلك التقارير لأنها لا تشتمل على المعلومات التي يحتاجونها. وهذا يطرح مشكلة على المدى الطويل حيث إنه من المرجح أن التقارير التي لا تُقرأ اليوم لن تُنشر بعد ٢٠ سنة من الآن.

الجزء الثاني: أعمال حلقة عمل الأونكتاد/فريق الخبراء الحكومي الدولي
المعني بالمعايير الدولية للمحاسبة والإبلاغ

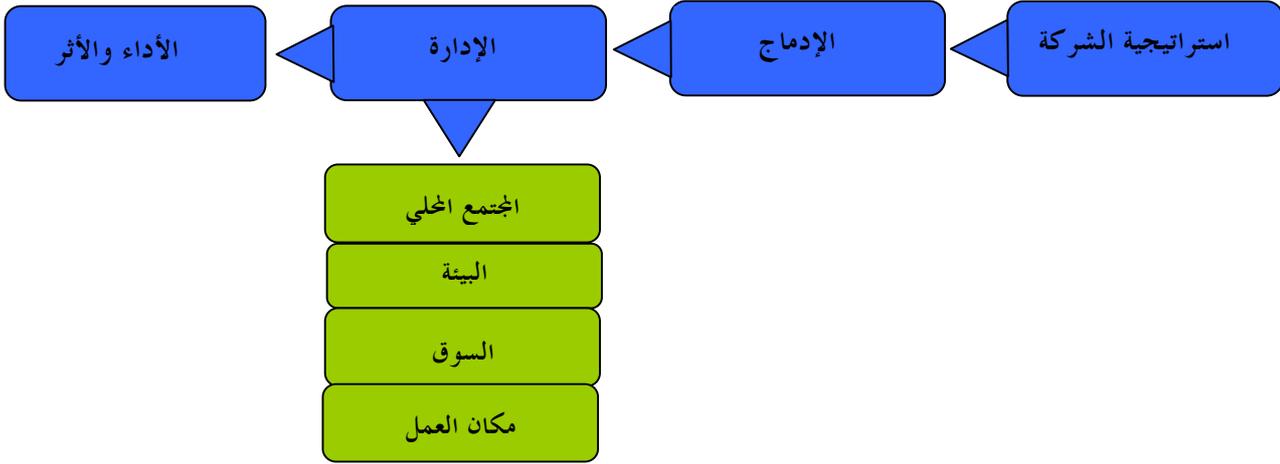


مؤشر مسؤولية الشركات

مؤشر مسؤولية الشركات عبارة عن استبيان مفصل للقياس بالمقارنة يتعلق بسياسة الشركات وممارستها. وهو مبادرة طوعية يقودها قطاع الأعمال تتعلق بمسؤولية الشركات وتضم شركات من جميع القطاعات. وتعد الشركات تقارير عن ستة من ميادين التأثير الاجتماعي والبيئي في المجموع.

ويزود المؤشر الشركات بطريقة منهجية لإدارة وقياس مختلف التأثيرات التي تحدثها الشركات في المجتمع والبيئة ووضع تقارير عنها ويوفر لها آلية تستطيع بواسطتها مقارنة عمليات الإدارة والأداء الخاص بها بعمليات وأداء شركات أخرى من نفس القطاع.

ويرتكز المؤشر على إطار عمل وضعته منظمة "بزنس إن ذو كميونيتي" مع قطاع الأعمال من خلال سلسلة من المشاورات وحلقات العمل مع أكثر من ٨٠ شركة والعمل مع عدد من أصحاب المصلحة الآخرين أثناء سنة ٢٠٠٢. وخلال العام الأول، شاركت فيه ١٢٢ شركة كبيرة من المملكة المتحدة. ومنذ إعلان نتائج المؤشر في آذار/مارس ٢٠٠٣، ما فتئت المنظمة تنظم سلسلة من حلقات العمل لتلقي الردود عليها وتعد مشاورات مع قطاع الأعمال. وأرسلت مسودة منقحة لاستطلاع الرأي من أجل التشاور بشأنها في ٤ تموز/يوليه ٢٠٠٣. وتظهر البنية الإجمالية للمؤشر في المخطط البياني.



وإذا ما ألقينا نظرة على نموذج المؤشر من اليمين إلى اليسار، لرأينا أن المؤشر يمكن الشركات من معرفة إلى أي مدى تكون استراتيجية الشركة "مدمجة" - أو مترجمة إلى ممارسة مسؤولة داخل الشركة بمحملها في إدارة أربعة مجالات حيوية هي المجتمع المحلي والبيئة والسوق ومكان العمل، ثم في النهاية الأداء في مجموعة من ميادين التأثير الاجتماعي والبيئي.

وتبدأ عملية استخدام المؤشر بإجراء تقييم ذاتي يُستعمل فيه استبيان عن طريق الاتصال المباشر بالإنترنت. ويقوم الفريق المكلف بالمؤشر داخل المنظمة بتقييم أولي للأجوبة ويتابع الأمر عبر الاتصال بالشركة ليشرح عليها أية أسئلة قد تكون لديه. وعندئذ، تجرى زيارات إلى الشركة يليها التصديق على التقييم. وتسجل نتائج ذلك على قاعدة بيانات موصولة بالإنترنت. ويرسل بعد ذلك إلى الشركة تقرير سري يتضمن الردود. ويُطلع هذا التقرير الشركة على المركز الذي تحتله في قطاعها وفي مجموعتها الاقتصادية وعلى مركزها عموماً حسب مؤشر مسؤولية الشركات تجاه المجتمع في كل ميدان من ميادين التأثير. وهذا هو تحليل النقص الذي يساعد الشركات على تقييم حُسن أدائها بالنسبة لجميع بنود جدول الأعمال المتعلقة بمسؤولية الشركات ومقارنةً بنظيراتها من نفس المجموعة.

ويقدم المؤشر تحليلاً عن طريق مقارنة عمليات إدارة الشركة وأدائها بعمليات إدارة شركات أخرى من نفس القطاع وأدائها. والردود السرية التي تتلقاها الشركات تزودها بأداة إدارة مؤثرة تساعد على إثارة اهتمام أعضاء مجلس الإدارة وعلى زيادة الوعي بطائفة كاملة من المسائل المتعلقة بمسؤولية الشركات. كما أن إكمال المؤشر يشجع الحوار بين مختلف الوظائف داخل الشركات وينشئ إطار عمل للتحسين المستمر.

وتبرهن الشركات الحسنة الأداء على أنها قد نجحت في ترسيخ قيم الشركة أو معتقداتها وتعهداتها في مسار نظمها وبرامجها وممارساتها في مجال الإدارة، كما تبرهن على أنها قادرة على قياس تأثير ذلك عملياً ووضع تقارير عن ذلك.

التحديات

إن معظم التقارير التي تتناول مسؤولية الشركات تجاه المجتمع موجهة إلى قاعدة عريضة من أصحاب المصلحة - ولكن قلة قليلة فقط من هؤلاء هي التي تقرؤها بالفعل.

ولا توجد في الوقت الحالي أطر قائمة مطوّرة بشكل جيّد يمكن استعمالها كأساس للمراجعة أو للتشريع.

وبالنسبة للمستهلكين الرئيسيين للتقارير الرسمية، يتمثل التحدي في معرفة ماهية البيانات الأساسية وفي اجتذاب التيار الرئيسي في مجتمع المال لكي يرى في إعداد التقارير غير المالية مؤشراً على حسن الإدارة.

أما بالنسبة لأصحاب المصلحة الآخرين، فيجب تطوير قنوات أخرى للحوار والتواصل - فلن تواصل الشركات نشر تقارير من أجل أشخاص لا يقرؤونها!

الأدوات والإرشادات والمعايير فيما يتعلق بالإبلاغ عن المسؤولية الاجتماعية للشركات وعن الاستدامة

روجر آدامز

مدير تنفيذي - تقني، جمعية المحاسبين القانونيين،
عضو في مجلس مبادرة الإبلاغ العالمية

ضرورة الشفافية

تخضع الشركات للضغط من أجل توفير المزيد من المعلومات بشأن أثرها على المجتمع حيث إن معلومات غير مالية أكثر دقة تساعد في اتخاذ قرارات تتعلق بالاستثمار والمشتريات والعمالة وتنظيم الحملات. ويمارس هذا الضغط المستثمرون والضابطون المنظمون والزبائن والشركات والمجتمع المحلي ومجموعات التصنيف ومناصرو البيئة والقضايا الاجتماعية. فالمستثمرون المتبصرون يعتبرون أن الشركات التي يُحسب في إدارتها حساب الأثار الاجتماعية والبيئية إلى جانب هامش الربح تدار بشكل أفضل وهي أجدر بالثقة من غيرها وبالتالي فإنها تشكل موطن استثمار أكثر استقراراً. بينما يركز الضابطون المنظمون أكثر على الأنشطة غير المالية بوسائل تنظيمية وأخرى غير تنظيمية. ويطلب المستهلكون معرفة المزيد عن المنتجات التي يشترونها. ووفاء المستخدمين أكبر بكثير في الشركات التي لديها قيم واضحة فيما يتعلق بمسؤولياتها تجاه المجتمع. والشركات الكبرى في حاجة اليوم إلى الحصول على مكانة لها في المجتمع بناء على طائفة واسعة من المؤشرات الاجتماعية بما أن المجتمع المدني يطالب بأن يتم التشاور معه بشأن تلك الجوانب من نشاط الشركة التي تؤثر عليه مباشرة. وتمثل مجموعات التصنيف مصدر طلبات الاستعلام الغزيرة التي تصل الشركات في الوقت الحاضر. ومبادرة الإبلاغ العالمية تعالج هذه المسألة من خلال توفير مركز واحد متعدد الخدمات للإفصاح عن الأنشطة غير المالية.

رسالة مبادرة الإبلاغ العالمية

مبادرة الإبلاغ العالمية هي عملية يشترك فيها أصحاب مصلحة متعددون وهي مؤسسة مستقلة تلخص رسالتها في أن تجعل من الإبلاغ الاقتصادي والبيئي والاجتماعي ممارسة روتينية تستجيب لأعلى مواصفات الصرامة والمقارنة. لدينا الإرشاد المتعلق بالمحاسبة المالية والإبلاغ وميادين أخرى ذات صلة - وينقصنا الإرشاد ذاته في مجال الاستدامة. وتعمل مبادرة الإبلاغ العالمية على صياغة ونشر مبادئ توجيهية للإبلاغ عن الاستدامة تكون قابلة للتنفيذ عالمياً. وتتبع الشركات هذه المبادئ التوجيهية طوعاً في الإبلاغ عن الأبعاد الاقتصادية والبيئية والاجتماعية لأنشطتها ومنتجاتها وخدماتها. وتستكمل تلك المبادئ باستمرار من خلال عملية تقوم على توافق الآراء بين أصحاب المصلحة المتعددين.

وتهدف مبادرة الإبلاغ العالمية إلى مساعدة الشركات عن طريق تحديد المجالات التي ينبغي تحسينها وزيادة التواصل مع أصحاب المصلحة؛ وتهدف إلى مساعدة المنظمات غير الحكومية والنقابات عن طريق تيسير الحوار مع أرباب العمل وتقديم معلومات متماسكة؛ وإلى مساعدة المستثمرين من خلال التعهد بوضع منهج موحد يشبه الإبلاغ المالي؛ وإلى مساعدة الحكومات من خلال توفير أداة مرنة تكمل الأنظمة أو تعني عن التنظيم.

وتجسد مبادرة الإبلاغ العالمية المشاركة النشيطة من ممثلي الأعمال والمحاسبة (جمعية المحاسبين القانونيين/معهد المحاسبين القانونيين)، والاستثمار والبيئة وحقوق الإنسان والأبحاث ونقابات العمال من أكثر من ٧٥ بلداً. وأصبحت مبادرة الإبلاغ العالمية، التي أطلقها ائتلاف الاقتصادات المسؤولة تجاه البيئة في عام ١٩٩٧، مستقلة في عام ٢٠٠٢ وهي مركز تعاون رسمي تابع لبرنامج الأمم المتحدة للبيئة وتعمل بالتعاون مع الاتفاق العالمي الذي أطلقه كوفي عنان، الأمين العام للأمم المتحدة. واليوم، يأتي ذكر مبادرة الإبلاغ العالمية في تقارير ما يزيد على ٣٠٠ شركة.

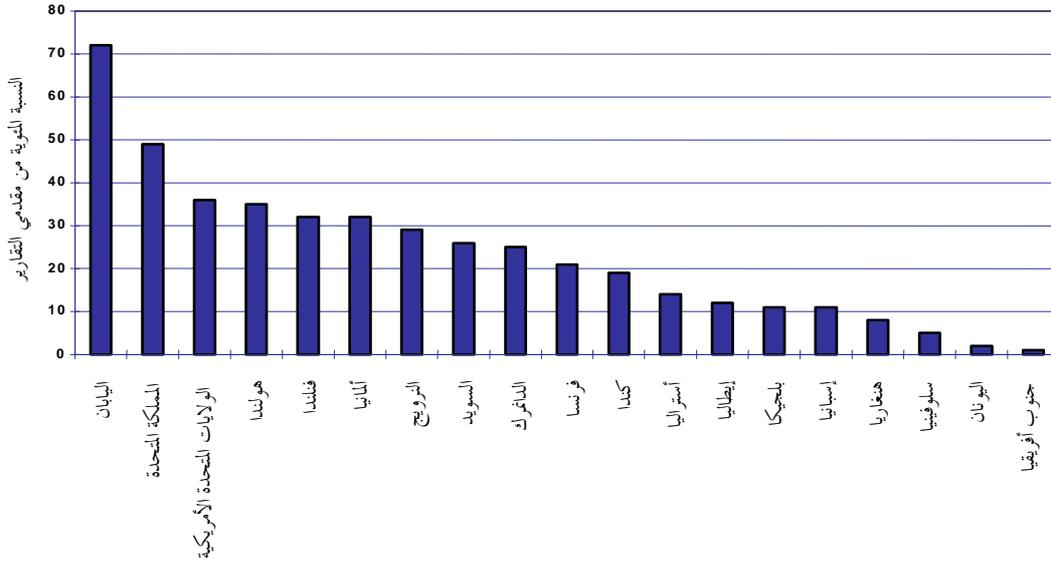
وفي البداية، صممت اللجنة التوجيهية لمبادرة الإبلاغ العالمية البنية العامة لحسن الإدارة المتعلقة بالمؤسسة الجديدة، والتي حصلت على موافقة نهائية من أول مجلس إدارة لها عقد في ٢١ حزيران/يونيه ٢٠٠٢. ومن بين مكونات المؤسسة الرئيسية، هناك لجنة أصحاب المصلحة المتعددين ومجلس أصحاب المصلحة والمجلس التقني الاستشاري. وبعد أن كان مقرها في بوسطن (الولايات المتحدة)، يوجد مقر مبادرة الإبلاغ العالمية حالياً في أمستردام (هولندا).

لماذا تضع الشركات التقارير؟

ثمة عدة أسباب تدعو الشركات لإعداد التقارير:

- الوقوف على التحسينات التي حدثت في الإدارة الداخلية
- إدارة المخاطر وحماية السمعة
- الضغوط التي تمارسها مجموعة الشركات النظرية/الضغوط السياسية
- تسهيل عمل أصحاب المصلحة
- اجتذاب المستخدمين والمستثمرين/الاحتفاظ بهم
- تأمين/تدعيم "رخصة العمل"
- تحقيق ميزة تنافسية
- الإدارة الداخلية - تحسين الأداء، وتوحيد السياسات والإبلاغ بها
- التشاور مع أصحاب المصلحة - تعزيز الحوار
- المستخدمون - تحقيق جاذبية ووفاء أكبر في أي شركة تتعهد بالشفافية
- المخاطرة والسمعة - توقع المخاطر وتحسين السمعة، وهي أعلى ما تملكه أية شركة
- وتساعد هذه المزايا المختلفة مجتمعةً في زيادة الميزة التنافسية

قائمة المائة الأوائل من الشركات التي تعد تقارير في ١٩ بلداً (٢٠٠٢)



المصدر: الاستقصاء الدولي الذي أجرته "كي. بي. إم. جي." (KPMG) بشأن الإبلاغ عن استدامة الشركات في عام ٢٠٠٢.

ويعترف عدد متزايد من الشركات بهذه المزايا ويقدم تقارير غير مالية. ففي عام ٢٠٠٢، أصدرت ٤٥ في المائة من أكبر ٢٥٠ شركة في العالم تقارير بشأن القضايا البيئية والاجتماعية بعد أن كانت هذه النسبة ٣٥ في المائة في عام ١٩٩٩. إلا أن التقارير الصادرة ما تزال تفتقر عموماً إلى الاتساق وقابلية المقارنة والمصدقية.

المبادئ التوجيهية لمبادرة الإبلاغ العالمية

ترتكز المبادئ التوجيهية لمبادرة الإبلاغ العالمية على المبادئ التالية في الإبلاغ عن الاستدامة:

- الشفافية
- الشمولية
- سياق الاستدامة
- الشمول التام
- الوجهة
- الحياد
- الدقة
- الوضوح
- حسن التوقيت
- قابلية المقارنة
- القابلية للمراجعة
- لكن دون الأهمية النسبية؟

وتسترشد هذه المبادئ بالتقليد العريق لمبادئ الإبلاغ المالي غير أنكم ستلاحظون بعض الإضافات، لا سيما الشمولية (انخراط أصحاب المصلحة المتعددين في عملية الإبلاغ بكاملها) وسياق الاستدامة (النظر إلى أداء الشركة في السياق الأوسع الذي يمثل المجتمع أو المحيط العالمي). ولكن مبادرة الإبلاغ العالمية ما تزال تفتقر إلى مفهوم "الأهمية النسبية" بوصفها أحد المبادئ التي يُستند إليها في الإبلاغ.

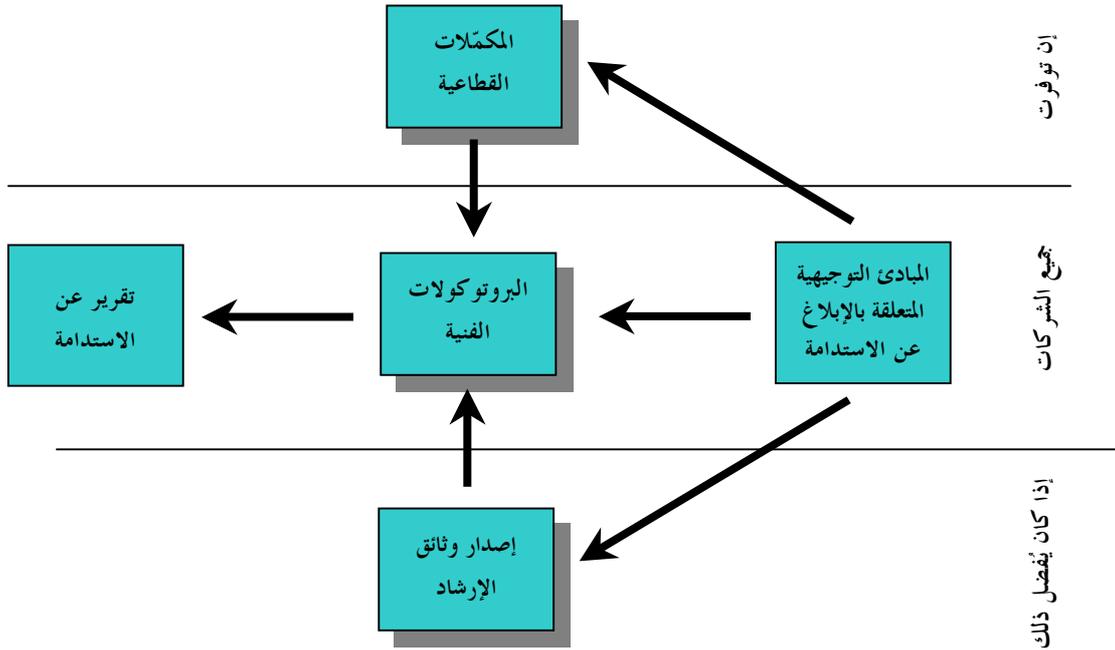
كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع

وتنقسم المؤشرات المقترحة إلى ثلاثة أنواع: مؤشرات اقتصادية ومؤشرات بيئية وأخرى اجتماعية. ويوجد ٩٧ مؤشراً في المجموع، ٥٠ من بينها مؤشرات أساسية و٤٧ مؤشرات إضافية. وتعتبر المؤشرات "الأساسية" هامة بالنسبة لمعظم الشركات وهامة بالنسبة لمعظم أصحاب المصلحة. وفيما يلي بعض الأمثلة:

- المؤشرات الاقتصادية: الضرائب والمساعدات المالية، عقود التوريد؛
- المؤشرات البيئية: النفايات، استعمال الطاقة والمياه، التنوع البيولوجي؛
- المؤشرات الاجتماعية: التنوع، التدريب، عمالة الأطفال، الرشوة.

رزمة الوثائق المتعلقة بمبادرة الإبلاغ العالمية

المبادئ التوجيهية هي الأساس الذي تركز عليه جميع الإرشادات الأخرى المتعلقة بمبادرة الإبلاغ العالمية. وهي تعرض باقتضاب المحتوى الأساسي ذا الصلة العامة بجميع الشركات بغض النظر عن حجمها أو موقعها أو القطاع الذي تنتمي إليه. وينبغي لجميع الشركات التي تسعى إلى الإبلاغ اعتماداً على إطار عمل مبادرة الإبلاغ العالمية أن تنطلق من هذه المبادئ التوجيهية.



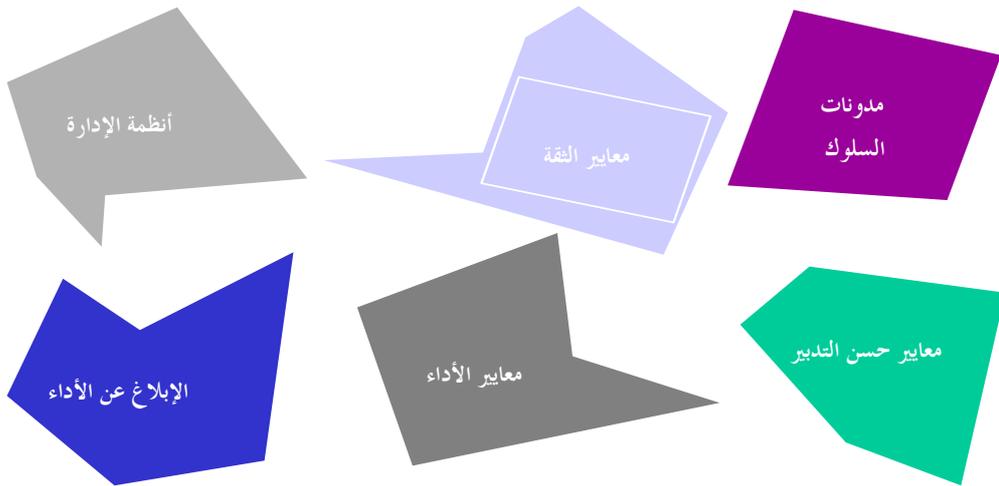
ويتناول كل بروتوكول في مؤشرًا محددًا أو مجموعة من المؤشرات (كاستعمال الطاقة، مثلاً، أو عمالة الأطفال) عن طريق وضع تعريفات وإجراءات وصيغ ومراجع مفصلة لضمان الإبلاغ المتسق. وبمرور الزمن، ستُدعم معظم المؤشرات والعناصر الواردة في المبادئ التوجيهية الخاصة بمبادرة الإبلاغ العالمية ببروتوكول في محدد.

ومبادرة الإبلاغ العالمية آخذة في تنمية المكملات القطاعية عن طريق عمليات يشارك فيها أصحاب المصلحة المتعددون لأنها تعترف بمواطن القصور في منهج يعد صالحاً لكل حالة ولكل غرض وبأهمية التعبير عن مجموعة فريدة من المشاكل المتعلقة بالاستدامة التي تواجهها مختلف قطاعات الصناعة (كقطاع السيارات والمصارف). وتلك المكملات تكمل تلك المبادئ التوجيهية لكنها لا تحل محلها. وتشمل المكملات الجاري تنفيذها أو التي ما تزال في طور التجريب قطاعات الخدمات المالية والسيارات والاتصالات السلكية واللاسلكية وتنظيم الرحلات. وتشمل المكملات القطاعية التجريبية الجاري التفاوض بشأنها محيط الخدمات المالية وصناعة الأدوية والكيماويات والتعدين. وتشمل البروتوكولات التجريبية عمالة الأطفال واستعمال الطاقة والمياه.

الثقة وغيرها من أدوات تحسيس الشركات بالمسؤولية تجاه المجتمع

يتلخص "النهج الرسمي" فيما يتعلق بالثقة، مثلما جاء في المبادئ التوجيهية المتعلقة بالاستدامة التي تعود إلى عام ٢٠٠٢، في ما يلي: "تشجع مبادرة الإبلاغ العالمية الثقة المستقلة في التقارير عن الاستدامة وتطوير مقاييس ومبادئ توجيهية لعملية الثقة...". والمسائل التي يجب بحثها عندما يتعلق الأمر بالتدقيق في التقارير المتعلقة بمسؤولية الشركات تجاه المجتمع هي: من يشهد للمدققين بالكفاءة؟ هل ينبغي أن نضع مقياساً جديداً بشأن الثقة أو أن نستخدم مقياساً قائماً؟ لا تعتزم مبادرة الإبلاغ العالمية التدخل في ثقة التقارير المتعلقة بمسؤولية الشركات تجاه المجتمع ولكن الثقة أو التدقيق واحدة من الوسائل الحيوية لزيادة مصداقية التقارير. والمبادئ التوجيهية تطلب من معدي التقارير الإفصاح عن ممارساتهم في مجال الثقة، في حال وجودها. كما تقدم إرشادا في المرفق بشأن بيانات الثقة. ويخضع دور معايير الثقة AA1000AS حالياً للمراجعة من قبل مجلس مبادرة الإبلاغ العالمية.

وبصرف النظر عن الثقة والإبلاغ، هناك أدوات عديدة أخرى تتعلق بمسؤولية الشركات تجاه المجتمع متاحة للشركات ويجادل البعض بالقول إن عددها وتنوعها يثيران الارتباك. والسؤال هو: هل ينبغي للشركات أن ترى هذه الصورة؟



أو هذه - وهي تمثل إطار عمل مقبول عموماً خاص بمسؤولية الشركات تجاه المجتمع؟



التحديات القادمة

سيواجه العاملون على تطوير إطار عمل للإبلاغ عن الاستدامة ومبادرة الإبلاغ العالمية على الخصوص

تحديات عديدة:

- يجب الرفع من نسبة قبول معدي التقارير والمستعملين بشكل كبير؛
- اجتناب "التمويه بشأن السلوكيات البيئية" - عن طريق "المطابقة" والتحقق؛
- تقوية/شرح الروابط بالإبلاغ المالي وبقطاع المال - عن طريق العمل مع أسواق المال ومع المحللين الماليين، وضمان زيادة فائدة التقارير بالنسبة لهذه الفئة الهامة من الناس؛
- التفصيل: تقديم المكملات والبروتوكولات القطاعية؛
- توسيع نطاق العمل: المقاولات الصغرى والمتوسطة، القطاعات، المناطق؛
- تتسم كثير من مؤشرات مبادرة الإبلاغ العالمية بالبطء (تتم بالماضي)؛ وسنسى إلى توسيع/تحسين مؤشرات رائدة (تتم بالمستقبل)؛
- على مبادرة الإبلاغ العالمية أن تأخذ في الاعتبار كون معظم معدي التقارير شركات متعددة الجنسيات؛
- ستسعى مبادرة الإبلاغ العالمية أيضاً إلى إقامة حضور لها في بعض المناطق.

"أبعد بكثير من المسائل المالية"

"إن مبادرة الإبلاغ العالمية، إذ تقدم إطار عمل جديداً يتناول كيفية إعداد تقارير الشركات، تكون قد قامت بمساهمة فريدة في تشجيع الشركات على توخي الشفافية وزيادة محاسبتها على أنشطة أبعد بكثير من المسائل المالية" - كوفي عنان، الأمين العام للأمم المتحدة، نيسان/أبريل ٢٠٠٢.

تقييم تأثير الشركات في المجتمع

موحيتي موشوشو

مدير المعهد الأفريقي لمواطنة الشركات

المعهد الأفريقي لمواطنة الشركات

المعهد الأفريقي لمواطنة الشركات هو مركز للتدريب العالي في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات. وقد تمكن المعهد الذي أنشئ في عام ٢٠٠١ بصفته منظمة غير حكومية/غير ربحية، في وقت قصير من أن يصبح منظمة رائدة في أفريقيا تركز على مبدأ المواطنة الصالحة للشركات. وما فتئ منذ إنشائه يتنامى وهو يتألف حالياً من نحو ١٢ شخصاً متخصصاً. وأعيد تنظيم المعهد في عام ٢٠٠٣ لتعزيز وتركيز عملنا على القضايا الرئيسية المتعلقة بالمواطنة الصالحة للشركات.

وللفريق الأساسي في المعهد خبرة واسعة في العمل عبر قطاعات شتى، بما فيها الشركات والحكومات والمجتمعات المحلية/المنظمات غير الحكومية. ومن مواطن القوة الهامة للمعهد الخبرة الدولية الواسعة والوفيرة لمديره، وعلاقاته المتعددة مع المنظمات الدولية الرئيسية. وهذا يكفل وضع أفضل الممارسات المحلية والدولية على السواء في الاعتبار عند التصدي للتحديات المتعلقة بالمواطنة الصالحة للشركات في أفريقيا.

والمعهد ملتزم بتدعيم الريادة الأفريقية في مجال المواطنة الصالحة للشركات من خلال البحث والدعوة وإقامة الشبكات. ويستند نهجه أساساً إلى ما يلي:

- الأخلاقيات - يلتزم المعهد بالأمانة والنزاهة والشفافية والاحترام والمهنية.
- الاستدامة - يسعى المعهد جاهداً إلى تغيير طريقة تفكير أصحاب الأعمال الأفارقة وعملهم لضمان تحملهم المسؤولية عن استدامة أعمالهم من خلال إشراك أصحاب المصلحة والإدارة البيئية والاجتماعية.
- الالتزام - يلتزم المعهد ببناء علاقات عمل مستمرة مع شركائه الرئيسيين. ونحن نعتقد أن ممارسة الشركات لروح المواطنة تتطور على أفضل وجه عبر الحوار بين منظمات من خلفيات متباينة.
- التنوع - يصطبغ نهج أصحاب المصلحة بالتنوع. ويجب احترام آرائهم جميعاً وفهمها إن أريد الاستفادة منها.
- الجودة - يسعى المعهد جاهداً على الدوام إلى أن تكون الأنشطة التي يضطلع بها في مجالات البحث والدعوة والتدريب والبرامج على أعلى مستوى ممكن من الجودة.

وأنشئ المعهد في عام ٢٠٠١ بوصفه منظمة هجينة. فهو من جانب منظمة غير حكومية/غير ربحية تعمل في القطاع العام ويعمل من جانب آخر في مجال الاستشارة مباشرة مع الشركات العميلة على أساس كل حالة على حدة. وقد اكتسب خبرة واسعة من خلال الأعمال الاستشارية مما سمح له بمعرفة "الوجه الآخر للعملة"

والمشاكل والعقبات العملية التي تواجه المشاريع وهي تتقدم في طريقها كي تغدو شركات مواطنة صالحة. بيد أن المعهد رأى أنه يخاطر بفقدان مصداقيته بوصفه منظمة غير حكومية/غير ربحية حادة في مجال مواطنة الشركات بعمله مع كلا وجهي العملة في إطار نفس الهيكل التنظيمي. ومن ثم توقف المعهد في بداية عام ٢٠٠٣ عن العمل الاستشاري ويركز الآن كلياً على العمل العام مثل البحث والتدريب والدعوة وكذلك على مجال برنامجي موسع.

التحديات

إن التحديات التي تواجه الشركات وأصحاب المصلحة المتعاملين معها فيما يخص الإبلاغ عن المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة. فلا يوجد أولاً معيار مقبول عن ماهية المعلومات التي ينبغي الإبلاغ عنها وبأي درجة من العمق. كما ينظر البعض إلى التقارير المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها مجال للمشاركة. وتفيد بعض الشركات عن التعليقات والانتقادات التي يديها أصحاب المصلحة المتعاملين معها وتستعمل تقاريرها كدليل على مشاركة أصحاب المصلحة. غير أنه لم تكتشف حتى الآن أي طريقة من شأنها أن تجعل ذلك الحوار بين الشركات وأصحاب المصلحة تاماً وفعالاً. وهناك مشكلة أخرى في تقديم التقارير عن المسؤولية الاجتماعية للشركات وهي الفجوة القائمة بين منظورات أصحاب المصلحة والشركات. فالعديد من أصحاب المصلحة يدي تدمره من أن الشركات لا تقدم معلومات كاملة ومفيدة عن استدامة عملياتها، في حين تقول بعض الشركات إن المعلومات الواردة في أي تقرير، سواء أكان مالياً أم غير مالي، ينبغي أن تفيد الأعمال في المقام الأول. وغالباً ما تواجه الشركات صعوبات في معرفة هوية أصحاب المصلحة المتعاملين معها. وهذه مشكلة كبرى لأن تعيين القراء المستهدفين من التقارير يحدد محتوى تلك التقارير. وجدول أعمال الشركات لا يتطابق دائماً مع جدول أعمال أصحاب المصلحة المتعاملين معها. ولا يزال العديد من الشركات يعتقد أنه لكي تكون مواطنة صالحة ينبغي أن تعمل على حل مشاكل المجتمع المدني على أساس مخصص من خلال برامج خيرية من قبيل تمويل المدارس. ومن جهة أخرى، يحمل أصحاب المصلحة الشركات المسؤولية عن مجمل الآثار التي تخلفها عملياتها على المجتمع، وهو أمر أشد تعقيداً من حيث الإدارة والإبلاغ. وأخيراً، غالباً ما تعتبر المسؤولية الاجتماعية للشركات خطوة على طريق التنمية المستدامة، ويتوقع عدد متزايد من الناس من الشركات أن تعمل من أجل تحقيق التنمية المستدامة وليس فقط من أجل تقليل الآثار السلبية لعملياتها على المجتمع إلى أدنى حد.

الشفافية والمساءلة

تتبدى بوضوح الحاجة إلى المزيد من مساءلة الشركات والمزيد من الشفافية بخصوص تأثيرها في المجتمع. وهناك حاجة إلى استيعاب المعنى المقصود من تقديم التقارير عن المسؤولية الاجتماعية للشركات، وكذا زيادة عدد قراء هذه التقارير. وهذا يعني تعزيز مساهمة الشركات وأصحاب المصلحة في تقديم التقارير - وبذا يزداد التوافق بين نوع المعلومات التي أفصح عنها ونوع المعلومات المطلوبة. وهناك حاجة أيضاً إلى الفهم الأفضل من جانب الشركات وكذلك أصحاب المصلحة لقضايا مثل التنمية المستدامة ومواطنة الشركات.

ولكن ما هي الدوافع التي تحفز الشركات على اتخاذ قرارات بإصدار تقارير عن المسؤولية الاجتماعية للشركات أو التوقف عن إصدارها؟ هناك أسباب تجارية وأخرى تتعلق بضغط الجمهور. فانتهاج سياسة رشيدة والقيام بأداء سليم في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات يضمن لهذه الأخيرة سمعة طيبة وإدارة أفضل للمخاطر.

فالفضائح الاجتماعية الأخيرة مثل بوبال والمصانع المستغلة للعمال في آسيا تجعل المستثمرين يولون اهتماماً متزايداً لكيفية إدارة الشركات للخطر الذي يتهدد سمعتها، ويطلبون نشر التقارير عن أداء الشركات من الناحيتين الاجتماعية والبيئية. فصناديق الاستثمار المسؤول اجتماعياً تختار الاستثمار في الشركات/المشاريع المسؤولة اجتماعياً وبيئياً وحدها. وترى بعض الشركات أن وجودها في محل الصدارة فيما يخص قضايا المسؤولية الاجتماعية للشركات يساعد أيضاً على زيادة قدرتها التنافسية.

وقد أفضت العولمة وإدراك الجمهور لعدم وجود قوة كافية لموازنة سلطة الشركات إلى ظهور مدونات قواعد للسلوك ومبادئ توجيهية في مجال الإبلاغ، مثل مبادئ إكوادور المتعلقة بصناعة الصيرفة و"مبادرة الإبلاغ العالمية". وقد أدى تحسن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلى زيادة معارف المستهلكين وقوهم إزاء دورة مبيعات الشركات. ويطلب المجتمع المدني وبعض المنظمات غير الحكومية الاستدامة الاجتماعية والبيئية للمجالات المستهدفة لأنشطتها. ويمارس الجمهور ضغطاً شديداً من أجل الإفصاح عن المعلومات المتعلقة بأداء الشركات من الناحيتين الاجتماعية والبيئية

ومن جهة أخرى، تختار أغلبية الشركات عدم الإبلاغ. فبعضها يخشى أن يكون للمعلومات المنشورة في أي تقرير عن المسؤولية الاجتماعية للشركات آثار ضارة إذ إنه يمكن اعتبار الشركات مسؤولة عن تحقيق الأهداف المذكورة في تقاريرها. كما يمكن أن ترفع ضدها دعاوى إن هي قدمت معلومات عن الآثار السلبية التي تحدثها. ويمكن أن تثبط عزيمة البعض الآخر عن تقديم تقارير لأن تلبية احتياجات أصحاب المصلحة وتوقعاتهم لا تزال تمثل تحدياً حتى بالنسبة إلى من يصدرن تقارير طويلة الأجل. وقد حاول البعض، مثل مبادرة الإبلاغ العالمية، تحديد الشركات التي ينبغي أن تقدم تقارير لإرضاء أغلبية أصحاب المصلحة. بيد أنه لا يزال هناك الكثير من الالتباس داخل الشركات بشأن ما ينبغي الإبلاغ عنه.

مزايا الإبلاغ

إن إصدار تقرير عن أداء شركة من الشركات في الميدانين الاجتماعي والبيئي، سواء كان جيداً أم سيئاً، يعتبر خطوة أولى نحو تلبية احتياجات المنظمات غير الحكومية والمجتمع المدني، ومن ثم صوب التوصل إلى فهم أفضل بين المجتمعات المحلية والشركات. ولكي يكون تقرير عن المسؤولية الاجتماعية للشركات مفيداً حقيقة، يجب أن يشكل قرينة ظاهرة مؤداها أن شركة ما أهلاً للاستثمار بفضل سياساتها الإنمائية المستدامة. كما أن إصدار تقرير يعتبر طريقة تشارك بها الشركة بشكل أفضل في القضايا الاجتماعية والبيئية. فكلما تزايد عدد التقارير التي تصدرها، تزايد احتمال مشاركة شركات أخرى.

وبالنسبة إلى البلدان النامية بوجه خاص، فإن الدعوة إلى الشفافية والمساءلة في نظم إدارة مخاطر الشركات يمكن أن تشجع الحكومات على اتباع نفس الاتجاه. ثم إن حسن الإدارة، سواء في القطاع الخاص أو العام، ترياق ضد الفساد. كذلك فإن التقارير عن المسؤولية الاجتماعية للشركات، من خلال الحوار بين أصحاب المصالح، تهيئ الظروف التي تكفل التشاور مع السكان المحليين ومشاركتهم بصورة أفضل.

لمحة عامة عن نهج "يونيليفر" (Unilever) في مجال المسؤولية البيئية والاجتماعية

ماندي كورماك

نائبة رئيس قسم مسؤولية الشركة ورئيسة قسم علاقات الشركة - لندن

"يونيليفر"

نشاطنا

يونيليفر هي شركة متعددة الجنسيات متعددة الفروع المحلية يوجد مستهلكون لمنتجاتها ولديها موظفون وشركاء في الأعمال وأصحاب المصلحة فيها في كل القارات. وأنشئت مجموعة يونيليفر في عام ١٩٣٠ عندما أدمجت الشركة البريطانية لصنع الصابون، إخوان ليفر (Lever Brothers)، أنشطتها التجارية مع أنشطة منتج المرغارين الهولندي "مرغارين يوني" (Margarine Unie). وتضطلع بأعمالها في نحو ١٠٠ بلد ومنتجاتنا تباع في ٥٠ بلداً إضافياً.

وتنقسم يونيليفر إلى شعبتين هما: شعبة الأغذية وشعبة العناية المنزلية والشخصية. وتشمل العلامات التجارية في مجال الأغذية أسماء مشهورة مثل لبتون (Lipton)، وكنور (Knorr)، وهيلمانس (Hellmann's)، ومغنوم (Magnum)، وبرتولي (Bertolli). وتشمل العلامات التجارية في مجال الرعاية المنزلية والشخصية أسماء مثل دوف (Dove)، ولوكس (Lux)، وأومو (Omo)، وبوندس (Pond's)، وصانسيلك (Sunsilk).

تحديات عالمية/إجراءات محلية

كل يوم يختار ١٥٠ مليون شخص في جميع أنحاء العالم منتجاتنا لتغذية أسرهم ولنظافتهم الشخصية ولتنظيف بيوتهم. ومن خلال قيامنا بصنع وبيع منتجات تلبى احتياجات الناس اليومية، أصبحنا إحدى أكبر شركات المنتجات الاستهلاكية.

ونعتقد أن الاضطلاع بالأعمال التجارية بطريقة مسؤولة له آثار اجتماعية إيجابية. ذلك أننا نولد الثروة ونتقاسمها، ونقوم بالاستثمار في الاقتصادات المحلية، ونطور مهارات الناس وننشر الخبرة عبر الحدود.

وبصفتنا شركة عالمية نهدف إلى أداء دورنا في معالجة الشواغل الاجتماعية والبيئية العالمية، مثل نقص المغذيات الدقيقة، والصحة والإصحاح، وجود المياه، والزراعة المستدامة. لكننا لا نعتقد أن من العملي معالجة أوجه القلق هذه على الصعيد العالمي فقط، أو أن بإمكان شركات مثل شركتنا أن تحدث تغييراً دون العمل بالمشاركة مع الآخرين. ولهذا فإننا بوصفنا شركة متعددة الجنسيات متعددة الفروع المحلية نتصدى للشواغل العالمية عن طريق اتخاذ إجراءات محلية ونعمل بالشراكة مع الوكالات المحلية والحكومات والمنظمات غير الحكومية.

سياسات عالمية/مبادرات محلية

البيئة

تنطبق سياستنا البيئية على جميع شركات يونيليفر في كافة أنحاء العالم. وهي تنص على التزامنا بتلبية احتياجات الزبائن والمستهلكين على نحو سليم بيئياً وبطريقة أكثر استدامة من خلال التحسينات المستمرة في الأداء البيئي في جميع أنشطتنا.

إننا نتبع نهج دورة الحياة لتقييم الآثار الكلية التي تخلفها أعمالنا على البيئة. وهذا يمكننا من تحليل الآثار التي نحدثها والتركيز على المجالات التي يمكن أن نقدم فيها أعظم المنافع. ولاستراتيجيتنا محور تركيز واضح. إننا نهدف إلى إنتاج المزيد بتكلفة أقل (الفعالية الاقتصادية)، ونصمم منتجاتنا بطريقة من شأنها أن تقلل أثرها على البيئة إلى أدنى حد (الإبداع النظيف).

وندرك أن العديد من القضايا التي تؤثر فينا تقع خارج نطاق سيطرتنا المباشرة سواء في بداية سلسلة التوريد أو في نهايتها. وقد قادنا ذلك إلى التركيز على ثلاث مبادرات للاستدامة في مجالات تتعلق بنشاطنا التجاري وحيث نعتقد أن بإمكاننا إحداث أكبر تغيير، وهي الزراعة وصيد الأسماك والمياه.

الزراعة المستدامة

لقد دفعتنا الضغوط البيئية والاجتماعية التي تعرضت لها الزراعة مؤخراً إلى اتباع نهج أكثر استدامة في ما يخص كيفية زراعة محاصيلنا. واستكملنا المبادئ التوجيهية من أجل الإدارة المستدامة لجميع محاصيلنا الخمسة الرئيسية - وهي زيت النخيل، والشاي، والبالزاء، والسبانخ، والطماطم - ويجري نشرها على الموقع التالي: www.growingforthefuture.com وهو موقع مخصص لتبادل معارفنا. كما نعمل مع شركات غذائية رئيسية أخرى - بما فيها دانون، ونستله - لتعزيز ممارسات الزراعة المستدامة من خلال "مبادرة الزراعة المستدامة" (www.saiplatform.org).

مصائد الأسماك المستدامة

مصائد الأسماك في العالم مهددة، فحسب تقارير منظمة الأمم المتحدة للأغذية والزراعة، يجري استغلال ٤٨ في المائة استغلالاً تاماً، وهناك فرط في استغلال ١٦ في المائة واستنفدت ٩ في المائة من هذه المصائد.

ويونيليفر أكبر الجهات المشترية للسمك المحمد في العالم من أجل علامتنا التجارية "إيغلو" (Iglo) و"بيردز آي" (Birds Eye) و"فندس" (Findus). إذ إنه بدون إمدادات منتظمة لا يمكننا القيام بأي أعمال تجارية في ما يتعلق بالأسماك، لذا فإن لدينا مصلحة تجارية واضحة في حماية أرصدة الأسماك وصونها. وفي عام ١٩٩٦ تعهدنا بشراء جميع الأسماك من مصادر مستدامة بحلول عام ٢٠٠٥ وأنشأنا مجلس الإشراف البحري، بالتعاون مع الصندوق العالمي للطبيعة، من أجل مباشرة عملية لمنح الشهادات عن الممارسات المستدامة في مجال صيد الأسماك.

إدارة المياه

ترتبط أنشطة يونيليفر ارتباطاً وثيقاً بإمدادات المياه المأمونة، سواء المستخدمة في عملياتنا أو التي نستخدمها الموردون أو المستهلكون الذين يستخدمون منتجاتنا. ثم إن التنافس على المياه لأغراض الزراعة، والصناعة التحويلية، والاستهلاك البشري، والحاجة إلى الحفاظ على بيئة صحية يعينان أن المجتمع يحتاج إلى انتهاج نهج أكثر تكاملاً لإزاء إدارة المياه.

وللمساعدة على إدارة مشاريعنا المائية المتعددة، وضعنا مجموعة من المبادئ بمساعدة المنظمة البريطانية المعنية بالاستدامة "مستقبل المستقبل". وتتضمن مبادئنا المتعلقة بالمياه المستدامة والإدارة المتكاملة لمستجمعات المياه اتباع نهج منسق لاستيعاب طلبات المياه في منطقة بعينها لجميع المياه إلى جانب إطار لإدارة مشاريع الشراكة.

الناحية الاجتماعية

نحن ملتزمون بتقديم مساهمة إيجابية للمجتمع من خلال المنتجات التي ننتجها وبيعها، ومن خلال عملياتنا وعلاقاتنا التجارية، ومن خلال تبرعاتنا إلى المجتمعات المحلية، ومشاركتنا الواسعة النطاق في المجتمع.

إن يونيليفر منظمة لامركزية، لذا فإن سياستنا لا تقضي بفرض برامج اجتماعية عالمية على مديري فروعنا بل تمكينهم من اتخاذ القرار المناسب لأنشطتهم وشركائهم المحلية.

ويقوم هذا النهج بشكل راسخ على القيم المنصوص عليها في غرضنا التجاري ومعايير السلوك في الشركة المبينة في مدونة المبادئ التجارية.

السياسة على أرض الواقع

تتجسد سياستنا كواقع فعلي على الصعيد القطري كما يتبين من المثالين التاليين:

فيروس نقص المناعة البشرية/الإيدز في أفريقيا

إن توفير أرقى مستويات الرعاية الصحية المهنية بصفة ثابتة هو من صميم مبادئنا التجارية. لكن لمختلف البلدان احتياجات مختلفة. ففي أفريقيا جنوب الصحراء، يقال إن عشر السكان مصابون بفيروس نقص المناعة البشرية/الإيدز. وبما أنه لا يوجد حالياً أي دواء لعلاج الإيدز، فقد وضعت شركات يونيليفر في أفريقيا نهجاً مشتركاً مع برامج تركز على التثقيف الوقائي وأنسب أنواع المعالجة والرعاية للمصابين بالإيدز.

وقد وسع نطاق المشورة والمساعدة المقدمة إلى الموظفين لتشمل أسرهم ومجتمعاتهم المحلية بواسطة برامج مشتركة مع الشركاء المحليين. فعلى سبيل المثال، تعمل يونيليفر، بوصفها عضواً رائداً في المجلس التجاري الكيني المعني بفيروس نقص المناعة البشرية/الإيدز، بشكل وثيق مع الحكومة والمنظمات غير الحكومية المحلية و ١٠٠ شركة أخرى لوقف انتشار المرض في أماكن العمل وفي المجتمعات المحلية. وفي جنوب أفريقيا، يدعم موظفو يونيليفر، ومؤسسة يونيليفر وجمعية أطفال ديربان متراً عائلياً لرعاية الأطفال المصابين بالإيدز يشرف عليه المجتمع المحلي.

أصحاب المشاريع في إندونيسيا

إن ٩٠ في المائة من مجموع المشاريع التجارية في إندونيسيا مشاريع صغيرة أو متوسطة وهي مسؤولة عن توليد أكثر من نصف الدخل القومي. كما أنها محرك رئيسي للنمو في الاقتصاد المحلي، لذا فإن الحكومة الإندونيسية حريصة على إيجاد سبل جديدة لتشجيع المزيد من أصحاب المشاريع على بدء مشاريعهم.

وتعمل شركة يونيليفر في إندونيسيا مع أكثر من ٢٠٠٠ مورّد وموزع صغير أو متوسط الحجم، وهي بالتالي شريك مناسب للعمل مع وزارة التجارة والصناعة الإندونيسية وغيرها لإنشاء المزيد من المشاريع الصغيرة المبتدئة من الجيل الأول.

وحققت مجموعة من المشاريع استهلت في عام ٢٠٠٠ نجاحاً باهراً، ليس للاقتصاد فحسب وإنما أيضاً لشركة يونيليفر إندونيسيا. وتضمن أحد البرامج تدريب شباب عاطلين عن العمل لكي يصبحوا أصحاب مشاريع يبيعون منتجات يونيليفر، وأنشئت في إطار برنامج آخر قناة توزيع جديدة للشركة لكي تصل إلى المحالّ والأكشاك الصغيرة في المناطق الحضرية والريفية. وتعكف يونيليفر إندونيسيا الآن على إنشاء محضن أعمال تجارية لتوفير التدريب والمشورة التجارية لأصحاب المشاريع.

إبلاغ عالمي/أداء محلي

البيئة

يجب على جميع شركات يونيليفر أن تمتثل للمعايير الإطارية لشركة يونيليفر في ما يخص الصحة والسلامة المهنية والرعاية البيئية وسلامة المستهلكين. ويرمي نظامنا للإدارة البيئية، الذي يعمل على الصعيد العالمي، إلى إحراز تحسن مستمر وهو يتوافق مع المعايير الدولية وتدعمه مجموعة من الدورات التدريبية البيئية.

وهدفنا المنشود هو أن تحظى جميع مواقعنا الصناعية الرئيسية بالتصديق عليها بالمعيار 14001 لمنظمة التوحيد القياسي بشأن نظم الإدارة البيئية بحلول نهاية عام ٢٠٠٣. وفي نهاية عام ٢٠٠١، كان أكثر من ربع مواقعنا مصدقاً عليه.

ولدينا فريق خبراء يقدم مساعدة وتوجيهاً بيئياً متخصصاً لمصانعنا في جميع أنحاء العالم بشأن مسائل تتراوح ما بين انبعاثات المراحل والتخلص من النفايات. فقد وضع الخبراء على سبيل المثال مبادئ توجيهية عن كيفية تفادي التعبئة غير الضرورية وتعزيز استعمال المواد المعاد تصنيعها.

توفير الطاقة

يوفر خفض استخدام الطاقة المال ويحد من الانبعاثات. ولدينا مشاريع في جميع أنحاء العالم لتحسين فعاليتنا في مجال الطاقة.

ففي الولايات المتحدة، خفضت شعبة العناية المترلية والشخصية استهلاك الطاقة في المكاتب والمصانع بنسبة تفوق ١٠ في المائة رغم زيادة الإنتاج بنسبة ٢٥ في المائة. وجاء التوفير إلى حد كبير نتيجة صحيفة جدولية مكونة من صفحة واحدة فقط تبين تكاليف الطاقة في كل موقع إضافة إلى التوفير المتوقع للسنة الجارية. وقال جيم بيس (Jim Pease)، مدير الطاقة والبيئة، إن "هذا الوضع أفضى إلى تنافس صحي حقيقي بين المصانع. فلقد سعى كل منها إلى أن يكون من أنصار الحفاظ على البيئة".

ولدينا مشاريع في جميع أنحاء العالم لتحسين كفاءتنا في استخدام الطاقة. ذلك أن أكثر من ٩٠ في المائة من الطاقة المستخدمة في مصانع (Tea Estates India)، وهي شركة الشاي التي تملكها يونيليفر في جنوب الهند، تأتي من مصادر متجددة، وهي أساساً أخشاب المزارع. كما استثمرت الشركة في طاحونتين للهواء للإمداد بالكهرباء.

توفير المياه

المياه النقية أساسية لنشاطنا التجاري وهي لازمة لري المحاصيل. ومصانعنا في حاجة إليها لصنع المنتجات، كما يجب أن يكون لدى مستهلكو منتجاتنا مياه نقية لاستعمالها. ونحن نبذل جهوداً خاصة لخفض كمية المياه المستخدمة في جميع مصانعنا في كافة أنحاء العالم. ففي مصنع معالجة الطماطم في غويانيا (Goiania) بوسط البرازيل، تستخدم المياه لنقل الفواكه الطازجة إلى المصنع لغسلها ومعالجتها. ويعاد استخدام المياه في المصنع أو يستخدمها المزارعون المحليون في أغراض الري إن كانت تحتوي على لب الطماطم. وتبين أن لب ثمرة الطماطم سماد فعال.

وفي فرنسا، خفض مصنعنا لإنتاج الخردل "أمورا ماي" (Amora Maille) استهلاكه من المياه بنسبة تصل إلى ٤٠ في المائة. وتحقق التوفير بفضل الجمع بين آلات جديدة وتدريب الموظفين، وهو ما أفضى إلى اتباع أساليب عمل أفضل.

الناحية الاجتماعية

يونييليفر معروفة منذ أمد بعيد بأنها شركة مسؤولة اجتماعياً، ورغم أننا لم نبدأ في تطوير نهجنا الخاص في مجال الإبلاغ عن أدائنا الاجتماعي سوى في السنوات الأخيرة. ونهدف إلى تدبير مسؤولياتنا الاجتماعية بنفس قدر المهنية التي ندبر بها أي جانب من جوانب نشاطنا.

والنهج الذي نتبعه هو إجراء بحوث للوقوف على ما تقوم به شركائنا في أنحاء العالم للمساهمة في المجتمع - "بصماتنا الاجتماعية" - بغرض تحديد ما يمكننا قياسه وأين يمكن إدخال تحسينات.

وقد وضعت بعض معايير الأداء وأهدافه وقيست على المستوى العالمي، مثل الصحة والسلامة. غير أنه لا يمكن قياس جميع الآثار الاجتماعية في كل بلد، إما بسبب صعوبة القيام بذلك بصورة متساوقة، أو لأن القوانين المحلية أو عدم وجود معايير مناسبة بمنعنا من القيام بذلك.

وفي عام ٢٠٠٢، أجرينا دراسة نموذجية في ١١ بلداً تمثل أكثر من ثلث مبيعات يونيليفر على الصعيد العالمي. وحددت الدراسة عدداً من مؤشرات الأداء القيمة التي تساعدنا على استنباط ما يمكن قياسه عملياً وواقعياً على الصعيد العالمي.

ومن معايير الأداء العالمي الثروة التي نوجدها بإضافة قيمة إلى المواد الخام التي نقوم بشرائها من جميع أنحاء العالم إذ يجري معالجتها وتحويلها إلى سلع تحمل اسماً تجارياً في أسواقنا المحلية. ويتقاسم أصحاب المصلحة الذين يتعاملون معنا هذه الثروة في شكل رواتب وضرائب وإيرادات أسهم واستثمار مجتمعي. والموظفون هم أكبر الفئات المستفيدة، إذ يتلقون نحو ٥٠ في المائة من القيمة التي نضيفها.

وبينت الدراسة النموذجية التي اضطلعنا بها أن عدداً متزايداً من الموظفين يتلقون التدريب خارج بلدانهم الأصلية. إن هذا لا يعد استثماراً في الفرد وفي مستقبل يونيليفر فحسب، بل إنه يمثل أيضاً نقلاً مهماً للمهارات بين البلدان.

ونحن نهدف إلى تدبير مسؤولياتنا الاجتماعية بنفس قدر المهنية التي ندبر بها أي جانب من جوانب نشاطنا. إننا ننفق نحو ١ في المائة من أرباحنا قبل اقتطاع الضرائب على المبادرات المجتمعية سنوياً. وبلغ مجموع هذا الإنفاق ٥٧ مليون يورو في عام ٢٠٠١. وينفق أكثر من نصف هذا المبلغ على البرامج الصحية والتعليمية، وتتوافق نسبة الاستثمار المجتمعي في مختلف مناطق العالم مع رقم أعمالنا إجمالاً.

المصرف التعاوني

جين بير

مديرة دائرة الإبلاغ عن الاستدامة والتنوع
المصرف التعاوني

المصرف التعاوني

يمكن تتبع أصول المصرف التعاوني إلى عام ١٨٧٢ وإنشاء دائرة التسليف والإيداع التابعة للجمعية التعاونية للبيع بالجملة. وبعد أربع سنوات من هذا التاريخ غير اسمه إلى مصرف الجمعية التعاونية للبيع بالجملة وبالرغم من أن أعماله اقتصرت في سنواته الأولى على تلقي الودائع ومنح القروض للآلاف من جمعيات التجزئة التعاونية المحلية، فلم يستغرق الأمر وقتاً طويلاً حتى بدأ يعمل بصفته مصرفاً للمستهلكين الأفراد.

ونما المصرف باطراد، وافتتح له فروعاً في نيوكاستل ولندن وجلاسجو. وبعد الحرب العالمية الأولى، أنشئت أول نقاط مصرفية داخل المحال في متاجر تعاونية وافتتح المزيد من الفروع في الأماكن الرئيسية. وبحلول عام ١٩٧٢، كان للمصرف، الذي كان معروفاً آنذاك بالمصرف التعاوني، ٣٢ فرعاً في جميع أنحاء البلاد. وفي عام ١٩٧٥، أصبح المصرف التعاوني أول مصرف لنحو ٤٠ عاماً ينضم إلى لجنة مصارف المقاصة في لندن، ونما بمعدل سريع منذئذ.

وبالإضافة إلى أكثر من ثلاثة ملايين حساب للعملاء، فإن المصرف هو البنك المركزي للسلطات المحلية والعديد من المؤسسات التجارية ولا سيما حركة التجزئة التعاونية، ويستخدم ٢٠٠ ٤ موظف، يعمل ٧٠ في المائة منهم في شمال غرب إنكلترا.

واختار المصرف أن يكون مركزه السوق "مصرفاً عصرياً يقوم بأعماله في إطار ضوابط أخلاقية". وشعاره الموجه إلى العملاء هو: "المصرف التعاوني يمكن زبائنه من التحكم في أموالهم واستخدامها لصالحهم ولصالح غيرهم".

وفي عام ١٩٩٧، احتفل المصرف بالذكرى السنوية ١٢٥ على إنشائه بتدشين نهج الشراكة الذي وضعه، فأصبح أول شركة في المملكة المتحدة تصدر تقريراً اجتماعياً "بكل عيوبه" يشارك فيه كل الشركاء السبعة المعنيين بأنشطة المصرف.

والمصرف التعاوني اليوم هو مصرف المقاصة الوحيد في المملكة المتحدة الذي يصدر تقريراً عن الموقف الأخلاقي يبلغ العملاء صراحة بالجهات التي سيتعامل معها والتي لن يتعامل معها. ومنذ الإعلان عن موقفه الأخلاقي في أيار/مايو ١٩٩٢، أتيحت للآلاف الذين لا يرغبون في أن تستخدم أموالهم فيما يتنافى مع الأخلاق فرصة اختيار مصرف لن يتعامل مع شركات ومنظمات لا تتقيد بالأخلاق.

نهج الشراكة

تطور نهج الشراكة

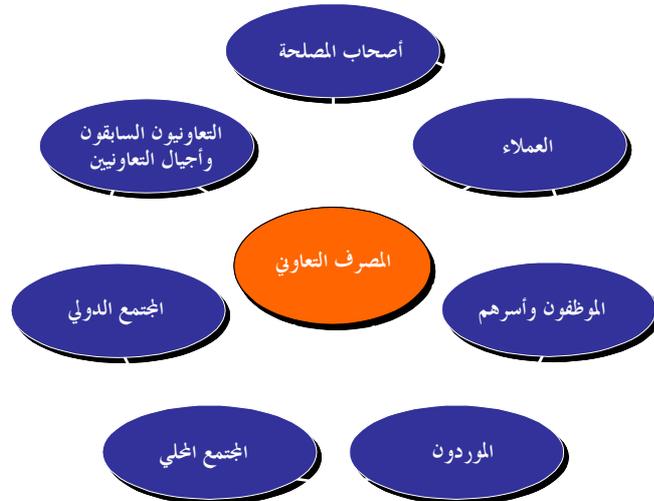
تطور نهج الشراكة الذي اعتمدهنا والذي دخل حيز التنفيذ تماماً في عام ١٩٩٧ على مدى ١٠ سنوات. وفي ذلك الوقت، حدثت ثلاثة تطورات رئيسية، هي:

بيان برسالتنا: يهدف هذا البيان الذي نشر في عام ١٩٨٨ إلى تحديد الكيفية التي يمكن بها لمبادئ التعاون الأصلية أن توفر أساس عمل تجاري ناجح في العالم الحديث. وكان أحد المواضيع المحورية مبدأ الشمول - أي الاعتقاد بأنه ينبغي لنا أن نأخذ في الحسبان مصالح جميع الأطراف المتأثرة بأنشطتنا وليس أصحاب المصلحة فقط.

سياستنا الأخلاقية: هذه السياسة التي أعلنت في عام ١٩٩٢ ووضعت بالتشاور مع جميع عملائنا تبين بأكثر قدر ممكن من الوضوح مع من سنتعامل ومع من لن نتعامل. وقد انتقدها البعض، لكن نجاحها الباهر لم يكن ليتحقق مطلقاً لو لم تعكس حقاً معتقدات عملائنا ورغباتهم. ولضمان استمرار مواكبتها لاهتمامات عملائنا المتغيرة، فإننا نتشاور معهم بصفة منتظمة ونجري تنقيحات عليها تبعاً لذلك.

سياستنا الإيكولوجية: تعهدنا في سياستنا الأخلاقية باستثمار أموال عملائنا في الشركات التي تتفادي الإضرار المتكرر بالبيئة. لكننا ذهبنا إلى أبعد من ذلك بكثير في عام ١٩٩٦، إذ حددنا أربعة قواعد فهمنا للشروط الدنيا لمجتمع مستدام بيئياً. والغرض من ذلك هو أن تتمكن من تحديد مجالات النشاط التجاري التي لا تستوفي هذه الشروط، بحيث نستطيع رسم خطة عمل تقلل من التبعية الاقتصادية لهذه الأنشطة. والاعتبارات البيئية التي تشكل رسالتنا هي أساساً حقائق الحياة الثابتة غير القابلة للتفاوض. ولذلك فمن غير المتوقع أن يحتاج البيان إلى مراجعة مستمرة.

وفي عام ١٩٩٧، جمع المصرف بين هذه الاعتبارات باعتماده نهج الشراكة. وحُددت سبع فئات من أصحاب المصلحة، أو الشركاء، وهي:



وبدا من الواضح أن الخطوة الحتمية التالية هي أن نلتزم بجلب فوائد لجميع شركائنا على نحو مسؤول اجتماعياً ومستدام بيئياً. ونحتاج، أكثر من ذلك، إلى الاعتراف بترابطنا. فبقدر ما يعتمد شركاؤها علينا، نعتمد عليهم من أجل استمرار نجاحنا، وعلينا أن نمارس عملنا تبعاً لذلك.

وقد يبدو هذا الكلام بسيطاً من الناحية النظرية، لكنه يطرح عملياً تحديات هائلة أكبرها مسألة التوازن. ففي حالات كثيرة من السهل تحديد التزام بعينه تجاه أحد شركائنا، والعمل صوب تنفيذه. لكننا نواجه من حين إلى آخر تضارباً بين المصالح حيثما يعني إعطاء شريك من الشركاء الاقتران من شريك آخر.

فعلى سبيل المثال، قمنا في عام ١٩٩٦ بإغلاق عدد من فروعنا ونقلها إلى أماكن أخرى. وكان لذلك ما يبرره، إذ كانت هذه المرافق بالتحديد تستخدم استخداماً محدوداً للغاية. ومع ذلك كان بإمكان جميع عملائنا الحصول على خدمات مصرفية عبر الهاتف، وأصبح بإمكانهم مؤخرًا إجراء معاملات يومية في مكاتب البريد المحلية في جميع أنحاء إنكلترا وويلز. غير أن البحث الذي أجريناه بين أن بعض العملاء أعربوا عن خشيتهم أن يحدث الإغلاق تأثيراً سلبياً على وسط المدينة والمجتمع المحلي.

إن هذه الحالة، كغيرها من الحالات المشابهة، تبين بكل بساطة أنه ليس بإمكاننا إرضاء جميع شركائنا كل الوقت. وقبولنا بهذا الواقع وسعينا إلى تحقيق أفضل توازن ممكن هما أهم ما يمكن القيام به كي يتجسد نهج الشراكة على أرض الواقع.

وبالطبع هذا هو أيضاً السبب في أننا نحتاج إلى مراجعة الشراكة. فإذا كان يمكننا التعامل مع كل شريك من شركائنا بمعزل عن الآخر، فإن من السهل تحديد ما إذا كنا نعمل لمصلحتهم أم لا. لكنه حيث إن كل علاقة مع شريك من الشركاء تؤثر في سائر الشركاء، فيجب علينا أن نقيس بأكثر قدر ممكن من الدقة مدى ما نحققه من نجاح في تنفيذ مسؤولياتنا.

مراجعة حسابات الشراكة - سبع فئات وثلاثة مجالات للتقييم

حسناً كيف شرعنا في إجراء أول مراجعة لحسابات الشراكة؟ أولاً، أنشأنا فريقاً لتطوير الشراكات كانت مسؤوليته تتمثل في إجراء تقييم مفصل لأداء المصرف فيما يتعلق بكل فئة من الشركاء. ولبلوغ هذا الهدف، أجرى بحث لتحديد المجالات ذات الأولوية بالنسبة إلى كل شريك. ما الذي كانوا يريدون تحقيقه من علاقتهم بالمصرف، وإلى أي درجة يقدم مصرفنا قيمة مضافة (كما يعرفها الشريك لا المصرف)؟ وفضلاً عن ذلك، هل تقدم هذه القيمة على نحو مسؤول اجتماعياً ومستدام بيئياً؟

وهناك ثلاثة مجالات للتقييم.

تقديم قيمة مضافة: إن تقديم المصرف قيمة مضافة حقيقية إلى كل شريك من شركائه هو وحده الكفيل بأن يظل قادراً على البقاء لقرن وربع قرن آخر. وبالتالي، فقد حددنا أهم القضايا التي تهم كل شريك وقسنا أداءنا في ضوءها. فعلى أساس بحثنا في المجالات ذات الأولوية بالنسبة إلى العملاء والموظفين والموردين، على سبيل المثال، نقيم أداءنا من حيث تلبية ما يلي:

العملاء	الموظفون	الموردون
الخدمة	الراتب	سرعة الدفع
العلاقة	فرص الترقى الوظيفي	العلاقات الجيدة
القيم	العلاقات	المعاملة المنصفة
	الأمن الوظيفي	التواصل الفعال
	القيم الأخلاقية	

المسؤولية الاجتماعية: أشار عملاؤنا وغيرهم من الشركاء في أكثر من مناسبة إلى أن القيمة المضافة ينبغي أن تقدم على نحو مسؤول اجتماعياً. وتحقيقاً لذلك قمنا بتقدير إلى أي درجة كانت معاملتنا لكل شريك أخلاقية.

لقد اعتمدت سياسة المصرف التعاوني الأخلاقية في عام ١٩٩٢ ثم روجعت في عام ١٩٩٤ و ١٩٩٨ و ٢٠٠١. وأجريت عمليات الاستعراض بعد مشاورات رئيسية: ففي المشاورات الأخيرة، دعي أكثر من مليوني عميل إلى إبداء آرائهم - بواسطة استبيان بريدي أو استطلاع على صعيد الفروع أو عبر الموقع على الإنترنت. وازداد معدل الإجابة بالنسبة إلى عام ٢٠٠٢/٢٠٠١ بأكثر من ثلاثة أضعاف وتجاوز ٦٠.٠٠٠ إجابة مقارنة باستقصاء عام ١٩٩٨.

وبقول بسيط تنظم السياسة الأخلاقية مسألة مع من نتعامل ومع من لن نتعامل. ويبيّن لنا الاستطلاع الأصلي أن هذه السياسة تحظى بتأييد هائل. فقد تراوحت نسبة عملائنا الذين أعربوا عن رغبتهم في فتح حسابات لأسباب أخلاقية ما بين ١٣ و ٢٤ في المائة. وهذا يعني في الواقع أنه يمكن عزو نحو ٣٠ مليون جنيه إسترليني من أرباحنا قبل اقتطاع الضرائب إلى العملاء المدفوعين بأسباب أخلاقية.

الاستدامة الإيكولوجية: إن للعالم الذي نعيش فيه وكذلك جميع شركائنا قدرةً محدودة على توفير احتياجاتنا. وكوكب الأرض لديه قدرة محدودة لا يمكن تغييرها هي توليد الموارد واستيعاب النفايات. والعمل على الاعتراف بهذه الحقيقة وإدراجها في الاستراتيجية التجارية يعتبر أمراً شديداً الأهمية لتحقيق النجاح على الأمد الطويل.

وقد حدد المصرف ما هو الذي يُعتبر أولاً نشاطاً تجارياً مستداماً. واعتمد بيان الرسالة البيئية في عام ١٩٩٦ استناداً إلى "الخطوة الطبيعية". وفيما يلي بعض الأمثلة على أحدث أداء بيئي للشركة:

- خفضت انبعاثات ثاني أكسيد الكربون بنسبة ٩٠ في المائة (مقارنة بعام ١٩٩٧ لكل حساب من حسابات العملاء)، ويجري حالياً إعادة استعمال النفايات أو إعادة تصنيعها، وانخفض استخدام المياه بنسبة ٤٢ في المائة (مقارنة بعام ١٩٩٨، لكل حساب من حسابات العملاء).
- تتجاوز مساحة الأراضي التي جرى فيها تعزيز التنوع الأحيائي بقدر كبير بفضل التبرعات التي قدمها المصرف رقعة الأراضي التي يشغلها المصرف بنحو ٩٠ ضعفاً.
- ساعدت "وحدة البيئة" ٢٠٠ مشروع بيئي واجتماعي في ما يخص الشروط المصرفية.

تقارير الشراكة

أصدرنا في مطلع عام ١٩٩٧ تقريراً بعنوان "القوة في العدد"، يوضح من هم شركاء المصرف ولماذا نعتقد أنهم مهمون لنجاحنا. وصدر أول تقرير كامل عن الشراكة في عام ١٩٩٨ - وأصدرنا تقريرنا السادس في أيار/مايو من هذا العام. ونعتقد أنه لا سبيل للحفاظ على مركزنا وتدعيمه بصفتنا المصرف البريطاني "التعاوني" الحقيقي الوحيد إلا عبر الاستمرار في تحديد مسؤولياتنا وتقييم أدائنا والاتفاق على أهداف جديدة مع شركائنا.

ورأى المصرف أنه إذا كانت الحسابات الختامية المالية لأي شركة تقتضي تدقيقاً من جانب المحاسبين، فإن المعلومات الأوسع والأعقد الواردة في تقريرها عن الشراكات تقتضي كذلك وبنفس القدر تدقيقاً خارجياً. وبعد أن قررنا أن تقييم المصرف "بكل عيوبه" هو وحده الكفيل بتلبية طلبات الشركاء، قمنا قدر الإمكان باستخدام البيانات التي تم تدقيقها بصورة مستقلة بواسطة طرف ثالث نزيه.

ويصدر المصرف أيضاً ملخصات للتقرير حسب الطلب، بما في ذلك كشف مالي للعملاء في شكل ملحق وملخص للموظفين.

جوائز فاز بها المصرف التعاوني عن جودة تقاريره:

٢٠٠٣	٢٠٠٢
فاز بجائزة المملكة المتحدة للإبلاغ عن الاستدامة	المشاركة في الفوز بجائزة المملكة المتحدة للإبلاغ عن الاستدامة
فاز بالجائزة الأوروبية للإبلاغ عن الاستدامة	جائزة الملكة للشركات بشأن الإبلاغ عن الاستدامة
جائزة المملكة المتحدة عن "أفضل أماكن العمل لعام ٢٠٠٣"	جائزة هيئة التحكيم الخاصة عن إحساس الشركات بالمسؤولية

أداء المصرف التعاوني

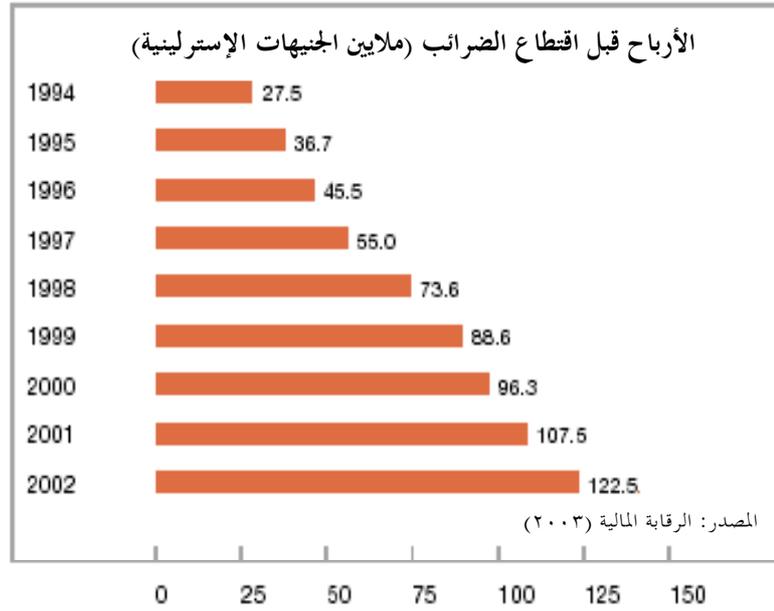
الأداء المالي

ارتفعت الربحية بأكثر من الضعف وازداد عدد العملاء بأكثر من ٣٠ في المائة منذ استهلال نهج الشراكة في عام ١٩٩٦.

وارتفعت الربحية من ١٧,٨ مليون جنيه إسترليني إلى ١٢٢,٥ مليون جنيه منذ استهلال السياسة الأخلاقية في عام ١٩٩٢ - أي أنها ازدادت ستة أضعاف.

ويشير تحليل القيمة الأخلاقية والبيئية لعام ٢٠٠٢ إلى أن ٢٤ في المائة من الأرباح قبل اقتطاع الضرائب، أو ٣٠ مليون جنيه إسترليني، يعزى إلى مبادرات المصرف الأخلاقية والبيئية.

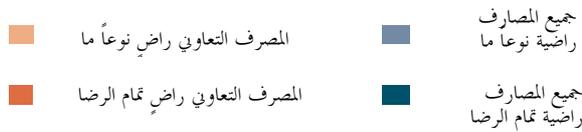
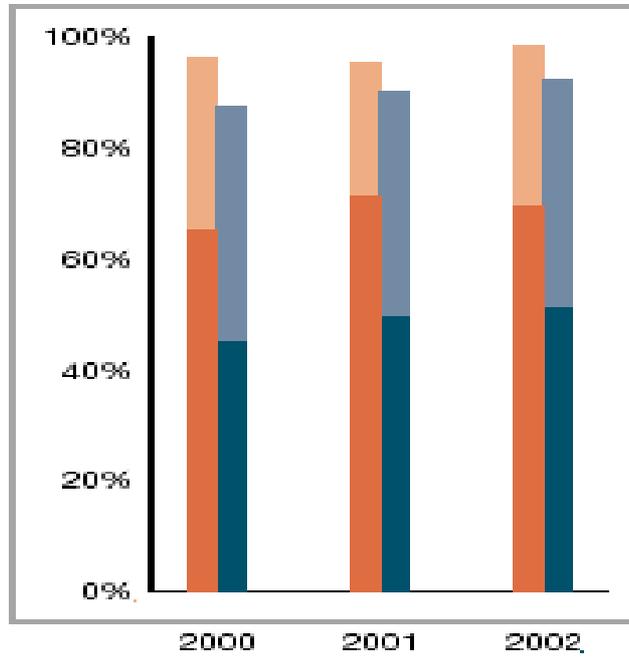
كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع



رضا العملاء

يضطلع المصرف بنفسه بالأبحاث عن مدى رضا العملاء. ويستكمل المصرف هذه الأبحاث ببيانات من دائرة بحوث الخدمات المالية التابعة لمؤسسة موري (MORI) التي تقارن الأداء في مجمل قطاع الخدمات المالية. ويبين البحث الذي تولاه المصرف أن درجة الرضا لدى العملاء ازدادت بنسبة ٧٧ في المائة ("ممتاز" أو "جيد").

الحسابات الجارية



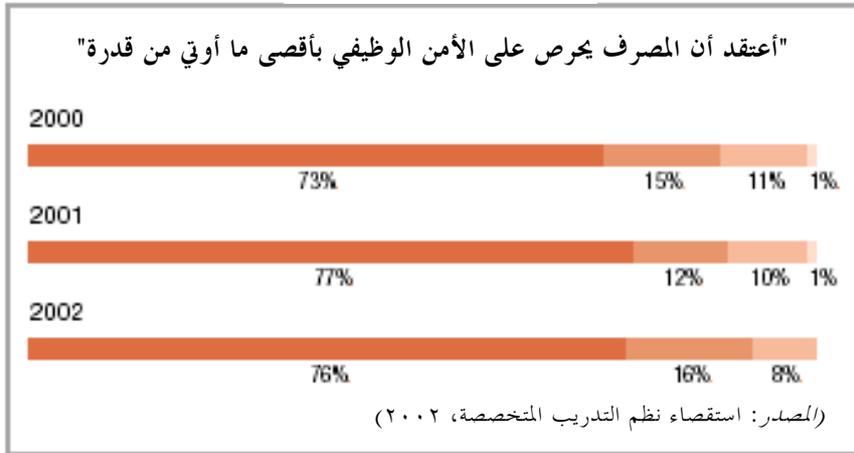
وتشير بيانات "موري" إلى مستويات عالية من الارتياح، إذ بلغت نسبة الرضا لدى المسؤولين ٩٨ في المائة قائلين إنهم راضون جداً أو إلى حد ما. وكان أداء المصرف جيداً مقارنة بمصارف أخرى.

رضا الموظفين

هل يعقل أن يتحقق كل ما يلي: زيادة الأرباح، ورضا العملاء إلى حد بعيد، واختيار المصرف بوصفه أحد أفضل أماكن العمل في بريطانيا في كل سنة من السنوات الثلاث الماضية؟ غير أن التقارير تكشف بوضوح وأمانة عن أدائنا، وبعض النتائج لا تبعث على الارتياح عند قراءتها. فعلى سبيل المثال، في حين أن معظم الموظفين ما زالوا راضين عن الأمن الوظيفي، فإن ثلثهم فقط سعداء بالفرص المتاحة للترقي الوظيفي.

ومعظم الموظفين راضون عن الأمن الوظيفي ...

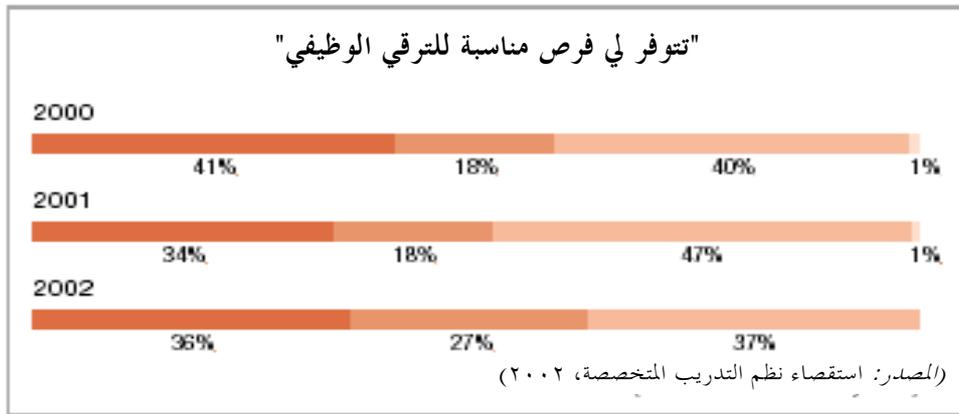
الأمن الوظيفي



■ أوافق ■ محايد ■ لا أوافق ■ لا أعرف

... لكن عدداً قليلاً منهم راضون عن فرص الترقّي الوظيفي.

فرص الترقّي

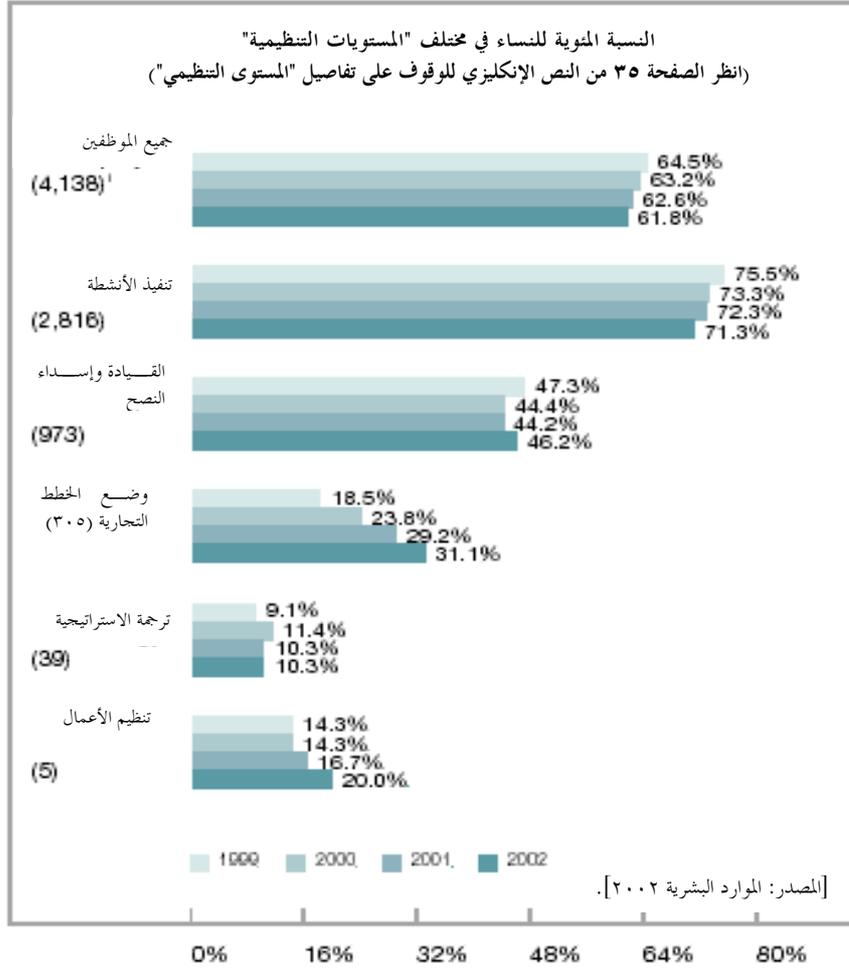


■ أوافق ■ محايد ■ لا أوافق ■ لا أعرف

كشف البيانات المتعلقة بتأثير الشركات على المجتمع

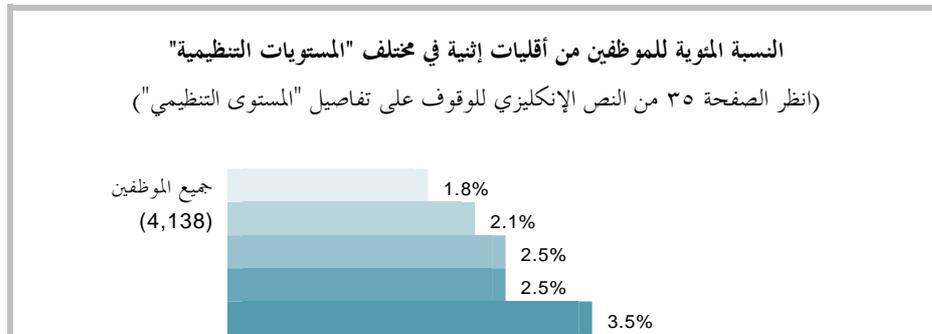
وتتضمن تقارير الشراكة أيضاً أمثلة على الأداء الضعيف. وليس هناك أي مثال على ذلك أفضل من التنوع. وهناك تقدم للعنصر الأنتوي في المستويات التنظيمية ...

نوع الجنس



... لكن أعداد الموظفين من الأقليات الإثنية تظل قليلة.

الإثنية



إن أداءنا جيد في ما يتعلق بتوظيف النساء وتقدمهن في المصرف، لكنه ليس جيداً فيما يتعلق بتوظيف الأفراد من أقليات إثنية. فنسبة الأقلية الإثنية أقل بكثير من متوسط القوى العاملة الوطنية في المملكة المتحدة (٦,٨ في المائة).

ويتطور قسم المسؤولية الاجتماعية كلما حظيت القضايا بأهمية أكبر في المجتمع - فعلى سبيل المثال، لا يكاد يمر يوم دون أن نتحدث وسائط الإعلام عن "التوازن بين العمل والحياة خارج العمل"، أو "ثقافة ساعات العمل الطوال" في المملكة المتحدة، أو ارتفاع مستويات التوتر. ويشعر ثلث موظفينا بأنهم يعيشون تحت ضغط غير مناسب. وللمساعدة على التصدي لهذا الوضع، استحدثنا "سياسة العيش الهنيء" ونقيّم سياسات "التوازن بين العمل والحياة خارج العمل" لتقدير مدى فعاليتها في التغلب على التوتر.

الرفاهية

