



# المسؤولية الاجتماعية ومساهمة القطاع الخاص في التنمية

إعداد

د. وليد عبد مولاة

تدقيق

العدد

(47)

## سلسلة الخبراء:

سلسلة تنمية تهدف إلى المساهمة في نشر الوعي بأهم قضايا التنمية عموماً، وتلك المتعلقة بالدول العربية خصوصاً، وذلك بتوفيرها لنصوص المحاضرات، وملخص المناقشات، التي تقدم في لقاءات علمية دورية وغير دورية يقوم بتنظيمها المعهد. ونظراً لحرص المعهد على توسيع قاعدة المستفيدين يقوم بتوزيع إصدارات السلسلة على أكبر عدد ممكن من المؤسسات والأفراد والمهتمين بقضايا التنمية الاقتصادية والاجتماعية، آمليين أن تساهم هذه الإصدارات في دعم الوعي بالقضايا الاقتصادية والاجتماعية ونشر الآراء المختلفة للتعامل مع تلك القضايا في الدول العربية.

سلسلة الخبراء  
المعهد العربي للتخطيط بالكويت

# المسؤولية الاجتماعية ومساهمة القطاع الخاص في التنمية

إعداد

د. وليد عبدمولاه

إبريل 2013

العدد (47)



## المحتويات

5	..... تقديم
7	..... أولاً: المقدمة
8	..... ثانياً: المسؤولية الاجتماعية للشركات مصدر للتنافسية
13	..... ثالثاً: الأيزو 26000
15	..... رابعاً: تطور المسؤولية الاجتماعية في بعض الدول النامية: حالة الهند وتركيا
20	..... خامساً: دراسة حالات من واقع بعض الشركات الخاصة
24	..... سادساً: حقيقة المسؤولية الاجتماعية لبعض الشركات
27	..... سابعاً: واقع المسؤولية الاجتماعية في الدول العربية
30	..... ثامناً: استنتاجات عامة ومقترحات
32	..... المراجع



## تقديم

نادت العديد من المنظمات الدولية على رأسها الأمم المتحدة ومنظمة العمل الدولية وهيئة الأعمال العالمية للتنمية المستدامة ومنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية بضمان استخدام موارد الشركات الخاصة المحلية والأجنبية بشكل مناسب وبطريقة تعود بالفائدة على المجتمعات دون الاقتصار على السعي وراء الربح من أجل تحقيق الأهداف التنموية خاصة في الدول الفقيرة والمنخفضة الدخل التي تشكو من فجوة تمويلية هامة.

من هنا تبدو الحاجة ملحة لتحديد مفهوم دقيق للمسؤولية الاجتماعية ودور كل من القطاع الخاص والعام في هذه المسؤولية الاجتماعية وطرق النهوض بها بما يضمن تحولها من مجرد عمل خيري إلى فلسفة إدارة أعمال تأخذ بعين الاعتبار الآثار الاجتماعية للعملية الإنتاجية على المجتمعات في مجالات مختلفة كالفقر والتعليم والصحة والبيئة ومن ثم تحقق النمو الاقتصادي والتقدم الاجتماعي وحماية البيئة في الدول النامية والعربية على وجه الخصوص.

ويتناول هذا العدد من سلسلة الخبراء أهمية الربط بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وتنافسيتها الاقتصادية بالإضافة إلى دراسة بعض الممارسات الاجتماعية الناجحة لبعض الشركات من دول مختلفة ومن بعض الدول العربية.

د. بدر عثمان مال الله

مدير عام المعهد العربي للتخطيط





## أولاً: المقدمة

في إطار التعريف العريض لعملية التنمية بأنها توسيع لحرريات البشر، فإنه من الممكن النظر للفقير على أنه حرمان من الحرريات عوضاً عن أنه حالة تدني الدخل، دون أن يعني ذلك إنكاراً لكون تدني الدخل يمثل أحد أهم محددات الفقر وذلك لأنه أحد أهم أسباب الحرمان من بعض الحرريات الواسعة. وفي هذا الصدد تلعب السياسات التجميعية دوراً أساسياً.

بعد عقود ضائعة من التنمية ترتب عليها فرض برامج الإصلاح الهيكلي على الدول النامية، يبدو أن الدول المانحة من خلال صندوق النقد الدولي والبنك الدولي ومؤسسات الأمم المتحدة، عادت إلى رشدها فيما يتعلق بقضايا أحداث التنمية أثر تبنيها في سبتمبر 2000 للأهداف الاثمانية للألفية والبالغ عددها ثمانية والتي تتمحور أساساً حول الإقلال من الفقر بمفهومه الواسع الذي يضم فقر القدرات كالتعليم والصحة والمشاركة السياسية والمساواة بين الجنسين والعناية بالبيئة بالإضافة إلى الفقر المدقع والجوع.

وما يهم ملاحظته حول محورية الفقر في العمل التنموي هو إعادة صياغة الدعوة إلى التخلص من الفقر من خلال النمو اعتماداً على مفهوم تساقط مزايا النمو لصالح توزيع الدخل في الأجل الطويل إلى الاهتمام بالعدالة في توزيع الدخل أثر إسهامات عديدة متعلقة بالسياسات الاقتصادية المحيية للفقراء.

ويطرح تحقيق هذه الأهداف التنموية بحلول 2015 إشكاليات حقيقية على أرض الواقع أساساً بسبب نقص التمويل المتاح لمنظمات الأمم المتحدة المتأتي من الدول الأعضاء. على سبيل المثال يقدر تقرير التنمية البشرية لسنة 2006 الحاجيات الإضافية للأهداف المتعلقة بالمياه الصالحة للشرب والصرف الصحي بحلول 2015 بعشرة مليار دولار إضافية في حين تبلغ ميزانية الإجمالية للأمم المتحدة 18 مليار دولار. لذلك يعتقد أن جهود الأمم المتحدة والمنظمات الدولية المختلفة تستدعي تفعيل دور كل من القطاعات الحكومية والخاصة في هذه الدول النامية والفقيرة، بالإضافة إلى تفعيل دور الشركات متعددة الجنسيات العاملة في هذه الدول من منطلق مسؤوليتها الاجتماعية (والتي يفوق عددها 82000 شركة تسيّر 810000 فرع سنة 2008).

هذه الدعوات لضمان استخدام موارد هذه الشركات المحلية والأجنبية بشكل مناسب وبطريقة تعود بالفائدة على المجتمعات دون الاقتصار على السعي وراء الربح<sup>(1)</sup> تضمنها مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات التي نادى بها العديد من المنظمات الدولية على رأسها الأمم المتحدة ومنظمة العمل الدولية وهيئة الأعمال العالمية للتنمية المستدامة ومنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية.

وتجدر الإشارة إلى أن هناك عدة تعريفات للمسؤولية الاجتماعية للشركات وقد صاغت منظمات دولية ومحلية تعريفات مختلفة لها. على سبيل المثال عرفت هيئة الأعمال العالمية للتنمية المستدامة المسؤولية الاجتماعية للشركات بالالتزام المستمر من قبل رجال الأعمال بالتصرف بشكل أخلاقي والمساهمة في التنمية الاقتصادية وتحسين نوعية حياة القوى العاملة وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل. من ذلك مثلاً بناء القدرات من أجل سُبل عيش مستدامة، احترام الاختلافات الثقافية، إيجاد الفرص التجارية في بناء مهارات الموظفين.

وبالرغم من أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات يحتاج إلى تحديد دقيق إلا أن الحاجة تبدو مُلحة أكثر فيما يخص دور كل من القطاع الخاص والعام في هذه المسؤولية الاجتماعية وطُرق النهوض بها بما يضمن تحولها من مجرد عمل خيري إلى فلسفة إدارة أعمال تأخذ بعين الاعتبار الآثار الاجتماعية للعملية الإنتاجية على المجتمعات في مجالات مختلفة كالفقر والتعليم والصحة والبيئة ومن ثم تحقّق النمو الاقتصادي والتقدم الاجتماعي وحماية البيئة في الدول النامية والعربية على وجه الخصوص. تقوم في الجزء الثاني بربط المسؤولية الاجتماعية للشركات بالتنافسية الاقتصادية ويتطرق الجزء الثالث لمواصفات الأيزو 26000 للمسؤولية الاجتماعية. ويقوم الجزء الرابع بدراسة تجارب بعض الدول النامية في مجال المسؤولية الاجتماعية. في حين يدرس الجزء الخامس المسؤولية الاجتماعية من واقع بعض الشركات في العالم. ويدرس الجزء السادس حقيقة الممارسات الاجتماعية لبعض الشركات في حين يتطرق الجزء السابع لحالة التنافسية المسؤولة في الدول العربية. ويتم تلخيص الورقة في الجزء الأخير.

## **ثانياً: المسؤولية الاجتماعية للشركات مصدر للتنافسية**

### **1. مقومات الربط بين المسؤولية الاجتماعية والتنافسية**

قامت المسؤولية الاجتماعية للشركات لسنوات عديدة على إدارة المخاطر والعلاقات العامة بالرغم من أهمية هذه الاعتبارات إلا أن عدداً متزايداً من الشركات تبحث اليوم عن ممارسات المسؤولية الاجتماعية والبيئية والأخلاقية كمصدر لميزة تنافسية تسمح بدخول أسواق جديدة.

يعرف باسكال لي المدير العام لمنظمة التجارة الدولية التنافسية المسؤولة "كعنصر أساسي للأسواق العالمية الفعالية. وتمزج الاستراتيجيات المستقبلية للشركات مع السياسات العامة المبتكرة ونشاط المجتمع المدني. وقد تؤدي إلى خلق جيل جديد من المنتجات المربحة والعمليات الإنتاجية الهادفة لتحقيق الأهداف الاجتماعية والبيئية والاقتصادية للمجتمعات. إن حالة التنافسية المسؤولة يدل على القدرة العملية المحتملة للدول في دفع الاستثمار والتجارة من أجل تحقيق التوازن الصحيح بين المصالح الوطنية والعالمية والمكاسب الخاصة والعامة".

إذن هو مفهوم بموجبه تدمج الشركات الشواغل الاجتماعية والبيئية في عملياتها الإنتاجية والتجارية. ويسلط هذا التعريف الضوء على نطاق المسؤولية الاجتماعية التي تشمل القضايا البيئية بالإضافة للقضايا الاجتماعية. كما يوضح هذا التعريف أن المسؤولية الاجتماعية هي غير منفصلة عن استراتيجية الأعمال بل تقع في صلب العملية الإنتاجية والتجارية. وأخيراً يوضح هذا التعريف الطابع التطوعي للمسؤولية الاجتماعية في تفاعل الشركة مع أصحاب المصلحة من مساهمين ومستخدمين وموظفين وموردين بالإضافة إلى المحيط الخارجي المحلي والبيئي. من ثم يعكس هذا التعريف مقاربة جديدة تصبح بموجبها المسؤولية الاجتماعية عنصراً حيوياً في تنافسية مسؤولة تعمل على تحقيق تنمية شاملة متوازنة تعظم للشركات ربحيتها وتضمن لها وللبيئة المحيطة بها الاستدامة والرفاه.

إن الربط بين المسؤولية الاجتماعية والتنافسية يتطلب:

- ✓ **تركيز متزايد على استراتيجية العمل الخيري:** توجه الشركات الرائدة في مختلف أنحاء العالم اليوم أعمالها الخيرية وبرامجها الاستثمارية الاجتماعية لدعم المبادرات التي تتماشى أكثر مع القضايا والمصالح الملائمة لمجال التخصص والمجتمعات التي تعمل فيها مما يساعد على زيادة مهارات العاملين لديها وزيادة القدرة التكنولوجية والنفوذ إلى أسواق جديدة ومجابهة العراقيل الإدارية. من ثم تحول الأعمال الخيرية من مجرد هبات مالية أو خدمة إلى عمل تشاركي مع أصحاب الفائدة والمحيط العام للشركة بغرض إفراز أنظمة إنتاج وتوزيع تزيد من تنافسية الشركة.
- ✓ **تركيز متزايد على المساءلة والشفافية:** يعزى هذا الاتجاه إلى انخفاض الثقة في الشركات الكبرى والاعتماد أكثر فأكثر على الإنترنت وزيادة انفتاح المجتمعات وحرية الصحافة وزيادة الوعي العام بالقضايا العالمية وارتفاع توقعات الجمهور من القطاع الخاص.
- ✓ **جيل جديد من الشراكة بين القطاع العام والخاص:** تواجه الحكومات اليوم العديد من التحديات من أجل النهوض بالرعاية الصحية والتعليم والتدريب والتصدي للمتغيرات البيئية ومحاربة الفساد والفقر. يبدو أن هناك قناعة متزايدة اليوم أن هذه التحديات لن تُعالج من دون إشراك القطاع الخاص واستكشاف مزيج بين التدخلات الحكومية والحلول المتأتمية من السوق بطرق خلاقة ومبتكرة تمكن القطاعين العام والخاص من الاطلاع بمسؤوليات أكبر لرفع تحديات تنمية رأس المال البشري وحماية البيئة وتوسيع الفرص الاقتصادية لضمان الاستدامة.

- ✓ **ظهور تحالفات الأعمال:** ظهور تحالفات لمجموعة من الشركات على المستوى الوطني أو الدولي داخل نفس القطاع أو الجغرافيا للعمل بشكل جماعي لمواجهة بعض التحديات الاجتماعية والبيئية.
- ✓ **ظهور بوادر تعاون بين الأسواق الناشئة:** أصبحت العديد من المبادرات والأساليب المبتكرة تأتي من الدول الناشئة دون التعويل على تجارب الدول الغنية. نظراً لحجم التحديات في هذه الاقتصاديات الناشئة.
- ✓ **بث ثقافة المسؤولية الاجتماعية في النظام التعليمي:** إيلاء اهتمام أكبر لدمج قضايا المسؤولية الاجتماعية في المناهج التعليمية بهدف زرع هذه الثقافة في الجيل القادم.
- ✓ **تنامي دور الإعلام:** يلعب الإعلام دوراً مهماً في بث ثقافة المسؤولية الاجتماعية في المجتمع.

## 2. مؤشر التنافسية المسؤولة

انطلق مؤشر المساءلة كمبادرة لمنظمة المساءلة (AccountAbility) لتحليل العوامل التي تعزز القدرة التنافسية المسؤولة اجتماعياً على مستوى الدول والهادفة لخلق القيمة الاقتصادية والمساءلة سنة 2002.

لقد مكن إصدار مؤشر المساءلة لسنة 2007 من تعميق فهمنا للعوامل الدافعة للتنافسية المسؤولة اعتماداً على بيانات 108 دولة تغطي 96% من الناتج المحلي العالمي تم تجميعها تحت ثلاثة مجالات هي السياسات الداعمة، وممارسات الأعمال وعوامل التمكين الاجتماعية والسياسية (انظر الشكل رقم 1).

تتصدر الدول الأوروبية ترتيب أفضل الدول في دفع التنافسية المسؤولة بالإضافة إلى هونغ كونج واليابان وكندا والولايات المتحدة واستراليا ونيوزيلندا. فيما يخص الدول العربية تصدر الإمارات العربية المتحدة الدول العربية حيث حصلت على الرتبة 29، ثم الكويت بالرتبة 42 ثم الأردن بالرتبة 50، ثم تونس بالرتبة 60 ثم مصر بالرتبة 67، ثم المغرب بالرتبة 95 وأخيراً موريتانيا بالرتبة 102. وهنا يتبين أن معامل الارتباط بين مؤشر التنافسية المسؤولة ومؤشر التنافسية الصادر عن البنك الدولي مرتفع (بحدود 0.85). مما مكن إحصائياً من التمييز بين أربعة مجموعات من الدول. وعليه هذه المقاربة توفر وسيلة لتقييم مدى تأثير التنافسية المسؤولة على تمييز كل دولة في الأسواق الخارجية. وهذه المجموعات الأربعة هي كالتالي:

شكل رقم (1): العوامل الدافعة للتنافسية المسؤولة



### ✓ الدول المبتدئة (Starters)

تتكون هذه المجموعة من 31 دولة وتضم الصين وبنغلاديش وروسيا والمغرب وموريتانيا. بالرغم من مصادقة هذه الدول على المعاهدات الدولية لكنها تتخلف في تنفيذ سياسات صحة العمال وسلامتهم وحرية التنظيم بين الشركات.

### ✓ الدول المطيعة (Compliers)

تضم هذه المجموعة 32 دولة متوسطة الدخل بالإضافة إلى الهند المصنفة ضمن الدول منخفضة الدخل وتقع دول ناشئة ضمن هذه المجموعة كالبرازيل وتركيا والمكسيك. تظهر هذه الدول تقدماً في معايير العمل والبيئة بغرض بناء قدرتها التنافسية لزيادة حصتها في السوق عن طريق سلاسل التوريد العالمية من العلامات الأكثر جودة ومراعاة للمستهلك. يبدو أن المجتمعات المدنية في هذه الدول لا تلعب دوراً فعالاً في دفع المسؤولية الاجتماعية. (تونس، الأردن، ومصر ضمن هذه المجموعة).

### ✓ الدول الداعمة (Asserters)

تتضمن 24 دولة منها الإمارات والكويت وأسبانيا وإيطاليا. تعمل هذه الدول على تأكيد واغتنام فرصها في مجال التنافسية المسؤولة. بعض هذه الدول كشيلى وجنوب أفريقيا تقوم بمشاركة فاعلة في تطوير وتعزيز المعايير الدولية بغرض الظفر يميزه تنافسية.

بالإضافة إلى ذلك فإن هذه الدول تقوم ببناء علامات تجارية وطنية انطلاقاً من مبدأ التفاعل مع القطاع الخاص بهدف جذب استثمارات أجنبية مباشرة. ويبدو في العديد من هذه الدول أن المجتمع المدني يمثل عنصراً حاسماً في دفع التنافسية المسؤولة.

### ✓ الدول المبتكرة (Innovators)

تتضمن هذه المجموعة 20 دولة أغلبها أوروبية تعمل على ترسيخ المسؤولية الاجتماعية في اقتصادياتها المحلية من خلال تشريعات خاصة، استراتيجيات للمسؤولية الاجتماعية الشركات بالإضافة إلى فعالية عمل المنظمات الغير حكومية والأعلام ومنظمات المستهلكين.

بالإضافة فإن هذه الاقتصاديات القائمة على المعرفة والابتكار تعول على مرونة العمل والثقة العالية في القطاع العام والخاص والاهتمام بالشركات الصغيرة والمتوسطة والكبيرة. فلم تعد التنافسية المسؤولة مجرد إضافة في هذه الدول بل تحولت إلى عنصر أساسي في عملية تطوير الاقتصاد من أجل تحقيق استدامته.

## ثالثاً: الأيزو 26000

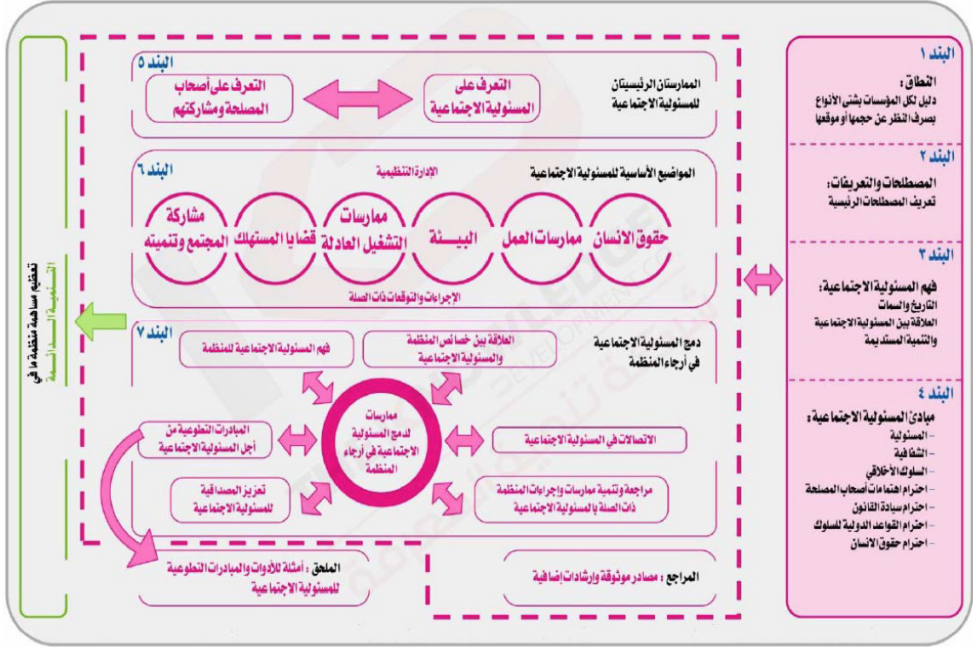
هو نتاج لمجموعة عمل ضمت ممثلين عن 99 دولة متقدمة ونامية (منها 13 دولة عربية هي البحرين ومصر والكويت ولبنان وتونس وليبيا المغرب وعمان وفلسطين وقطر والسعودية وسوريا والإمارات) وضعت مبادئ توجيهية تنص على المسؤولية الاجتماعية (مفاهيم وطرق وتقييم). هذه المبادرة هي ليست شهادة بل عبارة عن مواصفة دولية تعطي إرشادات حول المسؤولية الاجتماعية على أن تُساعد القطاعين العام والخاص في الدول المتقدمة والنامية على حد السواء في جهودهم الرامية للتعاون بأسلوب مسؤول اجتماعياً نظراً للوعي المتزايد من قبل أصحاب المصلحة بأهمية السلوك المسؤول اجتماعياً وبيئياً في التنمية المستدامة، انعكاساً لتزايد الاعتراف بضرورة ضمان النظم الأيكولوجية السليمة والعدالة الاجتماعية والحكم الرشيد للمنظمات.

ويقدم أيزو 26000 من 2010 توجيهات لكل المنظمات بغض النظر عن حجمها ونشاطها وموقعها بخصوص (انظر الشكل رقم 2):

- ✓ المفاهيم والمصطلحات والتعريفات المتصلة بالمسؤولية الاجتماعية.
- ✓ خلفية واتجاهات وخصائص المسؤولية الاجتماعية.
- ✓ المبادئ والممارسات.
- ✓ المواضيع والقضايا الأساسية.
- ✓ دمج وتنفيذ وتعزيز السلوك المسؤول في المنظمة من خلال ممارساتها وسياساتها.
- ✓ تحديد أصحاب المصلحة والتعامل معهم.
- ✓ تبادل الالتزامات والأداء والمعلومات.

وتهدف هذه التوجيهات إلى توفير إطار لاتخاذ خطوات منظمة من قبل الشركات لدراسة أكثر عمقاً وشمولاً للمسؤولية الاجتماعية لدفع هذه الشركات لوضع ما تبذله من جهود اجتماعية وبيئية بشكل منظم وتقييم التقدم المحرز بغرض تعظيم آثار هذه الجهود على أصحاب المصلحة والمجتمع ككل. ويُعتقد أن إدراك الشركات للمسؤولية الاجتماعية قد يؤدي إلى اكتساب ميزة تنافسية من خلال القدرة على اجتذاب الزبائن والعملاء والمستخدمين أو من خلال زيادة الإنتاجية المترتبة على زيادة معنويات الموظفين والتزامهم تجاه الشركة. بالإضافة فقد تعمل المسؤولية الاجتماعية على تحسين سمعة الشركة خاصة في أعين المستثمرين والجهات الراعية والمانحة والمجتمع المالي، ويكون ذلك من خلال مؤشرات الأسواق المالية التي تدمج الممارسات الاجتماعية للشركات. حيث تهدف

شكل رقم (2): لمحة تخطيطية للأيزو 26000



المصدر: www.iso.org

هذه المؤشرات لوضع معايير جديدة لتحسين الكشف عن ممارسات الشركات الاجتماعية والبيئية بأمل تحسين هذه الممارسات ودفع الحوكمة الرشيدة بين الشركات المدرجة أولاً والغير مدرجة فيما بعد. هذا ويجدر التذكير بأن مثل هذه المؤشرات انتشرت أولاً في الولايات المتحدة من خلال مؤشر داوجونز للاستدامة في سنة 1999، ثم بدأ صندوق كاليفيرت (Calvert Fund) في نشر مؤشر المسؤولية الاجتماعية في سنة 2000 ثم نشرت مجموعة FTSE مؤشر FTSE4Good.

كذلك قامت بعض الدول النامية بإصدار مؤشرات سوقية تعني برصد الأنشطة الاجتماعية للشركات المدرجة. نذكر على سبيل المثال S&P-EGX.ESG وهو مؤشر مصري تم بعثه في 2010 كتنتاج لعمل مشترك بين برنامج الأمم المتحدة للتنمية UNDP ووزارة الاستثمار. ويعد هذا المؤشر الأول من نوعه في المنطقة العربية بعد نجاح مؤشرات مماثلة في ماليزيا منذ 2007 والهند منذ 2008 على سبيل المثال.

وفي هذا الإطار تجدر الإشارة إلى أن 66 دولة أعلنت قبولها بمبادرة ISO26000 في سبتمبر 2011 من بينها 25 دولة أوروبية ودول عربية هي الإمارات والسعودية والكويت ومصر والجزائر.



## رابعاً: تطور المسؤولية الاجتماعية في بعض الدول النامية: حالة الهند وتركيا

### 1. التجربة الهندية<sup>(2)</sup>

تطور مفهوم ومحتوى المسؤولية الاجتماعية للشركات في الهند من خلال أربعة مراحل أساسية. أولها اعتبار المسؤولية الاجتماعية للشركات عمل خيري تطوعي دوافعه دينية وثقافية. وتشمل هذه المرحلة الأولى فترة ما قبل التصنيع التي استمرت إلى حدود 1850، حيث يتقاسم التجار الأثرياء جزءاً من ثروتهم مع المجتمع من خلال إقامة المعابد والمساعدات الغذائية خاصة خلال المجاعات والأوبئة.

أما المرحلة الثانية فقد كانت أثناء حركة الاستقلال وتحت تأثير غاندي حيث ازدادت الضغوطات على الصناعيين من أجل العمل لبناء الوطن اجتماعياً واقتصادياً. ثم تأسست آنذاك الشركات لصناديق المدارس والآليات لتوفير التدريب والمؤسسات العلمية تناغماً مع الإصلاحات التي سعى لها غاندي من إلغاء النبذ وتمكين المرأة والتنمية الريفية. أما المرحلة الثالثة التي اتسمت بتدخل أكبر للدولة من خلال مشاريع القطاع العام والقوانين المتعلقة بمعايير العمل والبيئة، حيث انحسرت آثار القطاع الخاص الاجتماعية. وقد أدت سياسات الترخيص الصناعية والضرائب العالية إلى ممارسات خاطئة دفعت القطاع العام فيما بعد إلى سن تشريعات تهدف لدفع الحوكمة الرشيدة في إدارة الشركات وضمان التوزيع العادل للموارد. ولكن ضعف فعالية هذه السياسة أدت في سنة 1965 إلى المطالبة بتحقيق المصالحة بين القطاعين الخاص والعام وإحياء دور القطاع الخاص في اضطلاعهم بمسؤولياته الاجتماعية من خلال التأكيد على الشفافية والمساءلة الاجتماعية.

ومنذ الثمانينات دخلت المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص مرحلتها الرابعة حيث بدأت الشركات الهندية في التخلي عن أنماط المشاركة التقليدية ودمج المسؤولية الاجتماعية في استراتيجية الأعمال، وزادت وتيرة استعداد وقدرة الشركات الهندية على الإسهام في القضايا الاجتماعية منذ 1990 مع انخراط الهند في العولمة الاقتصادية والتحرر التجاري وتحول هدف المسؤولية الاجتماعية إلى تعظيم تأثير الشركة على أصحاب المصلحة وعلى المجتمع عموماً، حيث تزايدت برامج وممارسات عدد كبير من الشركات الهندية اعتقاداً بأن مسؤوليتها الاجتماعية هي أكبر من مجرد نفقات غير مباشرة ولكن تهدف لحماية سمعتها وتبدي نواياها الحسنة وتزيد في قدرتها التنافسية.

ولهذه الشركات فرق مختصة في تطوير المسؤولية الاجتماعية من خلال سياسات واستراتيجيات وأهداف وتخصيص ميزانيات تُعبر عن أسلوب أكثر شمولاً للتنمية تستهدف البنية التحتية والتعليم والرعاية الصحية وغيرها.

ونتطرق فيما يلي لدراسة الممارسات الاجتماعية لبعض الشركات الهندية.

### ✓ **بنك أي سي سي (ICICI Bank Ltd)**

تعمل مجموعة المبادرات الاجتماعية من بنك أي سي سي على بناء قدرة أفقر الفقراء على المشاركة في الاقتصاد. تقوم المجموعة بتحديد ودعم المبادرات الرامية إلى كسر حلقة سوء الصحة والتغذية بين الأجيال عن طريق ضمان التعليم الأساسي في مرحلة الطفولة وصولاً إلى الخدمات المالية الأساسية كالقروض الصغرى كما تعمل هذه المجموعة على فهم النظم القائمة بغرض تحديد المعارف الحاسمة والثغرات في الممارسات. حيث تقوم المجموعة بدراسة المبادرات الناجمة من حيث الكلفة والقابلية للتطوير بالتعاون مع وكالات بحثية ومنظمات غير حكومية والشركات والدوائر الحكومية وأصحاب المصلحة المحليين والمنظمات الدولية.

### ✓ **دلميا للإسمنت (Dalmia Cement)**

تعتمد القرى المحيطة بمصنع دلميا للإسمنت على الأمطار مما يدفع النساء للتعامل لمسافات طويلة للبحث على المياه خاصة في فصل الصيف. من هنا قامت الشركة بعد مناقشة المسألة مع شيوخ القرى والسلطات الحكومية المعنية بتوفير المياه عن طريق حفر آبار عميقة (45 بئر إلى حد الآن) وتوفير خزانات مياه. بالإضافة إلى أن الشركات تقوم الشركة بجمع مياه الأمطار وتخزينها وتوزيعها فيما بعد على الأهالي. وأخيراً قامت الشركة بزراعة أكثر من 44000 شجرة على مدى ثماني سنوات مما ساعد على تحسين البيئة بشكل ملحوظ.

### ✓ **الشركة الهندية للألنيوم**

بدأ مشروع تمكين المرأة من قبل اندل موري (Indal Muri) في بهار خاند حيث تدير الشركة محطة لتكرير الألومينا بالتعاون مع إحدى المنظمات الغير حكومية. ويحاول هذا المشروع التصدي للظروف الاقتصادية والاجتماعية المتردية جداً في المناطق الريفية والقليلة في سيلبي الناجمة أساساً من انخفاض إنتاجية الزراعة وانخفاض الدخل وتردي الخدمات الصحية خاصة رعاية الطفل.

ساعد المشروع على بعث 100 جماعة مساعدة ذاتية حتى الآن، والتي تعمل بنظام تشغيل بأفراد مدرسين في مختلف المهارات المهنية المدرة للدخل والأساليب الزراعية الهادفة لتحسين المحاصيل ومبادرات الرعاية الصحية. وتم مساعدة 2000 امرأة في خلال هذه الأنشطة مما ساعدهن على تحسين نوعية حياة أسرهن.

### ✓ **شركة لارسن أندتوبرو (Larsen & Toubro Ltd)**

على اعتبار أن قطاع البناء والتشييد هو ثاني أكبر مشغل في الهند بعد الزراعة (حوالي 32 مليون عامل) ، عملت هذه الشركة على تنظيم وتعزيز التدريب المهني للبناء من خلال إقامة معهد لمهارات البناء على أرض مساحتها 5.5 فدان على مقربة من مقر الشركة في منباكام (Manapakkam) تشيناي. يقوم هذا المعهد بتعليم مهارات في صب الخرسانة والنجارة والبناء والسباكة والصرف الصحي والأعمال الكهربائية مجاناً لمجموعة واسعة من فقراء المناطق الريفية. ونتيجة لنجاح هذه التجربة تم افتتاح فرع ثاني في بانفال، مامباي (Panval, Mambai). حيث يقوم الفرعين بتدريب 300 مرشح سنوياً. وقد أسفرت هذه العملية إلى تدريب 2000 عامل إلى حد الآن تم نشر 60% منهم في مواقع بناء للشركة.

وقد بينت هذه التجربة إن اعتماد تقنيات تدريب منهجي موجه يعزز الكفاءة والمهارة وفي وقت قصير تمكن هؤلاء الشباب من الانخراط بنجاحة في العملية الاقتصادية.

### ✓ شركة 3M

لهذه الشركة العالمية أربعة مصانع في الهند تتميز كلها بشهادة الأيزو 14001 لنظام الإدارة البيئية. من مبادئ الاستدامة البيئية للشركة التزام الشركة قبل اطلاق أي منتج القيام بعملية تسمى إدارة دورة الحياة الذي تتناول جوانب السلامة والمخاطر البيئية للمنتج من الإنتاج إلى التخلص من المنتج بعد الاستخدام.

بالإضافة لذلك فإن الشركة تقوم بدراسة أي قطعة أرض تقوم باقتنائها والقيام باختبارات لعينات من التربة والنباتات للمحافظة على البيئة. ويقترن هذا النشاط مع زراعة شتلات الأشجار وتعزيز الوعي بحماية البيئة بين موظفيها من خلال معارض مثلاً وزيادة وعي الموظفين فيما يتعلق بإعادة التدوير والاستخدام وتنظيم جوائز للمشاريع المبتكرة في مجالات حماية البيئة والسلامة البيئية. وبذلت الشركة استثمارات كبيرة لبعث مركز تثبيت المؤكسد الحراري لحرق الأجهزة العضوية الملوثة بالإضافة إلى مصنع لمعالجة مياه الصرف الصحي الخاصة بها وإعادة استغلالها لأغراض البستنة والاحتياجات المتنوعة الأخرى. كذلك قامت الشركة التزاماً بمبادرة بيئية عالمية بشراء معدات لحام تحمي الموظف والبيئة على حد سواء.

وأخيراً، يجدر الذكر أن لهذه الشركة عدد من الأنشطة الاجتماعية للموظفين مثل المنح التعليمية للأطفال والقروض والجمعيات الخيرية والنوادي لتعزيز التفاعل الاجتماعي بين الموظفين.

تصدرت هذه الشركة ترتيب موقع كرميوخ (Kormayog CSR Ratings) للمسؤولية الاجتماعية لسنة 2009، حيث يقوم هذا الموقع بتصنيف وتحليل النشاطات الاجتماعية للشركات الهندية.

## 2. التجربة التركية<sup>(3)</sup>

يعود العمل الخيري في تركيا إلى العهد العثماني حيث كانت مؤسسة الوقف أول آلية مؤسسية لتوفير الخدمات الخيرية كالتعليم والصحة والضمان الاجتماعي. اليوم ترتبط أغلب التكتلات الاقتصادية العائلية بأوقاف ما يعني أن الطلب المجتمعي من هذه الشركات الكبرى يتشكل ضمن هذه الفلسفة التاريخية للأوقاف من خلال التبرعات والأنشطة الخيرية.

ومع بداية تحرير الاقتصاد في بداية الثمانينات اتخذت تركيا خطوات هامة بغرض دمج تركيا مع الدول المتقدمة والأوروبية من خلال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مما ولد تحديات جديدة تتعلق عموماً بالتنافسية التي حالت دون قيام شركات القطاع الخاص بمسؤولياتها الاجتماعية نظراً للضغوطات الخارجية المتعلقة بالأسعار والربحية.

أما في العقدين الأخيرين فقد تراجع دور القطاع العام إلى أقل من 20% من الناتج المحلي الإجمالي في السنوات الأخيرة، واستقر معدل التضخم ونسبة النمو بـ 5% مما خلق مناخ ملائم لتسارع مساهمة القطاع الخاص في القضايا الاجتماعية.

وزاد انخراط تركيا المتزايد في المنظمات والهيئات والأحداث والحملات الدولية من الوعي العام في البلاد بالمسؤولية الاجتماعية للشركات. فقد لعب مؤتمر الأمم المتحدة لحقوق الإنسان الذي عقد في اسطنبول سنة 1996 دوراً مهماً في تمكين المواطنين من مناقشة المسائل المتعلقة بالقضاء على الفقر والتمييز وتعزيز وحماية حقوق الإنسان والحريات الأساسية وتوفير الاحتياجات الأساسية مثل الغذاء والصحة والرعاية والتعليم. مما خلق فضاءاً لمناقشة القضايا المتعلقة بالتنمية المستدامة.

إضافة إلى أن فشل الحكومة في التعامل مع زلزال 1999 خلق الحاجة إلى التعبئة المدنية في عمليات البحث والإنقاذ والبناء وأصبحت مؤسسة البحث والإنقاذ الغير حكومية تحضي بثقة كبيرة إلى جانب المؤسسة العسكرية. هذه المحنة خلقت قناعة عريضة مفادها الحاجة للنضال من أجل تحقيق التنمية. ثم خلقت الأزمة الاقتصادية لسنة 2001 تراجعاً بنسبة 7.5% للناتج المحلي الإجمالي مما أفرز تسريح الآلاف من المواطنين خاصة في القطاع المصرفي وافلاس العديد من الشركات الصغيرة والمتوسطة مما أبرز الحاجة الماسة للمضي قدماً في تركيز قضايا الحوكمة والشفافية والمساءلة الأمر الذي دفع الحكومة لاتخاذ اجراءات وتشريعات مستوحاة من الاتحاد الأوروبي هدفها المزيد

من المشاركة المجتمعية. من ذلك علي سبيل المثال فقد بعثت الجمعية التركية للمسؤولية الاجتماعية للشركات التي تعمل على بث ثقافة المسؤولية الاجتماعية من جلال البحث والتدريب والتوعية.

وفيما يلي يتطرق لدراسة الممارسات الاجتماعية لبعض الشركات التركية.

#### ✓ شركة اكسبي لورق الحرير (Exbii)

وفق وزارة الصحة التركية فإن ما يقرب من 589 ألف شخص تعرضوا على مدى العقد الماضي لأمراض ناجمة عن قلة النظافة الشخصية وعن قلة استخدام ورق التواليت. حيث يبلغ متوسط الاستهلاك السنوي للشخص من ورق التواليت 580غ ما يمثل 8% فقط من متوسط الاستهلاك الأوروبي للشخص الذي يبلغ 6.9 كلغ. في هذا الصدد اعتمدت هذه الشركة الرائدة في السوق التركي دورات للنظافة الشخصية للأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين 7 و 11 سنة خلال الست سنوات الأخيرة. وتهدف هذه الحملة للمساهمة في تحقيق حصة أفضل وتحسين جودة الحياة من خلال تعليم الأطفال أساسيات النظافة الشخصية في جميع أنحاء البلاد. كما يهدف هذا المشروع في زيادة مستوى استهلاك ورق التواليت على المدى البعيد مما يُحقق للشركة فرصة حقيقية لزيادة حجم أعمالها وأرباحها. بهذه الطريقة يُوفر المشروع المنفعة المتبادلة لجميع الأطراف.

#### ✓ شركة نسجت للغزل والنسيج (Sunjut)

تقوم هذه الشركة بإنتاج المنسوجات التقنية من سنة 1968 إلى أن قررت الإدارة تعزيز وضعها في السوق المحلية والأجنبية عن طريق إنتاج جزء من الطاقة الكهربائية بواسطة الرياح. وقد حصل هذا المشروع على جائزة يورسولر على فئة "مستخدمي مصادر الطاقة المتجددة". ويعتبر هذا المشروع الأول من نوعه في تركيا في القطاع الخاص. حيث يولد هذا المشروع 1.2 ميغاواط وتغطي معظم مُتطلبات الشركة من الكهرباء. وقد مكن هذا المشروع الريادي من حل العديد من العقبات البيروقراطية المتعددة الجوانب مما يرجع بالنفع على بقية الشركات الطامحة لتكريز مولدات مشابهة.

#### ✓ مجموعة كوس (Koc)

يهدف مشروع منصة المعلومات الخضراء المبتكرة من شركات تابعة لمجموعة كوس إلى خلق الوعي البيئي في المجتمع التركي وأصحاب المصلحة على وجه الخصوص لجعل الاستهلاك قابل للتدوير صديق للبيئة حيث يتم جمع النفايات في سلال موضوعة في الجامعات والمباني وإعادة تدويرها للحد من التأثير على البيئة.

وقد التزم كل العاملين في هذه المجموعة بدستور المعلومات الخضراء الذي يعرف العلاقة بالبيئة. كذلك تبث المعلومات الخضراء من خلال أجهزة الاتصالات الحديثة مثل الأياد للحفاظ على تدفق المعلومات المتعلقة بالبيئة ورفع الوعي البيئي في تركيا.

ومن بين الأنشطة المدرجة تحت شعار "دعونا نغير عاداتنا لا المناخ" يتم استهداف الأطفال بسن 10 سنوات من خلال الرسم بالاشتراك مع طلاب جامعيين من قسم التصوير في جامعة الفنون التشكيلية. كذلك يتم العناية ببث الوعي بحرائق الغابات بالشراكة مع منظمات غير حكومية من أجل اتخاذ التدابير اللازمة وزيادة حساسية الشركات ذات الصلة والمجتمع بحرائق الغابات قبل وقوعها.

## خامساً: دراسة حالات من واقع بعض الشركات الخاصة

### 1. نموذج قرامين-دانون في بنغلاديش، (Grameene-Donone)

في 2007 قامت شركة دانون وبنك قرامين بصنع زبادي من حليب الأبقار المحلية ومقتطفات من التمور مخضب مع فيتامينات تم تسويقه بسعر منخفض جداً بحدود 0.06 يورو. ويهدف هذا الزبادي لتلبية حاجيات عدد كبير من المستهلكين المحتملين الواقفين في الفقر المدقع.

وقد أحرز هذا المنتج نجاحاً يفوق التوقع. وتقع أهمية هذا المشروع في توفيقه بين الربحية من جهة والمسؤولية الاجتماعية مُعتمداً على قدرته في الابتكار على صعيدين. أولاً في القدرة على صنع منتج غني غذائياً وبسعر بخس، وثانياً، على صعيد سلسلة الإنتاج التي تعتمد على موظفين وموردين وعملاء وموزعين محليين أساساً من السيدات يُحقق إطار متوازن ومُستدام بما أنه يُحقق هامش للربح لكل حلقة في سلسلة الإنتاج والتوزيع. وتبدو عملية الإنتاج والتوزيع مُرتبطة ببقية نشاطات بنك قرامين حيث يحصل هؤلاء على قروض صفرى لبعث مزارع صغيرة لإنتاج الحليب ودبس التمور والسكر وغيرها، حيث تضمن الشركة أسعار ثابتة ونقل خبرات دانون في مجال تحسين نوعية الإنتاج وكذلك الحال بالنسبة للتوزيع. ولعبت المنظمة الغير حكومية (GAIN) دوراً هاماً في إجراء البحوث لتحديد أوجه القصور في الفيتامينات والمعادن لدى هؤلاء الفقراء وخاصة الأطفال.

ويتم الاعتماد على الطاقة المتجددة من خلال استغلال المياه الساخنة عن طريق الطاقة الشمسية. ويتم استرداد مياه الأمطار، ويتم إنتاج الأواني من نشاء الذرة والقابلة للتحلل كلياً.

### 2. تجربة هيونداي موتور في كوريا

تحدد هذه الشركة مسؤوليتها الاجتماعية بثلاث مجالات هي التنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية. اقتصادياً تبحث الشركة عن خلق فرص عمل وتوليد أرباح واجتماعياً تبحث الشركة عن ربط

علاقات مع الجهات المعنية كالمجتمعات المحلية وأخيراً يشمل الجانب البيئي التزام الشركة بالحفاظ على البيئة. لذلك تركز الشركة على التعاون بين جميع أصحاب المصلحة وهم المساهمين والمستثمرين والموظفين والعملاء والموردين والحكومات والمجتمعات المحلية.

ضمن أنشطة الشركة بعثت مشروع "منطقة هيونداي الخضراء" الذي يهدف لمكافحة التصحر واستعادة النظام البيئي للمنطقة بهدف المساهمة في حماية البيئة كعنصر أساسي في بيئة الأعمال وخلق القيمة من خلال إدارة استباقية للبيئة.

ويتمثل هذا المشروع في تحويل جزء من الصحراء الصينية إلى حقول خضراء بحلول 2012 بزراعة منطقة مساحتها 250 كلم يبعد 650 كلم عن بيكين في صحراء الصين ومنغوليا الداخلية. في هذه المنطقة تنطلق العواصف الصفراء التي تؤثر على الصين والكوريتين. وعن طريق زرع نباتات محلية تروجو الشركة إحياء النظام البيئي للمنطقة مما يعمل فيما بعد على تخفيض سرعة الرياح والعواصف بمثابة حاجز طبيعي ضد العواصف. وترى شركة هيونداي أن قضايا البيئة ليست محصورة ضمن حدود كوريا الجنوبية بل ينبغي النظر لها كظواهر إقليمية أو عالمية وتأخذ هذه المبادرة شكل شراكة بين القطاع العام والخاص حيث تتفاد جهود هيونداي مع الاتحاد الكوري للبيئة والحكومة المركزية الصينية وحكومة منغوليا الداخلية بالإضافة إلى منظمة غير حكومية محلية. وهذا يترجم الشعار الذي ترفعه هيونداي "مواطنة الشركة العالمية" الذي يعبر عن رغبة هذه الشركة في التطور بالتوازي مع المجتمعات المحلية.

بالرغم من صعوبة تقدير الآثار المترتبة عن هذا المشروع، إلا أن عملية التشجير تعتبر وسيلة فعالة لمحاربة التصحر وحماية التربة من الشمس مما قد يولد بيئة ملائمة لنمو نباتات أخرى مما يزيد من فعالية المشروع في مقاومة التصحر والرياح الرملية.

كذلك تبدو مسألة الاستدامة مطروحة بافتراض عدم قدرة هذه النباتات على العيش في ظل هذه الطبيعة الصحراوية مما يستدعي تدخل بشري من خلال شبكة للري.

### 3. صناعة الزهور المقطوفة في كينيا

هذه الصناعة تمثل القطاع الأعلى نمواً في الاقتصاد الكيني وتحتل الرتبة الثالثة من حيث عائدات النقد الأجنبي. وقد أثبتت الضغوطات العمالية ومن طرف المشتريين الأوروبيين نجاعتها في دفع المسؤولية الاجتماعية والبيئية لهذا القطاع، حيث بعث منتجوا هذه الزهور "بهية زهرة كينيا" سنة 1997. تبنت الشركات المؤسسة لهذه الهيئة قواعد ممارسة بالإضافة إلى قواعد الممارسة التسع

المنصوص عليها في مبادرة التجارة الأخلاقية. بالإضافة أصبحت هذه الشركات خاضعة للجنة البرلمانية المعنية بالزراعة والأراضي والموارد الطبيعية في كينيا مما يظهر التزاماً قوياً بمسؤوليتها الاجتماعية.

شركة هوم قرون على سبيل المثال تقدم لعمالها 5000 سكن مجاني مع الكهرباء والماء ودار حضانة ومدرسة ابتدائية مجهزة بأجهزة كمبيوتر ومشفى بطاقة 55 سريراً. وفق تقديرات الشركة فإن هذه الآليات مكنت الشركة من التماشي مع المعايير الأوروبية الصارمة ولكن والأهم زيادة هامة في الإنتاجية والأرباح نظراً لما توفره من رعاية لعمالها.

#### 4. شركة سومام بالجزائر (Soummam)

قامت هذه الشركة باستيراد 2000 بقرة حلوب من هولندا بهدف توزيع 15 إلى 60 بقرة على كل مزارع متعاقد على امتداد ثلاث ولايات إلى حد الآن. حيث يلتزم كل مزارع بدفع ثمن الأبقار عن طريق كميات الحليب التي تنتجها هذه الأبقار والتي تباع كلياً إلى الشركة لمدة خمسة سنوات حيث تدفع الشركة فقط 75% من ثمن الحليب للمزارع وتعمل 25% الباقية على سداد ثمن البقرة. بالإضافة يلتزم هذا المزارع ببيع الأبقار المتأتمية من التوالد إلى الشركة في حين يسمح له بالاحتفاظ بالعجول. مما يسمح للشركة بتكوين حضانة للأبقار تهدف لتأقلم هذه الأبقار أكثر مع طبيعة الجزائر من ثم يتيح إنتاج أكثر كميات من الحليب، على أن يتم بطبيعة الحال توزيعها على مزارعين جدد.

وتقوم الشركة بجمع الحليب يومياً وإدماجه في عملية إنتاج مشتقاتها من الألبان. ويذكر أن هذه الشركة لها حصة الأسد في السوق الجزائرية (45%) مع شدة منافسة بعض الشركات على رأسها دانون. كذلك يهدف هذا المشروع لدفع إنتاج الحليب في الجزائر والحد من الاستيراد على المدى الطويل. من ضمن الشروط العامة لضمان نجاح العملية الإنتاجية ضمان هكتارين من الأراضي لكل بقرة ومباني مطابقة للمعايير والتقيد الصارم بجملة من المبادئ الأخلاقية.

#### 5. نوفوزيمس في موزنبيق (Novozimes)

هو نموذج عمل متكامل لتوفير وقود الطبخ النظيف في المدن الكبرى الأفريقية جنوب الصحراء. تعمل هذه الشركة الرائدة في الابتكارات الحيوية من 2008 على استكشاف الفرص التجارية حيث أشارت الدراسات فرصاً متاحة لتطوير الزراعة المستدامة لزيادة إنتاج الغذاء فضلاً عن إنتاج المواد الخام المستخدمة في إنتاج الايثانول ليحل محل الفحم كوقود طبخ في المناطق الحضرية.



ويمثل استبدال الفحم بالأيثانول بأسعار معقولة فوائدها عديدة منها أن تلوث الهواء الناجم عن الفحم يتسبب في مليوني حالة وفاة سنوياً بالإضافة إلى ملايين الإصابات الأخرى معظم نساء وأطفال صغار. بالإضافة ما يقرب من ثلث غابات أفريقيا قد تم تدميرها لإنتاج الفحم النباتي مما يجرّد القارة من التنوع البيولوجي الحيوي.

في عام 2009 أسفرت الشراكة بين نوفوزيمس وكليستار فانتشور (CleanStar Ventures) دراسات جدوى مشتركة في موزامبيق من أجل دفع التنمية الاجتماعية وإصلاح البيئة وأظهرت هذه الدراسات فرصاً لمشاريع مربحة للغاية وقابلة للاستدامة والتي يمكن تكرارها في مدن أفريقية أخرى. وتم تطبيق هذا المشروع في 2010 بمساعدة المزارعين المحليين من أصحاب الحيازات الصغيرة في سوفاলা بتطبيق نظام الزراعة المختلطة بالغابات التصالحية بيئياً على أرضهم. من ثم يستفيد المزارعون من زيادة الإنتاج الغذائي لاستخدامهم الخاص مما يحسن بشكل كبير تغذية الأسرة. ويعرض فائض الإنتاج على الشركة مما يساهم في زيادة دخل هذه الأسر بحوالي 300%. تقوم الشركة ببيع مجموعة من المنتجات الغذائية فضلاً عن وقود الأيثانول في المناطق الحضرية لاسيما في مابوتو. بحلول 2014 سيشمل هذا المشروع 3000 مزارع وأكثر من 6000 هكتار مما يوفر 20% من أسر مابوتو بالوقود النظيف بأسعار تنافسية مما يساعد على حماية 4000 هكتار من الغابات الأصلية في السنة. يعمل هذا المشروع بفضل شراكة مع مجموعة الهندسة ICM المزودة بمصنع إنتاج الأيثانول وبالإضافة إلى بنك ميريل لينش الذي ساعد في تمويل المشروع الذي يهدف إلى تقديم البرهان على نجاح هذا المشروع وقابلية تكراره في العديد من المدن الأفريقية الأخرى.

## 6. شركة داو للكيماويات (Dow Chemical Company)

تتخصص هذه الشركة في تصنيع مواد كيماوية مبتكرة ومنتجات بلاستيكية وزراعية. تتطلب منشآتها في ترنيزن (Ternenzen) بهولندا كميات كبيرة من المياه العذبة التي يتوجب جلبها من مسافة 100 كلم. لذلك كانت هذه الشركة في حاجة للحد من المخاطر التجارية المرتبطة بندرة المياه المتزايدة وزيادة تكاليفها. لذا عملت هذه الشركة على تطوير نظام لاستخدام مياه الصرف الصحي المنزلي جنباً إلى جنب مع شركاء إقليميين بالإضافة إلى هيئة المياه الإقليمية. من 2007 تجمع هذه الشركة مياه الصرف التي كانت تسكب في النهر مباشرة وإعادة استخدامها مرتين أولاً لإنتاج البخار في المصانع مرة أخرى في أبراج التبريد قبل إطلاقه في الغلاف الجوي كبخار. من 2007 تقبل المنشأة أكثر من 9.9 مليون لتر يومياً من مياه الصرف الصحي المنزلية. من ثم استطاعت المنشأة تخفيض استخدامها للمياه العذبة.

والفلسفة الكامنة وراء هذا المشروع هو أن المياه العذبة ينبغي أن تكون متاحة للمياه الصالحة للشرب وعلى الصناعة إيجاد طرق مبتكرة لإعادة استخدامها مرات عدة. من فوائد هذه الطريقة أنه تمكن تنقية المياه المستخدمة تحت ضغط أقل من المياه المالحة مما يحتاج 65% أقل طاقة وبالتالي 500 طن من ثاني أكسيد الكربون أقل سنوي ويمكن من استخدام كل لتر من المياه ثلاثة مرات عوض مرة واحدة.

### سادساً: حقيقة المسؤولية الاجتماعية لبعض الشركات

يُلاقي تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات شعبيةً متزايدة لما يحمله من معاني للالتزام رجال الأعمال للعمل بشكل أخلاقي والمساهمة في التنمية الاقتصادية وتحسين نوعية الحياة للقوى العاملة وعائلاتهم. وكذلك المجتمع المحلي والمجتمع ككل. وبالرغم من ارتباط هذا المفهوم أساساً بالأعمال الخيرية إلا أن المسؤولية الاجتماعية تأخذ أشكالاً عديدة كتوزيع الجوائز الدعائية واعتماد مدونات سلوك تطوعية والالتزام بتقديم تقارير عن الآثار الاجتماعية والبيئية والانخراط في حوار مع أصحاب المصلحة والحديث.

وقد قام مركز مراقبة الموارد بآسيا (Asia Monitor Resource Centre) بالعمل على فهم حقيقة آثار المسؤولية الاجتماعية للشركات على العمال ونشرت نتائجها في بحث عنوانه ” واقع المسؤولية الاجتماعية للشركات: دراسة حالة من الصين وكوريا الجنوبية والهند وأندونيسيا“.

وتخلص هذه الورقة إلى أن انجذاب منظمات العمل والناشطين في آسيا إلى مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات قد يسيء إلى وضعية وحقوق العاملين مقارنة بما تضمنه نقابات العمال وغيرها من أشكال العمال المنظمة من دفع مستدام لظروف العمل في آسيا.

من ذلك مثلاً أن قواعد السلوك للشركات تؤدي إلى خصخصة قانون العمل ويشجع على تنظيم ذاتي لأماكن العمل في محاولة لإقناع العمال والحكومات أن المعايير التطوعية للشركات هي أفضل من قوانين العمل والمعايير البيئية السائدة المخترقة عادة.

بالإضافة هناك فجوة بين الشركات الموجهة للسوق المحلية والشركات الموجهة للسوق العالمية من حيث المطالب والضعفوات للاضطلاع بمسؤوليتها الاجتماعية والبيئية. هذا ما يفسر تميز الشركات المصدرة في استجابتها لمسؤولياتها الاجتماعية لوقوعها تحت ضغوطات المنظمات الدولية والأسواق العالمية.

في كوريا الجنوبية على سبيل المثال يبدو أن جل أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات تقع في شكل عمل خيري. في عام 2008 قدمت أكبر 100 شركة كورية حوالي 24 مليون دولار مقابل 7 مليون دولار فقط سنة 2006 بالرغم من الأزمة المالية والاقتصادية. في عام 2009 قدمت أكبر 500 شركة ما يقارب 4.7% من أرباحها في صورة مساهمات خيرية، على قدم المساواة مع العديد من الدول المتقدمة في هذا المجال.

ولكن هذه التبرعات الخيرية تشمل في أحياناً عديدة رعاية الألعاب الرياضية، مع أحداث أخرى ووظائف العلاقات العامة. كذلك تشمل التبرعات التي يقوم بها موظفوها خلال حملات التبرع. ويشتهر في أن عدد من هذه الشركات تقوم باستغلال هذه التبرعات الخيرية لتقديم صورة مسؤولة أخلاقياً واجتماعياً وتحويل الأنظار عن تحقيقات الفساد وتفشي وظائف منخفضة الأجر وفرص عمل غير مستقرة.

كذلك تقوم الشركات الكورية بالتركيز على "الإدارة الخضراء" للمسؤولية الاجتماعية امتثالاً لنهج المحافظين بدفع صورة كوريا كبطل للبيئة من خلال دعم منتجات جديدة صديقة للبيئة والاعتماد على مصادر للطاقة البديلة. في حين تجد المنظمات البيئية الكورية أن سياسة النمو الأخضر التي تعتمد مثلاً على الاعتماد على الطاقة النووية وتصديرها وبناء محطات الطاقة النووية والسدود والممرات المائية تضر بالبيئة ولا تمثل إلا استراتيجية لتسويق كوريا ومكانتها الرأسمالية وهذا ما يفسر ثناء وسائل الإعلام الرئيسية. وترى منظمات المجتمع المدني ضعف الشركات الكورية في مجال حقوق الإنسان والعمل.

### مثال : شركة سامسونج

يشيد العديد بزيادة سامسونج في مجال المسؤولية الاجتماعية، حيث تم بناء هذه الشركة على فلسفة "وطنية العمل" والتي تحتوي على كافة أخلاقيات المسؤولية الاجتماعية. منذ 1960 اعتمدت سامسونج على الانخراط في النشاطات الخيرية بغرض تعزيز سمعتها بالإضافة إلى فلسفة إدارية تقوم على أساس احترام المستهلكين والموظفين والمساهمين. بالإضافة تقوم بنشر تقارير استدامة لامعة مستمدة من المبادئ التوجيهية للمسؤولية الاجتماعية الدولية.

وقد ساهمت الحكومة الكورية وعديد المنظمات غير حكومية ومجتمع الأعمال في تلميع صورة سامسونج من خلال العديد من الجوائز لحسن الإدارة والممارسات الاجتماعية. وتقوم سامسونج، كما هو الحال بكل الشركات الكورية، بتوجيه جل أنشطتها الاجتماعية عن طريق مؤسساتها الخيرية.

بالإضافة تشتمل سامسونج تبرعاتها من خلال تبرعات موظفيها. مثلاً منذ 1998 تبرع موظفوا سامسونج للالكترونيات بمبلغ شهري لصالح صندوق للمنح الدراسية للأطفال التي تُعاني أسرهم من إعاقات. كذلك توفر إشراف تطوعي للأطفال المحرومين من اللغات الأجنبية والعلوم في مراكز للأطفال والمدارس الابتدائية في المجتمعات النائية في مختلف أنحاء كوريا الجنوبية. أخيراً بدأت تقدم سامسونج فرق تطوع لدعم التنمية في أفريقيا وجنوب شرق آسيا.

تطرح هذه التوجهات في ممارسات سامسونج للمسؤولية الاجتماعية عدة نقاط منها:

- ✓ هذه الممارسات موجهة لتعزيز الصورة العامة للشركة.
- ✓ يمكن أن تعزز هذه الممارسات تعويل الحكومة على التبرعات الخيرية في محاربة عدم المساواة والفقر والبطالة مما يؤدي إلى إهمال منهجي في حين أن عدد قليل يستفيد من التبرعات والمنح الممنوحة.
- ✓ إن الأنشطة الخيرية خارج كوريا توفر دعاية جيدة لسامسونج ومنتجاتها التصديرية (التي تمثل 80% من مبيعاتها) ما يتناسب مع هدف الحكومة الكورية في تحسين صورة كوريا التي تلعب دوراً في توفير الشعوب النامية والفقيرة.
- ✓ تتطوي ممارسات سامسونج كذلك على "التعايش السلمي" مع الشركات الصغيرة المتعاقدة معها من الباطن.

حيث تحاول سامسونج ابتعادها عن افتراس الشركات الصغيرة والمتوسطة من خلال ممارسات مختلفة على سبيل المثال قامت سامسونج في 2010 بتدريب 5357 من شركاتها الشريكة في إدارة الأعمال والتكنولوجيا من بينهم 4422 في كوريا الجنوبية و935 خارجها.

منذ 2009 وقعت سامسونج مع 542 شركة متعاقدة في الباطن اتفاقيات المعاملة العادلة. مع ذلك يبين معهد بحوث في كوريا أن سياسة سامسونج في اتجاه خفض أسعار التكاليف يحمل الشركات المتعاقدة في الباطن الجزء الأكبر من المخاطرة ويلزمها بتحمل استثمار أكبر في مرافق جديدة ومعدات لازمة مما يوفر فرص زيادات في نسبة الأرباح التشغيلية لسامسونج على حسابها.

كذلك من وجهة نظر العمال تؤدي هذه الممارسات إلى محاولة خفض الشركات المتعاقدة في الباطن للتكاليف عن طريق التسريح أو خفض مزايا الرعاية والتأمين والسلامة. بالإضافة إلى تدخل سامسونج في العديد من هذه الشركات لمنع تشكيل نقابات تماشياً مع سياستها في الإدارة التي تمنع تشكل نقابات عمالية.

كذلك تعمل سامسونج على جهود الاستدامة البيئية عن طريق الاعلان عن برنامجها ”لرؤية 2020 للإدارة البيئية“ التي تدعو للحد من انبعاثات غازات الاحتباس الحراري ومستوى استخدام الطاقة وتطوير مصادر الطاقة المتجددة ومحاولة خلق قيمة مضافة جديدة من خلال الابتكار التكنولوجي الهادف لخلق منتجات خضراء ودخول اسواق جديدة.

وتبقى مناقشة صحة العمال وسلامتهم وحقهم في تشكيل النقابات في ظل غياب وجود اتحاد رسمي للعمال على عاتق سياسات سامسونج الراضية لمثل هذه الممارسات انطلاقاً من ادعائها بأن موظفيها وعمالها ليسوا بحاجة إلى مثل تلك النقابات نظراً لما يحفون به من امتيازات وظروف عمل.

وتبقى هذه الادعاءات مناهضة للمواثيق الدولية ومبادرات الأيزو 26000 على سبيل المثال التي تدعو الشركات لضمان حق العمال في حرية التنظيم والمفاوضة الجماعية. واقترحت سامسونج في سنة 2010 مقارنة ذاتية تقوم على بناء مقارنة متوازنة وذكية للعمل والحياة. وبالرغم من ذلك تشكو سامسونج من منحها النقابات بأي ثمن ورواج أجواء من الخوف والمراقبة ونشر الشائعات بين العمال وتتبع قانوني وخطف وتهديد.

في هذا الصدد، حاولت العديد من منظمات الحركة العمالية والاجتماعية تحدي سياسة ”للقابات“ التي تنتهجها سامسونج عن طريق مسح لحقيقة رضا الموظفين المزعوم، ومستوى مخاطر السرطان. كذلك قامت بتنظيم احتجاجات للفت الانتباه إلى هذه القضية وحملة توقيع على عريضة مطالبة بمساءلة سامسونج.

كما تقوم العديد من المنظمات الغير حكومية الكورية على محاولة فضح زيف المسؤولية الاجتماعية لسامسونج وانتهاكها لحقوق العمال.

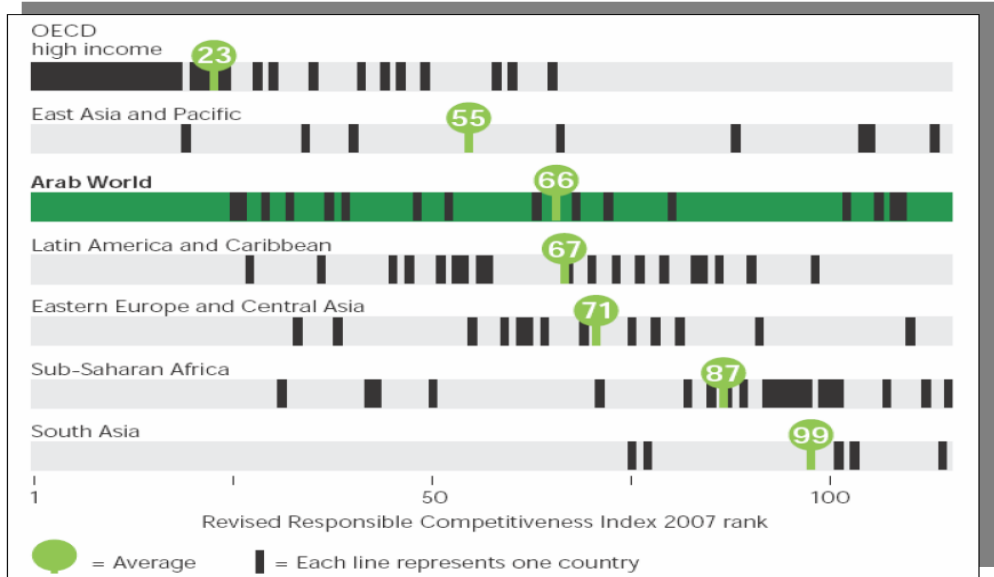
## **سابعاً: واقع المسؤولية الاجتماعية في الدول العربية**

جاء تقرير التنافسية المسؤولة في الدول العربية لسنة 2009 انطلاقاً من تقرير التنافسية المسؤولة لسنة 2007 الذي سبق تناوله في الجزء الثالث بغرض تغطية 15 دولة عربية عوض سبعة فقط، تمثل 74% من سكان المنطقة و86% من الناتج المحلي الإجمالي الإقليمي. يهدف هذا التقرير إلى تمكين هذه الدول من قياس أداها في مجال التنافسية المسؤولة ومقارنتها مع بقية دول العالم، بغية إعطاء واضعي السياسات وأصحاب الشركات نهج منظم لدراسة الممارسات الحالية ومناقشتها ووضع المساعدات والمعايير لتحويل هذه الممارسات الاجتماعية تحولاً يضمن المساهمة الحقيقية في الأعباء التنموية خاصة وأن جل هذه الدول العربية تجابه اليوم مجموعة من القضايا الشائكة منها التنوع الاقتصادي وتنمية الموارد البشرية وتمكين المرأة وإدارة المياه والحكم الرشيد وتغير المناخ وغيرها.

بينت النتائج ارتباط الممارسات الاجتماعية مع القدرة التنافسية (Growth Competitiveness Index, WEF:2007) والتنمية البشرية (WDI:2008) والتطوير (Global Innovation Index 2008) وبصفة أضعف بكثير مع الأداء البيئي (EPI: 2008, Yale/Columbia).

كما يبين الشكل رقم (3) نتائج مؤشر التنافسية المسؤولة المعدل للمنطقة العربية مقارنة مع مناطق أخرى في العالم، حيث يتبين أن أداء الدول العربية يمتد عبر طيف واسع (تصدره الامارت وقطر والكويت في حين تأتي سوريا واليمن وموريتانيا في مؤخرته) ويتمشى عموماً مع النمط السائد في مناطق أخرى تعيش نفس التحديات التنموية على غرار أمريكا اللاتينية وأوروبا الشرقية وآسيا الوسطى ولكن تبقى بعيدة عن مستواه في مجموعة دول منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية.

شكل رقم (3): مقارنة مؤشر التنافسية المسؤولة حسب المناطق



المصدر: AccountAbility, 2009.

ويحدد التقرير سبعة مجالات للعمل من أجل سد الفجوة بين الدول العربية ودول منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية وهي على التوالي المسؤولية البيئية، التزام أصحاب المصلحة، الموهبة، السلع والخدمات، السياسة البيئية، قوانين العمل والحوكمة. علماً وأن كل خطوة باتجاه مستوى دول التعاون الاقتصادي والتنمية تمثل زيادة في مستوى الدخل للفرد بحوالي 1000 دولار أمريكي.

يخلص التقرير أخيراً إلى أن في استطاعة هذه الدول العربية تعزيز تنافسياتها المسؤولة مما قد يحقق زيادات هامة في الدخل القومي والمنافع الاجتماعية بالاستفادة من بعض نقاط القوة الكامنة في ثلاث مجالات:

✓ توفر السياسات الدافعة: وهو الحال في دول كالإمارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية التي أخذت بزمام المبادرة في إصلاح بعض السياسات الاقتصادية والتنظيمية وإقرار التميز في الأعمال. من ذلك مثلاً قيام المملكة العربية السعودية بإصدار مؤشر للتنافسية المسؤولة منذ 2008 والذي شهد أقبالاً متزايداً سنة 2011. ويهدف هذا المؤشر لتعزيز الأداء التنافسي المستدام للشركات السعودية من خلال بناء جسر بين ممارسات المسؤولية الاجتماعية والاستراتيجيات التنفيذية لتقليل التكاليف وتحيز العلاقات والعائد ومن ثم تحسين وضع الشركات بين المنافسين. كذلك تحتضن دولة الإمارات فروع لمنظمات دولية تعني بالمسؤولية الاجتماعية إيماناً منها بأهمية العمل على دفع والارتقاء بالمسؤولية الاجتماعية للشركات الإماراتية والعربية عموماً من حيث ممارساتها ونطاقها والتزامها. من ذلك مثلاً تواجد فرع لهيئة المساءلة بدبي بالإضافة إلى الرياض وهيئة الأعمال العالمية للتنمية المستدامة بالإضافة إلى الجزائر ومصر.

✓ إدارة الأعمال القابلة للاستدامة: الكويت ولبنان ومصر هي أمثلة عن الدول التي تُعير اهتماماً لإدارة الاستدامة وصادقت على العديد من المعايير الدولية وتعزيز الحوكمة.

✓ التمكين الاجتماعي: عملت دول كقطر والمغرب والأردن على تعزيز مهارات العمل وتحسين مستوى البنية التحتية وتوفير التمويل الصغير وإشراك الإعلام.

يبقى على عاتق هذه الدول مُواجهة التحديات على نحو استباقي لتحويلها إلى فرص، على الصعيد الإقليمي من خلال التنسيق بين الهيئات القومية العاملة في مجال التنافسية المسؤولة وعلى الصعيد الوطني من خلال تطوير أعمال واستثمارات قابلة للاستدامة لا سيما من خلال تطوير صناعات تصديرية وتحسين القدرة التنافسية المحلية والإقليمية والعالمية وتعزيز البيئة المؤسسية الدافعة وبناء المهوبة وتكريس الابتكار. في هذا الصدد يوصى بضرورة نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية ومبادئها الصحيحة وتسيير الإجراءات المرتبطة بهذه الممارسات الاجتماعية وتوفير محفزات وتشريعات تعمل على تذكية روح التنافسية المسؤولة بين الشركات.

## ثامناً: استنتاجات عامة ومقترحات

هناك التباس حول تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات ما يعكس الارتباك في الممارسات بالرغم من الاهتمام المتزايد من طرف العديد من الشركات مُتمثلة في الأغلب في نشاطات تسويقية هدفها تحسين سمعة الشركة مما يستدعي إعطاء زخم للمسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال مناقشات واسعة في خصوص تعريفها وأهدافها وأدواتها وسُبل الاستفادة المتعددة الراجعة على أصحاب المصلحة المختلفين بالإضافة إلى المجتمعات المحلية والبيئة.

هذا يقتضي تركيز الجهود على تعريف القضايا الحقيقية للمسؤولية الاجتماعية وأهدافها ونتائجها من خلال طرحها للنقاش مع أكبر عدد ممكن من أصحاب الشركات والمنظمات الحكومية والغير حكومية والمجتمع المدني بشكل واسع.

والملاحظ أن موقف القطاع الخاص إيجابي تجاه قضايا المشاركة في النهوض بالمجتمع المحلي أو حماية البيئة، وتبقى قناعتهم محدودة جداً فيما يتعلق بقضايا حقوق الإنسان وحقوق العمال ومُشاركتهم. ويعتقد عموماً أن للشركات مُتعددة الجنسيات تأثيراً إيجابياً على ممارسات المسؤولية الاجتماعية في الدول النامية من خلال الضغط على مورديها وكل الشركات المحلية المتعاقدة معها في الباطن. هذه الشركات المتعددة الجنسية تقع هي نفسها تحت ضغوطات المنظمات الدولية وأسواق المال الدولية. ولو أن العديد يعتقدون أن الفروع المحلية تتخلف كثيراً في ممارساتها مقارنة بمقراتها.

في هذا الصدد يُلاحظ أهمية المنظمات الدولية والمنظمات الغير حكومية الدولية في ترسيخ مبادئ المسؤولية الاجتماعية في الدول، بالإضافة إلى بعض المنظمات الغير حكومية المحلية على قلتها في بعض الدول. من هنا يبرز أهمية هذه الأخيرة في دفع المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى الأمام وخلق الضغوط اللازمة على القطاع العام والخاص والحكومة لتكريس المسؤولية الاجتماعية للشركات، وهذا يحتاج إلى مُستوى أعلى من الوعي والتطوير والتشريع والأدوات في العديد من الأحيان. وهذا بالتأكيد ما تعمل عليه تقارير التنافسية المسؤولة والايزو 26000.



في هذا الصدد، يمكن للدول العربية، انطلاقاً من واقع الممارسات الحالية، سد الفجوة فيما يتعلق بالانخراط فعلاً وليس قولاً في نهج الأعمال المسؤولة اجتماعياً لكونها مصدر لخلق القيمة وتحسين السمعة وإدارة المخاطر وتعزيز الإنتاجية مما قد يمكن هذه الدول من تحقيق زيادات هامة في الدخل القومي والمنافع الاجتماعية ودفع عملية التنمية.

## الهوامش

- (1) هذه النظرة التقليدية للشركات، كما يرى ميلتون فريدمان على سبيل المثال، التي ترى أن تحقيق الربح يتبعه تحقيق أهداف المجتمع بصورة تلقائية عن طريق سداد الأجور والضرائب وتقديم السلع والخدمات.
- (2) يمثل القطاع الخاص اليوم 75% من الناتج المحلي الإجمالي الهندي.
- (3) يمثل القطاع الخاص اليوم 80% من الناتج المحلي الإجمالي التركي.

## المراجع العربية

المسؤولية الاجتماعية للشركات ودورها في التنمية، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، السنة الخامسة، العدد 57، 2011.

## المراجع الانجليزية

Elasarg, Hussein, 2011, Corporate social responsibility: challenges and prospects for development in Arab countries, MPRA paper n 31529.

Julien Goy, 2009, Responsabilité sociale de l'entreprise et lutte contre la pauvreté: le cas de Hyundai Greene Zone, Covalence Intern Analyst Papers.

## التقارير

Corporate social responsibility in practice casebook, CATALYST, 2002.

CSR and developing countries What scope for government action? UN, Sustainable development innovation briefs, 2007.

Disclosure of the impact of corporations on society, Current trends and issues, UNCTAD, 2004.

Responsible Competitiveness in the Arab World, AccountAbility, 2009.

The 2011 survey of post publication activities related to ISO 26000, ISO 26000 PPO SAG n 07.

The Saudi Responsible Competitiveness Index, 2011, SAGIA.

The State of Responsible Competitive, 2007, AccountAbility.

Turkey corporate social responsibility, Baseline report, 2008.

## المواقع الالكترونية

Asia Monitor Resource Centre ([www.amrc.org.hk](http://www.amrc.org.hk))

ISO ([www.iso.org](http://www.iso.org))

World Business Council for Sustainable Development ([www.wbcsd.org](http://www.wbcsd.org))

## صدر عن هذه السلسلة :

- 1 - مواءمة السياسات المالية والتقديية بدولة الكويت لظروف ما بعد التحرير  
د. يوسف الابراهيم ، د. أحمد الكواز
- 2 - الأوضاع والسياسات السكانية في الكويت بعد تحريرها  
د. ابراهيم العيسوي (محرر)
- 3 - إعادة التعمير والتنمية في الكويت  
د. عمرو محي الدين
- 4 - بعض قضايا الإصلاح الاقتصادي في الأقطار العربية  
د. جميل طاهر ، د. رياض دهال ، د. عماد الامام
- 5 - إدارة الموارد البشرية وتخطيط التعليم والعمالة في الوطن العربي  
د. محمد عدنان وديع
- 6 - حول مستقبل التخطيط في الأقطار العربية  
د. ابراهيم العيسوي
- 7 - مشاكل التعليم وأثرها على سوق العمل  
د. محمد عدنان وديع
- 8 - أهداف التنمية الدولية وصياغة السياسات الإقتصادية في الدول العربية  
د. علي عبد القادر علي
- 9 - تحديات النمو في الاقتصاد العربي الحديث  
د. عماد الإمام
- 10 - هل تؤثر السياسات الاقتصادية الكلية على معدلات نمو الدول العربية؟  
د. علي عبد القادر علي
- 11 - الصيرفة الإسلامية : الفرص والتحديات  
د. محمد أنس الزرقا
- 12 - دور التجارة العربية البيئية في تخفيف وطأة النظام الجديد للتجارة  
اعداد : د. محمد عدنان وديع ، تحرير : أ. حسان خضر
- 13 - العولمة وقضايا المساواة في توزيع الدخل في الدول العربية  
اعداد : د. علي عبد القادر علي
- 14 - السياسات الكلية وإشكالات النمو في الدول العربية  
اعداد : أ. عامر التميمي ، تحرير : د. مصطفى بآبكر

- 15 - الجودة الشاملة وتنافسية المشروعات  
إعداد: أ.د. ماجد خشبة ، تحرير : د. عدنان وديع
- 16 - تقييم أدوات السياسة النقدية غير المباشرة في الدول العربية  
إعداد: د. عماد موسى، تحرير : د. أحمد طلفاح
- 17 - الأضرار البيئية والمحاسبة القومية المعدلة بيئياً : إشارة لحالة العراق  
إعداد: د . أحمد الكواز
- 18 - نظم الإنتاج والإنتاجية في الصناعة  
إعداد: م . جاسم عبد العزيز العمّار، تحرير: د. مصطفى بابكر
- 19 - اتجاهات توزيع الإنفاق في الدول العربية  
إعداد: د . علي عبد القادر علي، تحرير: د. رياض بن جليلي
- 20 - هل أضاعت البلدان العربية فرص التنمية؟  
إعداد: د . أحمد الكواز
- 21 - مآزق التنمية بين السياسات الاقتصادية والعوامل الخارجية  
إعداد: د . أحمد الكواز
- 22 - التنمية وتمكين المرأة في الدول العربية  
إعداد: د .علي عبد القادر
- 23 - العولة والبطالة: تحديات التنمية البشرية  
إعداد: د .محمد عدنان وديع
- 24 - اقتصاديات التغير المناخي: الآثار والسياسات  
إعداد: د .محمد نعمان نوفل
- 25 - المرأة والتنمية في الدول العربية: حالة المرأة الكويتية  
إعداد: د .رياض بن جليلي
- 26 - البطالة ومستقبل أسواق العمل في الكويت  
إعداد: د .بلقاسم العباس
- 27 - الديمقراطية والتنمية في الدول العربية  
إعداد: د .علي عبد القادر علي
- 28 - بيئة ممارسة أنشطة الأعمال ودور القطاع الخاص  
إعداد: د .أحمد الكواز

- 29 - تأثير سياسات الترويج للاستثمار الأجنبي المباشر على قدرة الدول العربية في جذب هذه الاستثمارات لتحقيق أهدافها التنموية  
إعداد: أ. منى بسيسو
- 30 - الإصلاح الضريبي في دولة الكويت  
إعداد: د. عباس المجرن
- 31 - استهداف التضخم النقدي: ماذا يعني لدول مجلس التعاون؟  
إعداد: د. وشاح رزاق
- 32 - الأزمة المالية الدولية وانعكاساتها على دول الخليج  
إعداد: د. وشاح رزاق  
د. إبراهيم أونور  
د. وليد عبد مولاة
- 33 - استخدام العوائد النفطية  
إعداد: د. محمد إبراهيم السقا
- 34 - السوق الخليجية المشتركة  
إعداد: د. أحمد الكواز
- 35 - الاقتصاد السياسي لعدم المساواة في الدول العربية  
إعداد: د. علي عبدالقادر علي
- 36 - الضرائب، هبة الموارد الطبيعية وعرض العمل في الدول العربية ودول مجلس التعاون  
إعداد: د. بلقاسم العباس  
د. وشاح رزاق
- 37 - اندماج إقتصادي إقليمي أم دولي: الحالة العربية  
إعداد: د. أحمد الكواز
- 38 - التجارة البينية الخليجية  
إعداد: د. وليد عبد مولاة

- 39 - تطوير الأسواق المالية التقييم والتقلب اعتبارات خاصة بالأسواق الناشئة  
إعداد: أ. آلان بيفاني
- 40 - تقييم التجربة التنموية لدول مجلس التعاون الخليجي  
إعداد: د. أحمد الكواز
- 41 - قياس كفاءة بنوك دول مجلس التعاون الخليجي  
إعداد: د. إبراهيم أونور
- 42 - مُعدّات الاستثمار الأجنبي المباشر الداخل إلى الدول العربية  
إعداد: د. وليد عبد مولا ه
- 43 - رأس المال البشري والنمو في الدول العربية  
إعداد: د. بلقاسم العباس  
د. وشاح رزاق
- 44 - لماذا لم تتحول أغلب البلدان النامية إلى بلدان متقدمة تنموياً؟  
إعداد: د. أحمد الكواز
- 45 - حول حل معضلة بطالة المتعلمين في البلدان العربية  
إعداد: د. حسين الطلافحه
- 46 - سجل التطورات المؤسسية في الدول العربية  
إعداد: د. حسين الطلافحه

## Arab Planning Institute - Kuwait

P.O.Box: 5834 Safar 13059 - State of Kuwait

Tel: (965) 24843130 - 24844061 - 24848754

Fax: 24842935



## المعهد العربي للتخطيط بالكويت

ص.ب. 5834 الصفاة 13059 دولة الكويت

هاتف: 24843130 - 24844061 - 24848754 (965)

فاكس: 24842935

E-mail: [api@api.org.kw](mailto:api@api.org.kw)

web site: <http://www.arab-api.org>