

# مفهوم المسؤولية المجتمعية ومارستها

## Corporate social responsibility in practical

د . زهير منصور المزیدي



المسؤولية المجتمعية ممارسة وليس ادعاء تدرج العلامات التجارية في تقاريرها، ما هي  
ضوابطها وقوانينها، وما هي عوائدها، وهل من تشريعات دولية تراقب هذا الاداء وتحفظ  
له، كل هذا وأكثر في هذا الكتاب

بسم الله الرحمن الرحيم

الفهرس

الصفحة	الموضوع
2	المسؤولية المجتمعية للشركات كأداة تسويق
5	آداب التعامل التجاري
7	الأخلاق التجارية والقانون:
9	العلاقة الوطيدة فيما بين العولمة والتعامل التجاري الأخلاقي:
14	أوروبا، والسياق الجديد في مجال ممارسة أخلاقيات التجارة:
18	العمل التجارى المسؤول
22	نماذج شركات ممارسة لأنشطة المسؤولية الاجتماعية
1	- شركة جنيرال الكترريك (g.e)
30	- شركة بروكتور آند غامبل (P&G)
43	- شركة جونسون آند جونسون
50	- شركة والت دزنى
58	- شركة إنتل كوربوريشن
63	- شركة كمبرلى كلارك
68	- شركة 3M
78	- شركة فدرال إكسبرس
82	- شركة سيسكو
90	- شركة هيولت باكارد
101	- شركة مايكروسوفت
107	- شركة شحن جوى يونايتيد بارسل سيرفيس
115	- شركة تارغت نموذج للمخازن التجارية
120	ملاحظاتنا على المساهمات المجتمعية من قبل الشركات التجارية

1- يوماً بعد يوم يتتأكد الدور والمردود الفاعل للمساهمات القيمية للشركات في مجتمعاتها، استشرف مجموعة من الخبراء من أكثر من خمسون دولة وذلك في عام 2002 في كندا الدور المستقبلي للمساهمات المجتمعية، وأكدوا من أن هذا الدور سيؤثر في آلية تسويق المنتجات وآلية تأسيس الشركات والدور الفاعل للمساهمين في إنجاح هذه الشركات.

2- في دراسة أخرى أشارت إلى أن مردود المساهمات القيمة له مردود مباشر ويزيد من أصول الشركات وأسعار أسهمها في البورصات العالمية، وهذا ما جعل المعادلة تتقلب في تقدير الشركات التي أصبحت الأصول غير الملموسة فيها هي الأكثر قيمة وأثراً في زيادة أثمانها إذا ما قورنت بالأصول العينية، غير أن هذا الارتكاب جعل هذه الشركات تتتسابق وتطور في مساهماتها، والذي جعلها تفرد إدارات للخدمات المجتمعية ضمن هيكلها، وجعلها محل انتقاد عندما تكون المساهمة في كسب السمعة على حساب معاناة البشر حين تشارك شركة لعلامة معروفة للهواتف الجوال لشعب منكوب بقصد برمجة تلك العلامة في أذهانهم .

3- البعض يتبنا من أن محور الحياة سيعتمد بشكل كبير على محور المساهمات المجتمعية لذا بدأت برامج تعليمية تعد لذلك لغرس تلك القيم الفاضلة في الأجيال .

4- ثمة شركات احتالت في تعاملها القيمي هذا بالرغم من كون مظلتها "استشفائية" كشركات الأدوية، فهي تعمد إلى أساليب ترويجية متلوية ومضللة لتحقيق مآربها الربحية.

5- تخض مسار المسؤولية المجتمعية للشركات عن دور جديد تnadت اليه بعض الدول، كدول الاتحاد الأوروبي، وبريطانيا، وكندا، يمكن في دور شراكه فيما بين الحكومة والشركة في التخفيف من ميزانية الدولة، عبر نقل ما يمكن نقله من مشاريع وإدارات كانت تديرها الدولة، كي يديرها القطاع الخاص.

### **المسؤولية المجتمعية للشركات كأداة تسويق:**

التسويق والصناعة التسويقية شأنها شأن كافة العلوم الإنسانية، فهي تتطور بتطورات العلوم وتطورات البشر، والتسويق تاريخياً مر في أكثر من مرحلة، نذكر منها على سبيل المثال مرحلة التركيز على ما تتفرق به السلعة USP وهذا ما ظهر في السنتينيات من القرن الماضي، ثم تبعته مرحلة التركيز على تسويق صورة المؤسسة OSP كأساس في تسويق ودعم توجيه تسويق السلع وهو ما ظهر في سبعينيات القرن الماضي، فتبعته مرحلة التأكيد على اسم رواج المؤسسة التجاري BSP كأساس في تسويق السلع وهو ما ظهر في تسعينيات القرن الماضي، ثم ما تشهده الساحة اليوم في أن يكون محور التسويق هو "الانا" MSP أي يتم التسويق للفرد بعينه فكل فرد مطلب مختلف وشغف يتطلع إليه، ليأتي التسويق في مرحلتنا هذه كي يتعامل مع الإنسان لا كجماهير وإنما كي يلبى احتياج كل فرد بعينه، وهذا ما تؤكد عمليات التسويق التي تطالعنا به موقع الانترنت على سبيل المثال، طالع شركة كيلوغز على سبيل المثال في قدرتها على تلبية احتياج كل شخص وفق الاسم والتصميم الذي يختاره لنفسه ونوع خلطة الحبوب التي يفضلها، وطالع مشروب جوني في تعامله مع شريحة المراهقين كما لو أن كلاً منهم أصبح يتملك شكل

التصميم الذي يصطنعه لنفسه، كي يدعوا اليه زملائه للشراء، وكذلك لاحظنا حملة شركة فنادق ماريوت كيف استطاعت أن تتعامل أن تتعامل في تسويقها للخدمات الفندقية ليس على أساس التعامل مع قطيع من البشر، لخدمة تغيير مواصفاتها، بل خصصت لكل قاطن غرفه، ما يتطلع اليه من رغبات عبر أجذه خاصة به، ما جعل ماريوت شريكًا له في تحقيق أهدافه.

وتطور المؤسسات التجارية والشركات بتطورات واحتياجات الجماهير، غير أن المرشد دائماً لهذه الشركات في أي تحول أو تطور تقدم عليه هو ما يثبت في دفاترها المحاسبية نهاية العام، ليعبر بحق عن النمو الذي حققه تجاه أصولها، كي تستعرضه بخياله مع مساهميها في تقاريرها السنوية مع نهاية كل عام، فكلما تعاظمت الأصول كلما كان ذلك مدعاه للرضى الذي يكون متبادلاً فيما بين مجلس إدارة الشركة والمساهمين، غير أن التطور الذي يشمل مفهوم التسويق ما عاد مقتصرًا في الاستحواذ على رضى المساهمين، حيث أنه أشرك معه العملاء، ومع هذا الاشتراك أدخل التسويق مرحلة جديدة أصبح فيه العميل هو المحور الذي تتصارع من أجل إرضائه كافة الشركات، وصار يجب للشركة التي ترضي عملائها أصولًا من نوع جديد، أصبح يجلب أصولًا غير ملموسة أساسها "السمعة Reputation" ، معززة بصورة المؤسسة في الأذهان Awareness، وحجم الاستحضار الذهني للمؤسسة Branding ، وقد لاحظ مدفقو الحسابات ذلك، وتعاملوا مع هذه العناصر وفق آليات ومعدلات احترافية، وأدرجوها بعد ذلك ضمن الأصول الاستثمارية الخاصة بالشركة، ثم لوحظ ومع مرور الوقت أن الأصول غير الملموسة تفوق في قيمها تلك الملموسة، ما أدى إلى حرص كبير من معظم الشركات الكبرى لتعظيم الأصول غير الملموسة من خلال استخدامات إدارات في مؤسساتها تعمل على تحفيزها وتنميتها، فها هي شركة فيليب مورس تشتري علامة كرافت الغذائية بمبلغ وصل إلى 12 بليون دولار أمريكي، وبعد التدقيق على حجم الأصول وجد أن الملموس منها يقع في حدود 2 بليون دولار فقط، ما يعني أن عشرة بليون دولار كانت لصالح الأصول غير الملموسة .

ووُجدت الشركات أن عناصر تفعيل الأصول غير الملموسة تتم عبر:

- 1- زيادة حجم الميزانيات الإعلانية والتسويدية.
- 2- زيادة حجم المساهمات المجتمعية Social contributions .
- 3- حجم الاستحضار الذهني لعلامة الشركة التجارية في عقول العملاء المستهدفين.
- 4- نسبة رضى العملاء.

وهو ما يشير إلى مزيج من الأنشطة ذات المحور (الإعلامي والتسويدي والمجتمعي وال العلاقات العامة) المحاور التي باتت على الشركة أن تمارسها مع الجماهير والمجتمعات.

وتطورت اتجاهات الأسواق وظهر العميل كمحور أساسي يوجه حركة الأسواق فأصبح العملاء قسمان، أحدهما ينتمي للربح السريع، ولا يلتفت إلى ممارسات الشركة التي أصبح يملك فيها حصصاً إستثمارية، فهو لا يعنيه إن كانت هذه الشركة تعمد من خلال أنشطتها إلى تلوث البيئة المحيطة، أو أن تتجاهر بالخمرة والقمار، أو تستخدم أساليب الاستهواء والاستثارة الجنسية في الترويج لمنتجاتها، والقسم الآخر من العملاء أصبح حذراً بشكل كبير حيال ممارسات الشركات هذه فأصبح يتفحص أداء الشركة التي يرغب في شراء أسهمها، ويتأكد من أن منتجاتها

وأنشطتها تنسجم والقيم التي يحملها، بل أصبح يستعمال من خلال مساهمات هذه الشركات في التنمية المجتمعية من حوله، فأصبحت هذه الشركات ليست مجرد تستهدف الربح فحسب بل كذلك في مساهمتها في تنمية المجتمع بكافة صوره من حوله.

وأدركت الشركات توجهات العملاء هذه فانقسمت كذلك إلى قسمين، منها من أصبح يهتم باهتمامات العملاء هذه، أما الآخر فما عاد يهتم إلا بما يتحقق من أرباح حتى وإن كان على حساب عملاء ، وكان لابد من أن يحدد كل قسم توجهه ويعود عليه بل ويعلن عنه، ولاحظ المراقبون تعاظما في إدراك العملاء حيال مساهمات الشركات هذه بالإضافة إلى عوائدها الربحية، وأدركت الشركات ما لهذا الإدراك من أثر إيجابي ينعكس على أصول الشركة في التقارير المالية السنوية، عبر بحثنا هذا سوف نستعرض ونسلط الضوء على قسم الشركات التي أدركت دور المساهمة المجتمعية وعوائدها على الأصول، وتحقيق رضى العميل حيال ذلك، وذلك من خلال استعراض متكامل نتناول من خلاله:

- 1 اسم الشركة
  - 2 أدائها الريحي خلال الخمسون سنة الماضية
  - 3 نمو أصول الشركة ما أمكن
  - 4 تاريخ ونشأة الشركة
  - 5 مساهمات الشركة المجتمعية
  - 6 نماذج من حملاتها الاعلانية في مجالات التنمية المجتمعية
- وسوف نفرد فصلا نتناول فيه نماذج من القسم الثاني من الشركات كي تكتمل لنا الصورة بلا تفصيل.

هذا وسوف يكون دليلا فيما سوف نستعرضه من معلومات وبيانات، ما أكدته مؤسسة فورتشن فايف هندريت Fortune 500 من خلال ما حققه تلك الشركات على مدى خمسون عاما، إضافة إلى نتائج أبحاثنا التي دامت خمس وعشرون عاما في ملاحظة وملحقة أداء الشركات في المجالات المجتمعية المختلفة من واقع تقاريرها السنوية، أو حملاتها الاعلانية والتسويقية، أو أنشطتها في مجالات العلاقات العامة، مدعاة ذلك كلة بالأدلة والمراجع المعتمدة عالمي.

## الباب الأول

### آداب التعامل التجاري Business ethics

وهل ثمة حقاً ما يمكن أن يكون أديباً أو خلقاً في التعامل التجاري؟

وهل هذا الادب موجود فقط في ثقافتنا نحن العرب، أو كوننا معتنقين الدين الإسلامي الحنيف، ذلك أن ديننا الحنيف يدعونا إلى نبذ الكذب أو الغش أو الوفاء بالعهود والعقود، وهذه صور على سبيل المثال لا الحصر فيما نحن ملزمين به من أخلاق في تعاملاتنا، سواء شملت الجوانب التجارية أو غير التجارية، ولكن السؤال الذي يبقى في الذهان هو هل يؤمن غير المسلمين بأداب التعامل التجاري؟ وما هي معايير تلك الأخلاق؟

إن ما يؤكد وجود معايير أخلاقية تضبط السوق التجاري لدى غير المسلمين، تلك الفضائح الأخلاقية في مجال ممارسة التجارة التي تطالعنا بها وسائل الإعلام الغربية بين الآونة والأخرى، وما نحن بعيدين عن فضيحة الشركة النفطية الأمريكية "إيرون" التي تناقضت رسائلها وما أكدته في وثائقها في حرصها على الشفافية في التعامل مع الشركات الزميلة والمساهمين، ثم نجد أنها وبالاتفاق المسبق مع شركة تدقيق الحسابات "آرثر آند أندروزون" تعمد إلى تزييف السجلات الحسابية كي تظهر ربحية الشركة في الوقت الذي كانت فيه الشركة تنهار!

وكيف نفسر الحملة المضادة التي وجهت بها عالمة "نايكي" في إندونيسيا من قبل الجمهور نتيجة ممارسة الشركة التفرقة العنصرية في نظام التوظيف، أو تفسير ما وجهت به شركة "أديداس" الألمانية نتيجة ارتفاع أسعار منتجاتها من الأحذية الرياضية، في الوقت الذي كلفة إنتاج الحذاء لديها تقع في حدود الثلاثة دولارات فقط، نتيجة تسخير وقبول تشغيل الأطفال لديها في مصانع شرق آسيا، وماذا عن الأقلة الفجائية التي تعرض إليها 2600 موظف في فرنسا من قبل شركة "مولينكس" والتي كانت تستهدف التحسين من أداء الشركة السنوي! وماذا عن مصانع الطاقة النووية البريطانية والغربية التي تدفن مخلفاتها النووية في أراضي الدول الأفريقية الفقيرة، ناهيك عن يكون المقابل المادي زهيد، أو تلك المصانع التي لا يعنيها سوى استمرار الإنتاج حتى وإن كان على حساب تلوث البيئة من حولها، سواء فيما تلقى من مخلفات كيميائية في الأنهر، أو في التلوث الفضائي الذي تحدثه، تلك الفضائح وغيرها تشير إلى أن ثمة مفهوم "خلقي" تفرضه أسس التعامل التجاري مع من حولنا، كما إن مناقشة موضوعات ذات علاقة بوجود الإنسان كإلهام أو الحق في الحياة، جميعها يشير إلى ما له أصل بأخلاقيات العمل، ثم نسأل، هل يشترك البشر على العموم بأداب موحدة في تعاملاتهم التجارية والأخلاقية؟ ومن يحدد ما إن كان هذا الإجراء يتفق مع الخلق التجاري أم لا؟ وهل التعاملات التجارية الأخلاقية تختلف باختلاف الخلفيات الحضارية للشعوب؟

يعتقد البعض أن ممارسة التجارة تعنى بالضرورة أن تكون لا أخلاقيا! في مثل ممارسات بعض صنوف التجارة التي تتعارض والقيم الموروثة، وهذا يفرض على جميع الشركات طالما ظلت عاملة في مجالاتها التجارية، على تنوعها، أن تمارس وبشكل يومي خلق الأمانة، والتقة الناتجة عن الشفافية، وخلق التعاون، وغيرها من الأخلاق، ويصبح ممارسة النشاط التجاري من المحال إذا كان القائمون على العمل التجاري يمارسون الكذب مثلاً، أو عندما لا يثق الشاري بالبائع، وعليه يصبح من الضرورة بمكان أن يكون ثمة من المقاييس ومعايير التقييم، ما يلجم إليه في ممارساتنا التجارية اليومية، ليرشدنا لما يمكن أن يكون مقبولاً أو مرغوباً مع ما نؤمن به ونمارسه من أخلاق، ومرغوباً مع ما يتعارض بما نؤمن به ونمارسه من أخلاق، عندئذ يصبح من الواضح وغير المتشاكل علينا "مفهوم الخلق" الذي لا يمكن أن يكون له أكثر من تفسير، أو تفسيرين متضادين في ذات الوقت.

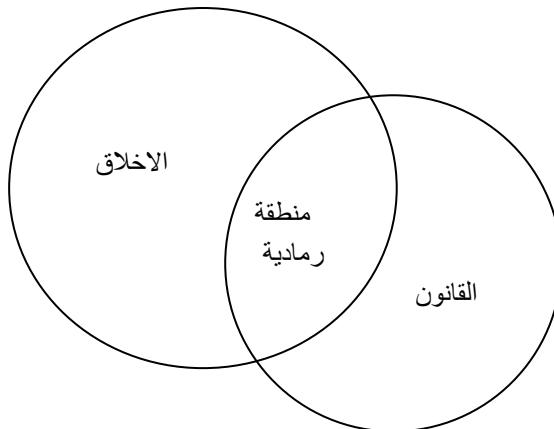
لذا يصبح من الاممية أن نصل في نهاية المطاف إلى ما يمكن أن نوصفه بكلمات قليلة بما تعنيه "ممارسة الاخلاق التجارية" عبر عباره كالتالي:

"إنه دراسة للحالة التجارية، والأنشطة التجارية، والقرارات التجارية، بما يكون له علاقة بموضوعات، أو مجالات ذات علاقة بالصواب الخطأ".

ونقصد هنا بالصواب من ناحية الصواب الخلقي، والخطأ هو فيما يتعارض مع الأخلاق، ونحن هنا ليس بالضرورة نعني فقط تلك المؤسسات التي تمارس الانشطة التجارية الصرفية، وإنما أيضاً يقع ضمنها المؤسسات الحكومية، والمؤسسات غير الهافة للربح، وقوى الضغط بمختلف صورها، السياسية، والاجتماعية، وغيرها ..

فعلى سبيل المثال يضم التعامل الخلقي كافة صور التعامل مع موظفي المؤسسة عبر عدالة ومساواة التعامل، والتعامل الإعلاني الصادق وغير الخادع فيما يروج من سلع مع العملاء، وفي تحركات منظمات السلام الأخضر، أو الاتحادات وجمعيات النفع العام على تنوعها، وكذلك الشركات التجارية، سواء كانت سيارات أو بنوك أو مستشفىات أو شركات غذائية أو نوادي رياضية.

## الأخلاق التجارية والقانون:



### العلاقة فيما بين الاخلاق والضوابط القاونية

وبلا شك فثمة تداخل فيما بين الاخلاق والقانون فكلاهما معنى بالصواب والخطأ، والشكل السابق يوضح التداخل فيما بينهما، كما أن الاخلاق ليست هي القانون، فلا يوجد قانون على سبيل المثال يعاقب على عدم الاخلاص في صداقتك مع من تحب، كما لا يوجد قانون في الكثير من الدول الاوروبية تجرم من يعمل التجارب على الحيوانات، وثمة مجالات تم تنظيمها قانونيا غير أنها ليست من الاخلاق، في مثل القيادة على يمين الطريق أو يساره، وأحيانا القانون لا يمنح ما يرشد لذلك، لذا يقال في أغلب الأحيان أن ممارسة الخلق في التعامل التجاري هو أن تعمل في المساحة الرمادية التي يشتراك فيها القانون مع الاخلاق، واتخاذ القرار في المساحة الرمادية قد يعارض في أحيان كثيرة القيم التي تؤمن بها أو لا تتفق معها.

### لماذا نضع كل هذا الاهتمام للممارسات الأخلاقية في ممارساتنا التجارية؟

لاعتبارات عدة منها أنها:

- 1- تساعد في اتخاذ القرار خاصة لدى المدراء التنفيذيين في مؤسساتهم.
- 2- التداخل الكبير الذي أصبح مع الوقت لهذه المؤسسات والشركات من أثر على المجتمعات.
- 3- إضافة إلى أثر سوء التصرف الناتج من إقدام هذه المؤسسات على ما يؤثر سلبا على حياة الأفراد أو الطبيعة من حولنا.

- 4- تلبية مطالب الشركاء سواء من حملة الاسهم أو العملاء التي أصبحت متنامية بشكل كبير حيال ممارسات ومنتجات ذات توجهات قيمية وداعمة لوجود الانسان الامثل في بيئته ومجتمعه.
- 5- التعامل الخالي يساهم ويساعد متذخو القرار في الشركات والمؤسسات للتوصل الى حلول مثل مطلب وشغف المساهمون والعملاء من خلال أدوات تمكّنهم من التعريف والتشخيص والتحليل، وعبر برامج تدريبية مخصصة لذلك.
- 6- ثمة نتيجة أشارت اليها الدراسات الميدانية في الولايات المتحدة الامريكية والتي تشير الى استمرارية مواجهة قضايا تتعارض معخلق السليم، حيث أشار الاستبيان الى أن 48% من الموظفين هناك يقررون ممارساتهم لمخالفات خلقية وهذا ما يدعوه تلك المؤسسات لسن تشيريات تطور من خلالها وتحسن الاداء بما يتفق وأخلاقيات المهنة.
- 7- والتعامل الخالي تجاريًا يساعدنا في تحديد أمثل للمنافع، ويجبنا المشاكل في تعاملاتنا اليومية الادارية في مؤسساتنا.

### **العالم الالكتروني يعني أيضًا:**

شهد العالم الالكتروني تناهيا مضطرا في مجال الممارسات الاخلاقية التجارية، فثمة أكثر من 20.000 موقع الكتروني يتناول هذا الموضوع الحساس، وأكثر من 1200 كتاب كتب في هذا المضمار، وأصلت لذلك مكاتب البحث والدراسات المشهورة عالميا في مثل كوبورز، ومكانزى، وكى بي أم جى، واستحدثت وضائف جديدة في هذا المجال في مثل (Corporate ethics officer , ethics consultants ) ، وظهرت استثمارات تنسجم مع هذه الصناعة، ونؤكد هنا بأنه الاخلاق بالفعل فرضت نفسها كصناعة، عندما ظهرت مجالس استثمار ( Ethical investment trusts ) .

### **العلومة ومفهوم الخلق التجاري:**

ثمة تعارض يحدث بشكل مستمر فيما بين مفهوم العولمة وممارسة الخلق التجاري، ذلك إن الانتقاد يتوجه بالدرجة الاولى لتلك الشركات عابرة القارات في ممارساتها المتناقضة في مجال استغلال العمالة الرخيصة مثلا في الدول الفقيرة، أو في ما تقوم به من تلویث للبيئة المحيطة، أو في إجهاض البنية الاقتصادية لبعض الدول، فهذه الشركات تتعامل مع تلك الدول التي تكون ضوابطها القانونية ضعيفة في مجال قبول تلویث البيئة، أو نسب منخفضة في الضرائب، أو في استغلال العمالة، وبلا شك فإن مثل هذه الممارسات تفرض على العولمة تحديا لما يمكن أن يسمى ضوابط وأخلاقيات العمل التجاري حيال ممارساتها.

### **ما المقصود بالعلومة؟**

العلومة موضوع خلافي، كثر فيه الجدل، وانقسم العالم نحوه بين مؤيدين ومعارضين، فالبعض يقول، هناك لا يوجد أساسا لاقتصاد عالمي، فالمقدرات الاقتصادية أصلا هي حكرا على أوروبا وشما أميركا واليابان، وهي تكون بذلك متحكمة في 90% من التجارة العالمية، ليضل سائر العالم بعد ذلك يتعامل في العشر بالمائة المتبقية، فلم التشريع؟

**ما هو ليس بعولمة:**

التجارة البينية فيما بين الحدود الدولية لا تعبّر عن مفهوم العولمة.

**لاماح العولمة:**

1- على الصعيد التكنولوجي: فيما نراه من أدوات تكنولوجية منتشرة جعلت المناطق الجغرافية تتقارب عبر الهاتف، والمحطات التلفازية الفضائية، والإذاعات، بالإضافة إلى الانترن特، ناهيك عن وسائل التنقل التي تعدد وتنوعت.

2- على صعيد السياسة: فما عادت الحدود السياسية قائمة في العديد من الأقاليم الجغرافية مقارنة بالقرن الماضي في مثل فتح الحدود فيما بين الدول الأوروبية أو الخليجية أو الولايات الأمريكية أو الكندية وكذلك مع دولاً أخرى.

ويمكننا أن نعرف العولمة بما جاءت به دراسات أجنبية بما يلى: إنه تسامي التأكيل فيما بين الحدود الجغرافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية في مجالات العلاقات والإجراءات.

فالعالم أجمع عاين حادثة تغيير مبني التجارة العالمي لحظة بلحظة سواء الذي كان يقطن في أميركا أو بريطانيا أو الهند ، كما إن الناس عالميا أصبحوا متألفين مع علامات تجارية عالمية في مثل الرولكس للساعات، أو التويوتا في قيادة السيارات، أو في أكل ما تقدمه المطابخ المكسيكية أو الفرنسية أو الأمريكية، وما عدنا نقلق حالاً أين يدخل البنك المبالغ التي نودعها، فنحن قادرون وفي أي لحظة السحب من حساباتنا أو دفع فواتيرنا أينما كنا حول العالم، سواء عبر شبكة البنوك المنتشرة حول العالم، أو عبر شبكة الانترنت، فثمة شبكة من الاتصالات العالمية والمنتجات العالمية وأنظمة للتمويل العالمية وأسواق عالمية.

**العلاقة الوطيدة فيما بين العولمة والتعامل التجاري الأخلاقي:**

ذلك أنه تكمّن العلاقة في مجالات، الثقافة والقانون.

وفي مجال الثقافة: ففور عبور الشركات محلية الإنتاج والتسويق إلى دولية الإنتاج والتوزيع والتسويق نجدها تصطدم بأخلاقيات وآداب راسخة في هذه الدول، فعلى سبيل المثال في مجالات توظيف المرأة والسماح لتوظيف الأطفال ويمكنك أن تفكّر كذلك بما له علاقة بمدلولات وأسماء بعض العلامات التجارية في مثل علامة (Fcuk) التي عارضت العديد من الدول قبول علامتها أو حتى بعض الدول الأوروبية بالسماح لنشر حملاتها الإعلانية .

فعلامة تجارية مثل هذه انطلقت من بريطانيا في بداية التسعينيات ولاقت رواجاً مع نهاية عام الألفين، العلامة التي يقف من وراءها السيد ستيفن ماتس، الذي يؤكد من الجرأة التي عمدت إليها العلامة في استهدافها للشباب بما للاسم الذي اختير للعلامة من معنا يدركه المراهقين والشباب تماماً ! ، بالرغم من الانتقاد الذي وجه للعلامة من قبل ( Advertising standard authority ) في حملاتها الإعلانية للجانب المخزي الذي تدعوا له، وفي عام 2001 خرجت العلامة التجارية عن النطاق المحلي للنطاق الدولي مستهدفة الأسواق الأمريكية، واستخدمت الشركة ذات الحملة الإعلانية التي سبق نشرها في بريطانيا في الأسواق الأمريكية، ووجهت بمشاكل جمه حتى في المدن المتحركة في مثل نيويورك وسان

فرانسسكو ولوس أنجلوس ، للحملة التي انتهكت حرمة القانون في اوساط المجتمع الأمريكي ، حتى أن بعض سيارات الأجرا رفضت وضع إعلانات هذه العلامة في مركباتها ، والامر مماثل في سنغافورة ، فقد عرض الجماهير بعنف وهاجم تلك الباصات العامة التي وضعت إعلان العبارة الحائنة على الدعاية هذه، ويقول في ذلك ستيف روبياسكي وهو أحد مدیروا شركة الإعلان العالمية "ساتشى آند ساتشى" ومقرها في لوسرنجلوس بأن أنظمنا في الرقابة على الإعلان هنا في الولايات المتحدة مازالت تنبض بالحياة كما أن المجتمع الأمريكي والتوجه الحكومي يقوم منذ أمد في الحد من نشر رذيلة التعري والاستهواء الجنسي وصناعة الإعلان أحد الصناعات المستهدفة في ذلك.

نموذج علامة بهذه تبين الفرق الواضح فيما بين الدول وشعوبها فيما يمكن أن يكون مقبولاً أو مرفوضاً، إشارة إلى وجود أخلاقيات لابد أن يوضع لها حساب من قبل الشركات عابرة للدول.<sup>(1)</sup>

#### الجانب القانوني:

تؤكد الملاحظة من أن ثمة تداخل فيما بين الممارسة والمواصفات الخلقية مع القانون أو القوانين، وهذا يتضح إذا عرفنا أنه كلما خرجت العلامة التجارية من نطاق الأقاليم الجغرافي الذي تنتهي إليه إلى أقاليم جغرافية أخرى لا تمت إليه بصلة، كلما زادت المضائقات والقوانين الحكومية لها، وهذا طبيعي إذا علمنا أن القانون البريطاني يطبق فقط على الأراضي البريطانية والفرنسي على الأراضي الفرنسية وهذا. ولذلك أن تتصور معاناة مدراء التسويق عندما يرغبون في التعامل مع أي دولة خارج نطاق دولة العلامة التجارية الام، أي أخلاقيات في العمل التجاري معمول بها في الدولة المراد الانتقال لها، ما يجعلهم غير قادرين على الاعتماد على الشروط القانونية الخاصة بالشركة الام وذلك لاعتبارات مستحدثة على ساحة النطاق الجغرافي الجديد، لذا تظهر قضايا في مثل عمالة الأطفال، وأسواق المال الدولية هي أيضاً لا تخضع لقانون دولة محددة.

#### إطالة قدرة الشركات على البقاء **Sustainability** هدف جديد في مجال أخلاقيات العمل التجاري:

ذلك أن الشركات أصبحت أكثر التصاقاً بالمجتمعات من حولها، ومن أجل تقليل الآثار السلبية لما تقوم به من أنشطة قد يكون لها مردودها السلبي، فهي تعمد إلى برامج المسؤولية المجتمعية لتقليل عبء الآثار السلبية هذه، ويمكننا أن نستعرض نزير بسيط من آثارها السلبية وذلك على سبيل المثال من خلال التلوث البيئي الناتج من مخلفات مصانعها أو الناتج من استخدام منتجات النقل بأنواعها سواء في البيئة البرية أو البحرية أو الجوية، فالتدمير الذي أحدثه المصانع في جنوب ويلز بريطانيا وفي اللورين في فرنسا وحتى الروهر في المانيا شواهد تؤكد ذلك، وعوامل التأكل والتعرية التي أحدثته السياحة الجماعية في العديد من

الثقافات حول العالم في مثل قرى صيد الأسماك في مالوركن أو مجتمعات مرتفعات الألب السويسرية أو لمباني الآثار الرومانية القيمة والمصرية شواهد على ذلك أيضاً، وتأنى الشركات لتؤكد هذا التوجه، وفيما يلي نستعرض أجزاء مما حرته تقاريرهم السنوية بما يعزز ذلك، وكل ذلك بهدف تعزيز أهداف البقاء واستمراريتها.

إن مصطلح البقاء Sustainability أصبح مصطلحاً دراجاً في الثقافة التجارية اليوم في المؤسسات بأنواعها التجارية والحكومية، ولدى المكاتب الاستشارية ومن قبل قوى الضغط المجتمعية، وفيما يلى ندلل في استعراض سريع ما يشير إلى ذلك من واقع ما لمسناه في التقارير والمصادر المعتمدة لكل جهة:

المصدر	العبارة التي تشير إلى الرغبة في البقاء	الشركة
<i>Environmental and Social Review, 2000.</i>	'We are committed to respond to the challenges posed by the objective of sustainable development. In our view sustainable development is a long term strategic issue that will involve business in considerations beyond its normal responsibilities.'	شركة Bp البترول البريطانية
<a href="http://www.nokia.com">www.nokia.com</a> .	'Global industries are moving towards operating by social and ethical principles, such as environmentally sustainable practices. We wholeheartedly support this development and also participate actively in the global initiatives that support it.'	Nokia
<i>People, Planets and Profits: The Shell Report, 2000.</i>	'Shell companies are committed to contribute to sustainable development.'	Shell
<i>Environmental Report, 2000.</i>	'Volvo's environmental programmes shall be characterised by a holistic view, continuous improvement, technical development and resource efficiency. Volvo shall, by these	Volvo

	means, gain competitive advantage and contribute to a sustainable development.'	
التقرير السنوي 2006	ينقل ما في تقرير السوشيال في التقرير السنوي 2006	P&G

ويأتي مصطلح "البقاء" في الاستخدام كي يعبر كذلك في أحياناً كثيراً على التطوير والتنمية ، لذا نسرد فيما يلي تعريفاً يؤكد العلاقة فيما بينهما:

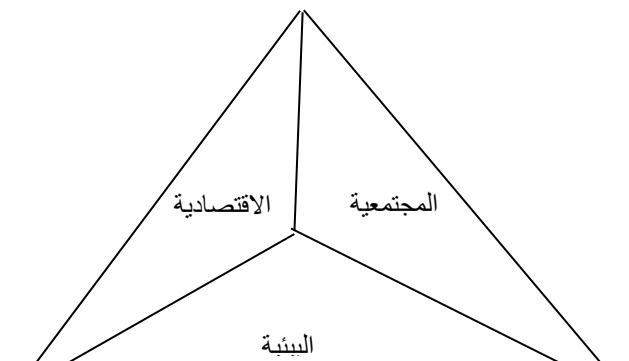
"Sustainable development is development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs.

(World Commission on Environment and Development 1987)

فهو إذا يعبر عن التنمية والتطوير الذي يحقق حاجات الحاضر بما لا يكون له مردوداً سلبياً أو يهضم حاجات الأجيال في المستقبل.

وهو ما يزيد الأمر حيرة في التوازن الذي يمكن أن نلجه إليه كي لا تكون قد انتقصنا من حق الأجيال في المستقبل في نفس الوقت، كما إن مصطلح "البقاء" Sustainability تطور كمفهوم ليشمل ليس البيئة المحيطة فقط، بل تعداده ليشمل الجوانب الاجتماعية والاقتصادية

(Elkington 1999).



توازن البقاء للشركات

ذلك التمدد لمفهوم "البقاء" الذي لا يمكن أن يكون ممكناً ببيئاً ما لم يكن مشاركاً له وممترضاً مع النواحي المجتمعية والنواحي الاقتصادية.

مثال ذلك واضح في برامج شق الطرق على سبيل المثال فهي ترتبط ارتباطاً كاملاً بالجوانب البيئية والجوانب ذات العلاقة بتسخير الحركة الاقتصادية، ولها آثاراً هاماً كذلك على حركة المجتمعات في منح مساحات أوسع لتخفيف آثار الازدحام في الطرقات وكذلك في منح آخرون وظائف جديدة.

وأبلغ مثال تمنحنا إياه الحالة الدراسية التي اشتهرت فيها كل من الخطوط الجوية البريطانية مع خطوط فيرجن للطيران تحت برنامج منح له اسم "أجواء حرّه"

فقد عمدت كلا الشركتين إلى تحالف أو اندماج لتسخير برنامج من نوع جديد ييقنها في الأجواء إلى آماد أطول، لاستهداف عدد 180 مليون راكب يعبرون الأجواء البريطانية حسب ما هو متوقع لعام 2000، وهو ما يدعو للاستثمار في فتح مدارج للطائرات جديدة ومحطات جديدة للطائرات أيضاً، حيث يعتقد أعضاء التحالف أن من غير هذا الاندماج Terminals فسوف تتعرض حركة المسافرين إلى ضغط الحجوزات، بل الغاء البعض لعدم تمكناً من تلبية زيادة الطلب، كما إن الاندماج هذا سوف يستوعب توفير عدد كبير من الوظائف، ويحد من ارتفاع أسعار التذاكر، ويحد من معاناة قطاعات اقتصادية عديدة، فالرغم من ترحيب قطاعات الاقتصاد وجماعات البيئة وجمعية الحد من الازعاج، غير أن لهذا البرنامج آثاراً سلبية في الاحتباس الحراري على المناخ المحيط بالأرض والذى يزداد يوماً بعد يوم، إضافة إلى التلوث البيئي الذى سوف يخلفه، والازعاج الناتج من زيادة حركة الطائرات، وبالاخص الناس الذين يقطنون تحت المسارات التي تعبرها الطائرات، تصدت جماعات ضغط لهذا البرنامج معلنة رغبتها بالمزيد من الحرية حيال الخلود للنوم عوضاً عن حرية الأجواء، وهذا ما يشير إلى أن برنامج "الأجواء الحرّة" يقف على الصدّ أما تأمين استمرارية وبقاء الشركات هذه، بما يشكل من علاقات متداخلة فيما بين الاقتصاد والبيئة واهتمامات الناس.(2)

لذا يأتي تعريف البقاء: بأنه الصيانة طويلة المدى للأنظمة البناء وفق اعتبارات اقتصادية وبيئية واجتماعية.

Sustainability refers to the long-term maintenance of systems according to environmental, economic, and social considerations.

### أوروبا، والسياق الجديد في مجال ممارسة أخلاقيات التجارة:

فيما يلى نناقش إن كانت المجتمع الأوروبي يمارس الأخلاقيات التجارية بامتياز وعلى أي مدى، ذلك أن ممارسة التجارة وفق اعتبارات أخلاقية أصبح موضوعاً عاماً في أوروبا، بالرغم من إنه ولد في الجانب الثاني من المحيط الأطلنطي ومعنى هنا أميركا، فأوروبا دخلت متأخرة في هذا المجال، حيث تفيد الدراسات بأنها ولجته في الثمانينيات من القرن الماضي، ذلك أن النظرة الأمريكية تختلف في جوانب عديدة عن النظرة الأوروبية في مجال

ممارسة الاخلاق في الممارسات التجارية، وهذا الاختلاف مرده للخلفيات الحضارية للأمتين، والدينية، والتاريخية والفلسفية.

(von Weltzien Hoivik 2002).

وإذا رغبنا في أن نتعمق في هذه الاختلافات فإن ذلك يحتم علينا الاجابة عن السؤال، هل من معنى ثابت وواضح لأوروبا؟

هل نعني بمصطلح أوروبا انطلاقاً من الجانب الجغرافي الذي يعني تلك البقعة الجغرافية الواقعة فيما بين أيرلندا إلى البرتغال والسويد شمالاً إلى صقلية جنوباً؟

أما إن كان من الزاوية الاقتصادية فإننا سوف نصل إلى معنى غير متجانس تماماً، لذا يصبح من الأفضل أن يتم التعريف على أساس الموروث التاريخي والثقافي للشعوب التي تنتهي لهذا الاسم . (Morin 1987)

وكى نكون عمليين، فسوف نعني بأوروبا هو ذلك الكيان الذي ينتمي للاتحاد الأوروبي، بما فيها الدول غير الاعضاء كالنرويج وسويسرا والدول أوروبا الشرقية، بالرغم من إننا نعتقد بعدم دقة هذا التعريف، كما إننا نقر شبه التداخل الكبير الذي يجمع الشعب البريطاني بالشعب الأمريكي، غير أنه من الواضح أن أميركا كامة تختلف عن أوروبا ككيان.

ويؤكد الدارسون من أن هناك اختلافاً بينا فيما بين الامتين الاوروبية والامريكية في نظرتيها للممارسة الأخلاقية في العمل التجاري، ويمكن تبيان ذلك من خلال أسئلة خمسة:

1	Who is responsible for ethical conduct in business?	<b>United States</b> The individual	<b>Europe</b> Social control by the collective
2	Who is the key actor in business ethics?	The corporation	Government, trade unions, corporate associations
3	What are the key guidelines for ethical behaviour?	Corporate codes of ethics Misconduct and immorality	Negotiated legal framework of business
4	What are the key issues in	in single decision situations	Social issues in organizing

	business ethics?		
5	What is the dominant stakeholder management approach?	Focus on shareholder value	the framework of business

### Multiple stakeholder approach

1- كما تؤكد الدراسات التحليلية لكلا النموذجين الأوروبي والأمريكي من أن النموذج الأمريكي يتمتع بحرية أكبر في الوقت الذي تنسع فيه مساحة ما لكي الأسماء وهو ما يدعو إلى المزيد من الحيطة في الرغبة حال الالتزام بمعايير البقاء من قبل شريحة متعددة، بينما النموذج الأوروبي تضيق دائرة ما لكي الأسماء كي تصبح حصرًا على الشركات المالكة والبنوك ضمن إطار أي شركة تقريبًا، وهو ما يقلل من حرص هذه الشركات في الالتزام بمعايير البقاء، ويزيد من فرصة اتخاذ القرار الفردي حال أي توجّه يتطلع متذمّي القرار في الشركة اتخاذها، غير أن النموذج الغربي يتمتع بنظام إجرائي تلتزم فيه الشركات عموماً بالقوانين التي تصبح تشریعاً عاماً بعد ذلك.

2- يتضح من الدراسات أن التزام الشركات بمعايير البقاء يعتمد على حجم التزام الجانب الحكومي بالشركة وكذا حجم وقوة جماعات الضغط في كل قطر جغرافي، أو الاتحادات العاملة.

3- مدى التزام الشركات بالأخلاقيات في مجالات الممارسة التجارية نستطيع أن نتبينه من سياق أدبيات أي شركة وتقاريرها الدورية والسنوية.(3)

ثم إن موضوع الالتزام الخلقي تعمق فيه الدراسون وفصلوا فكانت مصطلحات متشعبه تضم، الأخلاق تجاه البيئة، الأخلاق في المجال الصحي والتطبيب، الأخلاق في السياسة والاقتصاد، الأخلاق في ممارسة الوظيفة، والرياضة، وهكذا:

1. Meta-ethics
2. Normative ethics
3. Descriptive ethics
4. Applied ethics
5. Environmental ethics
6. Ethics in politics and economics
7. Ethics in the professions
8. Ethics in health care
9. Ethics in psychology
10. Legal ethics

ورجعوا الى تقرير المفوضية الاوروبية الصادر بتاريخ Brussels, 22.3.2006 في بلجيكا، الذى يشير الى أن ممارسة المسؤولية الشاملة المجتمعية Corporate Social Responsibility (CSR) هو أمر طوعي تمارسه الشركات مع ملاكها في مجالات تتطلبها المجتمعات، تساعدها في دعم الاقتصاد ودعم مجالات التنمية المجتمعية والبيئية، ففي أوروبا يعكس الترويج لبرامج التنمية المجتمعية من قبل الشركات الحاجة للدفاع عن قيم مشتركة ورفع نسبة اللحمة والتعاون المجتمعي، ممارسة العمل التجاري تفرض تربية ثقة العميل وملك الشركة بأداء الشركات، ليس على الصعيد الربحي فحسب وإنما كذلك في مجال دورها الرائد والتحدي لمتطلبات مجتمعاتها التنموية، وعليه فإن المفوضية ترغب في منح المزيد من الجدوى والدعم السياسي للمساهمات المجتمعية هذه لما تقوم به الشركات في هذا المجال بل وتدعوها للمزيد، ذلك أن برامج المساهمات المجتمعية تعتبر برامج تجارية ذات طابع تطوعي، المفهوم الذي يعني المزيد من الالتزامات الادارية إضافة إلى حساب ما قد يؤدي إلى مواجهة المخاطر، إن المفوضية الاوروبية تدعو إلى تشكيل تحالف يعزز من المساهمات المجتمعية من قبل كافة صور وأحجام المؤسسات التجارية العاملة في أوروبا لتشكيل مظلة لا تستدعي توقيع الأطراف المتحالفة عليها، كما لا يعتبر تشريع أو أداة قانونية يحاسب عليها المنضمون، والرغبة في أن يشعر المساهمون والماليون والعملاء والشركاء وعلاقة الشركة بالمصانع المزودة، والحكومات أو الدول التي تعمل بها الشركة، ومنظمات غير الحكومية ووسائل الاعلام، ذلك ما يشكل في مجموعه (Stakeholder)، حيث يعد هذا التحالف بمثابة مفتاح لفرص كبيرة تجمع فيما بين المنضمون وكذلك نحو شراكات جديدة، والنتائج شاهدة على ذلك عبر ما تم إدراجه في كتاب the open book of social innovation, Robin murray, 2010

الكتاب الذي استعرض عوائد إبداعية في تفعيل المسؤولية المجتمعية على نطاق دولي عبر تحالفات مع الغير في تحقيق الأهداف لعدد غير قليل من الجهات والمؤسسات والأفراد، فعلى سبيل المثال:

#### فحیال شحة المياه في الدول الافريقية:

- 1- المشكلة: حول العالم هناك 2 مليون نسمة يموتون بسبب عدم توفر مياه صالحة للشرب، معظم من يموتون 90% منهم أطفال.
- مصادر المياه في الغالب تكون بعيدة من القرى كالأنهار والامطار
- المطلوب: تطوير خزانات مياه بكلفة منخفضة لا تزيد عن \$20 بسعة استيعاب 125 غالون
- تم استلام 164 حل / قيمة الجائزة لمن يفوز بالحل 15 الف \$
- الفائز قدم حل بقيمة \$3
- 2- المشكلة: في المناطق غير المزودة بالكهرباء، بحاجة لبطاريات قادرة للاستمرار لخمس سنوات

• الحل: جاء من 64 دولة

• عدد الحلول المستلمة 500

• تم حل مشاكل استلام القنوات الاعادية واستخدام الجوال عبر تكنولوجيا إعادة التدوير

4- حيال وظائف القرن القادم:

• المشكلة: العديد من الشركات تتطلع لمعرفة نوع الوظائف التي ستنتج كي تحضر لها ، ويتطلع الشباب للاحتراف في مجالات احترافية غير مهيئين لها

• المطلوب: إيجاد استراتيجية في التعرف على توجهات الأسواق ونوع الوظائف المستحدثة بشكل ميس

• الحل: كان عبر استغلال شبكة وسائل التواصل الاجتماعي، عبر تحليل ما يدور في الساحات عبر كلمات مفاتيحية

• قيمة المكافأة 10 ألف \$

• عدد من شارك في الحل 604 شخص، الحلول المقبولة 88

• المدة المستغرقة للحل 99 يوم

5- شنطة طبية لرواد الفضاء:

المشكلة: وكالة ناسا لأبحاث الفضاء واجهت مشكلة مع تزويد رواد الفضاء بحقية طبيه قادرة وبشكل سريع منح المعلومات الازمة مع متابعة رائد الفضاء حيال الجرعات

الحل: جاء من 47 دولة، ذات حقيقة الفيرس ايد قادرة على منح رائد الفضاء البيانات الازمة بشكل دقيق

المكافأة 15 ألف \$

6- غسيل ملابس رواد الفضاء:

المشكلة: وكالة ناسا لأبحاث الفضاء واجهت مشكلة في تنظيف ملابس الرواد لتخلصها من الاوساخ والروائح، دون استخدام سوائل

المكافأة: 25 ألف \$

الحل: من 50 دولة وعدد 108 حل

## العمل التجارى المسؤول:

تقر المفوضية وتفيد في تقريرها من أن أوروبا لا تططلع للتوسيع التجاري فحسب وإنما أيضاً التطلع للمسؤولية الاجتماعية للقطاع التجاري هذا socially responsible business، كما أنها تؤكد من أن الجانب المجتمعي سيكون بمثابة مفتاح لافق جديد وإبداعية تططلع إليها أوروبا ككل، والمجلس الأوروبي في عام 2005 أشار إلى أنه من أجل جذب الاستثمارات إليه وإتاحة قاعدة متميزة بالفعل لنمو مشاريعه التجارية فإن ذلك يستوجب تأمين وتأكيد المسؤولية الاجتماعية التي يجب أن تمارسها المؤسسات والشركات لما لذلك من انعكاس في تعاظم الدور التجاري لأوروبا، وعلى الاتحاد الأوروبي أن يستكمل النظم الخاصة بالأداء التجاري بما يؤكد توافقه مع المجتمع والبيئة من حوله، وقد أكد الاتحاد الأوروبي في قراراته السابقة للأعوام 2002 و2003 بأن يقوم كل رئيس دولة بتشجيع القطاع الخاص باليقان بذلك، ولما لذلك من انعكاسات كبيرة في توفير نسبة عظيمة من الوظائف، والحد من نسبة زيادة البطالة، وتفيد المفوضية مجدداً الإسراع في تعظيم الجانب المجتمعي من خلال الجوانب التجارية، ثم تؤكد المفوضية في جانب آخر من تقريرها الصادر في 2006 من أن تنفيذ برنامج المسؤولية الاجتماعية لا يعتبر الدواء الشافي لكافة الامراض، غير أنه مساهم رئيسي في الحد منها ، فهو يمكن أن يحول إلى سبيل المثال من:

- 1- المزيد من الفرص الوظيفية ورفع مستوى المساهمات المجتمعية من خلال توظيف وكسب المزيد من الأفراد من مجتمعات كانت تقف على الجانب الآخر حيال المسؤولية الاجتماعية.
- 2- الاستثمار في تنمية المهارات الحياتية وتوظيفها في مجتمعات أصبحت تعاني من ارتفاع معدلات كبار السن.
- 3- الانخراط والمساهمة في برامج الصحة العامة وبرامج التسويق، وترميز المنتجات والسلع ذات التوجه المنسجم مع البيئة، بقصد دعم الترويج لها ضمن برنامج تطوعية.
- 4- الزيادة في استغلال المصادر الطبيعية والتقليل من مسببات التلوث البيئي.
- 5- تأمين صورة مشرقة لاسم الشركات مجتمعاً، وحشد موافق إيجابية لسمعتها في أذهان العامة.
- 6- الزيادة في احترام برامج حقوق الإنسان، وزيادة معايير نظم التعامل مع الموظفين، بالأخص مع الدول النامية.
- 7- تقليل نسبة الفقر.
- 8- دعم احتياجات الأقليات الصغيرة من المعاقين وأصحاب الاحتياجات الخاصة.

ويكمن التحدي في الآليات والبرامج التي من الممكن من خلالها أن تحفز الشركات ويلهبها من أجل زيادة مشاركاتها المجتمعية بحكم أنها اللاعب الأساسي في هذا القطاع، وهو ما يجرى بحثه وكشفة من خلال دراسات ميدانية سواء كانت تضم الشركات أو ما لكي الاسهم والعملاء، وهو ما سيشكل في نهاية المطاف تحالفاً أوروبياً لبرامج (CSR)، التحالف الذي سيعتبر بمثابة مظلة سياسية لمنظمين جدد أو أعضاء حاليين مهتمة ببرامج الاصدارات المجتمعية.

ومن أجل تعزيز الشفافية والمصداقية لبرامج المسؤولية والمساهمات الاجتماعية فإن المفوضية تشجع الشركات الداعمة لهذا التحالف في أن تجعل برامج المساهمات المجتمعية هذه مشاعة

و متابعة لجميع بما فيهم العملاء والمستثمرين و عموم الجمهور وبال مقابل فإن المفوضية سوف تدعم المالكين لتطوير آلية لتقييم مساهماتهم المجتمعية هذه، كما إنها ستدعم كافة برامج الحوار التي من شأنها أن تزيد أو اصر التعاون فيما بين ملاك الشركات من خلال ندوات حوارية دورية.

ولتعزيز وترويج برامج المساهمات المجتمعية لدى المفوضية فستقوم بما يلي:

1- دعم مدركات الجمهور عما تقوم به الشركات حيال هذه المساهمات المجتمعية، كما إنها سوف تروج بشكل تطوعي أدوات في مثل أداة إدارة الانظمة البيئية، وبرامج ترويج المنتجات المنسجمة مع البيئة أو لتلك التي ليس لها انعكاسات سلبية على البيئة المحيطة وهي تدعى مصطلحا Ecolabel scheme ومبادرات أخرى لجعل المواطنين مدركون لما يتم إنجازه من برامج بيئية وصدى ذلك كنتيجة لاستهلاكاتهم و اختيارتهم الاستثمارية.

2- دعم مبادرات متعددة المالك Support to multi-stakeholder initiatives وهي تعنى بالشركات التي يتعدد فيها المالك كي يتم شرح العوائد الايجابية لمثل برامج

المؤسسات المجتمعية على أصول وأرباح الشركات، وذلك من خلال عقد ندوات دورية حوارية بهدف تنمية وتعزيز هذا النوع من المبادرات والبرامج، والمفوضية ستدعم تلك المبادرات حتى إن كان منشأها المنظمات وجمعيات النفع العام غير الهدافة للربح

.NGOs

3- التعاون مع أعضاء الاتحاد الأوروبي: ذلك أن برامج المساهمات المجتمعية تعتبر مدركة من قبل الشركات والجمهور في دول الاتحاد الأوروبي غير أن هذا الإدراك يتباين في وضوحه وإدراكه خصائصه من دولة عضو إلى دولة عضو آخر، والتعاون هذا يحتم انضمام رتب وظيفية أو ممثلي عن كل دولة بمستويات رفيعة لتأمين تفعيل أكبر لبرنامج المساهمات المجتمعية.

4- منح العميل المعلومات اللازمة وبشفافية كاملة: فالعملاء يلعبون دورا هاما في جعل الشركات مسؤولة في مجال الانتاج أو في تصرفات الشركة تجاريها، فالتوقعات تصب نحو تشجيعهم لشركاتهم في إنتاج الأمثل من السلع، وفي الوقت الحالي لم يدرك تماما العميل الآثار الجانبية السلبية الذي يمكن أن تكون فيه هذه السلع سببا بما في ذلك كافة مراحل التزويد والانتاج، والمفوضية ستؤمن نشر المعلومات بشفافية كاملة لجعل العميل واعيا ومدركا للدور الذي يمكن أن يقوم به.

5- البحث الميداني: فهناك حاجة لتنفيذ العديد من الدراسات الميدانية الدقيقة للتعرف على العلاقة الوطيدة والجامعة مع ما يترب من آثار إيجابية فيما بين بقاء الشركات ومدى تنفيذها لبرامج المساهمات المجتمعية، وفيما بين العلاقة التي يمكن أن تبني وآفاقها فيما بين المجتمع بقطاعاته وقطاع الصناعة بكل صورها، إضافة إلى انعكاسات ذلك على التطوير والإبداع في المجالين الصناعي والمجتمعي.  
إضافة إلى دراسة تأثير ذلك على وقع دورة حياة المجتمع في المجالات الانتاج والتصنيع والخدمات.

6- التعليم: ذلك إن برامج المسؤولية المجتمعية يجب أن يتم تبنيتها والدعوة إليها فيما بين الموظفين الذين سيكونون مدراء المستقبل فهي تعتبر قضية تمتد بإمتداد الحياة ، وعليه

فالمفوضية تدعو كافة الجامعات والمعاهد العالمية بكافة صورها لادرارج موضوع المسؤولية المجتمعية ضمن مناهجهم الدراسية والتدربيّة.

7- بعد الدولي لبرامج المساهمات المجتمعية: سوف تعمل المفوضية الأوروبيّة على ترويج برنامج المسؤولية الاجتماعيّة دولياً بما ينسجم وتنطّل إلى برامج التنمية لدى الأمم المتحدة في القرن الواحد والعشرين ، من أجل التوصل إلى صورة مرجعية عالمية لما يجب أن تكون عليه هذه البرامج ، كما ستعمل على بناء أدوات تساعد في تفعيل هذه البرامج وتنشّرها فيها مع ملاك الشركات أو الحكومات من أجل تعزيز آثارها ، وسوف تعمل على التوصل لمعايير عالية المستوى والدعوة إليها دولياً .

والمفوضية ملزمة بتقديم محفزات تجارية لتشجيع أولئك الذين يحترمون حقوق العمال وحماية البيئة، والمبادئ العامة فيما بين الحكومات، من خلال "النظام العام للتفضيلات "

"Generalized System of Preferences Plus" 1يناير 2006 في أوروبا، حيث ستناقش المفوضية مع شركائهما من الدول والشركات كيفية الترويج.

فبرامج المساهمات المجتمعية الشاملة تعتبر همة لأنها تعكس القيمة الحقيقية للمجتمع الذي نرحب أن نعيش فيه، إنه مهم لكل شركة كانت صغيرة أم كبيرة، أن يحسنون الاقتصاد ويحسنون من أداء مجتمعهم على المدى القصير والطويل، ومهمة تلك الشركات تحفيز ما يتطلع إليه الموظفين من طموح في بيئه العمل، مثلما هي مهمه للعملاء الذين يدفعون المزيد للشراء ويرغبون بال المزيد من الرعاية والعناية، كما إنه مهم للمجتمعات التي ترغب في أن تشاركها المؤسسات من حولها لما تؤمن به من قيم أو تشاركها الاهتمامات، إنه مهم للمساهمين الذين يشعرون من أن المسؤولية الاجتماعية ليس ادعاء وإنما سلوك يجب أن يشجع، وهو مهم بالنسبة لباقي المجتمعات الدوليّة التي ترغب في تعامل مماثل بمبادئ وممارسة للقيم ، كما إنه مهم لأطفالنا وللأجيال الصاعدة لأن يعيشوا في عالم يحترم الإنسان والطبيعة من حوله .

وفي تقرير آخر يشير إلى العلاقة الوطيدة التي أصبحت متلازمة فيما بين الشركات المستوفية بالمسؤولية، والمساهمات المجتمعية، وإقبال المستثمر على شراء أسهم الشركة ، حيث طالعنا أكثر من دراسة وتقرير يشير إلى ذات النتائج ، فالدراسة التالية على سبيل المثال تؤكّد ما يلى:

إن القلق حيال بقاء العنصر الإنساني الذي يستهلك موارد الطبيعة من حوله أضحى فلماً عاماً يشترك فيه سكان الأرض قاطبة، وثمة دلائل ثابتة ومؤكدة تدعم هذا القلق، فالتغير المناخي يزداد يوماً بعد يوم، ويبدو أن قضية "البقاء" سوف يتم تناولها من قبل المؤسسات التمويلية، خاصةً لتلك الشركات التي ستتعرّض لفقدان الملكية، أو للديون المترتبة على الانتاج والمنتجات، ومع هذه المعطيات يصبح ليس من المستغرب أن يكون ثمة دراسات عديدة تتعرّض للإجابة على السؤال، ما إذا كان ممارسة الدور المجتمعى أو المحافظة على "البقاء" من قبل الشركات يحسن أو ينقص و يحد من الأداء الاستثماري لها ، بالرغم من وجود حدود وضوابط للإجابة على هذا السؤال، منها مدى ما يتمتع به مدبرها العام من مهارات والذي بلا شك يؤثر على العوائد الربحية للشركة، دراسة رائدة Derwall et

(al., 2004) أحرزت تقدماً في ذلك عندما استخدمت منظومة من العناصر المتغيرة لتقدير ما إذا كانت ممارسة المساهمات المجتمعية لها مردودها الإيجابي على رفع أصول الشركة أو أدائها ، خلصت إلى أن ثمة إثباتات وشواهد على ذلك في ما يشير إلى علاقة جوهرية فيما بين الاهتمام بالبيئة المحيطة والعائد على الاستثمار .

لقد أكدت الدراسات العلمية التي اعتمدت أكثر من ستون معايير بيئية، من أن معدل المعلومات الخاصة بالمحفظة التي تضم شركات لديها مساهمات مجتمعية حيال البيئة قد تحسن بشكل كبير، كما أكدت وجود علاقة طردية في تحسن أداء الشركات الاستثماري مع مرور الوقت. وتفصيل هذه الدراسة ونتائجها يمكن الرجوع إليها في المرجع (4)

كما تؤكد الدراسات وبالخصوص تلك الأمريكية إلى أن العائد على الارباح يصل إلى ما نسبته 52% أكثر للشركات (5) التي تضمن استراتيجياتها التسويقية المساهمات المجتمعية والاهتمامات التي يتطلع اليه العميل في علاقته سواء مع أبنائه أو زوجته أو عائلته أو المجتمع من حوله أو بيئته، كما تؤكد الدراسات العلمية لدى قياس مردود المساهمات المجتمعية إلى عنصر ارتباط بالعائد على الأصول.

## الباب الثاني

### نماذج شركات ممارسة لأنشطة المسؤولية الاجتماعية

فيما يلي نستعرض قائمة بأسماء الشركات التي كان لها دور ريادي في المساهمات المجتمعية، نرصد أداء تلك الشركات على مدى زمني قوامه خمسون سنة في مجال الارباح والاصول إضافة إلى استعراضنا لتاريخ الشركة ومساهماتها المجتمعية ونبدأها بما يلى وذلك وفقاً للترتيب الذي استعرضته لنا "فورشن 500":

أولاً: شركة GE

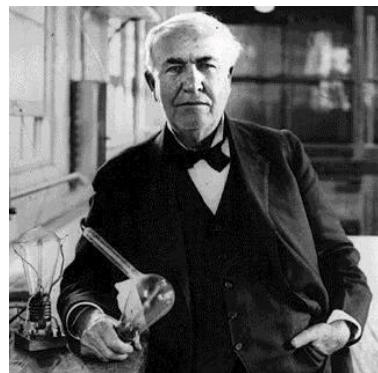


شعار جنرال الكتريك

الموقع الإلكتروني: <http://www.ge.com/>

الشعار اللفظي: Imagination at Work

جينيرال إلكتريك (General Electric) أو GE هي شركة صناعية وتكنولوجية أمريكية متعددة الجنسيات. تأسست في نيويورك في عام 1892 بعد دمج شركة إديسون جينيرال إلكتريك (تأسست في عام 1878) مع شركتين كهربائيتين آخرتين. وفقاً للرسملة السوقية، شركة جينيرال إلكتريك هي ثاني أكبر شركة في العالم بعد إكسون موبيل. تنتج الشركة المعدات الكهربائية، والإلكترونية، واللائئن، ومحركات الطائرات، ومعدات التصوير الطبي، والخدمات المالية. في عام 1900 أسست الشركة مختبر أبحاث، وطورت معظم منتجاته اللاحقة (مثل الأدوات المنزلية المختلفة). في عام 1986 اشتراطت جينيرال إلكتريك شركة RCA، ومن ضمن ذلك شبكة NBC التلفزيونية. يقع مقر الشركة الرئيسي في مدينة فيرفيلد بولاية كونكتيكت الأمريكية.



ثومس إدison مخترع المصباح

ويببدأ تاريخ الشركة من شخص يدعى ثوماس ألفا إدison في عام 1876 فتح معملا Laboratory له في منلو بارك في ولاية نيوجيرسي الأمريكية ، حيث خرج من هذا المعمل أشهر مخترع على وجه الأرض ذلك هو المصباح الكهربائي، في عام 1890 نظم إدison نشاطه التجاري من خلال التأسيس لشركة أسمها "إدison جنرال الكتريك "

وفي عام 1879 الرجلان ثومسون و هيستون شكلوا شركة منافسة في مجال الصناعة الكهربائية اسمها " ثومسون هيستون الكتريك كمباني " اندمجت مع شركات عدة من أجل الاستحواذ على سوق الصناعات الكهربائية، ومع اتساع رقعة الصناعة الكهربائية ومتطلباتها التي تعقدت أصبح من المستحيل على أي شركة سد احتياجات السوق بنفسها أو من خلال اعتمادها على التقنية التي توصل كل منهم إليها، في عام 1892 اندمجتا هاتين الشركاتين بإشراف شركة جي بي مورغان J.P.Morgan لتشكيل كيان جديد اسمه "جنرال الكتريك كمباني " وموقعها الرئيسي في نيويورك .



مبنى المقر الرئيسي في مدينة نيويورك الأمريكية

في عام 1896 أدرجت شركة جنرال الكتريك ضمن اثنى عشر شركة أخرى لتشكيل ما يسمى بالداو جونز الصناعي Dow Jones Industrial Average ومازالت مدرجة طيلة 111 سنة، بالرغم من عدم قدرة صمود الشركات الآخريات في الاستمرار ضمن قائمة داو جونز، في عام 1911 استحوذت الشركة الام على شركة "ناشيونال الكتريك لامب كمباني " وأسست على

ضوئها قطاع خصص للإضاءة في مدينة كليفلاند أو هايو، وتم تأسيس شركة Radio American Telephone Corporation of America (RCA) من قبل شركة GE وشركة Telegraph (AT&T) في عام 1919 في مجال صناعة الراديو والبث الإذاعي.

العام	مسار إنجازات الشركة تاريخياً
1935	سوقت الشركة أول جهاز كهربائي للتخلص من الفضلات وهو ما يدعى garbage disposal
1942	طورت أول محرك نفاث أمريكي
1955	أعلن معمل أبحاث الشركة عن قدرته لتصنيع الماس الصناعي للاستخدامات الصناعية.
1962	العالم "بوب هول" وهو أحد موظفي الشركة يعلن عن اختراعه أشعة الليزر الموجهة the solid state laser .
1970	تم بيع قسم أنظمة الكمبيوتر لشركة Honeywell
1981	تقلد السيد جاك والش منصب الرئيس التنفيذي للشركة والذي كان يتمتع بقدرات إدارية فذة تركت بصماتها ليس على مستوى الشركة فحسب وإنما أيضاً على مستوى الادارة في الشركات الأمريكية.
1989	تم التأسيس لقناة CNBC التلفازية لتقديم الأخبار الاقتصادية لمشتركي الكابل التلفازي.
1996	تمّ المشاركة مع شركة مايكروسوف特 للاطلاق MSNBC لمنافسة كابل نيوز Cable News Network
2005	تم شراء شركة صناعة الطائرات كندية تدعى Bombardier بمبلغ 1.4 بليون \$
2007	تم الاستحواذ على من قبل قطاع الملاحة الجوية على "سمث لانظمة الطيران" بمبلغ 2.4 بليون باوند

ناهيك عن تصنيعها لمكائن الطائرات النفاثة والتوربينات لمثل شركات بوينغ وإيرباس العالميتين وفي الملاحة الجوية للعديد من شركات الطيران كالبريطانية والفرنسية وشركات تصنيع الطائرات مثل مكدونالد دوغلاس ولوكميد جالكسي إضافة إلى ناسا الفضائية.

في عام 2005 رغبت الشركة في أن تستحوذ على مركز تسويقي يؤكد مسؤوليتها المجتمعية من خلال برنامج أو مبادرة أطلق عليها اسم "Ecomagination" وتعنى الرفيق للبيئة المحاطة والمنسجم مع ما يتخيله ويطمح به الإنسان، أو ما يسمى بشركة "green" خضراء، ولا غرابة في ذلك إذا عرفنا أن الشركة اليوم تعتبر الأكبر عالمياً في تلوث البيئة، لذا إجتهدت في التحسين من صورتها عبر الاجتهد في مجال صناعة الطاقة عبر الرياح، كما تطور منتجات منسجمة وصديقة مع البيئة، في مثل hybrid locomotives and photovoltaic cells ، كما إنها حددت أهداف لكافة شركاتها التابعة للتخفيف من آثار الانبعاثات الحرارية.

من خلال هذه القطاعات التجارية والصناعية نلاحظ كيف أن شركة GE تشارك في أسواق متباعدة تتضمن الانتاج والنقل والتوزيع للطاقة الكهربائية وتأمين الإضاءة كقطاع صناعي قائم بذاته، وفي مجال الانتمنة، والصناعات الطبية، والمركبات والقاطرات، ومكائن الطائرات النفاثة، وخدمات الملاحة الجوية، وفي مجال تصنيع المواد في مثل البلاستيك، والسليلكون، ومواد الكشط،

وهي تملك 80% من NBC بونيفر سال، ولديها خدمات تمويلية خاصة بها وخدمات التأمين ولديها تواجد في أكثر من 100 دولة حول العالم.

#### 4- في مجال المساهمات المجتمعية كان للشركة ما يلى:

##### السجل البيئي Environmental record

لدى الشركة تاريخ حافل في التلوث الجوي والمائي، فالشركة مسجلة حالياً كأكبر رابع شركة في تلوث البيئة الجوية على مستوى الولايات المتحدة الأمريكية، بمعدل 4.4 مليون باوند في العام من الملوثات السمية في الفضاء من حولنا، وفي عام 1983 قضاة نيويورك أجبر الشركة لتنظيف مطالبة الدولة تقدر بـ 100.000 طن من المواد الكيميائية في المياه، وفي 1999 قبلت الشركة لدفع مبلغ 250 مليون \$ لتسبيها في تلوث أحد الانهار يدعى هوستونك رفر مع موقع أخرى، في عام 2002 تسببت الشركة في تلوث 40 مایل من نهر هدسون وطلبت بتنظيفه، في عام 2005 أعلنت شركة GE عن برنامجها "Ecomagination" بنية تطوير حلول مستقبلية لمشاكل بيئية في مثل حلول الطاقة الشمسية، خلايا للوقود، تقليل مبعثرات مكائن الطائرات من ملوثات غازية، وقد أكدت الشركة على اهتماماتها والتزامها بالمسؤولية الاجتماعية نحو البيئة وما يتعلق بذلك من تطوير المنتجات كذلك، بقصد تحسين صورة الشركة حيال الارث في الملوثات التي كانت تحدثها.

واللطيف في التقرير السنوي لشركة جي إى لعام 2007 مايو، فإنك بمجرد تحميلك للتقرير من قبل الموقع الإلكتروني فإن الشركة بناء على تحميلك تزرع شجرة، ما يؤكّد الجانب المجتمعي للشركة من الوجهة الأولى.

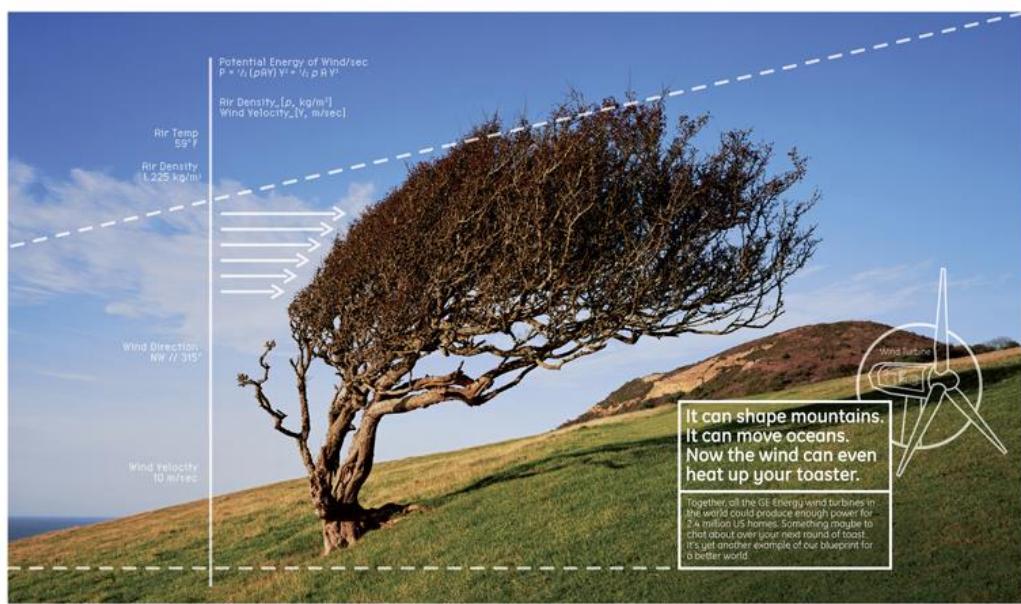
في مجال المساهمات المجتمعية، تطوع الشركة خبراتها في في المجال الصناعي والبناء التحتية لتأمين الماء الصالح للشرب، والطاقة النظيفة، والرعاية الصحية الازمة للمجتمعات، وتعمل على تطوير حلول كثيرة عبر ضخ الاستثمارات الازمة لها وتعمل على تطوير القدرات الإنسانية، واستكشاف أسواق جديدة.

أداء الشركة معزز لمحور المواطن ليضم الدوائر الأربع التالية:

- 1- إكماجنيشن Ecomagination
- 2- علاقة الشركة مع الحكومات
- 3- البيئة المحيطة، الصحة، والامان
- 4- اندماج الاسواق Emerging markets: وهو التوجّه الصحيح لتفعيل مجالات التنمية التي تتطلع اليه الشركة نتيجة للفرص الكبيرة المتاحة فيها ، وهو في ذات الوقت ينذر بتحديات كبيرة، فاندماج الاسواق يستهلك أكثر من نصف الانتاج العالمي للطاقة ويمثل 80% من سكان العالم ، وتشير الارهاسات الى أن واحد بليون عميل جديد سوف يدخل الاسواق العالمية خلال العقد الزمني القائم ، وأكثر من واحد بليون شخص في العالم لن يجد الماء الصالح للشرب ، إن استراتيجية الحوار الدائم مع المالك والشركاء يجعل الشركة بصفة دائمة قادرة على جعل خدماتها تدور حول احتياجات وشغف هذا الانسان.

وقد حققت شركة جي إى تطويراً في استراتيجية "إيكوماجنيشن" في المجالات التالية في عام 2006:

- 1- ضاعفت استثماراتها في الابحاث النظيفة، فهي استثمرت 900 مليون \$ لدعم ابحاث تطوير التكنولوجيا النظيفة cleaner technology research مع تتميتها، والهدف أن تصل إلى استثمار مبلغ 1.5 بليون \$ مع عام 2010 في البحث والتطوير ضمن استراتيجية "إيكوماجنيشن".
- 2- زادت الأرباح الناتجة عن "منتجات إيكوماجنيشن" لتصل إلى 12 بليون \$ في عام 2006، مع استهداف رقم 20 بليون بالمبيعات مع عام 2010.
- 3- تقليل نسبة الانبعاثات الحرارية 4% عن عام 2004، وزادت من كفاءة استغلال الطاقة في عمليات الانتاج، وقلصت استغلال الطاقة بمعدل 21% عن عام 2004، وتحسين كفاءة استغلال الطاقة بنسبة 30% مع عام 2012.

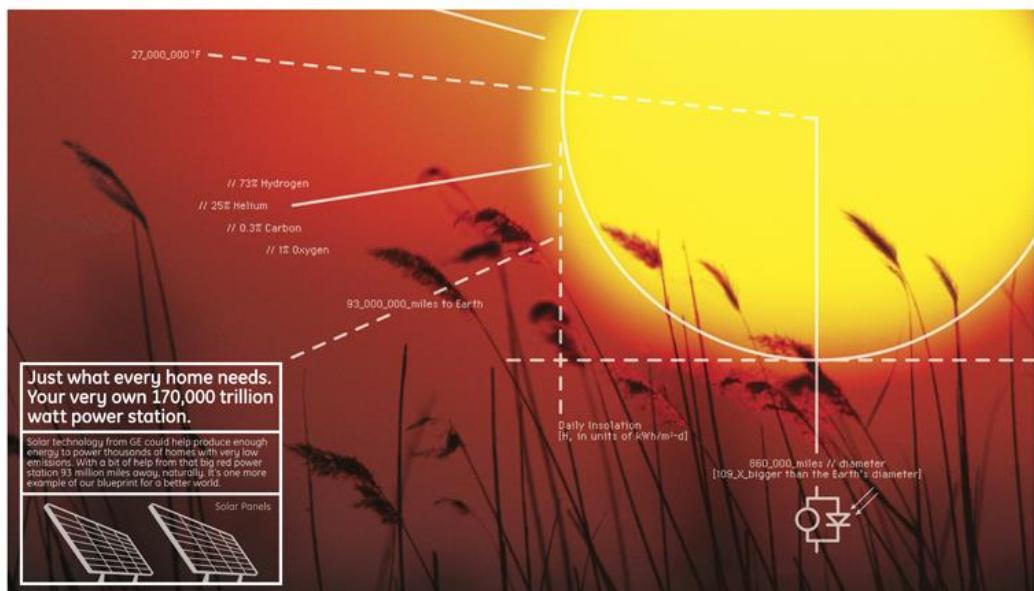


[ecomagination.com](http://ecomagination.com)



 imagination at work

[ecomagination.com](http://ecomagination.com)

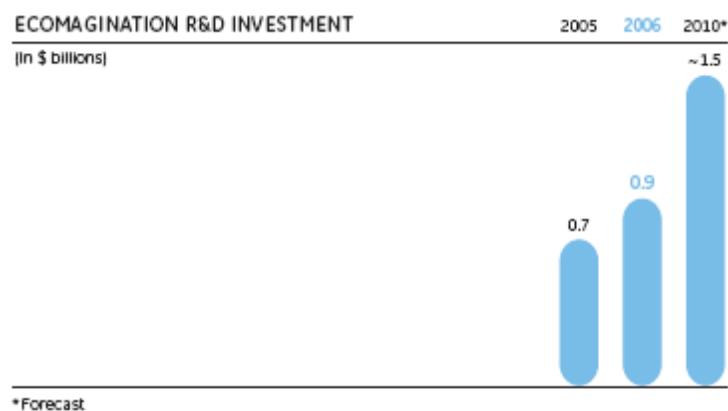


 imagination at work

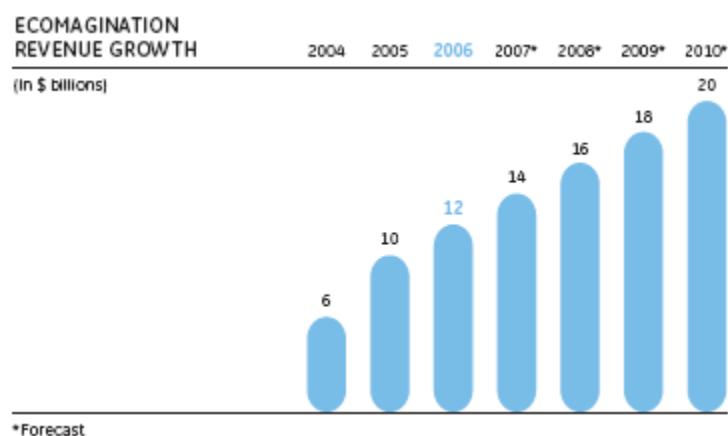
[ecomagination.com](http://ecomagination.com)



شعارات الحملة



معدل الصرف في مجال البحث والتطوير لتعزيز المسؤولية المجتمعية



توقعات العائد على الاستثمار عبر ذات البرنامج

فالشركة ترفض برامج العرى أو ما يستثير الجنس، العنف، أو الحوار واللغة الداعية لذلك، أو برامج داعية لتعاطي المخدرات أو الكحول أو التدخين، أو برامج تسبيئ لأقليات عرقية أو ما يؤكد نمط حياني معين، أو سالب stereotypes. كما للشركة نظام film rating system.

## **البحث والتطوير:**

الشركة متعهدة بزيادة الاستثمار والصرف على مشاريع البحث والتطوير بنسبة تزيد عن 37% من 2.7 مليون \$ إلى 3.7 مليون \$ مقارنة بعام 2004، ولدى الشركة أفضل معمل مختبرية في العالم فهي تضم حوالي 2600 عالم وباحث.

قضياتها البحثية تتتنوع بتنوع الاحتياجات الإنسانية والمجتمعية، وللشركة أبحاث متقدمة في الخلايا الجذعية، وأبحاث حول استصناعة خلايا ملائمة مع الخلايا الإنسانية، كما تطبق الابحاث على الحيوان وفقاً للأحكام التي تقرها الحكومات ولا تتعارضاً، وتساهم تلك الابحاث في تطوير خواص المنتجات المصنعة للاستخدام الإنساني.

## **مناصرة المجتمعات:**

صندوق جي إى لتمويل برامج المساعدات الإنسانية: يدعم التعليم والصحة في العديد من دول العالم الثالث وغير النامي، فهو على سبيل المثال منح 1.8 مليون \$ لتمويل إنشاء مؤسسات لتأهيل الراغبين بالعمل المهني في بولندا وهنغاريا فاستفاد منها 10.000 شاب ومرن 400 مدرس.

## **مزودي شركة جي إى بالخدمات أو الخامات:**

فالشركة تفرض على المزودين من المصانع أو المؤسسات بأن تحترم القوانين الخاصة بحماية واحترام الموظف، ومنهم بيئية صحية مناسبة وتتضمن حماية كافية ذات نوعية راقية للبيئة من حولها.

## **البيئة والصحة والامن الصناعي:**

نظام الشركة يفرض عليها تأمين بيئية ورعاية صحية وأمن صناعي، ومعلومات قابلة لقياس يمكننا من تطبيق أفضل الممارسات وتحسين من الأداء.

- في عام 2006، تم تخفيض معدل عدد حالات الاصابات والحالات المرضية بنسبة 9%， ومعدل تبديد الاوقات بنسبة 64%
- تحقيق معدلات مرتفعة من الاداء حيال (الحد من التلوث الهوائي، المجري المائي، النفايات)
- حيازة أكثر من 215 شهاد امتياز وتقدير في هذه المجالات.

## **في مجال التعليم:**

فإن صندوق جي إى الخيري، أوجد برنامج الرابط فيما بين الكليات والمعاهد التعليمية فما بين مقاطعات الولايات الأمريكية في عام 1989 لرفع معدلات انخراط الطلاب في السلك التعليمي، نمى حجم الانتساب ليصل إلى 75% بعد أن كان 40%， ومن خلال التركيز على مناهج الرياضيات والعلوم ليصل الدعم في هيئة منح إلى 100 مليون \$ في عام 2005.

### **الرعاية الصحية:**

تم دفع 20 مليون \$ تبرعات عينية من المنتجات الصحية وتحسين الوضع الصحي لدول إفريقية، الدعم حقق ترميم وتشغيل وتطوير 12 مستشفى في غانا و13 مشروع في كينيا وملاوي ورواندا والسنغال، جاري التطوير لعدد 30 عيادة ومستشفى في أنحاء إفريقيا.

### **مجال الكوارث الطبيعية:**

فللشركة مساهمات في الكوارث في مثل كاترينا ودارفور في السودان وفي فيتنام، وللعديد من البرامج التي تديرها اليونيسيف والصليب الأحمر الدولي حول العالم.



مساهمات موظفي جى إى مع الصندوق الخيري بلغت 219 مليون \$

المساهمات التي شملت التبرع بالمال والوقت لتطوير المجتمعات المحيطة ببيئة العمل. وثمة 131 متطوع على نفقة جى إى يطورون بيئات العمل المحيطة والتعليم والصحة للتخفيف من المعاناة الخاصة بالمشاكل المجتمعية في كل مجتمع يعملون فيه. (6)

## ثانياً: شركة بروكتور آند جامبل P&G



تعرف الشركة بنفسها لتنقول:

3 مليارات في اليوم منتجات شركة بروكتور آند جامبل تلامس احتياجات الإنسان على وجه الأرض، مؤمنين بأن شمولية تقاليدنا لها جذور مما نؤمن به من مبادئ التكاملية، واحترام ذات الإنسان، وعمل الصواب والصالح على المدى البعيد.

### تاريخ الشركة:

في عام 1837 لم يكن أى من وليام بروكتور ولا جيمس جامبل ينويان الاستقرار فى سنسناتى، بروكتور هاجر من بريطانيا، وجامبل وصل من أيرلندا، فقد كانا يقصدان الغرب الامريكى، وبغض النظر عن النوايا فإن كلاهما حطت بهما الرحال فى مدينة كوبين ستى فى الغرب، فانشغل بروكتور في تمريض زوجته التي وافتها المنية بعد ذلك، وانشغل جامبل في تطبيب نفسه من الامراض التي أصابته، أسس بروكتور نفسه بعد ذلك تجاريا في مجال صناعة الشمع ، وانشغل جامبل في التعرف على مبادئ صناعة الصابون، والغريب أن الاثنين لم يسبق لهما أن التقى في الوقت الذي كانا متزوجين من أخوات "أوليفيا والزابيث نورس "، حيث استطاع عهم، والد زوجتيهما، أن يقعنها بتأسيس شراكة تجارية، وفي 1837 بعد نصيحة العالم الكزانجر، ولدت الشركة (بروكتور وجامبل ) .

في تاريخ 12 ابريل 1837 بدأ الشركين في بيع الشمع والصابون، وفي 22 أغسطس أكدا شراكيهما بإيداع ضمان بنكي من كل منهما بمقدار \$3,596.47، وتم التوقيع على الاتفاقية بتاريخ 31 أكتوبر 1837



بروكتور وجامبل، ويظهر بروكتور في شمال الصورة

في عام 1837 كان من الصعوبة البدء بأي عمل تجاري في الولايات المتحدة الأمريكية، كانت مدينة سنسناتي وهي إحدى مدن ولاية أوهايو الأمريكية مركزاً للتجارة نشط، وكانت أميركا في تلك الحقبة التاريخية تعانى من موجة كساد تجاري وخسائر وتلفيات مالية شملت المئات من البنوك، حتى أشيع من أن القارة الأمريكية أحيلت للإفلاس، في هذه الاجواء الاقتصادية دشن شركة بروكتور آند جامبل مشروعها التجارى، كان الفلق يراود المالك في الموقف الذي لا يحسد عليه، فهم من جهة يعانون من ركود اقتصادي قاتل وفي ذات الوقت يواجهون منافسة من 14 علامة تنتج ما يرغبون في إنتاجه إلا وهو الصابون والشمع، اتصف الشركاني بروكتور وجامبل بالقدرة على التحلي بالحلم في وقت الازمات وهذا كان سر من أسرار نجاح هذه الشركة، ففي عام 1850 على سبيل المثال فلم يتاثرا بالإشعاعات الخاصة بالحرب الأهلية في الولايات المتحدة الأمريكية، فقرر رأب بناء مصنع جديد لاستكمال وإبقاء وتنمية تجارتهم.

وفيما بعد أصبحت الشركة رائدة على نطاق الولايات المتحدة الأمريكية في ما حققته من نجاح في مجال الشركات الأهلية التي تستثمر في مجال الابحاث وتدشين المعامل، وما زالت الشركة أمامها طموح مستقبلي لم يهدأ.

المسار التاريخي للإنجازات	العام
القمر والنجم "Moon and stars" كأول علامة تجارية غير رسمية ظهرت للشركة بتاريخ 1850، وفي 1960 انتشر استعمال رمز هذه العلامة على باقي منتجات الشركة، ولكن انخفضت شهرة استخدام الشمع مع ظهور اختراع المصباح الكهربائي، ما جعل الشركة توقف إنتاج الشمع مع عام 1920.	1850
بعد 22 عام من الشراكة استطاعت أن تحقق الشركة 1 مليون \$ من المبيعات، مع توظيف 80 عامل في الشركة.	1859
أثناء الحرب الأهلية، حازت الشركة على عدة عقود لتزويد الجيش الاتحادي بمنتجاتها من الصابون، ما جعل المصنع مستمراً في الانتاج طوال فترة الحرب، أدى ذلك إلى بناء سمعة إيجابية لمنتجات الشركة في أذهان الجنود ومع أهاليهم أيضاً عندما كان الجنود يرجعون إلى أهاليهم محملين بمنتجات الشركة.	1862
ابن جيمس غامبل وأسمه نورس غامبل، وأحد الكيميائيين العاملين في الشركة طوراً مستحضرًا صوبوني رخيص السعر وفائق البياض، يعادل في جودته تلك الأصناف المستوردة من الخارج، وقد أطلق اسم "آيفوري" على هذا الصابون.	1879

 <b>مصنع الصابون</b>	
هاري بروكتور أقنع الشركاء بتخصيص مبلغ 11,000 \$ للإعلان عن هذا الصابون كأول مرة في صحيفة الأسبوعية الانديبندنت.	1882
منحت الشركة العمال جزء من أسهم الشركة لتخفيض وطئ موجة المطالبات العمالية بالحقوق والامتيازات.	1887
أصبحت الشركة تنتج أكثر من 30 نوع من أنواع الصابون، وبدأت حملاتها الإعلانية تتألق في الصحف والمجلات، وبدأت في توسيعة عملياتها لتجرب من إطار سنناتي إلى مصنع في كانساس ثم خارج الولايات المتحدة من خلال مصنع في أونتاريو كندا، وكانت مختبراتها تعمل على مدار الساعة في تطوير المنتجات فغطت مساحات عديدة في مستحضرات التنظيف وظهر أول نوع من أنواع الصابون المستخدم لغسيل الماكينات Chipso ، وصابون كمسحوق Dreft ، وأول مستحضر لزيت نباتي Crisco	1890
 <b>TESTED CRISCO</b>	
ظهر أول إعلان ملون للشركة لعلامة آيفورى في مجلة "Cosmopolitan magazine" كزموبوليتن ماغازين " يحمل صورة إمراة.	1896
	

<p>بدأ قسم المختبرات في تنشيط عملية توظيف الكفاءات البحثية للتطوير والإبداع .</p>	<p><b>1917-1918</b></p>
<p>وليام بروكتور الرئيس التنفيذي في ذلك الوقت بدأ في وضع التشريعات القانونية لحفظ حقوق الموظفين وعلاقتهم بالشركة الام.</p>	<p><b>1919</b></p>
	
<p>لتلبية الاحتياجات الموسمية وطلبات محل بيع التجزئة، عمدت الشركة لتوظيف قسم مخصص لموظفي المبيعات ووظفت 450 بائع.</p>	<p><b>1919-1920</b></p>
	
<p>علامة "كرسكو" رعت برامج الطبخ في شبكات الراديو، معلنة عن رعاية كرسكو لذلك.</p>	<p><b>1923</b></p>
	
<p>تم تشكيل أول إدارة من نوعها في التاريخ لعقد دراسات ميدانية للتعرف على تقضيات العملاء وعاداتهم التسويقية.</p>	<p><b>1924</b></p>
	

<p>مواكبة لتوجه سوق العطور وانتشارها، أعلنت الشركة عن أول منتج في هذا القطاع، صابون كامي</p> 	1926
<p>تنشئ الشركة أول فرع خارج أميركا من خلال شراء شركة بريطانية تدعى "Fairy Soap" ، وصابون "فيري" يعتبر أحد منتجاتها.</p>	1930
<p>ولد نظام إدارة العلامة التجارية وفق اسم الرواج brand management system، فقد عمدت إدارة الترويج عبر السنوات من 1920 - 1931 لاستحداث نظام بناء على أداء المنافسين، دعم هذا النظام منتجات الشركة بالعديد من الخطط الاستراتيجية لكل علامة تجارية.</p>	1931
<p>ولد مسحوق درفت لغسيل الملابس الذي أسس لصناعة جديدة في هذا المجال.</p> 	1933
<p>وليام بروكتور توفي وهو آخر سلاة من مؤسسي الشركة، ودخلت الشركة في مجال العناية بالشعر وظهر شامبو لغسيل الشعر.</p> 	1934
<p>دشت الشركة أول مصنع لها في آسيا في مدينة مانيلا الفلبين</p>	1935
<p>احتفلت الشركة بمضي 100 سنة على التأسيس، حيث ناهزت المبيعات 230 مليون \$</p>	1937
<p>بعد تدشين أول بث تلفزيوني في أميركا، وبعد خمس أشهر من البث تبث الشركة أول إعلان تلفزيوني لصابون آيفوري أثناء عرض مباريات كرة السلة baseball game.</p>	1939

	<b>الإعلان التلفزيوني كما ظهر في شبكة NBC</b>	
ولد مسحوق تايد للصابون، والذي كان بمثابة السحر في ذلك الوقت من حيث أدائه وسعره.	1946	
		
دشنت أول فرع لها في المكسيك في أمريكا اللاتينية	1948	
دشنت فرع لها في أوروبا، فرنسا	1954	
ولد معجون الاسنان كرست، الاول من نوعه مع مستحضر الفلورايد	1955	
		
دخلت الشركة في مجال الصناعات الورقية من خلال الاستحواذ على شركة Charmin Paper Mills وبدأت في الانتاج لورق الحمامات والفوط والمناديل الورقية.	1957	
فرع فراكتفورت المانيا	1960	
ولدت علامة حفاظات الاطفال "بامبرز" وكان أول تجربة له في ولاية الينويوز الامريكية ولم يكن موفقا وبعد عدة عمليات تطويرية تم اعتماده عالميا، ودشن فرع لهذه العلامة في السعودية لخدمة الشرق الاوسط.	1961	
إشتريت الشركة قهوة "فولغرز"	1963	
ولدت علامة Bounce التي تعمل على تطريدة الملابس ونوعيتها بعد الغسيل والذي يعتبر الاكثر مبيعا بعد بوني وهي علامة أخرى للشركة.	1972	
دخلت الشركة في مجال الصناعات الدوائية وكان أول مستحضر دوائي لها هو Didronel	1978	
وصلت المبيعات الى 10 بليون \$	1980	
ولدت علامة نسائية "أولويز" الاكثر إنتشارا في العالم في قطاع المنتجات النسائية.	1983	
ولد الشامبو "بيرت بلاس" كأول شامبو له وظيفتي الغسيل والكونديشنر	1986	

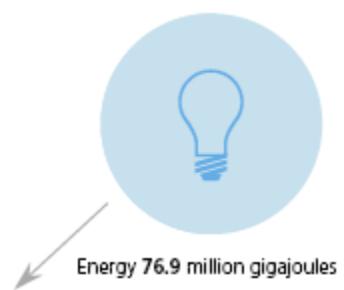
دخلت الشركة في شراكه مع إحدى الشركات الصينية، وبذلك تصبح للشركة القدرة على تقليل إنتاج العلب البلاستيكية والتعليق بنسبة 85% وهذا يبقيها منافسة للأخرين.	1988
دخلت الشركة في مجال مستحضرات التجميل "كوزماتكس"	1989
استحوذت الشركة على عالمة "ماكسفاكتور" وانتشرت في دول شرق أوروبا وروسيا	1991
حازت الشركة على الميدالية الذهبية لمركز العالمي لعنایة بالبيئة لما حققه من إنجازات حيال البيئة.	1992
طورت الشركة إداريا قدراتها على تقليل عمليات الانتاج لخدمة الاسواق بشكل أفضل، كما دشنت مبناتها الجديد في طوكيو	1993
أضافت الشركة لمجموعتها في قطاع التجميل " عالمة جورجيو بفرلي هاز " كما حازت على شهادة 2000 لتعاملها العادل مع العمال وفي مجال التوظيف غير المنحاز وتنمية قدرات الموظفين.	1994

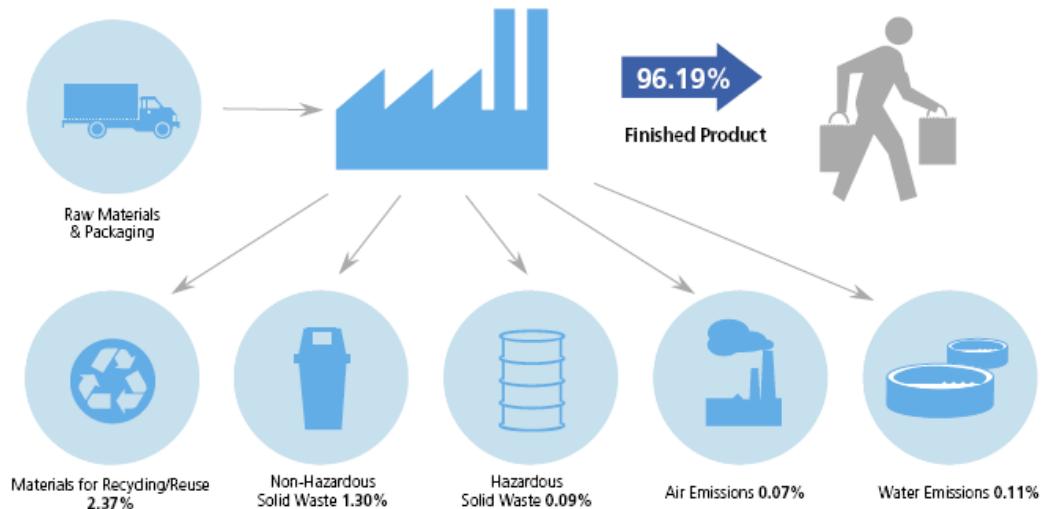
#### المساهمات المجتمعية:

مؤشرات المسؤولية الاجتماعية تتبع لتشمل في شركة بروكتور آند جامبل ما يلي:

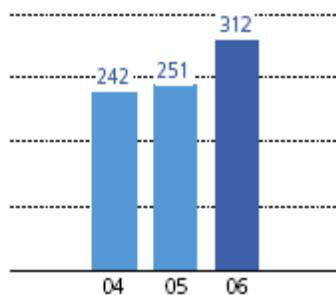
- 1- استخدامات (المواد، الطاقة، المياه، التنوع الحيوي، الانبعاث الحراري وفضلات المواد، وقع منتجاتنا وخدماتنا على البيئة)
- 2- العمالة والتوظيف (التوظيف، علاقة الادارة بالموظفيين، الصحة والامان، التدريب والتعليم، الفرص المتاحة)
- 3- حقوق الانسان (توظيف الاطفال، نبذ العنف)
- 4- المجتمع (الجماعات والجاليات، الفساد الرشاوي، المساهمات السياسية)
- 5- مسؤولية الانتاج (صحة العميل وسلامته، الخدمات والمنتجات، احترام الخصوصية)

حيث قد تم الاطلاع على تقارير تفصيلية توضح نوع الاستهلاك ونسبة وحجم التقليل في الانبعاث الحراري على مدى أكثر من عام، وعلاقة التناجم التي تطمح اليها منتجات بروكتور وجامبل مع البيئة كي تكون صديقة ومتوازنة غير ضارة، فبالرغم من أن الشركة ليست من الشركات المحسوبة على إنتاج الطاقة، غير أنها تمارس دورها في الحد من الانبعاثات الحرارية لكل ما تقوم به من عمليات إنتاجية، وتشير التقارير الى انخفاض معدلات الانبعاثات الحرارية بشكل مستمر على مدى أكثر من عام .

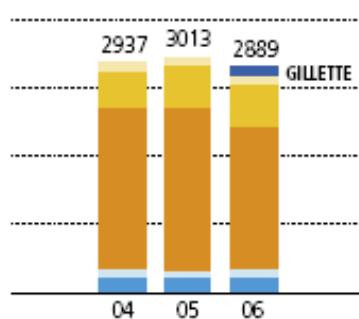




**GREENHOUSE GAS EMISSIONS ECO-EFFICIENCY**  
(global production units per metric tonne of CO<sub>2</sub>, indexed vs. 1990)



**GREENHOUSE GAS EMISSIONS**  
(by GBU, thousand metric tonnes)



- BEAUTY AND HEALTH**
  - Beauty
  - Health Care
- HOUSEHOLD CARE**
  - Baby Care and Family Care
  - Fabric Care and Home Care
  - Pet Health, Snacks and Coffee
- GILLETTE GBU

وفي مجال الالتزام بالضوابط القانونية والاحكام العامة تؤكد لنا شفافية المعلومات الحقائق التالية، فيما يخص عدد الانتهاكات والغرامات التي تعرضت اليها الشركة خلال الاعوام

2006-2004

Summary of Fines and Violations			
The table lists global data on environmental, transportation and worker health and safety violations over the past three years.			
Number	2006 48	2005 80	2004 64
Fines	\$127,500	\$147,400	\$28,320

ما يشير الى انخفاضا ملحوظا في ذلك.

#### في التوافق مع الصحة والامن الصناعي:

الشركة ملتزمة بأن تكون كافة عملياتها آمنة وصحية عالميا، فالهدف يكمن في المحافظة على حياة الموظفين والمجتمعات المحيطة حول مقارن عملياتها حول العالم،

وثمة ثلاثة التزامات للشركة تكمن في، الاهتمام بالبيئة من حولها، إجراءات السلامة الصناعية وتطبيق إجراءات الصحة والنظافة، وإجراءات الحماية من الحرائق ونظام استشفائي علاجي طبى، وهو ما يفرض اجتيازها لشهادات قياس معيارية عالمية في مثل ISO 14001، وفي مجال إدارة السلامة شهادة قياس OHSAS 18001.

لذا تحرص الشركة على أن تستوفى المعدلات المرجعية في إجراءات السلامة هذه فهي في:

- 1- معدلات الاصابات والمرض هي الاقل عالميا حيث تصل الى 25 %
- 2- وفي معدلات خصم أيام العمل للموظف هي الاقل عالميا أيضا حيث تصل الى 25 %
- 3- دفع الغرامات بالدولار لكل بليون دولار هي الاقل لتصل الى 33 %

#### الفرص العادلة المتاحة لكافة الموظفين على تنوع أجنسهم وجنسهم:

حرصا من الشركة على تأمين هذا التنوع، فقد حفزت شريحة القيادة العليا وعددهن ثلاثة بأن ربط منحة الاسهم بحجم التنوع هذا.

وفي السعودية على سبيل المثال نجد أن الشركة حريصة على إشراك المرأة السعودية في وظائف الشركة، فهي لها صلاحية مناقشة ومناصرة قرئتها كما إنها تقود فرق عمل، والتنوع يحوي 20 جنسية مختلفة، ضمن طاقم عمل من 850 موظف، ويعتبر أمر توظيف المرأة وإشراكها قضية أيضا في اليابان، فهي تتعم باليابان بنسبة نسائية من الموظفات تصل الى 25% مقارنة بمتوسط حجم العمالة في باقي الشركات اليابانية التي تصل فيها النسبة الى 3.4%

كما إن الشركة تعمل مع الحكومات في اليابان بتنوع نشاطها ليشمل تطوير أدوات التعليم في قطاعات الصناعة المحلية وتعزيز برنامج التنوع الوظيفي هذا، وثمة مؤتمرات سنوية تعقد في اليابان بإشراف الشركة لتحفيز تنمية التنوع هذا.

#### Diversity Data

P&G continues to focus on diversity as a global strategy and expects its work force to become increasingly diverse. Global data on enrollment by gender is shown in the following table:

##### GLOBAL ENROLLMENT % FEMALE

	2006	2005	2004
Management	39.0	38.0	36.7
All Other Employees <sup>1</sup>	39.0	38.4	36.9

The percentages of minority and female employees in the United States are shown in the following table:

##### U.S. ENROLLMENT

	2006	2005	2004
% Minorities			
Management	21.0	19.6	18.8
All Other Employees <sup>1</sup>	19.0	18.7	19.5
% Female			
Management	37.0	36.3	35.4
All Other Employees <sup>1</sup>	40.0	39.6	38.9

<sup>1</sup> Administrative, Technical and Plant Technicians

كما تدعم الشركة برامج التعليم، من مراحل الحضانة إلى مرحلة الثانوية العامة، مرحلة ما قبل الجامعة، من خلال مساهمات تمويلية وبرامج الارشاد والتوجيه، تعمل ذلك الشركة من خلال مساهمات تطوعية يقوم بها موظفيها في المجتمعات المحيطة بهم، وبرامج رعايات تقوم بها الشركة، ففي عام 2003-2004 مولت الشركة برامج تعليمية بمقدار 25.3 مليون \$، إضافة إلى 13.6 مليون \$ لخدمات صحية، و8.4 مليون \$ لبرامج مدنية في مجالات الثقافة وخدمات المجتمع، كما إن للشركة مساهمات كبيرة لتنمية اقتصاديات الأقليات المجتمعية والمؤسسات التي تدار من قبل المرأة حول العالم، ففي الولايات المتحدة الأمريكية خصصت الشركة مبلغ 1.300 \$ لحولي 1.145 billion أقليية ومنشآت تديرها النساء، كما تدعم الشركة برامج التعليم المستمر وبرامج القيادة من خلال التعاون مع وكلائها لتسهيل عملية تأهيل الراغبين في الانخراط في العمل التجاري.

دليل مد حياة الشركة "البقاء" وعلاقة مع الشركات المزودة:

فيما يلي ملخص لهذا الدليل:

- 1- تتوقع الشركة أن يستجيب كافة المزودون لكافة قوانين دولهم بما في ذلك قوانين التوظيف والاهتمام بالبيئة ونبذ قوانين التمييز العنصري، والالتزام بنظم السلامة والصحة، كما إن الشركات التي تمارس الاضطهاد أو لها سوابق لمشاكل من هذا النوع لن يكون لها حظ في التعامل التجاري معها.

2- الرشوة التجارية غير مسموح بها و هي معرضة للمسائلة القانونية بحكم أنها تعتبر جريمة.

3- تدعم الشركة حقوق الانسان عالميا، وبالاخص في المناطق التي تعمل بها، أو مع من تتعامل معه تجاريًا، وتعمل جاهدة على أن ندعم كافة الشركات المزودة أو المصدرة لها ومن تتعامل معه تجاريًا بالدعم اللازم ما التزم بحقوق الانسان .

4- تطوع الشركة وتهيئ تعاملات عادلة مع موظفيها، في مثل الاجراءات الصحة والبيئة المجهزة أمنيا وبيئة متهيئة للعطاء والانتاج، وهي تحترم رغبة موظفيها بالارتباط مع أي روابط مجتمعية أو هيئات وتحث الشركات التي تعمل معها القيام بذلك أيضا.

#### **المجتمعات المصغرة:**

إن كل مقر إنتاجي للشركة مطالب حيالاً كأن جغرافيًا بأن يبني علاقة بناءه مع السلطات المحلية والروابط الصناعية والمناطق السكنية للجيران المحيطين، ويعتمد على خصوصية كل مجتمع محلي وتوجهاته وتطلعاته وثقافاته، كما يتم إحاطة السلطات والمجتمعات المحاطة بالأخبار الخاصة بالشركة، وتجاذب أطراف الحديث معها أولاً بأول، فيتم على ضوء ذلك رعاية العديد من المناسبات والاحاديث ذات الاهتمام المجتمعي، فتعم الفائدة على الجميع، كما تؤكد الشركة على سبل تطوير وتنمية أساليب الحياة في المجتمعات هذه، بدعم المبادرات الفردية والمبادرات التي يتقدم بها الموظفون.

وتتطلع الشركة لبرامج ذات آماد عمرية مستمرة في مثل التعليم والصحة، مع التركيز على برامج الشباب، فالشركة تتطلع لما يمكن أن يحدث التغيير الإيجابي لذا تعمل على بناء التحالفات مع السلطات بما يؤمن ذلك.

#### **قصة "بقاء" قطاع القهوة في الشركة كصورة توضيحية للتناغم مع المجتمعات التي تعمل بها الشركة:**

قطاع القهوة في الشركة يؤكد التواصل المجتمعي من خلال تمكين المزارعين من حياة رغدة مستقرة، حيث من سنوات عدة مضت كانوا يعانون من اضطرابات في الدخل، ومن ساعات في العمل مطولة، أثر على سعر بيع القهوة بالانخفاض، وبعد سنوات من العمل في هذا القطاع ارتفعت الأسعار وانعكس ذلك على أجورهم بشكل كبير، غير أن المشاكل المجتمعية استمرت، وظلت الشركة تكافح من أجل التوصل إلى حلول مع السلطات المحلية للتوصيل إلى حلول جذرية وفق نظام قابل لحل المشكلة، وفيما يلى الاربع مساحات التي عملت فيه الشركة لتأمين ذلك:

1- العمل على تكثيف زيادة طلب العملاء لتحاشى فرصة إغراق الأسواق مستقبلاً بالمنتج، وقد تم ذلك من خلال تحسين الجودة وتحسين طرق العرض والترويج والتوزيع وتطوير المنتج إلى أصناف عدة، لذا يشير آخر استطلاع رأى في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أن معدل استهلاك القهوة بدأ بالارتفاع بعد انخفاض شهدته طيلة السنوات الخمسين الماضية.

2- حل المشاكل على مستوى الصناعة والانتاج، لذا فقد قامت الشركة بجهود دولية لضمان استقرار إنتاج القهوة وفق معايير تفرضها المنظمات الدولية، وتتضمن الامداد اللازم واستقرار بقاء المنتج عالميا.

3- تأمين البنية التحتية لمجالات التعليم والصحة، فقد عملت الشركة على التحالف مع منظمة "التكنو سيرف" غير الهدافة للربح، لمساعدة المزارعين من الصغار كى يكونون مقاولين ملتزمين، في مثل مساعدة المزارعين لتشكيل روابط وجمعيات تساعدهم في المشاركة من أجل تخفيض كلف الإنتاج، كما تساعدهم هذه المنظمة بتنمية قدراتهم الادارية ومهارات التسويق من أجل الحصول على عوائد أفضل ماليا.

4- وتساعد بهذا الصدد الشركة من خلال برامج مخصصة للرعاية والامومة في مثل نيكاراغوا، وبرامج التنمية الصحية وتخفيض معدلات الوفيات الناتجة من أمراض الاصهال أو الادمان أو نقص اليود. وقد عمدت لبناء المدارس في مناطق نائية من أميركا اللاتينية بما يحسن من مستوى الحياة هناك، ويمنح فرصاً أفضل في الدخول للأطفال العاملين في الحقول. وهذا ما حدث أيضاً في كل من غواتيمالا ونيكاراغوا وهندوراس وكولومبيا.

**الجانب الأمني في منتجات الشركة في الجانبين الإنساني والبيئي:**

يتضح من أداء الشركة حيال المسؤولية الاجتماعية الرابط المنسجم فيما بين كل منتج أو قطاع صناعي وشكل المسؤولية المجتمعية التي تقابلها، وهذا يعكس الانسجام من جهة والترابط الذي لا يمكن أن ينفك فيما بين الأداءين، وكان الشركة تقول إنه إن لم يكن هناك منتجات فهذا يعنى أن هناك لا يوجد نشاط ومسؤولية مجتمعية والعكس صحيح، فإذا لم يكن هناك مسؤولية مجتمعية فإن ذلك يعنى أننا مجتمع غير منتج. هذا التلازم بلا شك يدفع بصورة الشركة نحو الامام وهو ما يسمى أيضاً بالتسويق الأخضر Green marketing.

### ثالثاً: شركة جونسون آند جونسون



الشعار

1- التاريخ:  
المركز التسويقي: العناية بالصحة  
A health care company

العام	مسار الإنجاز للشركة
1887	شكل الشركة "جونسون & جونسون" الاخوين جيمس ادوارد وود جونسون وجونسون "في مكان مؤجر في نيو برونزويك، ولاية نيوجيرزي الامريكية ، وفي وقت لاحق من السنة دخل الشراكه الاخ روبرت وود جونسون، لينضم الى هذه الشركة، وهو من كان مهتما بعمليات التعقيم الجراحي في الشركة ويملا 40% من حصة الشركة. أدرجت الشركة في بورصة الاسهم بعد أن أعلن عن رأس مالها \$ 100.000
1888	توسعت الشركة بشكل سريع وضمت 125 موظف
1890	أنتجت الشركة بودرة "تالكوم" للاطفال وإنشرت إنتشارا كبيرا فيما بين الامهات لما كان له من آثار حميدة لمستهن على أطفالهن كما قدمت الشركة أول حقيقة إسعافات أولية لعمال سكاف الحديد، وطورت إرشاداتها الصحية في الاسعاف الى أن وصلت الى ما وصلت اليه من تقنيات وأساليب معروفة الآن في الانقاذ والتضميد.
1892	بدأت الشركة في بيع أو منتجاتها للعمليات الجراحية، عبارة عن ضمادات مسبقة التعقيم تستخدم في العمليات الجراحية، لتنقص احتمالات العدوى بعد العمليات.
1896	تنتج الشركة أول خيوط للاسنان Dental floss
1900	المبيعات 1.3 مليون \$ والارباح \$230.000 أول مسؤولية إجتماعية تدخلها الشركة لتضميء المتضررين من إعصار ضرب تكساس وقتل 6000 شخص وعملية إنقاذ أخرى في عام 1906 في زلزال ضرب سانفرانسيسكو
1901	نشرت الشركة أول دليل للإسعافات الأولية وأصبح مرشدا لا غنى عنه في عمليات الطوارئ عالميا.
1911	الشركة تنتج 90% من القطن والشاش والضمادات المستعمله في العالم.
1916	يزيد نشاط الشركة نتيجة للحرب التي استعرت في أوروبا، لرغبة احتياجات الجيش.

أحد موظفي الشركة تتعرض زوجته لحادث في المطبخ، فيتوصل إلى فكرة الباندج الذي من خلاله يتم وضع قطن في الوسط على شريط لاصق لوقف النزيف الفوري.	1920
	
دخلت أميركا في حالة كساد كبير، وعملت الشركة على ضمان استمرار إنتاجها والحفاظ على الموظفين ما أمكن.	1929
تؤسس الشركة أول فرع لها في لندن لخدمة القارة الأوروبية في 1924، وفي 1930 تؤسس أول فرع لها في جنوب أفريقيا والذي تخصص في مستحضرات التجميل، والذي أصبح أسمها فيما بعد باسم شركة "نتروجينيا"	1930
اعتماد مفهوم الالمركزية في الادارة، وهو مفهوم فاعل إلى يومنا هذا	1934
روبرت جونسون يؤصل لتجربة الشركة بإصدار كتاب تحت إسم Our Credo يبين فيه رؤيته وعلاقته مع شركائه من حملة الاسهم والشركات والملاك (Stakeholder)	1935
استحدثت الشركة مجالاً جديداً في مجال تحديد النسل وتنظيم الاسرة والتعرف على الحمل المبكر وأنشأت لها شركة في ذلك هي Ortho- McNeil Pharmaceutical, Inc	1937
أنشأ الدكتور Dr. Paul Janssen في عمر مبكره 27 عاماً مختبره الذي تخصص فيه في إنتاج مستحضرات التخدير والادوية في بلجيكا، وبعد عشر سنوات يتم شراء شركته من قبل جونسون وجونسون لاستكمال مسيرة استكشافات الشركة .	1953
تم إعادة هيكلة الشركة وأصبح ثمة تسعة مدرباء تنفيذيين في الشركة بينهم 3 نساء	1954
	
ولد منتج تايلينول	1959
مضى على الشركة 75 عام وأصبحت شركة عالمية تحضى بـ 83 مصنعاً، وـ 30 موقع وـ 53 فرع أجنبى.	1962
توفي روبرت جونسون عن 74 عام وتم تأسيس مؤسسة خيرية باسم روبرت جونسون برأس مال 1.2 بليون \$ للرعاية الصحية ومقرها ولاية نيوجرسى الأمريكية لمنح المساعدات والرعايات الصحية اللازمة للمحتاجين.	1968

		
تعرض منتج التايلينول الاعتداء آخر بعد إعتداء 1982 ، وسحبt كافة الكميات من الاسواق ، وصمم كاب سيلد للعبوة جديد .	1986	
ولد جهاز رصد كمية الجلوكوز في الدم لمرضى السكر	1987	
واعتبرت في ذات العام شركة جونسون من أصل 100 شركة الأقرب لمتطلبات واحتياجات الام وحازت جائزة على ذلك.		
تم دمج كافة الشركات البحثية تحت مظلة شركة واحدة تم إختراع أول عدسة لاصقة قابلة للتخلص Disposable lence تم تدشين حملة مجتمعية برعاية الشركة تحت إسم "أطفال آمنين" Safe kids للاهتمام بإصابات الأطفال ما دون 14 عام .	1988	
استحدثت الشركة قطاعا خاصا بمستلزمات الاطفال JOHNSON'S® Baby	1989	
تم إختراع مستحضر دوائي لمعالجة تجعدات الجلد توفر الشركة الاطراف الصناعية	1993	
منتج ريمينيل لعلاج مرض الزهايمر	2000	

## 2- المساهمات المجتمعية:

ينذكر الاصدار الخاص بالمساهمات الانسانية في مقدمته العبارة التالية: إن أفضل هدية يمكن أن تقدمها الشركة للمجتمعات هو في أن تذلل كافة إمكاناتها ومواردها ووقتها كى تحدث ما يحدث تغييرا في حياة الناس بشكل إيجابي، وهذا ما تم مع شركة الرعاية الصحية جونسون وجونسون.

فقد كانت البداية مع كارثة الزلزال الذى أصاب مدينة سانفرانسيسكو عام 1906

بعدها أسست الشركة تصورا حيال آلية للاستجابة السريعة خلال ساعات من وقوع أى كارثة من فعل الانسان أو طبيعة حول العالم، شكلتها من مجموعة الشركات التابعة لها، وعلى مدى أكثر من سبعين عاما أصبحت الشركة تقدم خدمات الطوارئ الانسانية هذه ويعززها في ذلك ما يلهمها به رسالة الكريديو Credo التي كتبها السيد روبرت جونسون، ومن فترة السبعينيات إلى الثمانينيات مرت الشركة بعدة مراحل دعت فيها لتأسيس فريق مشترك وبمساعدة الشركات الراغبة في دعم حالات الطوارئ وتشكل الفريق من قبل الشركة وكانت له مبادئ تلخصها فيما يلي:

- 1- يتم تشكيل فريق يمثل قيم ومبادئ جونسون وجونسون.
- 2- هذا الفريق يكون مدعوم بخبرات الصف الاول في الشركة.
- 3- يكون لهذا الفريق "توقيعه الخاص"، أي ما يميزه من أساليب ونظم وآليات في التخديم وبما يقدمه من خدمات تعكس العلاقة الوطنية والمستدامة مع المجتمعات من حوله.

وعلى مدى أكثر من عشرين عاما تلت استطاعت الشركة أن تؤكّد لها توقيعا خاصا بما تقدم من برامج فريدة على الساحة الاعائية، ومع فترة التسعينيات وظهور الاتحاد الأوروبي، فقد تعاونت الشركة مع ما دعي اليه الاتحاد الأوروبي حيال البرامج والمساهمات الانسانية وأصبح لهذه العمليات مقر لها في أوروبا ثم انتشر ليصبح له مقر في آسيا وأخر في أفريقيا.

على مدى قرن من الاحساس بالمسؤولية المجتمعية تطور الشركة تصوراتها فيما تقدمه كي يتفق مع التوجهات العامة لما يعنيه الانسان حول العالم في مثل انتشار الامراض المعدية أو المزمنة أو التي تسبب في زيادة وفيات الاطفال أو ما يشير الى ندرة التخصصات والخبرات في مجالات صحية.

### مجال المرأة والطفل:

كل يوم تطلع فيه الشمس ، تعانى فيه المرأة و الطفل في العديد من بقاع الارض حيث لا تتوفر البيئة الصحية المناسبة، ولا التعليم ولا الدعم المجتمعي المناسب، وفي الغالب المرأة في المجتمعات الفقيرة معرضة للأمراض المزمنة والمعدية وارتفاع في معدلات موت الاطفال، ومن خلال المنظمة العالمية لصندوق دعم الاطفال (GFC) تقدم شركة جونسون تمويلاً منذ عام 2003، كما دعمت الشركة ثلاثة منظمات أخرى معنية أيضا بالأطفال معنية بما خلفه إعصار كاترينا سواء في جوانب إعادة تأهيل الاطفال المتضررين في الجوانب النفس مجتمعية أو التعليمية أو الصحية .

وثمة صندوق عالمي آخر موجه لدعم المرأة تساهم فيه الشركة (GFW) وهو ي العمل على دعم حقوق المرأة ومناصرتها، ويعمل على تأمين موارد اقتصادية لها، ويقف ضد العنف والاضطهاد الموجه لها، إضافة إلى توفير الرعاية الصحية الازمة لها ولطفها، ويكون بذلك من خلال هذا الصندوق قد دعم 17 من المجتمعات المختلفة حول العالم.

برنامج "أطفال آمنون "Safe Kids" ، يعتبر المنظمة غير الربحية الاولى عالمياً المهمة والموجهة أنشطتها لرعاية الطفل وسلامته من الحوادث، ذلك أن معظم الأطفال يلقون حتفهم نتيجة للحوادث، سواء بالمرور والغرق والحريق والتسمم أو السقوط، فالحوادث تقتل سنوياً مليون طفل حول العالم، وتؤدي إلى إعاقة الكثرين، في حين من الممكن تحاشي معظم هذه الحوادث، فقد تم على ضوء ذلك إنشاء المنظمة في واشنطن دي سى عام 1987 بواسطة المركز الطبي الوطني للأطفال بدعم مباشر من شركة جونسون وجونسون، حيث تعمل المنظمة على تغيير السلوك والقوانين والبيئة المحيطة لإبعاد الأطفال من الحوادث، ففي الولايات المتحدة الأمريكية تمكنت من تقليل الحوادث بنسبة 45 %، وأن تحمي حياة 38.000 طفل لأن يبقوا أحياء، وفي كندا وصلت النسبة إلى 37% في تقليل الحوادث، بينما في المانيا وصلت إلى 80 % وفي النمسا 75 %، ذلك عبر هذا البرنامج، فقد تم توفير عدد 2.5 مليون خوذة لقيادة الدراجات الهوائية و 250.000 جرس إنذار للحريق، وتم تفقد 740.000 مقعد سيارة، هذا البرنامج الشبكي يتمتع بعضوية 16 دولة لتطبيق برامج السلامة والتدريب عليها عالمياً، ويعمل جنباً إلى جنب مع رجال أطفاء الحرائق، ومحامين، وخبراء صحة عالميين، إضافة إلى الآباء والأمهات، ورجال سياسة، وحكومات، ومتخصصين، ومعلمين، وشركات تجارية، عبر برامج توعية إعلامية، وتوفير بيئة مناسبة لحماية الأطفال أينما وجدوا.

كذلك العمل في إندونيسيا حيال ضبط قضية موت الأمهات الآتي يضعن وقت الولادة، فهناك معدل 20.000 إمرأة تموت في إندونيسيا سنوياً نظراً لقص الرعاية الازمة لذلك، وعليه فقد تم تخصيص مبلغ لتدريب 600 "حاضنة أو مربية" وتدريبهم على المعايير والخدمات المناسبة لتخفيف ذلك، وتعليمهم على أساس تخفيض العدوى والتخطيط العائلي، وتم إنتاج برنامج في هيئة شريط فيديو يستفيد منه 76.000 حاضنة ويتدربن بناء على ذلك.

وفي نيوجيرسي تم إنشاء مركز لرعاية وأبحاث مرضى السرطان، واستفاد منه 70.000 مريض في عام 2006،

وثمة مساهمات عديدة تتتنوع لتشمل إنشاء أكاديمية الريادة في التمريض، ومعهد الرعاية الصحية لجونسون وجونسون الذي قدم أكثر من 2000 دراسة، ومدرسة جونسون وجونسون لبرامج الرعاية الصحية واهتماماتها في دراسة المواد الكحولية بالتعاون مع جامعة الولاية في نيوجيرسي في 1988.

#### برامج احتواء مرض الإيدز في أفريقيا:

وهي تشكل الاستراتيجية الثالثة لشركة جونسون حيال برامج تقليل إصابات مرض الإيدز والأمراض المزمنة، والمصابين بالسكر، أو المعاقيين عقلياً، حيث أسس مركز الأمهات للأمهات (M2M) في جنوب أفريقيا، منذ عام 2001 وحتى عام 2006 ، حيث تم مسح 50% من الأمهات، وعمل الفحوصات الازمة لهن حيال مرض الإيدز ، وتم تدشين خمسة مراكز في

جنوب أفريقيا لهذا الغرض، كما استفادت الدول المحيطة بها من هذه المراكز مثل كينيا زامبيا ورواندا، وبهذا الصدد فإن شركة جونسون وجونسون تدعم أكثر من 100 برنامج إنساني في أكثر من 40 دولة تحتاج لهذا الدعم وتظهر بها حالات إصابات الإيدز.

ومؤسسة إليزابيث للمصابين بمرض الإيدز من الأطفال تعتبر شركة جونسون شريك لا غنى عنه في الحد من انتشار المرض بين الأطفال، ففي عام 2006 فقط وصلت خدمات المؤسسة لأكثر من 260.000 إمرأة حامل، في أكثر من 460 مركزاً صحياً حول العالم، شملت روسيا والهند والصين وزمبابواي والكامبوفن، وأكثر من 2 مليون إمرأة تم تحليل عينات لهن في ذلك.

وفي سانديغو كاليفورنيا تم رعاية 15.000 مشرد من الفقراء ورعايتهم صحياً وبناء على برنامج مخصص لذلك.

ومؤسسات مشابهة تم التأسيس لها، أو العمل مع منظمات عالمية لخدمة مرض السمنة والتخلف العقلي والسكر، كما تم تدريب صحفيين في روسيا لإرشادهم في آلية نشر المعلومات اللازمة عن مرض الإيدز.

#### تفعيلاً قيمة التكامل عبر الشراكات والمؤسسات:

تذكر شركة جونسون، "نحن شريك مع مئات المنظمات الرائدة في المجتمعات حول العالم ، جهودنا تسهم في جعل برامج العمل الخيري شركائنا في الحياة، ومن دون دعمهم فلن ننجح"

#### ما يلي قائمة بأسماء بعض الحلفاء:

1. Academy for Educational Development (AED) (درة الامارات العربية المتحدة) اكاديميه التطوير التعليمي
2. The Collaborative Fund (الصندوق التعاوني) Dartmouth Medical School (دارتموث كلية الطب)
3. The Elizabeth Glaser Pediatric AIDS Foundation (الإيزابيث غليزر للأطفال) المصابين بالإيدز
4. Global Fund for Children (الصندوق العالمي للأطفال) Head Start (انطلاقه قوية)
5. Humana People to People (البشرية ، من الشعب إلى الشعب) International Aid (المعونة الدولية)
6. International Rescue Committee (لجنة الإنقاذ الدولية) Johns Hopkins University (جامعة جونز هوبكنز)
7. MAP International (الخريطة الدولية) Project HOPE (مشروع الأمل)
8. Rosalynn Carter Institute for Caregiving (روسالين روز كارتر معهد الرعاية)
9. Rutgers, the State University of New Jersey (روتجرز وجامعة ولاية نيوجيرسي)
10. UNAIDS/Global Coalition for Women & AIDS (الإيدز / الائتلاف العالمي للمرأة والإيدز)
11. The University of California, Los Angeles (UCLA) (جامعة كاليفورنيا ، لوس أنجلوس (جامعة كاليفورنيا في لوس أنجلوس))

### ملاحظاتنا العامة على أداء الشركة المجتمعى:

- 1- من الواضح الفرق فيما بين شركة "فايزر" وشركة "جونسون وجونسون" بالرغم من تفوق شركة "فايزر" المالى، غير أن شركة جونسون تؤكد وبشكل جلى مركزا تسويقيا محوره الرعاية الصحية المجتمعية.
- 2- إن برامج الرعاية المجتمعية الصحية للشركة جونسون تتفق مع صورة ومنتجات الشركة، لذا فإن تشكيل فريق طوارئ للتفاعل الفورى مع الازمات الطبيعية حول العالم يؤكد بأنها "تهتم" بالانسان كإنسان.
- 3- لم نلاحظ عوائد حتى ولو من بعيد فى دعم منتجات الشركة من خلال البرامج التى تقر، فإذا كانت بروكتور وجembel تعتمد أى برنامج بما يكون له عائد غير مباشر مثل تحسين صحة المزارعين للقهوة فإن جونسون لم تلحظ أى عائد مع ما تبيع .
- 4- يبدو أن تأثير مؤسس الشركة كان له دور فاعل فى تنمية هذا التوجه فروبرت جونسون هو من كتب "كريدو" الذى يؤكد فيه دور الشركة مع المستثمرين والموظفين والمجتمع المحيط، لذا انعكست ونمط هذه الرؤية عبر السنتين لتنثر مؤسسات مجتمعية حول العالم.

## خامساً: والت دزنى



المؤسس walt disney



الشعار

### تاريخ الشركة وإنجازاتها:

مسار إنجاز الشركة	
فهو المخترع لشخصية الميكي ماوس ومفهوم المنتزهات ودزنى لاند .	 A black and white photograph of a baby wrapped in a white blanket, sitting in a decorative chair.
ولد من أب أيرلندي وأم ألمانية، وترعرع في مزارع ميزوري الأمريكية، وكان يهوى الرسم من نعومة أظافرته، وباع أول دفتر رسوماته إلى جيرانه في عمر السابعة، تلقى تعليمة الأكاديمي في شيكاغو في "Fine arts" ومارس التصوير الفوتوغرافي بشغف ، أثناء 1918 تقدم للمجهود الحربي غير أن عمره كان لم يكن يتجاوز الـ16 عام، فانضم إلى الصليب الأحمر، وكان يقود سيارة الإسعاف التي ملأها بالرسوم الكرتونية من الخارج ، بعد الحرب وفي 1922 انظم للعمل في إحدى الوكالات الإعلانية كرسام، ثم طور موهبته لما يسمى ببعث الحياة في رسوماته فظهرت الرسوم المتحركة .	 A black and white photograph of a baby girl with dark hair, wearing a patterned bib, looking directly at the camera.

في عام 23 ترك كانساس التي كان يعمل بها مستهدفا هوليوود وبمعيته رسوماته و \$ 40 فقط، كان أخيه روى في كاليفورنيا بالأصل وبالتشجيع الذي تلقاه منه وما بحوزته من مبلغ \$250، استلفا \$500 وشريا كامرة في كراج عميهما، ولم يطل الوقت، حيث كلفا بإنجاز عمل كوميدي تحت اسم "الليس"

تم رسم ميكى في عام 1928، كأول فيلم كرتوني مزود بالصوت المتواافق مع الصورة والذي عرض حينها في نيويورك.

في عام 1932 تم إنتاج سنووايت بمبلغ \$1,499,000 أثناء فترة كساد مرت على أميركا والفيلم ما زال يعتبر أحد أبرز المعالم الرئيسية لهذا الرجل، تبعها إنتاج بونيكيو وفانتازيا ودمبو



ولدت دزنى لاند في 1955 بملغ وقدره 17 مليون \$ .

في 1965 وجه والت اهتمامه لتحسين نوعية حياة الناس في أميركا، فبنفسه أشرف على تصميم نموذج "حياة مجتمع



### المستقبل " وكذلك الفكرة

التي قام عليها "مركز إبكت" كوجه نظر حيال شكل الحياة التي ستعيشها الصناعة مستقبلا، لذا باشر في شراء مساحة من الأرض تعادل في مساحتها ضعف مساحة جزيرة منهاهن 43 كم مربع أرض بكر في وسط فلوريدا "لإقامة مدينة والت دزنى والمنتزهات والفنادق التابعة لها. وقد تم افتتاحها

في أكتوبر 1971، وإيكوت في أكتوبر 1982، غير أنه لم يشهد إفتتاح أي منها حيث أنه توفى في عام 66 وجعلنا نحن من نرى ما كان يجول في عقل هذا العبقري.

أعلنت والت دزنى عن توصلها لاتفاقية مع شركة باكسر من أجل الاستحواذ عليها، واستحوذت عليها بالفعل في 2 مايو	24-يناير 2006
تكون منتزهات دزنى قد إستضافت 2 بليون ظيف .	2 مايو 2006
تتبرع الشركة بمبلغ 5مليون \$ لمستشفى أطفال لوسانجلوس	اكتوبر 2006
تم تعيين نائب الرئيس التنفيذي لشؤون المسؤولية المجتمعية "كيرى شاندلر "	نوفمبر 2006
تم بيع فريق "مايتى داكس" لاحدى المؤسسات الإنسانية.	فبراير 2005
تم إتمام شراء شبكة التلفزيون ABC	فبراير 96
ظهر أول بث للقناة الرياضية ESPN	1 نوفمبر 96



### المسؤولية الاجتماعية لشركة والت دزنى:



لدى والت دزنى آلية واضحة الاجراءات لمن يرغب من المؤسسات بالتمويل أو الرعاية والدعم، فهي تبدأ بتوجيه رسالة دعم بشرط أن تكون بهدف جمع التبرعات وليس لتوزيع جوائز أو ترويج أحداث ومناسبات، وأن توجه للصندوق الأقرب في التوجّه لها في مثل صندوق دعم الأطفال أو صندوق الامنيات Make a wish fund، وثمة ما يسمى "متطوعى دزنى" Disney VoluntEARS وهو برنامج ينضم اليه من يرغب من موظفي دزنى للمساهمة في إضفاء البهجة على حياة الأطفال، وتفقد احتياجاتهم حول العالم، تبرعوا في العام 2006 بما يوازي 442.000 ساعة من الخدمات لجعل أمانيات الأطفال وعائلاتهم أقرب إلى الواقع .



كما أن الشركة تشارك بمساهمات مالية للمجتمعات المنكوبة في مثل التبرع بمبلغ 2.5 مليون \$ لمتضرري إعصار كاترينا.

كما تتبرع دزنى "لموسم الحنو والرحمة" بمبلغ 3 مليون \$ لأطفال نزلاء المستشفيات، و700.000 \$ لمركز فلوريدا للمنظمات الخيرية.

تعتني دزنى بالبيئة المحيطة وفق خليط من الموارد والصيانة مع مراقبة ما تتحققه من نمو تجاري نصير ذلك، وفي دزنى فقد اخترت متذو القرار أن تكون تجارتهم في الإسهامات ذات العوائد المثمرة على البيئة، لذا نجد ثمة:

- 1- سياسة خاصة في التعامل مع البيئة
- 2- مبادرات حملة الاسهم تستثمر في البنية البيئية

وقد التزمت الشركة ومنذ الايام الاولى لوالتر دزنى بأن تطوع رسالتها الاستثمارية لما فيه خدمة مجتمعاتها المحيطة، كما إن تحت رعاية الشركة فإن لديها مبادرات في مجال نشر التعليم والفنون والمحبة.

### التواصل المجتمعي Community outreach

من واقع ما لمسناه من أنشطة مجتمعية نلاحظ كيف أن شركة والت دزنى وطيدة الصلة بالمجتمعات المحيطة بها بالأخص مع الأطفال والفنون والبيئة المحيطة "التضليل ورفع نوعية الحياة" للناس عموما، فهي تتبرع للمؤسسات الخيرية المحلية حول العالم تلك التي تتفق مع مهمة والت دزنى وتتكامل معها، بالأخص تلك المجتمعات المحيطة بممتلكات ومواعق استثمارات دزنى.

فقد كان التركيز منصباً على الأطفال وعوائلهم، بالإضافة إلى دعم التعليم والرعاية الصحية والمبادرات المجتمعية، فبرنامج "فولانتيرز" يتم قيادته من خلال 45 عضواً من اللجنة الموجهة في شركة ذنبي، وفي 2004 على سبيل المثال تطوع متوج ذنبي لاند بعدد 116.000 ساعة من العمل التي خصصت لعدد 90 مشروععا داعماً لمشاريع مجتمعية متنوعة، منها خصص للأطفال المكفوفين، وللأطفال نزلاء المستشفيات ولمرضى الإيدز، وتبرع الأعضاء من مالهم الخاص بمبلغ \$865.000 لهذه الجهات والمنظمات المشرفة عليها.



موظفي فولانتيرز

إدراكاً من ذنبي الصعوبات التي تواجه الأطفال في تحصيلهم العلمي من المراحل الأولى التعليمية إلى مرحلة الثانوية، فقد هيئت برامج لتنمية القدرات الاستيعابية والتعليمية للأطفال وذلك في مدارس أورلاندو فلوريدا.

واللجنة المتطوعة لمدينة نيويورك، والتي شكلت من 6000 موظف من مختلف المشارب ساهمت في دعم أكثر من 75 مشروع في عام 2003، ضمت 3.465 متطوع تبرعوا بعدد 55.012 ساعة عمل.

#### استغلال أوقات الفراغ بما هو بناء:

فالشركة حرصت على إستغلال أوقات فراغ الأطفال خاصة في الأوقات التي يكونون فيها معرضون للمخاطر وبالتحديد من (3-6) مساءاً، وذلك من خلال برامج من الرياضة والموسيقى، ومزاولة الفنون، بما فيها برامج صيفية. كما يتم دعم الأنشطة والبرامج بما يعزز قدرات الأطفال على إتخاذ القرار، وإحترام قيم الأمانة والمسؤولية، وإحترام الذات.

كما أن مساهمات ذنبي شملت حدائق الحيوان، في مثل دعم حديقة حيوان لوس آنجلوس وتم المساعدة في جمع مبلغ مليون \$ من 950 زائر، ودعم برامج تعليمية ومعارض وأبحاث.

في 2005 أكثر من 5.045 متطوع من ذنبي في نيويورك شارك في 137 مشروع

بالاسهام فى أكثر من 83.744 ساعة عمل جاء الموظفون من ذوى وشبكة ABC.ESPN وغيرها من الشركات التابعة لذى، فى عام 2003 تطوع 13.000 متطوع لخدمة 146 مشروع بمعدل اسهام وصل الى 42.436 ساعة ، وهذا الامر التطوعى معنول به فى كافة ملاهى ذوى حتى فى باريس ، فعدد المتطوعين بلغ فى 19991 350 متطوع يمثلون 17 جنسية ضيفوا 2000 طفل معاقين ومرضى، وبرامج فى شيكاغو وسانفراسيسكو وميامي فى مجالات تنظيف الشواطئ والبيئة المحطة.

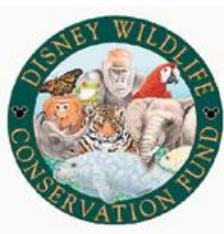
وفى سياتل تم تهيئة موقع للاعب فى إحدى المدارس الاسلامية.

وتتنوع برامج الرعاية وتتنوع اللجان المنبثقة من برنامج الرعاية هذا فى مثل:

1. نجوم ABC
2. ذوى بلانكتيز
3. مشاريع الايدز
4. الفنون والثقافة
5. خدمات الاطفال وأولياء أمورهم
6. برنامج لنقرأ معا
7. برنامج كبار السن والعجزة
8. مشاريع البيئة
9. قضايا الصحة
10. برامج محوا الامية
11. التكنولوجيا ووسائل الاعلام
12. الوجهة للشفاء

والمسؤولية الاجتماعية لدى الشركة ملتزمة بالمعايير الست التالية:

- 1- معايير أدب التعامل الجارى وأخلاقياته
- 2- إدارة الشركات وتمثيل مصالح حملة الاسهم
- 3- للمجتمع غير جعل احلام الاسر والاطفال واقعه من خلال مبادرات الخدمة العامة والتوعيه المجتمعية والعمل التطوعي في المجتمعات التي تعيش وتعمل في جميع انحاء العالم.
- 4- المسؤولية البيئية
- 5- معايير العمل الدولية
- 6- السلامة والامن



شعار أحد البرامج البيئية المخصصة للحيوان

## السياسة البيئية لدى دزني:

عرفت ذرنى عالميا بتقديم مستويات عالية من الامتناع من خلال متنزهاتها، وأفلامها، وشبكة تلفزيونها، وفيما يلى معاهم هذه السياسة:

- المياه والطاقة: تبذل جهوداً عظيمة من أجل حسن إدارة المياه والاستثمار في تكنولوجيا تعمل على خفض الهدر في الطاقة والمياه.
  - التعرف على الآثر المباشر وغير المباشر للعمليات والأنشطة والمنتجات والخدمات التي تقدمها ذرني على الصحة والأمان والبيئة.
  - حفظ وصيانت الحياة البرية بالتعاون مع مراكز الابحاث العلمية والاكاديمية والمنظمات المعنية بالبيئة.

**التعليم:** تعليم موظفى ذنى بمدلولات وعناصر السياسة البيئية المعتمدة فى الشركة وتشجيعهم على ممارستها فى العمل والمنزل، ومساعدة الموظفين لتطويرها والتعرف على أساليب أفضل وخلافة في ذلك.

- 4- البحث التكنولوجي: دعم وتمويل البحث لحل مشاكل البيئة.
  - 5- التقييم والمراقبة: حت كافة إدارات والشركات التابعة للشركة على تطبيق هذه السياسات، وتشجيعهم على قياس معدلات التحسين والتطوير التي يتم إنجازها، وإستخدام معايير وحرافية عالية لقياس العمل على مراقبة وتدقيق الأداء من خلال مكاتب متخصصة في ذلك.

الايقاع الذى ظهرت به ذننى : مترابط ومتكملاً بيئى الصفة فى كل مراافق ذننى ومناشطة ونلاحظ ذلك بجلاء فى المطبوعات وفي الافلام وبرامج التلفزيون ، نلاحظ ذلك من خلال الكلمات التى أصبحت تمتلكها ذننى وظلت منتشرة فى كافة أرجاء مراافق الشركة حتى الى قبر والت " من حيث العبارة التى كتبت عليه " .

تقليل فضلات الشركة : من خلال التشجيع على تدوير المنتجات Recycle وتقليل الصرف وتطوير برامج خاصة بذلك والحت عليها كسلوك يجب أن يتبناه العاملون.

**النظم واللوائح :** اللوائح الخاصة بالبيئة وقوانينها، والعمل على التأصيل لنظم قد لا تكون مشتملة بالقوانين، وجعل كل تصرف وسلوك مضبوط بالقوانين.

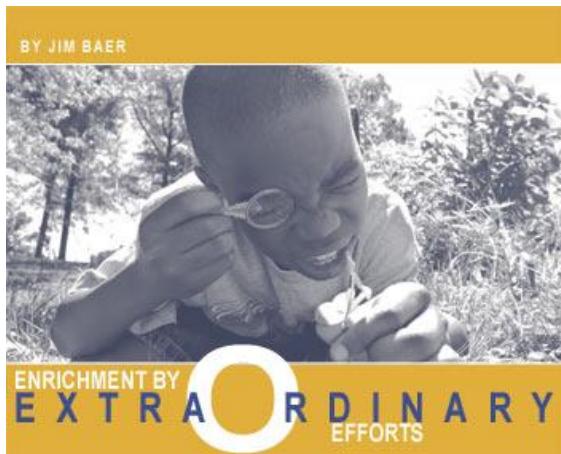
**التعاون: إسْتَهْدَافُ تلَكَ الشَّرِكَاتِ الَّتِي تَحْتَرِمُ أَخْلَاقِيَّاتِ الْعَمَلِ مِنْ أَجْلِ التَّعَاوُنِ مَعَهَا، وَتَشْجِيعُ**

العمل المرخص والعمل مع النضراء الذين يعون قيمة المسؤولية الاجتماعية.

### الحياة البرية:

تم التأسيس لمؤسسة حماية البيئة الحيوانية (DWCF) في 1995 كمشروع عالمي من أجل دراسة وحماية البيئة الحيوانية عالمياً والبيئة الطبيعية المحيطة، فهي تعمل على منح الجوائز العالمية للمؤسسات التي تشجع على ذلك في كافة أنحاء العالم.

وساهمت دزني بـ 10 مليون \$ موزعه على 450 مشروع في 100 دولة، وكل مشروع يتم تقييمه وفق مواصفات ومعايير خاصة به، بما في ذلك معايير مدى الحاجة، حجم مشاركة المنظمات المرشحة للجائزة، الأساليب العلمية المطبقة، ومدى مشاركة مؤسسات المجتمع المحيطة ووقع المشروع عليها من الناحية البيئية.



“Our greatest natural resource is the minds of our children.”

مساهمات دزني المجتمعية أكدت مسؤوليتها المجتمعية عبر:

- 1- جميعها مرتبط بشريحة الأطفال بالدرجة الأولى والعائلة.
- 2- ثمة� إحترام واضح للبيئة الحيوانية والطبيعية في الأماكن التي يكون للشركة فيها تواجد.
- 3- ثمة إرتباط بأن يكون ذلك وفق برامج تعليمية وسلوك يمتنل اليه الموظف والشركات المتعاون معها والاطفال في المستشفيات والمدارس.
- 4- هناك برامج خصصت لجبر معاناة الأطفال في التحصيل العلمي لكافة المراحل وحتى الثانوية.
- 5- أكدت من خلال المؤسسات والجوائز التي تمنحها دورها البيئي سواء في أميركا أو اليابان أو باريس، بما يؤكد مركز تسويقي يدور في دوائر (الاهتمام بالبيئة المحيطة - الطفل - التعليم)
- 6- أكدت على دور التطوع من خلال موظفي الشركة بالمشاريع المجتمعية المحيطة والتبرع بالساعات والخبرات وكذلك الاموال.

## خامساً: شركة إنتل كوربوريشن



شعار الشركة



مقر الشركة في سانتاكلارا كاليفورنيا

التاريخ	مسار إنجازات الشركة
1968	<p>تم التأسيس لشركة إنتل بواسطة الساده:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- "جوردن موور Gordon E. Moore" الكيميائي والفيزيائي في ذات الوقت مع</li> <li>- روبرت نويس مخترع الدوائر المدمجة integrated circuit والفيزيائي في ذات الوقت، الذي غادرا شركة Fairchild وبعض الموظفين الآخرين لبعض الشركات العاملة في ذلك الوقت في السليكون فالى.</li> <li>- الرجل الرابع في شركة إنتل هو آندي غروف Andy Grove المهندس الكيميائي الذي أدار الشركة في الثمانينيات ونهاية التسعينيات لمستويات رفيعه من الاداء والتطوير.</li> </ul>
أصل الاسم	<p>في البداية كانت الفكرة بتسمية الشركة بالاسمين (مور نويس) غير أن المعنى لم يكن موفقاً لما قد يعنى من المزيد من الضجيج وفق اللغة الانجليزية، فقرروا تسمية الشركة (M.N) إليكترونيكس، واستمرا نهازة العام ثم قررا تسمية الشركة "Intel" INTegrated ELECTronics or "Intel" غير أن الاسم "إنتل" كان يتبع أحد الفنادق، ومحفوظ الحقوق للفندق، فاضطرا لشراء الاسم لمنحه للشركة.</p>

<p>كان ما يميز الشركة قدرتها على تصميم السمي كوندكتورز ، إضافة الى chips (SRAM) المخصص للذاكرة.</p> <p>تطور نشاط الشركة أثناء السبعينيات، ومع اختراعها لأول مايكروبروسيسور، فى 1971 فمع 1980 كان يسيطر على منتجاتها Dynamic random access memory chips اليابانية مع 1983 ، ما جعل معدلات الربح تنخفض بشكل كبير لهذا السوق، ومع النجاح اللحظى لمنتجات الكمبيوتر الشخصى لشركة IBM أقفع السيد " غروب " لتغير تركيز الشركة الى " مايكروبروسيسورز "</p>	<p>-1980 1970 تطور الشركة</p>  <p>صورة أول مايكروبروسيسور</p>
<p>ومع نهاية الثمانينيات، هذا القرار تأكيد نجاحه، وجعل الشركة قادرة على المنافسة ودفعها على مدى عشرة أعوام من النمو الى مشارف عام 2000</p>	<p>1980</p>
<p>بدأت حملة تسويق " Intel inside " العالمية التى إستمرت الى 2005</p>  <p>مختيراته كانت من وراء العديد من الاختراعات منها على سبيل المثال: بلوتووث، وسنترينيو كمنتج يدرج فى جهاز الحاسوب والموبايل.</p> 	<p>1990</p>
<p>أثناء عام 1980 كانت إنتل مع أعلى 10 شركات مصنعة للسميكوندكتورز (العاشرة 1987 ) والاولى فى 1991، الشركات الاخرى كانت من ضمنها AMD, Samsung, Texas Instruments, Toshiba and STMicroelectronics</p>	<p>1991 المنافسة</p>

<p>تعرضت إنتل لمشكلة في تصميم أحد منتجاتها، ما يؤكد وقوع خطأ بسيط جداً قد يؤدي إلى عمليات حسابية خاطئة وخيمة في عمليات أخرى، إكتشف، Dr. Thomas Nicely, Professor of Mathematics الخطأ ونشره عبر الانترنت وسرعان ما ذيع خبر الاكتشاف وتناولته وسائل الإعلام، قررت الشركة بناء على ذلك إستبدال كافة القطع المباعة بقطع أخرى ما كبد خسائر للشركة تعادل 500 مليون \$.</p>	1994
<p>بدأ الرئيس التنفيذي يعيد هيكلة ونظم الانتاج في الشركة كى تتجه نحو (enterprise, digital home, digital health, and mobility) ما جعل الشركة توظف 20.000 موظف جديد. في يونيو من نفس العام قرر مالك أبل ماكتوش ستيف جوبس Steve Jobs يقرر إستبدال النظام التشغيلي في أبل من PowerPC architecture to the Intel x86 architecture ، وقررت وضع إنتل شبس في كافة أجهزة الكمبيوتر لديها، لعدم قدرة النظام القديم إستيعاب التطورات المرتقبة على أبل .</p> 	2005
<p>لدى الشركة الآن 100.000 موظف، و200 من التجهيزات حول العالم</p>	2006

#### المساهمات المجتمعية:

#### تجاه البيئة:

إستطاعت أن تقلص الشركة حجم إبعاثاتها الحرارية (PFCs) خلال أربعة أعوام، ونفايات السوم، وزيادة في الانبعاثات الكربونية في 2004 وذلك بسبب تدشينها لمصانع جديدة، وهي تطبق إجراءات حالية للقضاء على الفلق الذي ينعكس من هذه النفايات والانبعاثات.

لدى الشركة إفصاح واضح من خلال تقارير ونظم مقره حال إدارة البيئة المحيطة، كما إنها تعتبر رائدة في الادارة البيئية، كما إن للشركة مباشرات في قضایا وما يتعلق بالصحة والامان، وتعتبر قضایا إستغلال الماء والطاقة من القضايا الرئيسية في مجال إدارة البيئة، وبشكل مستمر فإن إستغلال الماء في عمليات الانتاج لدى الشركة تشهد إنخفاضاً في معدلاتها، هذا بالإضافة إلى قرب تحقيقها الأهداف المرسومة في مجال معدلات إستغلال الطاقة، فشركة إنتل تتظر للآثار المترتبة على الانتاج من واقع مراحل حياة المنتج بما في ذلك التغليف أو التخلص من النفايات أو إعادة تدويرها، وللشركة برنامج في مجال "التصميم المتوازن مع البيئة" وتتبرع بالمال وتدعيم بالمصادر الازمة لانشاء منظمات خيرية تهتم بذلك، في مثل "برنامج إعادة إستراتجية الكمبيوتر" الذي صمم لتقليل حجم النفايات

الالكترونية، وللشركة نشاط ملحوظ في التطوع في مجال التخضير، ولديها ميراث في المجالات التخضيرية، وهي تعتبر أحد الثمان جهات المسؤوله الكبرى عن تمويل مثل هذه المشاريع. مؤسسة كالفتر منحت شركة "إنتل" معيار 5 لاستيفائها الجانب البيئي، وهو الاعلى وفق هذا التصنيف.

#### **بيئة العمل:**

لشركة إنتل ممارسات ممتازة في مجال بيئه العمل، وللشركة إفصاح لسياساتها وبرامجها في ذلك، في مجال الامن و علاقات الموظفين، فعلى سبيل المثال للشركة نظام إتصالى تفصيلي عبر الويب سايت بما يسمى بسياسة "الابواب المفتوحة" تمكن أى موظف لحل ما يقلق مشاكل الموظفين الوظيفية، وتعتبر من القضايا الهامة في ذلك قضايا صحة الموظفين وأمنهم بحكم أنهم معرضون لبيئة محاطة بالمحاليل الكيميائية السامة، للشركة سجل جيد في تقليل معدلات الاصابات بين العمال، والشركة ليس لديها تفرقة فيما بين اجناس او جنسات العاملين. ويدرك أن مؤسسة كالفتر منحتها على هذا القطاع تصنيف 5

سياسات العمل لدى الشركة لاتسمح بأن تدار من قبل إستقطاب مدراء من الخارج، كما إنها تعتمد إسلوب اللامكاتب حتى مع المدراء التنفيذيين وهذا معمول به حتى مع شركة hp

إستلمت إنتل وعلى مدى أكثر من عام 2002-2004 تقدير 100% في مجال المساواة فيما بين الموظفين، الشركة اختيرت ضمن أفضل 100 شركة لتوظيف الأم العاملة في 2005.

#### **التعامل التجارى:**

لديها سجل بالرغم من إيجابياته غير أنه قابل للتحسين، فللشركة معايير ونظم في ممارسة أخلاقيات العمل وسياسات واضحة في ذلك، بما في ذلك حيال نبذ الرشاوى.

التنوع والبيئة والصحة والامان (EHS): النظم التي تتعامل بها الشركة، ولديها إفصاح واضح في إدارة الشركات، ولديها إمرأتين في مجلس إدارة مشكل من 11 عضو، ولديها نظام في التحفيز وملكية الاسهم مرتبط بالاداء لدى الموظفين التنفيذيين، ولكن لا يوجد لديها ما يثبت أى برنامج في مجال التصميم الآمن للسلع.

#### **حقوق الانسان:**

لدى إنتل ممارسة ممتازة في هذا المجال، فلا يوجد ما يؤشر الى إضطهاد حقوق الانسان ولدى الشركة سياسات مكتوبة تعمل وفقها في الدول الاخرى التي تعمل بها، بالرغم من أن معظم التصنيع يتم في الولايات المتحدة الامريكية، غير أن الشركة تعمل مع مجموعة من المنظمات البيئية ومجاميع حقوق الانسان لتطوير وتحسين حالة العمال، فعلى سبيل المثال طورت الشركة نظم معينه لصالح العمال في المصانع محورها صحي وأمنى وبيئي وخلقى، بالإضافة الى الموردين الذين الزمتهم بأن يتزموا بها. وهذا ما جعل كالفتر تمنحها درجة 5 في هذا القطاع.

## **علاقاتها المجتمعية:**

سددت إنتل نموذج يحتذى به في مجال العلاقات المجتمعية، فلدى الشركة موظفون معنّيون بتجسيـر العلاقات المجتمعـية مع المسؤولـين في المجتمعـ في كافة موقعـ الشركة جـغرافـيا، والشركة تـشـركـ الشـركـاءـ والمـلاـكـ فيـ ماـ يـمـكـنـ الـقـيـامـ بـهـ مـنـ بـرـامـجـ، فـعـنـدـماـ توـاجـهـ الشـرـكـةـ خـلـافـاـ فيـ نـيـوـمـكـسـيكـوـ حـيـالـ ماـ تـبـثـهـ مـصـانـعـ الشـرـكـةـ منـ مـلـوـثـاتـ عملـتـ الشـرـكـةـ عـلـىـ تـفـيـذـ مـجمـوعـةـ مـنـ درـاسـاتـ طـقـسـيـةـ مـسـتـمـرـةـ لـلـتـعـرـفـ عـلـىـ تـأـثـيرـ ذـلـكـ عـلـىـ الـبـيـئةـ وـالـمـجـتمـعـ المـحـيـطـ، إـضـافـةـ إـلـىـ الدـعـوـةـ لـاـجـتمـاعـاتـ شـهـرـيـةـ فـيـ مـجاـلـاتـ EHSـ وـبـحـثـ كـلـ ماـ يـثـيرـ فـلقـ السـكـانـ، فالـشـرـكـةـ سـاـهـمـتـ فـيـ تـضـمـنـ خـطـابـ رـئـيـسـ الـولـايـةـ ماـ يـؤـكـدـ الـاـهـتـمـامـ بـضـمـانـ نـقاـوةـ الـهـوـاءـ وـالـمـاءـ، وـثـمـةـ تـقـرـيرـ سنـوـيـ فـيـ مـجاـلـ "global citizenship report"ـ يـؤـكـدـ إـهـتـمـامـاتـ الشـرـكـةـ فـيـ ذـلـكـ، ولـلـشـرـكـةـ إـهـتـمـامـ إـنـشـاءـ نـشـرـةـ الـرـياـضـيـاتـ وـالـعـلـومـ وـتـعـلـيمـهاـ فـيـ الـمـارـسـ، مـنـ خـلـالـ "إـنـتـلـ تـعـلـمـ الـمـسـتـقـلـ"ـ وـنـوـادـيـ إـنـتـلـ"ـ وـالـشـرـكـةـ لـديـهاـ بـرـنـامـجـ لـتـطـوـيرـ الـمـشـارـيعـ التـجـارـيـةـ الصـغـبـرـةـ الـتـىـ يـتـبـوـئـهـاـ الشـبـابـ مـنـ الـجـنـسـيـنـ وـتـتـعـاـقـدـ الشـرـكـةـ مـعـهـمـ لـتـطـوـيرـ أـدـائـهـمـ، ولـلـشـرـكـةـ نـظـامـ دـعـمـ لـلـمـعـاقـينـ، وـالـمـنـظـمـاتـ غـيرـ الـرـبـحـيـةـ، وـتـتـبرـعـ بـأـجـهـزةـ الـكـمـبـيـوـنـ لـلـجـمـعـيـاتـ الـخـيـرـيـةـ حـوـلـ الـعـالـمـ، وـتـشـجـعـ مـوـظـفـيـهـاـ لـلـتـطـوـعـ بـتـعـلـيمـ الـمـجـتمـعـ وـدـعـمـ الـتـعـلـيمـ الـمـحـلـيـ الـمـعـتـمـدـ.

وفي هذا القطاع منحت الشركة معدل 5 من قبل مؤسسة كالفرت.

## سادساً: شركة كمبرلى كلارك



الشعار

### عن الشركة:

تقدم الشركة مجموعة من المنتجات بمثابة حلول عملية للاستخدامات اليومية بما يعزز مفهوم (إصنعها بنفسك) Do it your self، كمفهوم تقوم عليه هذه العلامة، بما فيها منتجات من الأغطية الآمنة والقفازات للاستخدام لمرة واحدة (غير المتكرر)، وكماليات الاستخدامات اليومية الخاصة بالتنظيف، وحلول لتحسين الاعطال المنزلية بما يسهل عمليات التنظيف بشكل أسهل، منتجاتها معروفة بالابداع والنوعية الرفيعة، في مثل الانسجة الورقية للحمامات، منتجات رعاية الجلد، وعلامات مشهورة في مثل كلينكس، سكوت، وحافظات بول أب وهاغيس للأطفال، والحافظات النسائية كوتكس، كل يوم يطلع يستخدم منتجات الشركة 1.3 بليون إنسان، أي حوالي ربع سكان العالم، و135 عام من التاريخ الابداعي.

تتمتع الشركة بحوالى 66.000 موظف، ولديها مصانع ومقارن في 41 دولة حول العالم

و15 بليون \$ من الارباح في عام 2004





بعض من منتجات الشركة

التاريخ	مسار إنجازات الشركة
1860	بدأ ثوماس سكوت والسيد أوتس بمشروع تجاري خاص بصناعة الورق
1870-1872	تم تدشين شركة كمبرلي كلارك في نينا وسكنس برأس مال \$ 30.000 تم تدشين مصنع سكوت للورق في فيلادلفيا
1890	شركة سكوت أول من يصنع رول بييرز
1907	تم اختراع أول دسبوزابل بييرز
1914	طورت مستحضرات قطنية cellucotton بمساعدة الباحثين في معاملها المختبرية مستخلصاً من قصب السكر ليكون بديلاً عن القطن الذي يستخدم في العمليات التضميدية للجيش الأمريكي خلال الحرب العالمية الأولى.
1920	ولدت العلامة النسائية "كوتكنس"
1924	ولدت العلامة التجارية "كلينكس"
1926	تحالفت مع <a href="#">The New York Times Company</a> لتدشين مصنع لب الورق في أونتاريو كندا
1920 حتى عام 1968	الشركة استحوذت وبنت شراكات مع العديد من الشركات صناعة الوراق
1978	ولدت العلامة "هاغز"
1984	من خلال إدارة الطيران في الشركة تم التأسيس لطيران <a href="#">Midwest Express Airlines</a> واستحوذت العلامة Huggies على 50% من الحصة السوقية للحفاظات واستحوذت العلامة كلينكس كذلك على نسبة 50% من الحصة السوقية للمحارم الورقية
	نوعت إستثماراتها الشركة لتشمل نشاط الملابس الجوية، وذلك بحكم التنقل الدائم للمدراء التنفيذيين بين مقار الشركة (وسكنس - تكساس)، فقد تم تحويل هذه الخدمة من مركز كلفة إلى مركز ربحي من خلال ست طائرات بحجم ست مقاعد.

رُفعت شركة بروكتور آند غامبل دعوة ضد شركة كمبرلى كلارك بسبب خاص بحفظ حقوق تصنيع الحفاظات والمواد المصنعة لها التي يفترض أن تكون قابلة للاتلاف. إنتقل مقر الشركة من وسكنسون إلى تكساس.	1985
مع إختراع حفاظات هاغز، بول أب، إستطاعت أن تستحوذ الشركة بحصة سوقية منافسة لحفاظات بروكتور وغامبل	1989
بدأت الشركة بتقليل اعتمادها على المخزون الورقى، وبدأت فى بيع بعض مصانعها الانتاجية للورق	1991
فصلت (Spin off) الشركة القسم الخاص بإنتاج ورق السجائر لشركة Schweitzer-Maudit International بعد الضغط الذى مورس عليها من قبل حاملى الاسهم بما له علاقة ببنـذ تجارة السجائر. إشتـرت شركة صناعة الورق "سكوت" البريطانية لتعزيـز تواجـدها في أوروبا، وهو يـعتبر نوع من أنواع الاندماـج فيـ الحقيقة، ما أدى إلى بيع بعض المصانـع التابعة لكمبرـلى وتـسريح عـدد 6000 موظـف من هـذه الشرـكـات، وبيع بعض المصانـع الورقـية لـشـرـكة سـكـوت موجودـة فيـ الولايات المتـحدـة الـأمـريـكـيـة هذا الانـدماـج عملـ على جـعل الـلـاعـب الثـانـى لـصـنـاعـة الـورـق عـالـمـيـة هـى كـلـارـكـ، وـضـاعـفـ من رـبـحـاتـهاـ.	1995
وـتم بـيع بـعـض العـلامـات فيـ مثل Baby Fresh، Wash-a-Bye Baby، and Kid Fresh brands لـشـرـكة بـروـكتـور آـندـ غـامـبـلـ.	
بدأت الشركة تغيـراـ من سيـاستـها حـيـال تـجـارـة صـنـاعـة الـورـقـ، فـقد أـقـفلـتـ العـدـيدـ من مـصـانـعـهاـ فيـ كـنـداـ وـبـامـاـ وـأـسـپـانـياـ وـمعـ نـهـاـيـةـ 1997ـ إـنـخـضـ إـنـتـاجـ لـبـ الاـشـجـارـ إـلـىـ 30%ـ مـاـ تـنـجـهـ الشـرـكـةـ بـعـدـ أنـ كـانـ مـعـدـ إـسـهـلـاـكـهاـ فيـ بـداـيـةـ الـعـامـ منـ الحـصـةـ السـوقـيـةـ الـعـالـمـيـةـ 80%ـ وـبـدـأـتـ الشـرـكـةـ فيـ 1998ـ بـالتـوـجـهـ نـحـوـ مـنـجـاتـ الرـعاـيـةـ الصـحـيـةـ وـالـجـرـاحـيـةـ فـإـشـتـرـتـ شـرـكـةـ Tecnol Medical Productsـ إـسـتـغـنـاءـ عنـ التـوـجـهـ الخـاصـ بـالـصـنـاعـةـ الـورـقـيـةـ وـإـغـلـاقـ المـصـانـعـ أـدـىـ إـلـىـ تـسـرحـ 5000ـ موـظـفـ فـيـ 1999ـ	1996

### المـسـؤـولـيـةـ الـاجـتمـاعـيـةـ:

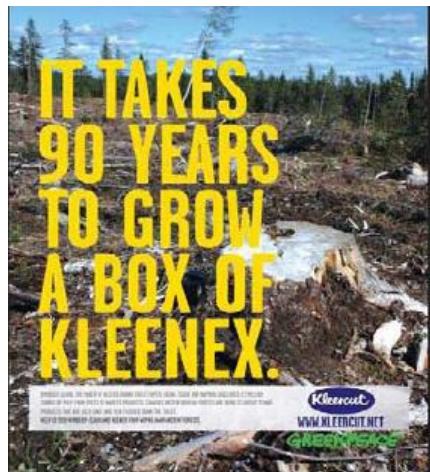
يتضح من مطالعاتنا العامة على أداء الشركة وجـانبـ المسـؤـولـيـةـ بالـتـحـديـدـ، أنـ الشـرـكـةـ محـورـهاـ الـاسـاسـيـ الذـىـ تـحـقـقـ مـنـهـ الـارـبـاحـ هوـ فـيـ ماـ تـحـدـثـهـ فـيـ الطـبـيـعـةـ مـنـ أـثـرـ سـلـبـيـ منـ خـلـالـ إـجـتـثـاثـ الغـابـاتـ ، فـبـالـتـالـىـ أـىـ بـرـنـامـجـ مـجـتمـعـىـ لـلـشـرـكـةـ سـيـكـونـ محلـ إـنـقـادـ، وـبـنـذـ، وـهـذـاـ ماـ لـاحـظـنـاهـ مـنـ خـلـالـ الـحـمـلـاتـ الـمـنـاوـئـةـ لـلـشـرـكـةـ مـنـ قـبـلـ مـنـظـمـاتـ التـخـصـيرـ وـغـيرـهـ ، وـهـذـاـ مـاـ لـاحـظـنـاهـ أـيـضـاـ بـشـكـلـ غـيرـ خـفـيـ منـ تـحـفـظـ مـؤـسـسـةـ كـالـفـرـتـ عـلـىـ أـدـاءـ الشـرـكـةـ فـيـ مـجـالـ الـبـيـئـةـ ، بـالـرـغـمـ مـنـ إـسـتـيفـاءـهـ لـبـاقـىـ عـنـاصـرـ "ـالـبقاءـ"ـ فـيـ مـثـلـ ، حـقـوقـ الـإـنـسـانـ وـالـتـعـاملـ مـعـ الـمـوـظـفـينـ ، حـيـثـ يـذـكـرـ تـقـرـيرـ "ـكـالـفـرـتـ"ـ ، وـهـذـاـ مـاـ حـدـىـ بـالـشـرـكـةـ بـأـنـ تـعـيـدـ إـسـتـراتـيـجيـتهاـ الـاسـتـثـمـارـيـةـ فـيـ مـجـالـ تـصـنـيعـ الـورـقـ مـنـ لـبـ الشـجـرـ وـتـخـفيـضـهـ إـلـىـ 30%ـ جـراءـ بـيعـ غـابـاتـهاـ وـمـصـانـعـهاـ فـيـ أـيـرـكاـ الـبـامـاـ وـكـنـداـ وـأـسـپـانـياـ.



و نستعرض بعض من وجهات نصر المعارضين لاداء شركة كمبرلى كلارك البيئي، ذلك أن جماعة السلام الأخضر فضحت شركة كلارك فى أنها مازالت تعتبر خطرا على موارد الطبيعة، فاللتقارير لديها تشير الى أن غابات برتش أوف كولومبيا فقدت فى 2005 ما مقداره 3.1 مليون طن متري من لب الشجر من تلك الغابات وهى غابات تتجاوز أعمارها عن 10,000 سنة، وقد شنت السلام الأخضر حملة توعوية تحت عنوان [Kleercut](#) لذلك وحثت حاملى الاسهم بالضغط ، وحثت نحو 650 شركة تعارض شراء منتجات كلارك، كما تشجع الحملة المقاطعة Boycot وتدعو كلارك لاستكشاف طرق بديلة فى التصنيع من بدائل نسيجية أخرى لاتضر بالطبيعة،



الحملة المناوئة لمنتجات كلارك



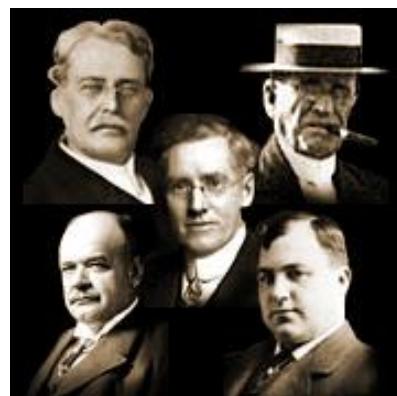
نعود مجدداً لتقرير "كالفترت" الذي يستعرض النشاط المجتمعي للشركة إذ يذكر :

تشير التقارير من أن أحد مصانع الشركة الخاص بسكوت لإنتاج الورق سبب في إرتفاع معدلات السرطان في التجمعات السكانية المحيطة بالمصنع، وطولب المصنع بإيقاف عملياته وذلك في عام 2002، وإن كانت التحقيقات لم تؤكِد بأن المصنع هو السبب، ولم يشر التقرير إلى أي مسؤولية اجتماعية نفذها المصنع حيال المجتمع المحيط سوى في الدراسة التي أدارها للتحقق من مدى العلاقة بانتشار المرض، وثمة مساهمة على مدى عشر سنوات من 1994-2004 تمثلت بالتزويج لمؤسسة خيرية "يونايتد واي" بمبلغ 16.5 مليون \$ وتبرع الموظفين بمبلغ 4 ملايين \$ خلال ذات الفترة، ما جعل كالفترت تمنح الشركة تقدير 3 على العلاقات المجتمعية وهي نسبة منخفضة نوعاً ما.

## سابعاً: شركة 3M



الشعار



المؤسسين الخمسة

إنها شركة متعددة الاستثمار في المجال التكنولوجي بما يعادل 22 بليون \$، في مجالات التجهيزات المكتبية والرسم الهندسي والمجال الإلكتروني والاتصالى، ومجال الرعاية الصحية، و مجال النقل والصناعة، و مجالات السلامة والأمن والحماية وأخرى.

يقع مقر الشركة الام فى مانيسوتا أميركا، ولديها شركات تابعه فى 60 دولة وتقدم خدماتها فى نحو 200 دولة، وهى إحدى الشركات الثلاثون التى تشكل أسهم الداو جونز الصناعى.

فى عام 2004 كان للشركة 67.000 موظف يعمل لها.

التاريخ	مسار الانجازات
من 1990-1900	بدايات بسيطة ومستقبل واعد ، لخمسة رجال أعمال ، بدأ فى شركة لحفر المناجم تدعى شركة منسوتا الصناعية لحفر المناجم، وجاء الاسم 3M من الحروف الثلاثة الاول للشركة ، Minnesota Mining and Manufacturing Company ، من مدينة Minn وبدأ المصنع بادئ الامر بصناعة ورق الصنفرة، وأقراص مخصصة للطحن، غير أن ضعف نوعية

الإنتاج أثر على أداء الشركة والمبيعات، غير أن المؤسسين أصرروا على الاستمرار، بأن بدأوا بإستيراد الرمل الطبيعي المناسب من خارج المدينة، وفي 1907 عينت الشركة موظفاً كان طالباً في عمر العشرين في مجال المحاسبة كمساعد محاسب للشركة يحمل إسم William L. McKnight ، غير أن عمله المتفاني جعله أن يكون أول رئيس مجلس إدارة للشركة حيث كانت له رؤية ثاقبة وقدرة على الادارة رائدة مكنته من صناعة المستقبل.



حقبة التايتانيك، الحرب العالمية الأولى، عمد إلى أول دراسة ميدانية للعمالء من خلال باعة 3M مع الموزعين للتعرف عن قرب على تطلعاتهم، ومشاكلهم من أجل تحسين منتجات الشركة وبعد مشاكل واجهت الشركة في مجال جودة التصنيع، استثمرت الشركة بناء أول مختبر صغير بـ \$500 وكان يعتبر مبلغ كبير بالنسبة لشركة ناشئة، ولكن خطوة حكيمه من أجل التحكم في جودة الانتاج إضافة إلى خطوة مبتكرة لعمليات بحثية مستقبلية. في 1916 أصبحت مشهورة في تصنيع أدوات ومواد الاصلاح عموماً automakers and repair shops في 1917 بلغت مبيعاتها واحد مليون \$، وكان أمام الشركة مستقبل وفرص للنمو حقيقية.

1919-1910

شهدت صناعة الصنفراة الورقية نهضة غير مسبوقة بإختراع الورق المقاوم للماء، فهذا المنتج يمكن استخدامه مع الماء أو الزيوت لتقليل حجم الاغبرة وكذلك تقليل معدل الاحتakan

**1920-1929  
Branching Out**

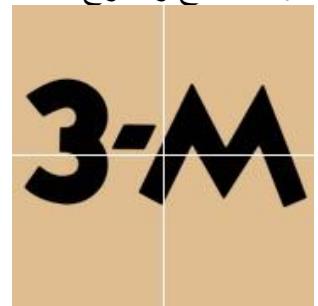
رشارد درو أحد مساعدي العاملين في المختبر لاحظ أن ملونى وصابغ السيارات يعانى من مشكلة أثناء عملية المسكنغ ففكر بأسلوب يساهم في التغلب على هذه المعاناة من خلال إختراع شريط لاصق "ماسكنغ تيب" الذى كان يعتبر ضربة استثمارية للشركة ومنح إسم Scotch ما أدى إلى المزيد من التنوع في ما تصنعه الشركة .



في 1929 شكلت الشركة M3 شركة قابضة في أوروبا مع ثمان Durex abrasives manufacturers ما يسمى ب Corp. وتنامت بشكل إضطرادي عمليات وأرباح الشركة .

**1930–1939**

عهد الابداع والتنوع



حققت الشركة سبقاً في مجال التأمين على موظفيها ومنحهم العوائد من خلال أشبه ما يكون بالسؤال سيكيوريتي نومبر، قبل أن تبدأ به حتى الولايات المتحدة الأمريكية، موظف الشركة Richard Drew لاحظ أحد العملاء يسأل عن مادة السولوفاتن الشفافة، غير أنه كانت ثمة صعوبة في التعامل معها خاصة في تغليف المواد ذات الشفافية، فعمد إلى تطوير مخترع بطلاء السولييفان بمادة لاصقة، ظهر سكوتتش سولييفان، ومن بعدها المئات من الاستخدامات استخدمت من هذه المادة.



في 1937 تم تدشين مختبر مركزى لدعم التطوير والاستكشافات التكنولوجية، وهذا ما أدى إلى إختراعات عديدة في مثل إشارات المرور العاكسة للأضائة وعلامات الترميز الأخرى المستخدمة في الشوارع.

ومع نهاية العقد أصبح للشركة خمس قطاعات إنتاجية هي أشرطة الماسكنج، وشريط السولييفان اللاصق، وعوازل الاسطح والأصباغ.

**1940–1949**

عصر الحرب العالمية الثانية، وإختراع القنبلة الذرية، وتلفزيون الاسود والأبيض .

سهم الشركة أدرج في البورصة "نيويورك" 1946

رئيس الشركة ولIAM نايت، طرح فلسفته الجديدة في إدارة الشركة من خلال محور تحفيز الموظف وتشجيع المبادرات الذاتية، إضافة إلى حثهم على قبول التحدى.



**1950–1959**

عصر الخمسينيات هو عصر الحرب الباردة، وال الحرب الكورية، والاستقرار في اليابان وأوروبا، وارتفاع عرش الملكة اليزابيث الثانية، وإختراع مصل شلل الأطفال.

عرضت الشركة أول خطة لشراء الاسهم من قبل الموظفين، وتم تأسيس صندوق لرعاية الاحتياجات الإنسانية،



تطورت صناعة علامة السكوتتش لتشمل القطاع الصناعي في مثل الانسجة البلاستيكية المترخة "المتدليه" للاستخدامات الجراحية والطبية، والوصلات الالكترونية وأشرطة الفيديو للتسجيل، الخ

**1960–1969**

عصر الحرب الفيتنامية، وبناء جدار برلين، وعصر جون أف كنيدى والاختبار الاول لطائرة الكونكورد، وهبوط آرمسترونغ على القمر مرتديا حذاء مواده صنعت بالكامل من شركة 3M.



تم تطوير نظام آمن لحفظ الكتب من السرقة في المكتبات من قبل الشركة، وحشوات جديدة للاسنان، وجعل الملابس العازلة أكثر خفة في اللبس، تم تدشين مشروع لتقليل التلوث، قفزت المبيعات من 2 بليون \$ إلى 5 بليون من 1972-1979



**1970–1979**



تم إختراع "بوست نوت" اللاصقة والذي تم استخدامها عالميا بإسم "بوست إيت"

**1980–1989**



فتحت السوق الصينية للعالم في هذا العهد  
أعلنت الشركة عزمها لطرح قطاع الطباعة وانظمة التخزين والمعلومات والتصوير للاكتتاب العام في 1995

**1990–1999**

عملت الشركة بشكل مستمر على تقليل نفقاتها، والتلوث، وتحسين الانتاجية وتقليل الاسعار، وتطوير منتجات بشكل سريع وبكفاءة عالية.

التطبيقات الدقيقة Microapplications جعل التغيير في خواص المساحات المكشوفة للمواد المصنعة ممكناً ما أدى إلى تغيير خواص أداء هذه المواد وهي تستخدم الآن في تصنيع شاشات الاب توب.

### المساهمات المجتمعية:

هي ركن أصيل في إستراتيجية الشركة، فللاشركة صندوق مخصص للمساعدات الإنسانية، من خلال المساعدة بالمنتجات، أو الأموال، أو بالجهود التطوعية سواء من الموظفين أو المحالين للتقاعد الذين يتطوعون بـ 25 ساعة عمل في العام، فثمة برامج مخصصة للتعليم العالي، المنح الدراسية، وفي كل دولة تعمل بها الشركة (عبر 60 دولة ، للشركة مساهماتها التي تتشكل بناء على الحاجات المحيطة).

### مساهمات الشركة عام 2005 كانت وفق ما يلي:

1. التعليم 9,5 مليون دولار
2. الصحة وخدمات إنسانية 7 مليون دولار
3. البيئة 2,2 مليون دولار
4. خدمات مجتمعية 1,2 مليون دولار
5. إعصار كاترينا 2,5 مليون دولار، و مليون دولار من المنتجات
6. تطوع موظفو الشركة بمبلغ 750,000 دولار لمتضرري الإعصار

منحتها مؤسسة كالفترت الشركة تقدير 5 عن ذلك

### برامج دعم منظمي الجيش وعائلتهم:

فالشركة تدعم قوافل الجيش الذي يشارك في مجهود الحماية للوطن بمبالغ \$100.000 في مجال القراءة، الذي يمنح الفرصة للمقاتل في الخارج أن يسجل صورته عبر أشرطة فيديو من إنتاج الشركة وهو يقرأ قصة لطفله بما يجعل أطفالهم سعداء، منح الرعاية الصحية للجنود وأسرهم.

### بناء فرص مستقبلية للمجتمعات:

#### 1. تشجيع وإلهاب فضول الطالب في تعلم الرياضيات والعلوم والاقتصاد لطلبة الثانوية العامة

فثمة برنامج تلفازى ممول من قبل الشركة يحمل إسم "تفاحة نيوتن Newton's Apple" وفكرة البرنامج قائمة على أساس تطبيقات العلوم المختلفة على مناحى الحياة، وذلك لكافة

الاعمار ، وتم تطوير مرجع للاساتذه خاص بالبرنامج بالتعاون مع رابطة المعلمين فى منسوتا، كما يمنح البرنامج أفكارا تلهب إبداعات الطلبة لمعرض العلوم السنوى science fair projects

2. الاستثمار في دعم التعليم العالى فى مواد العلوم والهندسة والتجارة
3. منح المساعدات الإنسانية بما يخفف من معاناة الانسان ودعم الرعاية الصحية الازمة
4. فى مجال الثقافة والفنون، من خلال الاعتناء بالمجتمعات المحيطة بشركات 3M فى المجالات الثقافية والفنية

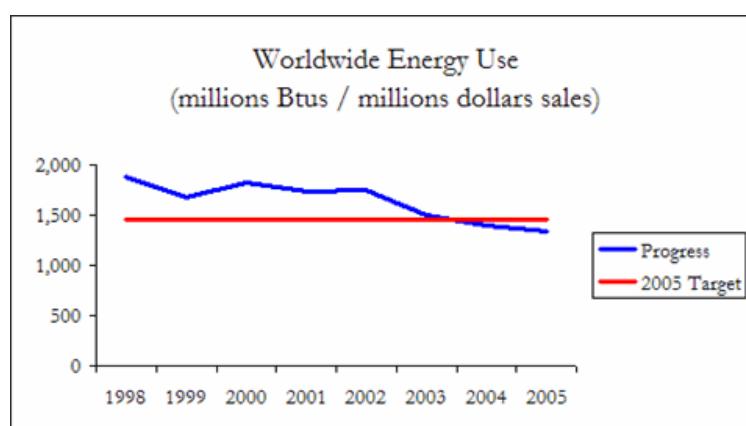
## 5. برامج التطوع **Volunteerism**

من خلال الشركة والموظفين، وخبرات الشركة، ضمن ب برنامج " A Way of Life at 3M" فللسنة تاريخ ناهز الخمسون عاما فى مجال تطوعات الموظفين أحتفظ فيه فى عام 2003، وضمن دراسة ميدانية مؤخرة أشارت الى أن 40% من موظفى الشركة قد تطوعوا فى عام 2005 ، حيث أطلقت حملة 3M CARES منذ عام 1984 لمساعدة الموظفين فى إستكمال أعمالهم الممتازه أثناء فترة التقاعد، فى 2005 أكثر من 1.530 متقدم شارك فى أكثر من 70 نشاط تطوعى.

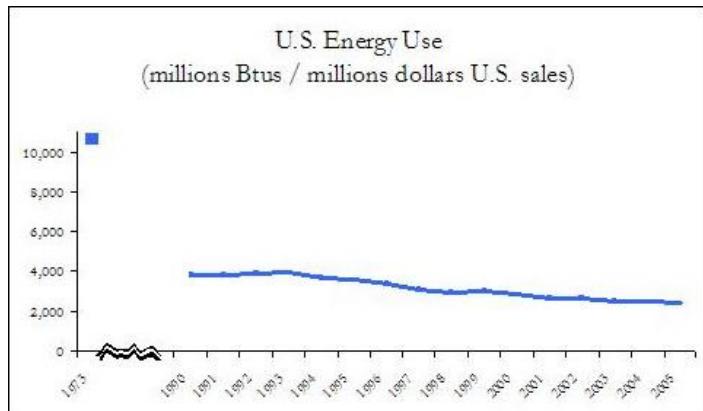
5. البيئة، دعم بقاء الشركة بالبحث على تقليل التلوث والنفايات فقد حررت الشركة كاتالوغ خاص بمجهوداتها وحلولها الخاصة بالبيئة ، وفي مجالات النظافة والرعاية الصحية والصيانة والبناء والانتاج الصناعي وتحسين إستخدامات الطاقة

**3M has an Environmental, Health and Safety (EHS)**

ففى مجال الطاقة فقد عمدت الشركة ومنذ 1973 على حسن إدارة الطاقة **Improving Energy Efficiency** وتحفيض نسبة الاستغلال فى مجالات التشغيل من خلال ميكنة مستحدثه وتجهيزات داعمة لتأمين إستغلال كفوء للطاقة.



الرسم يشير الى 29% تحسن فى إستغلال الطاقة على مدى سنوات بدء من 1998

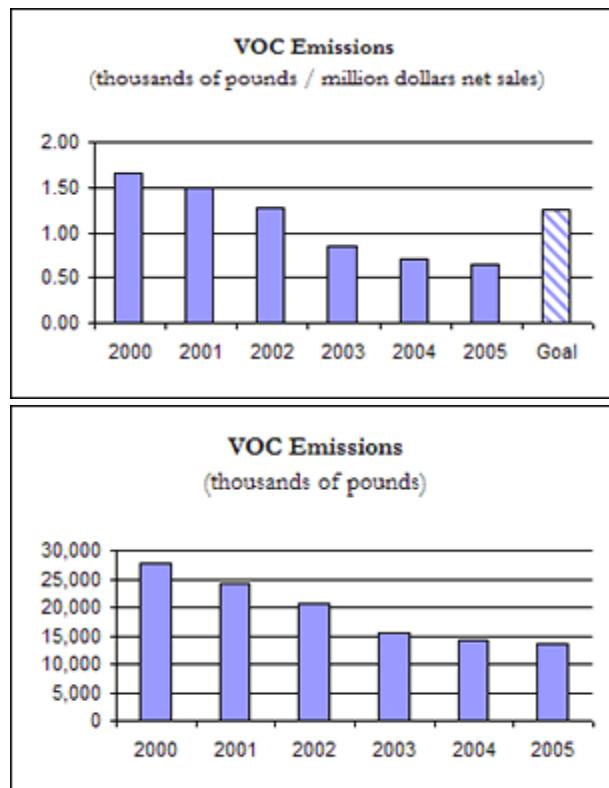


الرسم يشير الى 77% تحسن في كفاءة استغلال الطاقة منذ 1973 لشركة 3M  
منحت الشركة جائزة "درع نجم الطاقة" للاعوام 2004، 2005، 2006

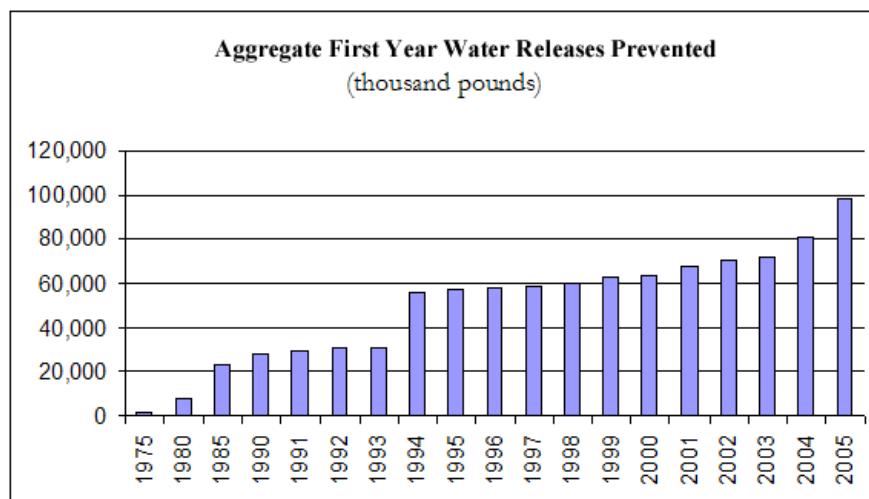


وللشركة مساهمات تاريخية في منح الحلول لتخفيف النفايات والتلوث البيئي، والانبعاثات الحرارية Air emissions، وتخفيف انبعاثات المواد السمية (TRI,toxic release inventory)، فقد كان ما حققته الشركة في 2004 أعلى من 80% من خلال تطوير تكنولوجيا متقدمة للتعامل مع هذه المواد، دعم برامج تخفيف الملوثات، ومعدات التحكم بالتلوث، والنتيجة :

- 95% خفض في نسبة الانبعاثات منذ 1990
- 94% خفض للمواد السمية منذ عام 1990
- الاكتفاء بإطلاق 13.7 مليون باوند من الانبعاثات الحرارية في 2005 مقابل 255 مليون باوند في 1990 (1 pound = .454 kilograms)
- 4.5 مليون باوند من الملوثات السمية في 2004 مقابل 69.5 مليون باوند في 1990



و كذلك الامر بالنسبة لاستخدامات المياه، فالشركة بذلك مجهودات كبيرة لخفض معدلات استخدامات المياه الطبيعية، أو تلوثها فتشير النتائج الى تحسن في الاداء يعادل 98 مليون باوند من المياه منذ عام 1975



2. فالشركة في عام 2005 إحتفلت بمرور 30 عام على برنامجها البيئي 3P حيث أنجز موظفو الشركة أكثر من 6000 مشروع وحقق تخفيض 2.5 بليون باوند من المواد الملوثة للبيئة، وتحقيق وفر واحد بليون \$ من كل مشروع أنجز.

3. مع الموظفين، فلشركة نظام خاص بالترقيات والاستثمار بالعنصر البشري، ولدى الشركة سياسات ممتازة في مجال الامن، في 2001 أعلنت الشركة عن برنامجاً خاصاً بمنح النقاط للموظفين في مجال الصحة والاداء، ولديها نتائج تؤكد إنخفاض حالات الاصابات وزيادة الانتاجية.

وقد منحتها مؤسسة كالفترت 4 نقاط عن هذه المساهمات.

4. الممارسات التجارية:  
للشركة أكثر من مجلس إداري تتبعه 3 نساء بعض المجالس من الـ 11 والآخرى فيها أقليات من الذكور. ولشركة نظام رصين في دفع الرواتب والمحفزات والمحفزات مرتبطة بالاداء والاهداف المرسومة للشركة، ولدى الشركة تعامل أخلاقي تحترمه مع الغير في ممارسة التجارة ومناهضة العنف.

وقد منحتها مؤسسة كالفترت 4 نقاط نضير ذلك.

## 5. حقوق الانسان:

بالرغم من عدم وجود مكاتب للشركة في بورما، غير أن معداتها الطبية متواجدة هناك، وهذه المنتجات تلبى الحاجات الأساسية للشعب البورمي، ولا توجد ثمة ممارسات ضد الشركة حيال الحد من حقوق الإنسان.

وقد منحتها مؤسسة كالفترت 4 نقاط نضير ذلك.

## 6. التوائم مع البيئة :

كان لاحظ منتجات الشركة مشكلة كيميائية، فبعد الانتاج تم رفعه من على الارف لمرة 3 سنوات، فمن ضمن أحد المنتجات الذي يدعى perfluorochemicals والذي يستخدم للسوق على مساحات الاسطح من خلال عمليات متزامنة من الدهان، فقد يتضح أن منتجها Scotchguard كعلامة تجارية معروفة تستخدم ذات المستحضرات الكيميائية التي لديها اعراض سلبية على الصحة، والذي اكتشفته US Environmental Protection Agency في 2000، فقررت الشركة إزالة المستحضر من الارف، وبعد إخضاع المنتج لعمليات التحسين تم طرح المنتج مجدداً بعد 3 أعوام.

وقد منحتها مؤسسة كالفترت 3 نقاط نضير ذلك.

## **تعاون الشركة مع المعايير الدولية والمعايير الالزامية:**

تستهدف الشركة أن تكون متوافقه مع القوانين والنظم بنسبة 100% تلك التي ذات علاقة بكافة القوانين والمعاملات التجارية المحلية والإقليمية والعالمية، وأبلغ مثال على ذلك القوانين الصادرة عن الاتحاد الأوروبي، والذي يدعى REACH stands for REACH，ويعني the Registration, Evaluation and Authorization of Chemicals لامتنال الى منظومة مألفة من آلاف المستحضرات الكيميائية المستوردة للاتحاد.

ثامناً: شركة فدرال إكسبرس



### الشعار

تاریخ الشركة يؤكد صداره الشركة في مجال النقل وصناعة المعلومات، والشركة تتعم بتأريخ يقارب القرن من الزمان، بدأ شركة كانت تسمى

C.J. Tower & Sons (now FedEx Trade Networks) to the formation of today's FedEx.

مسار الانجازات	التاريخ
بدأت أعمال شركة C.J. Tower & Sons في Niagara Falls، نيويورك في مجال الرسوم الجمركية وأعمال السمسرة.	1913
شركة Roberts Cartage تم تأسيسها كشركة إستلام ونقل في أوهايو، الآن تدعى FedEx Custom Critical	1947
تأسست شركة Viking Freight Inc في كاليفورنيا في سان هوزي، الان تدعى FedEx Freight West	1966
فدرال إكسبرس كوربوريشن أسست في لتل روك آركنساس، مع أول ليلة عمل كان ثمة 389 موظف للشركة و14 طائرة فالكون لنقل الارساليات ، و186 مضبوطة تنقل خلال يوم وليلة لـ 25 مدينة، وكانت بداية ولادة صناعة النقل الجوى.	1973-1971 
تم تدشين أول صندوق لتقديم مراسلات الشركة تحت إسم Federal Express Drop Box	1975
بعد عمليات لوبيي إمتدت على مدى عامين ، يستخرج الكونغرس الأمريكي قرارا 163-95 يسمح بموجبه لشركة فدرال إكسبرس وغيرها من هم في صناعة النقل الجوى لاستخدام طائرات أكبر مع السماح للمرور الجغرافي من غير ممانعات عبر المنافذ الملاحية الجوية المعتمدة.	1977
إشتريت الشركة سبع طائرات بوينغ 727 تحمل الواحدة سبع أضعاف ما كانت تحمله طائرة فالكون من الشحن. (الفalcon تحمل 40,000 باوند )	
تحت رمز FDX تم تسجيل سهم الشركة في بورصة نيويورك	1978

Dشنت الشركة نظام "كوزموس" (Customers, Operations and Services Master Online System) كنظام مركزي لخدمة العملاء أون لاين للتعرف على مراحل وصول المراسلة البريدية ، لحظيا.	1979
طبقت الشركة نظام "دادز" (Digitally Assisted Dispatch System) المطور في تسهيل إجراءات الاستلام والتسلیم أعلن عن خدمة "أوفرنایت" خلال 24 ساعة .	1980
أعلنت الشركة عن الارباح وصلت الى واحد بليون \$ التي حققتها كأول شركة أمريكية دون عمليات استحواذ استحوذت الشركة على شركة "جلكو اكسبرس" لمد خدماتها الى قارة آسيا.	1981
دشنت الشركة نظام المسح الضوئي لتقديم المعلومات عوضاً عن التقديم اليدوي SuperTracker®.	1983
استخدمت الشركة أنظمة الأقمار الصناعية للتعرف على حركة كل شحنة بريدية أو سيارة بريد.	1984
اعتمدت الشركة تطوير شعارها لتصبح "FedEx" كتعبير عن معانٍ (السرعة ، الخدمة ، الاعتمادية )	1986
 إطلاق خدمة فيدكس كوم للعملاء لمراقبة مراحل إنتقال مضايبيهم البريدية عبر الانترنت	1989
الاستحواذ على خطوط ملاحية جوية تابعة لشركة Evergreen International مع السماح لها لتقديم خدماتها في الصين	1994
الاستحواذ على شركة Caliber System Inc	1995
الاستحواذ على Caribbean Transportation Services	1998
إعادة تسمية الشركة الام لتصبح "FedEx Corporation." وتم تقسيم الخدمات فيما بين الشركات التابعة للمناقسة فيما بينها FedEx Express, FedEx Ground, FedEx Global Logistics, FedEx Custom Critical and FedEx Services. FedEx Ground launches FedEx Home Delivery	1999
التعاون مع أمازون لتسهيل عملية نقل بريد الكتب FedEx	2000

### المساهمات المجتمعية:

لقد تم ترشيح الشركة من قبل مجلة "ريدرز دايجست" كأفضل شركة مع مائة شركة أخرى عالمية في مجال الالسهامات المجتمعية ودعم العائلة، وتتنوع مساهمات الشركة بحيث تشمل

مزيج من المساعدات الإنسانية والخدمات الأساسية لدى الشركة وتطوع موظفي الشركة، كما للشركة مساهماتها في المحافظة على البيئة المحيطة.



شعار يانيد واي المؤسسة الخيرية تحمله طائرة الشركة

فيما يلي المجالات التي من خلالها تتم إجازة منح المساعدات والهبات:

- 1- مساعدات الطوارئ والتخفيف من عواقب الكوارث: للشركة جسور من التعاون مع المنظمات الإنسانية في مثل الصليب الأحمر، القلب الدولية، يوناتد واي، حيث من خلالها يتم تذليل خدمات النقل والشحن وإيصال المساعدات.
- 2- أمن الأطفال والمارة: فالجانب الأمنى يعتبر قيمة راسخة لدى الشركة، فمن خلال التعاون مع المنظمات المعنية بالاطفال أو الامن، يتم تقديم خدمات الشركة.
- 3- التعليم: للشركة برنامجاً تتعاون فيه مع المدارس والمنظمات المعنية بالتعليم، وبالخصوص البرامج التعليمية في مجالات الاقتصاد والتجارة والتكنولوجيا وبرامج تطوير التعليم وتنميته.
- 4- الخدمات الصحية: تقدم الشركة مساعداتها من خلال المنظمات المعنية بالصحة.

وقد وعدت الشركة بتوفير وحدة قوامها 1500 موظف بدوام جزئي وكلى في عام 2007 لدعم المجهودات التطوعية الإنسانية .

**العناية بالبيئة المحيطة :**

**للشركة العديد من الاصدارات حيال الاحتياطات البيئية ذكر منها :**

- **Hybrid Electric Vehicle** مركبات تعمل بالطاقة الهجينة
- **Packaging & Recycling** إعادة تدوير المخلفات والصناديق الورقية المخصصة للتغليف
- **Emissions: Aircraft & Vehicles** الحد من الانبعاثات السامة
- **Noise** الحد من الضوضاء
- **Greenhouse Gases** تدشين الزراعة المحمية

فهي بذلك تسهم في الحد من نفاياتها بأنواعها، الأرضية والفضائية، وهي تتبع وتناصر الاستراتيجيات أو جماعات التحضر، وهي تابعة لبرنامج نجوم الطاقة Energy Star programs

وقد منحتها مؤسسة كالفترت تقيير 4 في هذا القطاع

#### في الممارسات الوظيفية:

للشركة سجل حافل في مجال المحافظة على أمن موظفيها، وحققت ترشيحها كمقر جيد للعمل على مدى أكثر من عام، ولديها برامج عدّة تدعم من خلالها التراحم والتواصل outreach efforts, affinity groups قضايا التمييز طيلة سنوات من العمل، وتطبيق نظام إداري صارم في الشركة مشجع جداً من قبل مجلس إدارة الشركة.

وقد منحتها مؤسسة كالفترت تقيير 3 في هذا القطاع

#### في الممارسات التجارية:

للشركة إدارة حاسمة على كافة شركاتها التابعة للامتنال لأخلاقيات المهنة، فللشركة نظام يتم من خلاله ترشيح وإنخاب المدراء التنفيذيين من قبل حاملي الأسهم وعددتهم 13 مدير.

الشركة ترفض نقل الحيوانات الحية عبر وسائلها، ما عدا لحدائق الحيوان، أو الخيول وفق ظروف خاصة.

ويذكر في هذا الصدد أن مؤلف هذا الكتاب كان قد اشتري سهماً في أحد مشاريع شركة الفنادق الأمريكية "ماريوت"، ما جعل الشركة وبصفة سنوية تبعث له ولجميع المساهمين بمن يرغب بالترشح لمجالس إدارة الشركة.

وقد منحتها مؤسسة كالفترت تقيير 5 في هذا القطاع

#### في مجال حقوق الإنسان:

فهي تدعم كافة حقوق الإنسان، وتعاونت مع FBI في مكافحة الإرهاب، بالرغم من عدم وجود ما يؤكد هذه المزاعم، كما إن الشركة وقعت مبادئ عدم التمييز الديني، وتبرعت لدول آسيوية كأفغانستان والهند.

وقد منحتها مؤسسة كالفترت تقيير 4 في هذا القطاع

تاسعاً: شركة سيسكو



الشعارين القديم والجديد

نظرة عامة على الشركة :

سيسكو سистем شركه عالمية فى مجال شبكات الانترنت والمجال الالكتروني، ومنتجاتها تتتنوع  
لتشمل "راوترز routers"



جهاز راوتر 1987

والمفاتيح "switches" التي تستخدم للربط فيما بين الشبكات، ومنتجات ذات علاقة بالهواتف الخلوية لنقل المعلومات الرقمية والاصوات عبر الشبكات، وشبكات الالياف الضوئية، والأنظمة الامنية للشبكات، في 2004 كانت مبيعات الشركة 24.8 بليون \$ ودليها 34.000 موظف.

التاريخ	مسار الانجازات
<b>1984</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>علماء الحواسيب، Len Bosack and Sandy Lerner من جامعة Stanforad أسسا سيسكو سيس تيمز، وجاء إسم الشركة من San Francisco, gateway to the Pacific Rim.</li> <li>البداية كانت بتنمية الخبرات في مجال إيجاد وصلات فيما بين أجهزة وأنظمة مختلفة من الحواسيب.</li> <li>فقد تمكן العالمان بالربط فيما بين أجهزة حواسيب مبنيان في مبانٍ تابعة لجامعة ستانفورد من خلال جسور ثم من خلال routers كانوا العالمان يهدفان لجعل شبكات حاسوبية منفصلة القدرة على التفاهم المشترك في نقل البيانات والمعلومات، ومن أجل التوصل إلى هذا الانجاز كان لابد من التوصل إلى نظام قادر على التفاهم مع بروتوكول أي نظام غريب آخر، والعمل وبالتالي على الخروج بنظام يمكن المستخدمين من خلال مالتي بروتوكول، وعليه ولد نظام router تم التأسيس لحقل أو ميدان Domain (DNS)، وتهيئة جماعات مهتمة بالموضوع لخلق الحوار فيما بينهم من أجل ذلك.</li> </ul>
<b>1985</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>أول نظام مطور (MEIS) تم شحنه.</li> <li>أول نظام DOT COM تم تدشينه إضافة إلى DOT EDU</li> <li>وكان عدد المستضافين في هذا النظام في أكتوبر 1985 (1,962)</li> </ul>
<b>1986</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>أول موظف تم تعيينه</li> <li>أصبح للشركة دور فاعل في مجال هندسة شبكات الانترنت (IETF)</li> <li>وهي شبكة دولية تجمع فيما بين مهندسي شبكات الكمبيوتر، مكونة من (مصممين، باحثين، مشغلين، باعة) <a href="http://www.ietf.org">http://www.ietf.org</a></li> <li>غيرت سيسكو بشكل كلٍّ التوأصل الشبكي فيما بين الشبكات بالإعلان عن أو مخترعاتها the AGS multi-protocol router</li> </ul>
<b>1987</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>أول شركة تطلق حملة ترويجية مستخدمة فيها أكواب "mug" الأمريكية المعروفة.</li> <li>حصل سوق هذه الصناعة المصداقية والزخم مع القوة الدافعة بالمؤتمر الذي عقد في مارس 1978 في مونترى كاليفورنيا، حيث تم التأسيس لمكتب خاص للباعة لاختبار قدرات أنظمة الشركة ومنتجاتها</li> </ul>
<b>9198</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>من خلال فقط 111 موظف وثلاث منتجات تحقق الشركة عوائد بمقدار \$27 مليون</li> <li>أول بوابة تتعامل من خلال البريد الإلكتروني الخاص تم تدشينها، و80,000 إستضافة على الانترنت internet host</li> </ul>
<b>1990</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>طرحت الشركة للاكتتاب العام في نازداك في 16 فبراير 1990، برأس مال \$ 224 مليون</li> </ul>
<b>1991</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>تم فتح أول مكتب لها في لندن</li> <li>أول سهم يتم شطره إلى قسمين في مارس 91</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• بلغ رأس مال الشركة واحد بليون \$</li> <li>• ثلاثة أدوات من البرمجيات تم طرحها للتصفح الالكتروني browsing , transfer file security</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• فتح مقر للابحاث في نورث كارولينا</li> <li>• العديد من الاختراعات في تطوير أداء الانترنت وتشغيل البرامج الحاسوبية.</li> </ul>	1995
<ul style="list-style-type: none"> <li>• فتح فرع بكين – الصين</li> <li>• تدشين خدمة اللغة الصينية</li> <li>• الاستحواذ على الشركات التالية: TGV Software, Inc -1 relay and ATM • المتخصصة في Stratacom, Inc -2 switches Telebit Corp's MICA Technologies -3 Nashoba Networks, Inc -4 Granite Systems -5 Netsys Technologies, Inc -6 Metaplex, Inc -7 العديد من الاختراعات في مثل: نظام الدايل أب، الملقم العائلي server family</li> </ul>	1996
<ul style="list-style-type: none"> <li>• تم تجزئة خدمات الشركة لخدمة شرائح ثلاثة من المستهدفين ( الشركات الكبرى enterprise، المتاجر الصغيرة small/medium business ، والخدمات التزويدية العامة service provider )</li> <li>• الظهور الاول للشركة ضمن فورشن 500</li> <li>• تدشين برنامج أكاديمى فى مجال الشبكات Networking Academy program لطلبة الثانوية والجامعات</li> <li>• التأسيس لمؤسسة سيسكو الخيرية Cisco Foundation established</li> <li>• الموظف رقم 10,000 تم تعيينه</li> <li>• الاستحواذات: 1- Telesend, small business DSL products 2- Skystone Systems Corp., high-speed SONET/SDH technology 3- Global Internet Software Group</li> </ul>	1997

<p>4-</p> <p>5-</p>	<p>Ardent Communications Lightspeed International, Inc., voice products translation software</p> <p>التعاون فيما بين "إنتل وسيسكو" فيما يخص الاتصالات عبر الانترنت • تطوير النسخة الرابعة من لغة HTML • الاعلان عن مخترعات قادمة خلال سنتين في مجال الحوار عبر الفيديو وإنترآكتيف تى فى تتعهد الشركة بمبلغ 15 مليون \$ فى تطوير الانترنت مع المتعلمين ورواد الحكومة</p>	
	<p>دشنت الشركة حلول للتجارة الالكترونية والتبادل التجارى عبر الشبكة الانترنت:            a) Wheelgroup Corp., network security software            b) Netspeed, Inc., DSL products            c) CLASS Data Systems, policy based networking            d) Summa Four, Inc            e) American Internet Corp., IP address management and billing</p>	1998
	<p>تعلن مجلة فورتشن من أن سيسكو تعتبر من أفضل 25 شركة عالمية يرغب الناس العمل بها، والثامنة عالميا من حيث إعجاب الناس وصل رأس المال الى 300 بليون \$            الاعلان عن إستراتيجية للاستثمار في الهند بقيمة 20 مليون \$            ساعدت سيسكو جهود الامم المتحدة بالمبادرة الانسانية التي أطلقها الزعماء كلنتون وبلير ومانديلا            الاستحواذات:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sentient Networks, Inc., ATM CES gateway</li> <li>2. TransMedia Communications, Inc., media gateway product</li> <li>3. Cerent Corporation, optical transport technology</li> <li>4. Monterey Networks, Inc., optical transport technology</li> <li>5. Aironet Wireless Communications, Inc., developer of high speed wireless LAN products</li> </ol>	1999

<ul style="list-style-type: none"> <li>بلغ سعر السهم \$82 الاعلى والاثمن عالميا فى 27 مارس ،</li> <li>ساهمت الشركة بنحو 3.5 مليون \$ فى مجال التنمية التعليمية فى الدول النامية.</li> <li>دشنست موقعا مخصصا عن أخبار الشركة "مبادر" للتواصل مع العملاء.</li> <li>إستحوذت على العديد من الشركات ومن ضمنها شركة معنية بالمضمون SightPath, Inc., appliance for content delivery ، Arrowpoint Communications, Inc ، networks.</li> <li>وفي مجال تقنية وبرمجيات الهاتف الخلويه شركة IPmobile, Inc., software for mobile wireless Internet - Active Voice, unified messaging technology</li> <li>براءات إختراع في مجال التواصل اللاسلكي للهواتف الخلوية</li> <li>مكنت الصور المتحركة من الانتقال تاريخيا بإختراع يمكنها من الانتقال عبر الانترنت</li> <li>المزيد من براءات الاختراع</li> </ul>	2000
<ul style="list-style-type: none"> <li>بلغ عدد مراكز أكاديمية الشبكات لدى الشركة Networking Academy locations: 8,000</li> <li>تم اختيار سيسكو من قبل مؤسسة نobel الخيرية، صاحبة الجائزة المعروفة، كشريك معتمد في تواصلها عبر الانترنت، لدعم متحف Nobel e-Museum</li> <li>بالتعاون مع المؤسسات الخيرية تعلن الشركة عن برنامج " التواصل الشبكي الى الابد " Network for Good "لدعم نشاط المؤسسات غير الهدافه للربح.</li> <li>الاستحوذات: العديد من الشركات والعديد من الاختراعات</li> </ul>	2001
<ul style="list-style-type: none"> <li>كلية الزنوج المتحدة إستلمت تمويلا بمقابل 1.8 مليون \$ لتقوية نظامها الشبكي عبر الانترنت</li> <li>سيسكو تحت رعاية الملكة رانيا ملكة الاردن، لحث وتشجيع عمل المرأة في الاردن والمواهب الشابة</li> <li>الإعلان عن بعض برامج التبرع للمؤسسات الخيرية</li> </ul>	2002
<ul style="list-style-type: none"> <li>منحت منطقة خليج سانفرانسيسكو منحة بمبلغ 770 مليون \$ للمؤسسات غير الهدافه للربح.</li> <li>الإعلان عن تطوير جهاز هاتف خلوى يعمل بالألوان بصورة نقية</li> </ul>	2004
<ul style="list-style-type: none"> <li>الإعلان عن برنامج مخصص لطلبة المرحلة 12 لتعليم الطلبة والاساتذه وتطوير قدراتهم في مجالات الانترنت</li> <li><a href="#"><u>CiscoSecureTM Wireless Solution</u></a></li> </ul>	2005

**عناصر الاستدامة "البقاء":**

**العناية بالبيئة:**

لدى الشركة سياسات ممتازة وممارسات وأداء في المجال البيئي، وتقوم على مفهوم تصميم وإنجاح أنظمة المعلومات، حيث يعتبر دوره حياة المنتج قضية أساسية، الممارسات تتضمن تصاميم قادرة على تقليل الواقع السيئ للمنتج على البيئة، الاستغلال الكاف لطاقة، تقليل الصرف على التغليف والتعليق، أو إعتماد سياسة التدوير للمواد، صدر تقرير المواطن السنوي للشركة وكان فيه جزءاً مخصصاً لما يخص الجانب البيئي، كما إن أداء الشركة في تحسن مستمر حيال البيئة، وللشركة مكتباً "خارجياً" تم التعاقد معه للتدقيق خصيصاً للكشف عن هذه الممارسات، كما إن الشركة تحرص على إجازتها المستمرة لشهادة ISO 14001 certification for its manufacturing facilities الحرارية فهى فى تذبذب خلال السنوات الثلاث الماضية بين إرتفاع وإنخفاض، والشركة ساهمت فى زيادة الانبعاثات الكربونية نتيجة للنمو الذى تشهده الناتج عن الاستهلاك الكبير للطاقة، وللشركة لجنة خصصت للنظر فى إستهلاكات الطاقة تلقى شهرياً من أجل ذلك.

وقد حصلت الشركة على تقدير 4 نقاط من مؤسسة كالفترت عن هذا القطاع.

**موقع العمل:**

تعتبر الشركة رائده في مجال الممارسات في بيئه العمل، فثمة برنامج أمنى مطبق في الادارة، فالشركة تؤمن بالتنوع، فثمة إمرأه واحدة ضمن فريق عمل من المدراء مكون من تسعة مدراء تنفيذيين، ويعيب على الشركة أنها تدعم الشاذين جنسياً.

وفي المجال الصحي، فثمة برامج تدريبية وبرامج صحية، وتمنح الموظفين بيئه حاضنة لاطفالهم، في الاهتمام والحضانة، وغرف مخصصة لارضاع الطبيعى للاطفال، وكل الموظفين لديهم كافة الامكانات التي تتيح لهم التواصل عبر التعليم من خلال الانترنت، ولدى الشركة تشريعات حيال عماله الاطفال، العمل عنوة، حرية عدم الالتزام بالعضوية بالروابط، والشركة لا تجبر موظفيها لتوجه معين، ففى 2002 وأنشاء عملية فصل بعض العمل، خيرت الشركة فرصة العمال الانظام الى جماعة معترف فيها غير هادفة للربح بمعاشات أقل، والبرنامج مكن الموظفين من تلقى الرعاية الصحية وخيار الاحتفاظ بأسهم الشركة stock options، وقدرت الشركة ولاكثر من عام حيال تعاملها مع الام العاملة، مكان مفضل لهن للعمل.

وقد حصلت الشركة على تقدير 5 نقاط من مؤسسة كالفترت عن هذا القطاع.

**الممارسات التجارية Business Practices**

أسست الشركة لبرنامج احترام أخلاقيات المهنة التجارية ، مكافآت المدراء التنفيذيين مرتبطة بقيمة السهم، والبونص السنوى لا يصرف إلا بناء على ما يتم تحقيقه من أرباح مستهدفة، وبما

له علاقة بما يتحققه بعض المنافسون من ح�ص سوقية وأداء لا يفصح عنه، والشركة ملتزمة بنوعية رفيعه من المنتجات والخدمات، ولديها نظام يراقب الاداء النوعي هذا، إضافة الى إجتياز دورى لايسو ISO 9001، والاجازة لأى منتج يعتمد على إستيفاء عناصر التصميم ، التصنيع، الخدمة، والدعم المتلازم من قبل منتجاتها الاخرى المتوفرة فى الشبكة، إضافة الى التدقير الذى تتعرض له الشركة لتشمل المهندسين، والمصنعين للشركة، وحماية المستهلك .customer advocacy

وقد حصلت الشركة على تقدير 3 نقاط من مؤسسة كالفتر عن هذا القطاع.

#### حقوق الانسان:

للشركة ملف معتمد moderate في مجال حقوق الانسان والموظفين، وحقوق الموظفين معنية بالبيئة المحيطة بالموظف وبالاخص بالموظفين في الدول النامية، وبالاخص فيما يخص إضطهاد الموظف في التعامل مع الاجهزه الالكترونية، بما له علاقة بالصحة، والبيئة، وآداب خلق التعامل، وتعليم وتوجيه الموظف.

والشركة على سبيل المثال تدعم تقنياً لمنظمات الصحة العالمية من خلال Online Health Academy، كمبادرة مصممة من قبل الشركة لنشر التعليم الصحي في الدول النامية في قضايا صحية تخص تلك الدول .

وقد حصلت الشركة على تقدير 4 نقاط من مؤسسة كالفتر عن هذا القطاع.

#### علاقات المجتمع:

فهي على سبيل المثال تدعم وترعى المشاريع التجارية الصغيرة Small-Busines Development (ICSBD) ، بشكل لا ربحي يكفل بتطوير مهاراتهم ويشجع موظفي الشركة على التطوع بالمال والوقت والخبرة بالاخص للمنطقة التي يتواجد فيها المقر الرئيس للشركة.

وقد حصلت الشركة على تقدير 4 نقاط من مؤسسة كالفتر عن هذا القطاع.

#### ملاحظاتنا على أداء شركة سيسكو:

- 1- الاستحواذات سريعة ومتعدده سنويًا، وهو ما يبيهها في الصداره، ومتربعة على عرش أنظمة المعلومات.
- 2- للشركة مساهمات مجتمعية منسجمة مع دورها الصناعي (دعم نظم التعليم، المدارس، الكليات، دعم المعاقين ببرامج مخصصه لهم، دعم أنظمة الدول النامية لدفع إقتصادياتها إلى الأمام عبر شبكاتها المعلوماتية).
- 3- الاهتمام بتقوية أواصر العلاقة مع المجتمعات التي تتواجد فيها مقارن الشركة

4- دعم الشركة لمنظمات الشذوذ الجنسي يعتبر نقطة سوداء في أداء الشركة، وبالرغم من أن مؤسسة كالفتر تنتقد من يتاجر بالخمر والفوائد الربوية غير أنها لم تمس هذه الطائفة بالانتقاد أو الاعتبار في خفض التقدير لها.

## عاشرًا: شركة هيولت باكارد

### نبذه مختصرة:

من أكبر شركات تصنيع أجهزة الحواسيب وتكنولوجيا المعلومات في العالم، وتقديم خدمات شاملة ومتكلمة من المنتجات الالكترونية، مثل الطابعات، الحواسيب الشخصية، بلغ عدد الموظفين في عام 2004 – 151,000 موظف، حجم أرباحها الاجمالية عام 2006 بلغت 91.7 بليون \$ وهي أعلى مقارنة بما حققته IBM التي بلغت 91.4 بليون \$ ، كما إنها تخطت Dell، فهى إذن رقم واحد عالميا، كما إن حصتها العالمية تبلغ 3.5%



الشعار

التاريخ	مسار الانجازات
1930	<ul style="list-style-type: none"><li>بعد التخرج مباشرة كمهندسين كهربائيين من جامعة ستافورد عام 1934 ، ذهب كل من "بل هيولت " و " ديف باكارد " فى عطله لمدة إسبوعين ومخيم وحذاق فى جبال كالورادو، ما وطى العلاقة فيما بينهما، بل هيولت أكمل دراسته للدراسات العليا فى جامعة MIT وستافورد، بينما توظف ديف باكارد فى شركة جنرال إلكترك، وقررَا الاثنين العمل معا فى التجارة بتشجيع ودعم من أساتذة الجامعة، وتأسست الشركة فى الاول من يناير من عام 1939</li></ul>
1938	<ul style="list-style-type: none"><li>باكارد وزوجته لوسل أجرًا فى الطابق الاول شقة فى 367 أديسون آفنيو، بالو ألت، كاليفورنيا، وأجر بل هيولت الكراج خلف المنزل وببدأ العمل سوية فى دوام جزئى فى الكراج برأس مال يبلغ 538 \$ كاش ودرل مستعمل.</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>إسطاعاً أن يطورا جهازاً يتعامل مع الموجات الصوتية يدعى علميا audio oscillator ، ويستخدم لاختبار وقياس الأجهزة الصوتية harmonic wave equipment ، هذا الاختراع أدى إلى اختراع آخر هو analyzer The HP Model 200A ، وسمى المنتج الأول</li></ul>

		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• وللعلم فإن شركة والت دزنى قررت شراء ثمان أجهزة من The HP Model 200A وقد إستخدمته دزنى لاختبار كافة الموجات، وفى دعم أجهزة التسجيل، وأنظمة الصوت، فى عرضها الذى قدمته عام 1940 باسم Disney's innovative <i>Fantasia</i></li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• شكلًا فى هذا العام كلا الشركين الشركة وإعتمدا الاسم hp وبلغت الارباح فى العام الاول \$ 5369 وكان عدد الموظفين إثنان.</li> </ul>	1939	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• كان لنسب الحرب العالمية الثانية الاثر الايجابي على الشركة نتيجة طلب الحكومة الامريكية تزويد قواتها بالعديد من التجهيزات الالكترونية، مكن الشركة من بناء مقر خاص بها.</li> <li>• طورا هيولت وباكرد نظاما إداريا للشركة سمي فيما بعد الادارة بالاهداف، وجعل الموظف فى مرؤونه فى تأدية عمله بما يحقق الأهداف.</li> <li>• كما تبنت الشركة سياسة الابواب المفتوحة بما يؤكّد الثقة فى التعامل من قبل العملاء ويشجعهم فى حل مشاكلهم، فالمكاتب جميعها من غير أبواب.</li> <li>• شجعت الشركة موظفيها بأن أشركتهم بما تتحقق الشركة من أرباح فكافئت الموظفين فى العام الاول ببونص مقداره \$5 فى عيد الكرسنmas، وتطور النظام فيما بعد ليصبح companywide profit-sharing plan (in 1962).</li> <li>• أول تبرع للشركة كان لأحدى المؤسسات الخيرية وقدره \$5 ، كان عدد الموظفين 3 ، والارباح \$34.396</li> </ul>	1940	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• بل خدم الخدمة العسكرية فى الجيش الامريكي حتى عام 1947 حيث ديف توكل بإدارة الشركة .</li> <li>• بلغ عدد الموظفين 6</li> </ul>	1941	
		

<ul style="list-style-type: none"> <li>• بدأ العمل في بناء مساحة لمقر الشركة بمساحة 10.000 قدم مربع، يحوي مكتب ومعمل ومصنع، وكان للمعمل مساحة مفتوحة يعمل بها الموظفين وهو بداية فكرة العمل المفتوح للموظفين اليوم، كى يعينهم على تبادل الافكار</li> </ul>	1942
<ul style="list-style-type: none"> <li>• دخلت الشركة مجال المايكروويف</li> <li>• تم إعتماد نظام المعاش التقاعدي لكافة الموظفين على أن لا تقل الخدمة عن خمس سنوات عمل في الشركة.</li> </ul>	1943 1948
<ul style="list-style-type: none"> <li>• من خلال إكتساب الخبره، والتعلم فى مجالات التصنيع الالكتروني ، وعلاقة ما يدور بداخل الشركة على ما تتحققه من نمو ، تم تتنمية أسلوب خاص في الادارة وآلية لتحديد الا هداف ما عرف بأسلوب hp، طرحت الشركة للاكتتاب العام فى 1957 ، سعر السهم كان 16 \$ ، ومنحت الشركة فى غير سابقه من نوعها أسهما للموظفين .</li> <li>• بدء مرحلة العالمية بفتح مصنع للشركة فى أوروبا (سويسرا).</li> </ul>	الخمسينيات
<ul style="list-style-type: none"> <li>• إستمرت الشركة بالنمو والدخول فى قطاعات الخدمات الطبية الالكترونية والتحليلية فى ولاية ماساتشوتز، وطورت أول كمبيوتر لها فى 1966 (the HP 2116A),</li> <li>• بدأت بفتح شركات لها فى آسيا (اليابان)</li> <li>• أدرجت فى البورصة الأمريكية فى 1961 تحت الرمز HWP</li> <li>• تم إختراع ساعة دقيقة بنسبة خطأ واحد ثانية كل 3000 سنة، وحصلت على تقدير وشهره عالمية تحت اسم "flying clocks"</li> <li>• الاستحواذ على شركة التحاليل الكيميائية F&amp;M Scientific مكنها للامتداد لخدمة القطاعات الطبية فى مجالات التحليل والقياس.</li> </ul>	الستينيات





## H&P

- إعتمدت الشركة في 1967 نظام مرن في عمل الموظفين يعتمد على ظرف الموظف وسمى "flexitime" يمكن للموظف وبناء على ظرفه أن يحدد الساعات اليومية للعمل طالما إستطاع أن يحقق الأهداف .
- إختراع أول حاسوب علمي يتم برمجتها وفق كروت مغناطيسية، مانحة المستخدمين القيام بعمليات رياضية معقدة، أسرع عشر مرات من أي جهاز كمبيوتر معروف .

- فترة السبعينيات، إستمرت الشركة بسلسلة من الاكتشافات الالكترونية والاختراعات، وبدأ إنتاج أول كالكيوليتير محمول باليد ، HP-35



1970

- في 71 يتم إختراع جهاز ليزر إنترفيروميتير القادر على قياس الأبعاد بالملايين أقل من الانش
- وإختراع الكالكيوليتير HP35 في 1972 قضى على استخدام المسطرة الحسابية
- في 77 تم إبتكار أول ساعة معصم تدعى "كريكيت" مزودة بوظائف الكترونية حسابية ودالة على التواريخ HP-01



- أصبحت الشركة في عقد الثمانينيات لاعبا أساسيا في الصناعة الحاسوبية وتتصنيع الأجهزة الطبية، دخلت الشركة سوق الطابعات بأسلوب ضخم الأحبار Ink jet، وطابعات الليزر، وقررت أن يكون الكراج الذي بدأ منه العمل كعلامة أرضية تاريخية للشركة في ولاية كاليفورنيا، وإحتفلت الشركة بمرور 50 سنة على التأسيس، وإستمرت مسيرة الاختراعات.

الثمانيني  
ات

- تم تطوير نظام للبريد الالكتروني للشركة في مقرها في بريطانيا. وأول جهاز مكتبي HP 9000 Desktop 1982.



- أول جهاز محمول للجيب يعمل بـ 50 وظيفة، قادر على برمجة المواعيد والعمليات الحسابية HP-75 كان بمثابة المسار الأول للكمبيوتر المحمول.



- "كوماك كمبيوتر" Compaq Computer Corporation التي سيتم إندماجها بعد عشرون عاماً مع Hp تأسست في هيوستن تكساس، بدأت الشركة بالعمل من خلال 3 موظفين كانوا يعملون لصالح شركة تكساس إنسترومنت كمودراء تفزيذيين، كان لهم فكرة تصميم جهاز كمبيوتر قادر على تشغيل برامجيات IBM في 1982، ونجحا في ذلك.
- تخرج أول جهاز كمبيوتر يعمل بلمس الشاشة HP 150 في 1983.



- يسجل مقر الكراج كعلامة أرضية لولاية كاليفورنيا 1987



التسعيني  
ات

- إنتاج طابعات ملونة أحدثت قفزة نوعية في صناعة الطابعات.



DeskJet 500C

- 1992 تم إنتاج جهاز حاسوبى مين فريم HP Corporate Business Systems تبلغ تكلفته 90% أقل من الاجهزه المتاحة فى السوق.
- 1993 تم إنتاج أول كمبيوتر محمول HP OmniBook 300، "superportable" personal computer تم إنتاج أول كمبيوتر محمول من قبل شركة كومباك Telecommuting policies are formalized عالميا في تطبيق نظام إدارة المكاتب خارج نطاق موقع العمل من قبل الموظفين ما أدى إلى زيادة رضى الموظفين ، وقلل الوقت المستغل للانجاز ، وزاد من مرونة العمل ، وقلل من ضغوطات العمل.
- تم إعادة تدوير 30 مليون قطعة ليزر كارتريج

<ul style="list-style-type: none"> <li>• توفى بل هولت فى 12 يناير 2000</li> <li>• أصبحت الشركة تقدم خدماتها لاكثر من واحد بليون عميل فى 162 دولة حول العالم.</li> <li>• فى 2005 تم فتح مختبر لها فى الصين</li> <li>• HP revenue: \$91.6 billion. HP employees: 156,000</li> <li>• تم تغيير رمز تعامل الشركة فى البورصة ليصبح HPQ</li> </ul>	<b>عقد القرن الواحد والعشرون -2000 2006</b>
---	---

### المسؤولية الاجتماعية للشركة:

#### تجاه البيئة:

فمن خلال برنامج إعادة التدوير لاجهزه الكمبيوتر، وإلتزامها ببرامج الصحة والسلامة والبيئة Environment, Health, and Safety (EHS) ، وتقليل الاعتماد الكلى على الطاقة والكافأة فى استخدامها، ومشاركتها بالبرامج التطوعية وبرنامج إنرجى ستار وبرنامج تقليل الانبعاثات الحرارية، تعمل الشركة جاهدة لتأكيد دور فاعل وإيجابى فى ذلك، كما إن الشركة تم ذكر إسمها ضمن 15 أخرى كشركات مسؤولة ومشاركة فى صندوق خصص لذلك.

حصلت الشركة على معدل 5 نقاط وفق معيار مؤسسة كالفتر.

### **مكان العمل:**

للشركة سياسات واضحة وبرامج خصصت للسلامة، كما إنها تفرض معايير معينة تلتزم بها الشركات المتعاقد معها وتفترض تعامل عادل مع موظفيها، وعلاقة الموظفين، والتعامل العادل مع كلا الجنسين، وللشركة برامج خصصت لذوى قرابة الموظفين وللسكن المحليين المحظيين بمقار الشركة، ولا يوجد ثمة تمييز فيما بين الأجناس كما إن الشركة تدعم برامج حقوق الإنسان العالمية وتشارك بها.

حصلت الشركة على معدل 5 نقاط وفق معيار مؤسسة كالفرت.

### **ممارسات المهنة التجارية:**

ثمة مجال للتحسين في هذا المجال، وهناك إمرأتين من أصل عشر مدراء في الورود، غير أن الشركة وجهت لها تهمة بيع أنظمة طباعية غير ملتزمة بالضوابط التجارية المعروفة، حيث تعاملت وتعاونت الشركة مع هذه التحقيقات.

حصلت الشركة على معدل 3 نقاط وفق معيار مؤسسة كالفرت.

### **حقوق الانسان:**

لديها سجل متعاون مع منظمات حقوق الانسان والامم المتحدة.

حصلت الشركة على معدل 5 نقاط وفق معيار مؤسسة كالفرت.

### **علاقات المجتمع المحيط:**

تدعم الشركة المشاريع التجارية الصغيرة، وتدعم مشاريع المرأة، كما تدعم مشاريع التطوع والبذل للمؤسسات الخيرية، وبرامج المعاقين، وفي عام 2004 على سبيل المثال تبرعت الشركة بمبلغ 61 مليون \$ لدعم برامج التعليم في المؤسسات الداعمة للطلبة والمدرسین في العالم، كما تبذل الشركة قدراتها الفنية والتكنولوجية وعلاقتها ومواردها الربحية لدعم ما يتطلع إليه المجتمعات من مصالح، ففي عام 2006 على سبيل المثال برنامج الشركة غطى ما يلى:

التعليم : مساعدة المتعلمين من الطلبة والأساتذة لتحسين قدراتهم التعليمية وتطوير التكنولوجيا  
لدعم العملية التعليمية من مرحلة رياض الأطفال إلى مرحلة الجامعة



المجتمع: من خلال تنمية إقتصadiات المجتمعات، ومساعدة المؤسسات غير الهدافه للربح وتشجيعها لاستخدام التكنولوجيا لرفع أدائها، وتؤمن الشركة من أن تعاونها مع الحكومات والمنظمات والشركاء (المساهمين، العملاء ، ...) سيكون لذلك أثره الايجابي على سمعة الشركة، ويضمن عملاء المستقبل خلال السنوات الخمس الاولى تمت المساهمة بمبلغ 277 مليون \$ في مجالات التعليم والمحنوى الالكتروني، وتحرص الشركة على قياس عوائد مساهماتها المجتمعية على الاستثمارات، ففي قارة آسيا فقد إشتركت الشركة في the London Benchmarking Group (LBG) لتساعدها في قياس عوائد ذلك في اليابان.

في 2007 فإن الاهتمام الاول ينصب على ثلاثة مجالات هي: التنمية الاقتصادية وبالاخص للشركات الصغيرة، التعليم والبيئة، وهذا من شأنه أن يوطد علاقة الشركة بشرائح الطلبة والمدارس والجامعات، والشركات الصغيرة.

فيما يلى بعض النماذج للمساهمات المجتمعية دوليا في 2006 :

#### 1- في الامريكتين :

منحت الشركة لعدد 104 مؤسسة غير هافه للربح في الولايات المتحدة وبورتوريكو بأجهزة هواتف خلوية ومعدات لاسلكية بما يوازي 17.000 \$ وتدريب على تدشين الشبكة اللاسلكية، بما يعزز خدمات أوفر لتلك المؤسسات غير الربحية لمجتمعاتهم، مكن شركة hp من التعرف عن قرب لاحتياجات هذه المؤسسات وإحتياجات مجتمعاتهم.

إضافة الى دعم يمكن تدريب الطلبة والمتدربين أثناء الخدمة والمعاقين على استخدام التكنولوجيا وهي معدة لخدمة أكثر من 6000 شخص هناك.

2- منطقة آسيا واليابان: فقد تبرعت الشركة لـ Youth Business China (YBC) لمركز تدريبيها لتقديم المهارات اللازمة للمقاولين والملتزمين بالعمل مع تلك المؤسسة.

3- أوروبا والشرق الأوسط وأفريقيا: تشجيع الشركات والمؤسسات وتدريبها على إستخدامات التكنولوجيا، ودعم إقتصادياتها المحلية، في 2005 دشنت الشركة برنامج the Micro-Enterprise Acceleration Program (MAP) to build a business البرنامج المعد لإنجاز أعمال تجارية بأساليب ذكية، وقد حقق البرنامج أهدافه في 2006.

كما تم تدشين برامج مماثلة في الشرق الأوسط وأوروبا وتم الإعلان عن جوائز خصصت لتشجيع الشركات في تلك القرارات للامتنال بالمعايير المتمحورة حول المسؤولية الاجتماعية والإداء والتوازن التمويلي ودعم المشاريع البيئية، ومنحت أستونيا جائزة عن تمكناها من صناعة أبواك من مواد معادة التدوير تستخد كمواد كرتونية لفاكهه البرتقال.

كما إن الشركة أعلنت عن برنامج لترويج دعم ثقافة البيئة ورفع الاستحضار الخاص بها فيما بين الشباب عالميا.

وأعلنت عن دعم مالي بأكثر من 5 مليون \$ لدعم التعليم والاقتصاد في هيوستن العظمى .

ودعمت برامج التدوير فيما بين شركات إنتاج الحواسيب، مع أبل ودل بما يدعم الاستدامة.

حصلت الشركة على معدل 5 نقاط وفق معيار مؤسسة كالفتر.

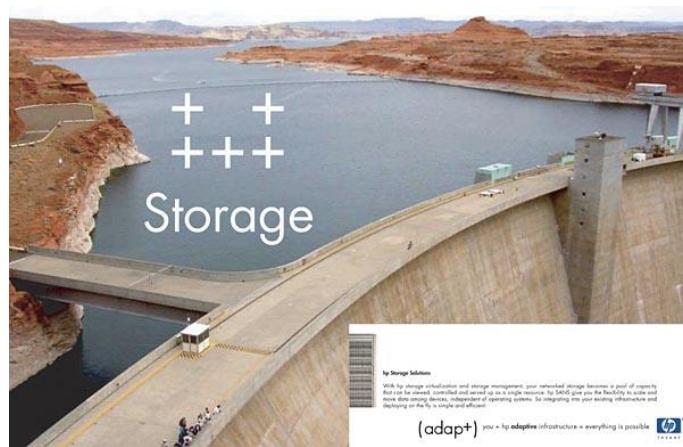
ما يلي بعض حملتين اعلانتيتين للشركة:



اعلان يعزز لاعتماد أخلاقيات التعامل مع الحكومة



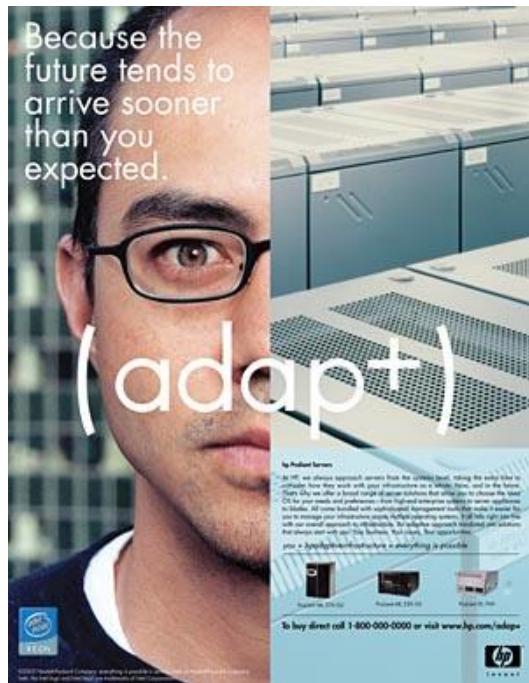
اعلان يعزز مسؤولية الشركة المجتمعية



اعلان يعزز للريادة الالكترونية للشركة



اعلان يعزز للريادة الالكترونية للشركة



اعلان يعزز للريادة الالكترونية للشركة

## حادي عشر: شركة مايكروسوفت



### نبذة عامة عن الشركة:

شركة أميركية متعددة الجنسيات في مجال تكنولوجيا المعلومات، مع 76.000 موظف في 102 دولة حول العالم، ومبادرات سنوية تصل إلى 44.28 بليون \$، تصنع وتطور وتنتج رخص وتدعم مجموعة واسعة من منتجات البرامج الحاسوبية، مقرها في ريدموند واشنطن، وأفضل منتجاتها المباعة Microsoft Windows operating system، ومايكروسوفت أوفيس، وهي مدرجة ضمن أجهزة الحواسيب في الأسواق العالمية، وحصة سوقية تقدر 90% كما تشير البيانات في 2003 لمنتجات الأوفيس، و90% لمنتجات مايكروسوفت وندوز لعام 2006، دخلت الشركة مؤخراً في مجال صناعة العاب الفيديو، وخدمات الشركة تتتنوع لتشمل برمجيات الحاسوبية، أدوات مساعدة ومطورة لعمليات التشغيل، وخدمات الانترنت.



بيل غيت

التاريخ	مسار الانجازات
1975	أصبح الموهوبون مقاولين، بل أصبحوا أنجح من غيرهم، كانوا مجرد أشخاص متخصصون تشاركوا معاً في مغامرة أخرى تراجعت ملحوظة. كأول أجهزة حاسوبية مصغره تطرح بأسلوب تجاري وفق موديلات.

بينما الموهوبين في أرجاء أميركا كانوا يحاولون جمع شتات من الانظمة الالكترونية المتواجدة في المجال التجارية وتوصلوا عبر MITS (Micro Instrumentation and Telemetry Systems) ، في 1975 ، لمنظومة جديدة من الاجيال المتطلعة بما فيهم بل غيت أدركوا أن صناعة المستقبل ستعتمد بلا مجال للجدال على برامج حاسوبية ، فأنتجوا أول حاسوب شخصي PC



-1978  
1985

المؤسسوں - 1978، غیتس الأول من الشمال

بعد تدشين Altair 8800 ، أصبح غیتس مخترع النظم الجديد microcomputer, Micro Instrumentation and Telemetry Systems (MITS) ، كتطبيق مباشر للغة حاسوبية تدعى "بیسک" ، ما جعل Altair BASIC تعتمده ليصبح Altair BASIC ، غادر غیتس جامعة هارفارد الى نيومكسيكو ، مقر شركة MITS ، وأسس "مايكروسوفت" هناك ، وأول مكتب دولي للشركة أسس في اليابان في نوفمبر 1978 ، ومن اليابان الى مقر جديد في واشنطن، إنضم السيد ستيف بالمر الى الشركة في 1980 ، ومن ثم أصبح CEO للشركة .

كلف شركة IBM غیتس للعمل على إنشاء نظام تشغيلي لحاسوب تنوی إستصناعه، حيث لم تفلح في ذلك الوقت لأخذ ترخيص بنظام منتشر يدعى CPM من شركة Digital Research ، ومن أجل هذه الصفقة إشتراطت "مايكروسوفت" برنامج CPM

**1985–  
1995**



اليافطة الرئيسية للشركة

فى 89 أطلقت الشركة برنامج "مايكروسوفت أوفس " المتعدد الوظائف والحاوى على برامج عده فى مثل "ور德 ، وأكسل " 1990 أطلقت "وندوز 3.0 " فى 95 أطلقت الشركة "وندوز 95" بهيئة جديدة ، أكثر من مليون نسخة بيعت فى الايام الاربع الاولى من الاعلان . بعدها أطلقت الشركة "بيب براوزر ، إنترنت إكسيلورر "

فى منتصف 90 ، بدأت تمتد منتجات الشركة الى "نتوركنج " "شبكات التشغيل " ، وأطلقت فى 95 "MSN" ، كمنافس مباشر ل AOL ، 1996 دخلت فى عقد تجاري مع NBC لاستصدار محطة إخبارية معتمدة على الكابل ، [MSNBC](#)

**1995–  
2005**

97 تم إطلاق [Internet Explorer 4.0](#) الذى يعمل على نظامى [Mac OS](#) and Windows الشبکي ، ما جعلها تقدم على شركة [Netscape](#) فى مجال التصفح لاتفاقية أبرمت معها فى 94، وطلب فصل "الاكسيلورر" من "نظام الوندوز"

تم إطلاق نظام [Windows XP](#)

2000 مقاضاة الشركة من قبل الدولة بسبب الاحتكار، وطلب من الشركة أن تتجزء الى شركتين، وحل الاشكال فى 2001 تم إطلاق نظام [Windows XP](#) المطور فى 2001، وكذلك [Xbox](#)، جهاز الالعاب الذى حقق للشركة بلايين الدولارات، والذى إستحوذت على قطاع الالعاب الالكترونية فيه لسنوات طوال شركة سوني وننندو، 2004 وجهت قضية خرق غير قانونية للشركة من قبل الاتحاد الأوروبي لعدم إحتواء ميديا بلير لنظام وندوز المبايع للنسخة الاوروبية.



The [Xbox 360](#).

تم إطلاق [Windows Vista](#) فى 2007 ، مع [Microsoft Office 2007](#)

**2005**



### البيئة ضمن مقر شركة مايكروسوفت

عرفت دوما مايكروسوفت بإهتمامها بالثقافة والبيئة الداخلية للشركة، فالوقت المديد مع المال ينفقان لتعزيز هذه البيئة الداخلية، كما تحرص على تدريب طلاب الجامعات غير المتخريجين كى يصبحوا فيما بعد رافدا للشركة، مساهمات موظفي الشركة المجتمعية والتطوعية ناهزت 2.5 مليون \$ من غير بل غيتس، للمنظمات غير الهدافة للربح، جاعلا من ذلك الشركة الاعلى عالميا فى التطوع مقابل كل موظف.

### المسئولية الاجتماعية:

**البيئة المحيطة:** بالرغم من أن مبادئ الشركة لاتشير الى دور في المجال البيئي، غير أن الشركة لم تسجل خرقا في الانبعاثات السمية toxic emissions، والشركة تعمل على إعادة تدوير ما مقداره 24 طن من المواد (الزجاج، الألمنيوم، البلاستيك، الورق، وأسلاك النحاس) كل يوم. كما إن الشركة تؤكد على أهمية توفير الطاقة والعمل على تجهيز مبانيها بما يؤكد هذا التوفير، لذا لديها شهادات تؤكد بأن مبانيها تقع ضمن نطاق المبانى الخضراء Green Building، والشركة توفر في الاستخدامات الورقية فتجعل الإرشادات التشغيلية على برامج فى أقراص مضغوطه أو يتم سحبها من موقع محدد من على الشبكة

حصلت الشركة على تقيير 4 عن مؤشر كالفتر

### موقع العمل:

نتبوء الاناث نسبة 25% من القوى العاملة للشركة، وثمة إمرتان في الجهاز الإداري التنفيذي، وهناك نسبة 25% من الأقليات العرقية، وللشركة سجل آمن بالرغم من ضعف النظام الامنى وظوابطه في لوائح الشركة، ويتمتع الموظفين بالادارة العليا بعلاقة جيدة.

حصلت الشركة على تقيير 4 عن مؤشر كالفتر

### **ممارسات الشركة:**

النظام الشبكي للشركة معرض للخرق من قبل الهاكرز والفيروسات، وقضايا ذات علاقة بأمن الشبكات، في 2002 أنشأت الشركة مبادرة تدعم النقاوة بمنتجاتها وتحسين أدائها الأمني، وعقدت الشركة مجموعة من السيمinars والبرامج التدريبية مع شركائها بهذا الخصوص، دفعت الشركة أكثر من واحد بليون \$ كاش ولتدريب ذوي الاحتياجات الخاصة في 2001 في العديد من دول العالم والمدارس أيضا.

حصلت الشركة على تقيير 4 عن مؤشر كالفتر

### **حقوق الانسان:**

لا يعتبر العنف أمراً معهوداً تاريخياً في صناعة البرمجيات، غير أن الشركة ومن خلال وكلاء التوزيع قدمت وتأكد على أهمية التعامل السوي مع موظفيهم، وعدم توظيف الأطفال، أو ممارسة الاعتداء أو التمييز مع العمال.

تم إتهام مايكروسوفت في تعاونها مع الحكومة الصينية في دعمها لبرامج تبيح الرقابة على المستخدمين، وإعترفت الشركة بأنها تمارس ذلك في الصين وبالتحديد لمستخدمي خدمة MSN التي ترافق من خلالها كلمات تمس الديمقراطية وحقوق الإنسان تلك التي تنشر في الصحفة الانترنطية العامة.

حصلت الشركة على تقيير 4 عن مؤشر كالفتر

### **علاقات المجتمع:**

لدى الشركة علاقات ممتازة مع المجتمع المحيط، فالشركة توفر وظائف بمستوى رفيع في الأداء (الطلبة على سبيل المثال)، وفرصاً تدريبية، وتؤكد المعلومات أن الموظفين يحصلون على رواتب أعلى من منافسيها ضمن صناعة الكمبيوتر.

الحساب الختامي للشركة لعام 2005 سجل مساهمات مجتمعية مالية بقدر \$445 مليون وخدمات في هيئة تبرعات.

تعمل الشركة جاهدة لتعليم المجتمعات المحيطة بقضايا التكنولوجيا الحديثة، وتحرص المنح الدراسية للراغبين، وتعاون مع المنظمات غير الحكومية في دعم وتحقيق أهدافها.

وتدعم الشركة تلك البرامج المعنية بالتوصل إلى المجرمين من أجل تسهيل مهام الجهات العاملة في القضاء عليها.

تعاونت الشركة مع الامم المتحدة والصليب الاحمر لتهيئة الخدمات المناسبة للمهجرين، في سانت بطرسبرغ روسيا ، وفتح مركز تعليمي لهم وهي واحد من أصل 300 مركز منتشره حول أوروبا والشرق الاوسط والمنتشرة في 45 دولة حول العالم كى تستفيد منها المجتمعات فى التعليم والتدريب لخمة 20 مليون مهجر عالميا.

حصلت الشركة على تقيير 5 عن مؤشر كالفتر

## ثاني عشر: شركة شحن جوى يونايد بارسل سيرفيس



United Parcel Service.

نبذة عن الشركة:

هي أكبر شركة شحن للطرود في العالم، تعمل في حوالي 200 دولة، تنقل أكثر من 13 مليون طرد ورسائل كل يوم عمل.

التاريخ	مسار إنجازات الشركة
1907	يستلف "جم كاسى" مبلغ \$100 من صديق لتأسيس شركة American Messenger Company في سياتل
1913	المؤسس "جم كاسى" يقدم الفكرة الرائدة في الشحن من خلال جمع المضابط البريدية في سيارة شحن واحدة مخصصة لجهة بعينها.
1919	الشركة تمدد خدماتها لاوكلاند كاليفورنيا مستخدمة إسم جديد هو United Parcel Service.
1924	يتم بناء أول "سورتر ميكانيكي" ونظام للتغريغ بالاحزمة لتوصيل الطرود في لوس أنجلوس كاليفورنيا.
1929	تبدأ الشركة بأول خدمة توصيل سريع من خلال الشحن الجوى.
1930	ثلاث شركات لبيع التجزئة تحول خدمات التوصيل لمنتجاتها للشركة وتبدأ الشركة بتوسيع خدماتها شرقاً وغرباً.
1953	ولادة UPS Air مع يومين عمل لربط المدن الرئيسية فيما بين الشرق والغرب الأمريكي.
1968	بدأ برنامج المسؤولية المجتمعية من خلال تقديم خدماته عبر مدارئها التنفيذيين والخدمات التطوعية للمجتمعات المحيطة على مدى أربع أسابيع.
1975	الأولى من نوعها في نطاق الولايات المتحدة وكندا أونتاريو

بدأ خدمات محلية في التوصيل لألمانيا الغربية	1976
خدمة توصيل اليوم التالي بدأت	1982
بدأ تشغيل أول شحنة بريد بواسطة "أير كونتينانتال" بين أميركا وأوروبا	1985
دشنت طيرانها الخاص، وخدمة التوصيل 41 دولة في العالم	1988
توسيع خدمات الشركة لأكثر من 180 دولة، وإستحوذت على عدد 8 شركات للتوصيل أوروبية.	1989
إعتماد 10:30 صباحاً كخدمة مضمونة الوصول في اليوم التالي.	1990
تقديم خدماتها لأكثر من 200 دولة وتعامل مع 4 بليون من أصل 6 بليون إنسان في العالم.	1991
بدء تشغيل خدمة التوصيل أيام العطل الأسبوعية بدأ من السبت، وال الأولى التي تعتمد التوقيع الكترونياً لمراقبة مراحل وصول الشحنة.	1993
<b>التأسيس لشركة الخدمات اللوجستية UPS Logistics Group</b>	
تحصل الشركة على جائزة عن موقعها الإلكتروني ذاتي التفاعل مع العملاء	1994
تقديم الشركة أول ضمان لايصال الطرود في نفس اليوم تحت مسمى "next-flight-out" service تسمح الشركة لموظفيها شراء أسهم الشركة.	1995
شكلت الشركة <b>UPS Capital Corp</b> وطرحت محفظة من المنتجات الخدمية.	1998
أصبحت شركة عامة في نوفمبر 10، حيث سجلت البورصة تاريخياً في نيويورك الأعلى في شراء الأسهم. حققت الشركة تقدير يؤكد التزامها بما تقدمه من خدمات تسعد العملاء، ودشنت بناء على ذلك برنامج "تعلم وحصل Earn and Learn". تم تبني رخصة تمكن الشركة من تقديم خدماتها التجارية عالمياً وتمكنها من الامتداد الرأسى.	1999
إحراز تقدم كبير بوصول الشركة إلى معدل يومي للشحن يقدر بـ 6.5 مليون طلب باليوم. زيادة رحلات الطيران فيما بين أميركا وأوروبا والشرق الأوسط وآسيا. الاستحواذ على شركة الشحن Challenge Air Cargo الأكبر على نطاق أميركا الاتينية في ذاك الوقت. تم إعلان إسم الشركة كأفضل عشر شركات في التسعينيات، مستحوذة على الترتيب السادس مقابل 300 علامة تجارية.	2000
الاستحواذ على شركة <b>First International Bancorp</b> من شأنها أن تزيد قدرات الشركة الأم في عملياتها البريدية. إعتماد إستراتيجية لايصال البريد من خلال نظام هجين ومبني تحديد النوع للعملاء الاستحواذ على شركة صناديق البريد <b>Mail Boxes Etc</b> العالمية الانتشار للتواصل الحر مع الأفراد. الاستحواذ على شركة <b>Fritz Companies Inc</b> لدعم خدماتها العالمية الخاصة بإسترداد.	2001
النجاح بحقوق الطيران مباشرة للصين على مدى ست أيام في الأسبوع تقديم خدمة مضمونة لايصال ومضمونة إسترداد المبلغ لعدد 48 ولاية أمريكية.	2002

<p>تدشين خدمة Intra-Asia network لضمان سرعة الخدمة داخل وخارج قارة آسيا</p> <p>اعتماد حلول متكاملة لسلسلة تزويد ودعم تجمع المبيعات والتسويق والتمويل والتكنولوجيا اللازمة للفروع والشركات التابعة.</p>	
<p>اعتماد تكنولوجيا متطرفة لتسريع خدمات الشركة في الولايات المتحدة الأمريكية</p> <p>صورة جديدة للشركة عبر وسائل الاعلام المختلفة تعبر عن الانتشار والقدرات.</p>	2003
<p>بدء اختبار تشغيل السيارت على وقود الهيدروجين</p> <p>إضافة القدرات الجوية لخدمات التوصيل</p> <p>خدماتها في اليابان أصبحت مملوكة بالكامل لها</p>	2004
<p>طلبت لانظام طائرات بوينغ 747 لاسطولها، وعشر طائرات أيرباص</p> <p>إستحوذت على شركة Lynx Express Ltd في بريطانيا، وطورت</p> <p>خدماتها في بولندا</p>	2005
<p><b>DIAD computer to U.S. drivers</b></p> <p>تعلن الشركة عن حملتها "حملة Green Fleet" "الاسطول الأخضر" خمسون من الشاحنات المجهزة بنظام حرق للوقود صديق مع البيئة يعتمد نظام كهربائي وسوائل بديلة للوقود التقليدي، وتلك الشاحنات تتنظم الى 20,000 شاحنة متواجده ضمن أسطول الشركة وتعمل وفق نظام مخفض للانبعاثات الحرارية، وهذا يتافق مع ما خطط له من أهداف حيال تقليص الانبعاثات الحرارية التي تخلفها عمليات التشغيل في الشركة وبنسبة 45%.</p> <p>ومن المتوقع أن ينخفض استغلال الوقود من جراء عمل تلك الشاحنات الجديدة بما يعادل 44,000 غالون من الوقود مقارنة بالشاحنات العاملة على ديزل، كما إن نظام HYBRID سيخفض ما مقداره 457 طن متري من غاز ثاني أكسيد الكربون المنبعث سنويًا في الفضاء.</p> <p>وفي 13 يونيو 2006 تكون القافلة قد قطعت 100 مليون مایل حول الأرض أو ما يعادل السفر إلى فينيوس من الأرض ذهابا وإيابا أربع مرات ونصف وهو ما يعادل 108 مليون ميل.</p> <p>طورت الشركة خدماتها الارضية، وقلصت وقت تسليم الطرود لأكثر من 500,000 طرد في اليوم</p> <p>دشنـت شبكة جديدة للطيران خاصة بالشحن لشـمال أمـيرـكا</p>	2006



سيارات خضراء الوقود



المنافسون

#### الاستدامة "البقاء " والمسؤولية الاجتماعية:

##### البيئة:

للشركة سجل حاصل جيد في المجال البيئي ، ولديها ممارسات مشهود لها في ذلك مثل الطاقة، وإستخدام التغليف الخاص للطرود، فلديها برنامجا لتقليل إستهلاك الطاقة، الاستهلاك من قبل شاحناتها بتزويدها بطرق مختصرة عبر نظام GPS ومن خلال تدريب السائقين في ذلك، وإستخدام سيارات "هجينة" Hybrid الكهربائية أو تلك التي تقاد بطاقة الهايبروجين، فإسطولها المكون من أكثر من 1,800 سيارة تستخدم الغاز الطبيعي المسال في التنقل، والكهرباء والبروبان، وتستخدم الشركة أطرافها من 100% مواد معادلة التدوير سواء من الفايبر أو الورق المعاد تدويره ، ولدى الشركة شفافية وبالارقام متاحة للجميع تؤكد هذا المنحى الملزם مع البيئة، ولدى الشركة نظام لقياس الانبعاثات الحرارية وحجمها من الاساطيل التابعة لها وهي ملتزمة بأهداف ما يجب أن تصل اليه وفق عام 2007 في ذلك، كما إنها ملتزمة بالايضو ولديها إرشادات معينة تفرضها على مصانعها وموظفيها للالتزام بها في مجالات فضلات المجرى السامة أو المواد الكيميائية الناتجة عنها، وتمتد عناية الشركة للمجال البيئي إلى تشمل المقر الذي يشغل مساحة 623.000 قدم مربع كي يتم تدشينه وفق المعايير البيئية في التصميم وفي البناء، وقد أعلنت في ذلك جائزة لمن يمكنه أن يحقق ذلك بالكافأة التي تفرضها مبادئ تقليل إستهلاكات الطاقة.

وقد حققت في هذا القطاع وفق معيار كالفترت 4 نقاط.

##### مكان العمل:

لدى الشركة برنامجاً للامن والسلامة قوى أسس في 1995، وسياسات غير أنها ضعيفة في مجال تشغيل العمال، ثمة بعض الاضرابات عن العمل التي قام بها بعض فروع الشركة غير أنها حلت في وقتها، وثمة إمرأه واحدة في المجلس التنفيذي المكون من عشرون، وتمثل الأقليات نسبة ثلاثة موظفين، كما يمثلون 27% من المناصب الإدارية، وتمكن الشركة من تقليل عدد الحوادث التي يتعرض اليها العمال وكذا ساعات العمل الضائعة إلى 50%， خلال الفترة من 1999-2003، والشركة تقف ضد عمليات العنف والتمييز.

وقد حفقت في هذا القطاع وفق معيار كالفترت 3 نقاط.

#### ممارسات العمل:

للشركة سجل حافل بالممارسات الإيجابية، كما أن ملكية الاسهم من قبل الموظفين يساهم في الادارة المثلث للشركة حيث تبلغ 33% من ملكية الشركة، يؤمن مجلس الادارة بالتنوع الجنسي والعرقي فالبورو يشتمل على ثلاثة نساء ورجل أمريكي من أصل أفريقي، من أصل عشرة أعضاء، للشركة دستور أو إلتزام مكتوب مبسط غير متعمق في لغته حيال التنوع العرقي للادارة، والشركة تربط منح المكافآت بالإداء والإنجازية للتنفيذين، ولدى الشركة خلقى بالممارسات التجارية للشركة وإحترام قوانين الغير، وتشجع الموظفين لكتابه في تقاريرهم عن أي تجاوزات أو ممارسات مخالفة لمعايير وأخلاقيات الشركة، للشركة إجازة لايسو 9001، وكان ترتيبها الاعلى بين العمالء بما يشير الى تقدير ورضى العمالء في كافة خدماتها الأرضية والملاحية الأخرى عنها، وللشركة نظام للسلامة سجل حادث واحد مع كل مليون ميل.

وقد حفقت في هذا القطاع وفق معيار كالفترت 5 نقاط.

#### حقوق الإنسان:

حيث تعمل الشركة في كافة دول العالم فإنها تواجه بمعمار سات ومشاكل تخص التعامل الانسانى، وبالرغم من إنها لاتعمل في بورما غير أن الشركة تضمنت تشرعياتها حفظ الحقوق في التعامل الانسانى هناك ، وفي المكسيك فالشركة لديها دورات تدريبية في مجال الاسعافات الاولية والفحوصات الطبية لكافة العاملين وأسرهم، والمكافآت والصرف يتم بناء على المقاييس والمعايير الأمريكية وليس التابعة لاميركا اللاتينية، والشركة تشجع التعامل مع الشركات المحلية في الموارد والتجهيزات، وسجلت الشركة تبرعاً لمجتمعات الهنود الحمر بالرغم من عدم إحتواء الشركة على عمالء من هذه الأقليه المجتمعية، وتبرعت في 2003 بمبلغ \$50.000 لدعم المنح الدراسية لطلاب الهنود الحمر، ومن المؤسسة الخيرية التابعة للشركة فقد تم التبرع بمبلغ \$60.000 لجامعة الهنود الحمر، وبمناسبة الشراكة مع مجتمعات الهنود الحمر التي استمرت على مدى 26 عام تتبرع الشركة بمبلغ \$ 800.000 لبرامج المنح الدراسية لهم.

وقد حققت في هذا القطاع وفق معيار كالفترت 4 نقاط.

### العلاقة بالمجتمعات المحيطة:

للشركة علاقات وطيدة بالمجتمعات المحيطة التي تعمل بها، فالشركة تحرص على توظيف السوق ضمن المجتمعات التي ينتمون ويعيشون فيها وهذا معمول به منذ 1968، وتبعث الشركة بصفة سنوية عدد 16 موظفاً ولمدة شهر في أكثر المناطق حيوية في مدينة نيويورك للعمل الاجتماعي، لأنها ترغب في تدريب الموظفين على المجتمعات التي يخدمونها، حيث قد تم تدريب 1,300 مدير وفق هذا البرنامج، وتبلغ تكلفة المتدرب الواحد \$10,000 ، وتم صرف ما مجموعه 14 مليون \$ من (68-2004) على هذا البرنامج، وقد إخترنا ذكر هذا البرنامج مع برنامج آخر بدأ العمل به في 1984 وهو في مجال التنمية المجتمعية وتقديم الخدمات للاسر، ويدعى البرنامج Enterprise for Housing Development, Inc. (TEHDI) حيث يقدم الموظفون خدمات الامن والسلامة وخدمات التنظيف والمؤوى لمحدودي الدخل في القرى الصغيرة المحيطة، كما يتم المشاركة مع المنظمات الخيرية المعنية لترميم البيوت، وتقديم العون المالي والغذاء اللازم للعوائل، ويبقى الموظف هناك طيلة شهر كامل، يعملون على تسليمة الأطفال وتقديم الصيانة الازمة الصحية والترميمية الازمة والتطوع بالوجبات الغذائية، وتقديم برامج توعية مناوئة لمعاطي المخدرات.

وهناك ما يصعب حصره من البرامج المجتمعية غير أننا إنقينا أيضاً:

المساهمات المجتمعية لعام 2002:

المبالغ عن عام 2002	المساهمة المجتمعية
\$10,360,174 27	المنح الدراسية
\$9,523,786 25	مساعدات إنسانية
\$1,041,985 3	برامج الريادات المجتمعية
\$1,785,228 5	برامج التعليم في المدارس
\$9,324,627 24	لمؤسسة يونايتد واي الخيرية
\$2,022,215 5	برامج التوعية ذات العلاقة بخدمات الشركة
\$4,317,923 11	خدمات تطوعية أخرى
مبلغ 1,8 مليون \$	لتزويد الانترنت في 18 مدرسة عامة
<b>\$38,375,938</b>	<b>الاجمالي</b>

## في دعم مؤسسة يوناتد واي الخيرية:

كانت حصيلة تطوع موظفى الشركة والمتقاعدين فيها ليونايتد واى فى 2006 ما يعادل 59,3 مليون \$ وتبرع من مؤسسة الشركة بمبلغ 8مليون \$، بالإضافة إلى تطوع الموظفين بـ 800,000 ساعة من الخدمات في كافة أنحاء العالم شملت 246,000 موظف، من خلال مساعدة المجتمعات المحيطة في ترميم المدارس والقراءة للأطفال وتقديم الوجبات الغذائية.

والشركة مؤسسة خيرية هي UPS Foundation ولديها نظام ممارسى راقى في التعامل مع المؤسسات غير الهدافه للربح والمنظمات الخيرية، وبرنامج تدربيى وتوظيفي رفيع المستوى لمن يرغب أن ينخرط في العمل سواء من الطلبة أثناء تحصيلهم الدراسي الجامعى وهم ألوف مألفة، أو من قاطنى تلك المجتمعات المحيطة، وكل ذلك وفق أجور جيده، وللشركة شراكات مع الكليات الدراسية المحيطة لتقديم برامج تدربيه في مجال أنظمة المعلومات والحواسيب ضمن برنامجهم الدراسي المختبرى، والشركة معنية جدا بإستيعاب الراغبين بالتوظيف بما يؤكد برامج مصلحة العمل (المحالين للمعاش) حيث وظفت عشرات الآلوف منهم بنجاح، كما إن الشركة عملت مع شركات النقل المحلية في مدن مثل فيلادلفيا وشيكاغو ودالاس لنقل موظفيها إلى مقار عملهم، والشركة تدعم المرأة وأصحاب المصالح التجارية المحدوده، إضافة إلى دعم مجتمعات أصحاب الاحتياجات الخاصة، وتدعم برامج محو الامية وبرامج دفع الجوع عن المحتججين، كما للشركة برنامجا تطوعيا يشجع على العمل التطوعى تحت إسم Neighbor to Neighbor program لتشجيع الموظفين، وكل عام تقيم الشركة جائزة "جم كاسى" للموظف المثالى الذى يتمتع بخدمات تطوعية مميزة.

وفي الامارات العربية المتحدة تضامنت الشركة مع مدرسة الصفاه لتفعيل برنامج Hands-to-Hearts project وهو مخصص لدعم الأطفال في المدارس والمجتمعات الفقيره في القارة الافريقية، حيث يتم شحن نصف طن من الكتب والألعاب للايتام والقراء هناك.



وقد حفقت في هذا القطاع وفق معيار كالفترت 5 نقاط.

## **ملاحظاتنا على المسؤولية الاجتماعية للشركة:**

- 1- قد يستغرب الفرد منا ما عسى أن تقدمه شركة بريد من مسؤولية والتزام حيال البيئة والمجتمع المحيط، غير أن الشركة UPS إستطاعت أن تضرب مثلاً رفيعاً وذكياً حيال ذلك من خلال إعتماد أسطول من السيارات ونظم النقل تستهلك قواد بدائل عن الوقود الملوث للجواء "برنامج Green fleet"، إضافة إلى إعتماد التدوير الورقى وإستخدام الفايبر للطروح.
- 2- كما إن للشركة دور كبير في دعم المجتمع المحيط من خلال برامج من التوظيف متعددة شملت الطلبة، والمحالين للمعاش، وغيرهم
- 3- دعم أولئك مجتمعية لاتتمتع بعلاقة تجارية مع الشركة في مثل، بورما، الهند الحمر في أميركا
- 4- دعم برامج التدريب والتعليم
- 5- من الواضح أن الاب الروحى للشركة له دور فاعل في تغفييل هذا كلّه، وهو ما نجده يستمر مع السنين بعد موته، وهذا يذكرنا أيضاً بشركات أخرى كان لفلسفه المؤسس دور فاعل يستمر في دعم مسيرة الشركة على مدى عقود.
- 6- يبدو لي أن تكالب الشركات الغربية لخدمة المجتمعات الفقيرة في أفريقيا نابع من الشعور بالازمة تاريخياً حيال ما فعلوه بشعوبهم من جهة ومن جهة أخرى أن المبالغ الممنوحة الصغيرة أثرها كبير ومضاعف في حال مقارنة إنفاقه في دولهم المتقدمه على التعليم مثلاً فعندما يقولون في تقاريرهم الإنسانية "نحن نعمل في بورما بالرغم من عدم وجود مصالح للشركة هناك" فذلك مبعثه المردود الكبير الناتج من إنفاق كل دولار مقارنة بإنفاقه في دولهم .

### ثلاث عشر: شركة تارغت نموذج للمخازن التجارية

شركة تارغت تبيع كل شيء من الملابس وحتى حبوب الفيتامينات، إلى الإلكترونيات إلى المواد الغذائية كالخضروات، وهي تملك علامة خاصة بها Private label و لديها 352.000 موظف.



ال تاريخ	مسار الانجازات
1902-1962	تنطلق أصول الشركة من المؤسس "جورج دايتون" الذي أسس لشركة مخازن دايتون، في منسوتا 1902، حيث دشن السيد جورج مبني متعدد الطوابق يحوي سنت طوابق داخل المدينة "منيابولس" وإستطاع أن يقنع شركة Goodfellow Company في أن تحول بضائعها اليه، تقاعد السيد Reuben Simon Goodfellow عمدة الشركة لمجموعة عمليات إستحوذت فيها على بعض شركات بيع التجزئة.
	في 1946 إستخدمت شركة دايتون مفهوماً جديداً في التسوق يمنح المجتمع المحلي 5% مستقطعة من الضريبة المفروضة على المبيعات.
1962-1971	في 1962 منحت المتسوق حصومات بناء على قيمة الفواتير، من خلال فتح متجر للخصومات أسماه Target discount store
	فتحت أول مكتبة لبيع الكتب داخل المتجر وأصبحت الأكبر من نوعها في الولايات المتحدة الأمريكية تحت مسمى B. Dalton Bookseller ، فتحت فروع كالتالي وبلغت المبيعات 60 مليون \$ في 1967، طرحت الشركة أسهمها للأكتتاب العام ، حيث أصبحت فروعها تسعه .
	في 1970 تم فتح عدد سبعة فروع جديدة في مواقع متفرقة من الولايات المتحدة ، ليصبح عددها 24 فرع ووصلت المبيعات إلى 200 مليون \$ في المبيعات ،
82-71	في 71 إستحوذت على عدد 16 فرع من شركة مخازن Arlan's department store، وأصبحت الشركة تتمتع بعدد 46 فرع ، جعل الشركة

تمر في إنحسار في المبيعات كان السبب في ذلك يعود للتوسيع السريع للشركة من جهة ومن جهة أخرى لعدم تدريب البااعة بالشكل المناسب على الانظمة الخاصة باحتساب الخصومات، كما إن هناك أسباب أخرى ناتجة عن تداعيات عمليات التخزين غير المدروسة وعدم تصريف المخزون أولاً بأول ما جعله يتراكم.

في 1974 إعتمدت الشركة زيا موحداً للموظفين، وألوان موحدة لمخازنها مع الديكور، بالإضافة إلى الهيئة التي يتم فيها عرض السلع، ما يشكل صورة منسجمة وموحدة للعلامة.

الادارة الجديدة أنشئت مجدداً مخازن تارغيت، لأن إعتمدت إستراتيجية تصريف الحالى من المخزون، مع عدم فتح فروع جديدة.

في 76 فتحت أربع فروع جديدة وحققت مبيعات وصلت 600 مليون \$.  
في 81 بلغ عدد الفروع 151 فرع وبلغت المبيعات 2 بليون \$

فيما مضى كان تركيز تارغيت في التوسيع في الولايات الوسط الأمريكية، بدأت في 82 عمليات التوسيع في الغرب الأمريكي ، بالاستحواذ على سلسل من المخازن وتحويلها إلى علامة تارغيت .

2000-82

النشرة الأسبوعية "Target advertising circular" تعتبر الثانية فقط لمجلة Sunday comics الأكثر قراءة في أميركا.

في 86 تم الاستحواذ على عدد 50 فرع لمخازن Gemco في كاليفورنيا ما مكنتها من الاستحواذ على جنوب كاليفورنيا، وجعل السلسلة تتمتد بعدد 246 فرع.

أصبحت تناقض تارغيت مباشرةً مخازن Kmart ، المتقدمة في 24 ولاية وبعد 317 فرع و5 بليون \$ مبيعات .

في 87 دشنت الشركة المسح الإلكتروني في بيع السلع في كافة أفرعها توسيعت الشركة في شمال غرب الولايات في واشنطن وأوريغون ، ثم في الجنوب الشرقي لتصل إلى فلوريدا وجورجيا ونورث كارولينا وساوث كارولينا ، لتغطي 30 ولاية

في 90 إستحوذت على Marshall Field's

في 92 إنشأت لها سلسلة صغيرة من محل لبيع الملابس ، بغية منافسة محل private label GAP بإصدار علامة خاصة

في 95 فتحت الشركة علامة جديدة تحت إسم SuperTarget في نبراسكا ، وأصبحت فروعها 670 مع مبيعات إجمالية 15.7 \$ بليون

" known as the REDcard"

<p>فى 99 تم الاستحواذ على Fedco</p> <p>فى سبتمبر 99 تم تدشين موقعها الالكتروني لبيع التجزئة بالتجارة الالكترونية</p> <p>2000</p>	
<p>تم تغيير إسم الشركة رسميا ليصبح من Dayton Hudson Corporation إلى Target Corporation حيث أن 80 % من الايرادات تحصد من تارغيت ، بينما السلاسل الاربع الاخرى Dayton's, Hudson's, Marshall Field's, and Mervyns كانت تستخدم لتعزيز مبيعات الخصم ، حيث وصلت الفروع الى 977 فرع والمبيعات الى 29.7 بليون \$ في 46 ولاية</p> <p>فى 2003 وصلت الفروع الى 1225 فرع ومبيعات الى 42 بليون \$</p> <p>فى 2005 ، أُعلن عن إستحواذ الشركة على المرتبة العشرون من بين الآخريات فى حجم مساهماتها المجتمعية المقدرة 2 مليون \$ كل أسبوع ، وعدد موظفين وصل الى 300.000</p> <p>فى 2006 بلغت الفروع 1488 والمبيعات 59.4 بليون \$</p> <p>الاعلان عن منح المؤسسات الخيرية نسبة 5% من الدخل .</p>	

### المسؤولية الاجتماعية:

#### البيئة:

تعتبر الشركة رائده فى مجال إستخدام الورق والمواد المعاد تدويرها، وتقليل النفايات والاقتصاد فى إستغلال الطاقة، فهى تتعامل مع الطاقة الخضراء green energy وللشركة العديد من المنتجات الخضراء، وثمة التزام قوى تجاه البيئة، تقرير Target's 2004 Corporate Responsibility Report يحوى العديد من الممارسات البيئية، فهى ليس لديها نفايات سمية، ثلث مبانى الشركة تعتبر موقع تم إعادة تهيئتها أو مزارع غير مستصلحة أو موقع بالاصل لمبنى قديمة، والمبانى تم تصميمها لتكون مقتضدة فى إستغلال الطاقة، وللشركة معايير فى بناء مبانيها يتفق مع Environment Design (LEED) building standards for the retail industry ، وهى عضو فى رواد المناخ والمحافظة عليه.

وقد حفقت في هذا القطاع وفق معيار كالفترت 5 نقاط.

#### مقر العمل:

مع عام 2004، 44% من المدراء والتنفيذيين كانوا من النساء، 22% أقليات عرقية، كما تتمتع الشركة بسجل أمني وسلمة للموظفين جيد، ولا يوجد ما يؤكد التمييز العنصري، ولدى الشركة مجال لتحسين علاقة الموظفين بعضهم البعض، والشركة تقدم لموظفيها حواجز وتدريب دائمين، لا توجد نقابة للعاملين وهذا قد يؤثر على تحقيق مطالب الموظفين، لذا ينصح بتقوية العلاقة فيما بين الادارة العليا والعاملين، في وقت بدأت تتناقص أجرا الدوام الاضافي وكذا رعاية أطفال العاملين.

وقد حفقت في هذا القطاع وفق معيار كالفترت 4 نقاط.

#### ممارسات العمل التجاري:

ثمة التزام في الشركة حال إعتماد التنوع في التوظيف، في 2005 ثمة ثلاثة نساء من ضمن 11 عضو مجلس إدارة، غير أن عضوية الأقليات العرقية غير واضح في نظام الشركة، تقرير الشفافية والاصلاح وتقارير الشركة منشور على الويب سايت للجميع، وقد حصلنا على نسخة من الخطة لغاية عام 2010 بشكل شبه تفصيلي، وللمسؤولية الاجتماعية مديرًا خاصًّا معين يراقب أداء الدور الاجتماعي للشركة وتطوره، السياسات الخلقية في تعاملات الشركة موجودة بشكل مفصل، وثمة آلية لرصد التعديات وتحرير المخالفات عنها، نوعية السلع العالمية التي تنتجها الشركة وفق مواصفات ومعايير رفيعه محررها ضمن مرجع الشركة، كذلك نواحي الامن والسلامة، وتؤكد الشركة في إعلاناتها على تنوع مشارب الموظفين سواء الجنسية أو العرقية، غير أن في مجال بيع الجلد ليس للشركة سياسات داعمة لمصلحة الحيوانات.

وقد حفقت في هذا القطاع وفق معيار كالفترت 4 نقاط.

#### حقوق الانسان:

مع أن الشركة لا تظهر أي مبادرات في شأن دعم حقوق الانسان، غير أنها تقدم برامج تعليمية لكل الباعة وال وكلاء الذين تعقد معهم الصفقات، في 92 فقد طالبت الشركة الشركات المزودة لها بالبضائع المصنعة خارج الوطن أن يشار فيها إلى عدم استخدام الأطفال فيما يتم إنتاجه أو ممارسة الضغط على الموظفين من أجل إنتاجها، بالرغم من وجود ما يشير إلى ما يؤكد هذه الممارسات حال بعض البضائع المجلوبة من بعض الدول، و مرجع قوانين الشركة لا يشير إلى حرية العمال بالانخراط في الروابط المختلفة، ولا يوجد في الشركة أي برنامج موجه للقطاع الاهلي.

وقد حفقت في هذا القطاع وفق معيار كالفترت 3 نقاط.

## **العلاقة مع المجتمع المحيط:**

فى المجال الانساني: تعتبر شركة تارغتس الأعلى على مستوى أميركا فى المساهمات المجتمعية بدفع المال المستقطع من الايرادات بنسبة 5% قبل الضرائب، ما يعادل 3 مليون \$ بالاسبوع، كما تمنح نسبة من ما يتم تحصيله عبر استخدام بطاقات الائتمان (الفيزا) الى المدارس التى يسميها حامل بطاقة الائتمان، أصبح ما صرفته للمدارس يعلو 150 مليون \$ من خلال هذا البرنامج.

كما تمنح 5% مما قبل الضريبة للمؤسسات الخيرية، كما إن المزيد من المساهمات المجتمعية نلاحظها من خلال حلول طويلة المدى لتسكين العوائل الفقيره وبالاخص المرضى من مستشفى خاص للاطفال فى تنسى، من خلال أكثر من 27 مليون \$ تبرع لتجهيز ما يعاد 96 شقة مفروشة للعوائل المحتججة.

فى 2005-2006 ثمة تعاضد فيما بين تارغيت و Salvation Army، ففى الكوارث تعمد تارغيت لتقديم المعونات والتبرعات وتحث المشترون للشراء والتبرع بما إشتراوه كى يوصلها تارغيت الى المناطق المنكوبة، كما إن للشركة مساهمات تطوعية وقت الكوارث فقد منحت آلاف المتضررين قسائم للشراء بمبلغ \$500 دون مقابل، وكانت للشركة مساهمات لمتضررى حادثة 11 سبتمبر، ومتضررى تسونامي فى 2004 فى جنوب آسيا، وبلغ 1.5 مليون \$ لمتضررى كاترينا 2005.

فى التعاون مع الحكومة لضبط والكشف عن الجريمة وتعاطى المخدرات والكحول



فى الواقع دشنت الشركة هذا النظام لتسييل العثور على السرقات ويسهل عملية التحقيق معهم، وهو نظام طور من قبل الشركة، وللشركة مقران له وهو عبارة عن مختبر يكشف أى تجاوزات تمت على ممتلكات الشركة، والشركة منحت خدمات هذا المختبر لقطاع القانونى والوكالت المعنية بالجريمة عبر الولايات المتحدة.

وقد حققت في هذا القطاع وفق معيار كالفترت 5 نقاط.

## ملاحظاتنا على المساهمات المجتمعية من قبل الشركات التجارية:

- 1- إن مشاركة المساهمين وكل ذى علاقه بالشركة لاتحصر فى اللقاء السنوى الذى يجمعها معهم فى الجمعية العمومية وإنما ثمة لقاءات مستمرة طوال العام كى تستشف وتتعرف الشركة أولا بأول على تطلعات المساهمين وشركاء الشركة الذين هم الاصل ويبدو ذلك واضحًا مع شركتي(بروكتور، جى إى).
- 2- إن المنتج هو الذى يفرض نوع المساهمة المجتمعية، فنلاحظ دائمًا أن هناك علاقة وطيدة فيما بين المنتج مثل (القهوة) والمساهمة المجتمعية التى هي توفير الرعاية الصحية للمزارعين أو التعليم والتدريب، بما يكون له انعكاس غير مباشر على المنتج بشكل إيجابي، كذلك نلاحظ الرعاية الصحية التى يعرض لها العاملون وبرامج التوعية حيال مرض الإيدز فى بعض الدول النامية بما يعزز أداء الموظفين فى مصانعهم ويقلل من هدر ساعات العمل.
- 3- نلاحظ كيف أن نوع العمل التجارى هو الذى يفرض نوع المساهمة المجتمعية، مثل مناهج الرياضيات والعلوم لطلبة الكليات فى أميركا من قبل شركة جى إى، وبرامج خفض التلوث الهوائى لقطاع المحركات فى الجى إى، وبرامج الرياضيات لشركة إنتر.
- 4- نلاحظ كيف أن كل شركة استحدثت إدارة بل مساعد مدير عام للإشراف على برامج المسؤولية الاجتماعية، لما لذلك من دور فاعل على سمعة وأداء، وبالتالي أرباح الشركة.
- 5- نلاحظ كيف أن الشركات المحترفة المزودة باللوائح والملزمة بالأداب كيف أنها تتبذل البرامج التلفازية التى قد تروج بشكل غير مباشر للتدخين أو الكحول أو تظهر مشاهد الجنس أو العرى .
- 6- أن برامج المسؤولية المجتمعية أعلاها أن يكون المنتج محوره مجتمعي، مثل برامج الصحة ومنتجاتها مثل "جونسون آند جونسون"، يليها أن يلبى حوائج مجتمعية تعود عليه بالنفع، مثل برنامج إستزراع القهوة من قبل شركة بروكتور وجامبل "قهوة هلفغر" ، ثم برامج التوعية الإعلامية أو لنقل تأثيرى برامج التوعية كى تعزز من المعلومات للعملاء وما يكون له مردودا فى النهاية على أداء الشركة مثل برامج تحسين أداء إستهلاك الطاقة "جى إى "
- 7- هناك برامج المسؤولية المجتمعية تؤديها وتشرف عليها الشركات، وهناك حملات التوعية المجتمعية تؤديها وتشرف عليها المنظمات غير الحكومية وتحصل على تمويل من الشركات، مثل برامج يونيسيف وآي وآدكونسل، واليونيسيف، فالعديد من هذه البرامج يتم رعايتها من قبل شركات إعلامية تلفازية مثل ABC.
- 8- ثمة شركات مستوى منظومة الاستدامة أو "البقاء" كما أن سجلها قد يكون حافل بالمساهمات المجتمعية، غير أنه ليس بالضرورة تكون محل اختيارنا وذلك لأسباب، منها أن المنتج الرئيس الذى تقوم بتصنيعه هو بالأساس ضد الصداقة مع البيئة فى مثل منتجات شركة "كمبرلى كلارك" التى تعمل على تقليل حجم الغابات فى العالم لتغذية مصانعها الورقية بأنواعها، أو لأن الشركة تزاول أنشطة تهدف فيها عبر قيمة الاتحاد والمساواة الدفاع عن حقوق الشاذين في مثل شركة بنيتون.
- 9- من الواضح الفرق فيما بين شركة "فایزر" وشركة "جونسون وجونسون" بالرغم من تفوق شركة "فایزر" المالى، غير أن شركة جونسون تؤكد وبشكل جلى مركزا تسويقيا محوره الرعاية الصحية المجتمعية.
- 10- إن برامج الرعاية المجتمعية الصحية للشركة جونسون تتفق مع صورة ومنتجات الشركة، لذا فإن تشكيل فريق طوارئ للتفاعل الفورى مع الأزمات الطبيعية حول العالم يؤكد بأنها "تهم" بالانسان كإنسان.

- 11- لم نلاحظ عوائد حتى ولو من بعيد في دعم منتجات الشركة من خلال البرامج التي تقر، فإذا كانت بروكتر وجэмبل تعتمد أي برنامج بما يكون له عائد غير مباشر مثل تحسين صحة المزارعين للقهوة فإن جونسون لم نلاحظ أي عائد مع ما تبيع.
- 12- يبدو أن تأثير مؤسس الشركة كان له دور فاعل في تنمية هذا التوجه فروبرت جونسون هو من كتب "كريدو" الذي يؤكد فيه دور الشركة مع المستثمرين والموظفين والمجتمع المحيط، لذا إنعكست ونمط هذه الرؤية عبر السنين لتثمر مؤسسات مجتمعية حول العالم.
- 13- إن أي شركة بإمكانها أن تكون مساهمة كبيرة سواء تجاه البيئة أو المجتمع، ونلاحظ كيف أن تارغيت بالرغم من عدم وجود علاقة واضحة فيما بينها وبين البيئة غير أن مساهماتها كانت للبيئة والمناخ كبارين.
- 14- كما عززت دوراً كبيراً لها تربط فيه مبيعات الشركة بما يحدث من كوارث وبأسلوب ذكي يكون له أثره الإيجابي على ديمومة الشركة.
- 15- في العالم العربي، ممارسة المسؤولية المجتمعية من قبل الشركات ليس بذات الأسلوب المتبع في الشركات الغربية، وإن كان العديد منها وهو ليس بكثير قد اعتمد ذات المؤشرات المعتمدة لدى الغرب، ويرجع ذلك وفق ما أدركنا لأسباب ذات علاقة بممارسة الدين، فالدين الإسلامي في الأصل يحث على ممارسة العطاء وقيم الجبر للايتام والأرامل، كما إنه ينبذ الغش والظلم وعدم العدل، ومنح الاجير أجره قبل أن يجف عرقه، ناهيك عن فريضة الزكاة التي تمارس على نطاق الأفراد والشركات، وما ظاهرة إنتشار البنوك الإسلامية وشركات الاستثمار الإسلامية إلا نموذجاً، كما إن صناديق التنمية المجتمعية كالصندوق الكويتي للتنمية والبنك الإسلامي للتنمية نماذج أيضاً، بدأ الغرب باعتماد هذه النماذج ضمن مؤسساتهم، فالغرب عندما قعد لمؤشر المسؤولية المجتمعية، فهو لأنّه غير ممارس لها، وهي مفقودة لديه، غير أننا نوصي بأن تستفيد مجتمعاتنا من المؤشرات التي توصل إليها الغرب مع تطويرها وجعلها متsumaً لتنمية المجتمعات والارتقاء بها.

تم بحمد الله

## المراجع:

(1):

BBC (2000). 'Fcuk slogan "not funny" '. BBC News On-line, 5 July, <http://news.bbc.co.uk>.

Benady, D. (2001). 'Fcuk America'. *Marketing Week*, 22 Mar.

Duckers, J. (2001). 'French Connection.'

(2):

BBC (2002). 'UK air industry looks to expand'. BBC News On-line, 14 Jan., <http://news.bbc.co.uk>.

Macalister, T. (2002). 'Virgin flies back to Atlantic business'. *Guardian*, 15 Jan.: 23.

(3):

## Business Ethics,2003: Understanding

(4):

Derwall, J., Gunster, N., Bauer, R. and Koedijk, K.

(2004), 'The Eco-Efficiency Premium Puzzle',

Working Paper, Erasmus University Rotterdam.

*Journal of Asset Management* Vol. 5, 4, 220–222 \_ Henry Stewart Publications 1470-8272 (2004)

(5) [www.calvert.com](http://www.calvert.com)

## المراجع الخاصة بشركة جنرال الكتریک (6):

- a) ^ Our Company; GE website; retrieved December 29, 2006
- b) ^ Company Information: General Electric, U.S Securities and Exchange Commission
- c) ^ United States Department of the Treasury— Internal Revenue Service (2006-05-31). *IRS e-file Moves Forward; Successfully Executes Electronic Filing of Nation's Largest Tax Return*. Press release. Retrieved on 2007-02-01.
- d) ^ General Electric (2005-05-09). *GE Launches Ecomagination to Develop Environmental Technologies; Company-Wide Focus on Addressing Pressing Challenges*. Press release. Retrieved on 2007-01-15.

- e) ^ Sam Husseini, Felons On The Air: Does GE's Ownership of NBC Violate the Law?, FAIR.ORG, November/December 1994
- f) ^ GE Money Global Financial Solutions
- g) ^ "Top 100 Global Brands Scoreboard", *BusinessWeek*.
- h) ^ Political Economy Research Institute
- i) ^ The Center for Public Integrity
- j) ^ The Region; G.E. Plant Accused Of Water Pollution", *The New York Times*, January 21, 1983
- k) ^ General Electric agrees to \$250 Million Settlement to Clean Up PCBs in Housatonic River, Department of Justice news release, October 7, 1999
- l) ^ *New York Times* 1 May 2007
- m) ^ Environmental Protection Agency
- n) ^ [http://www.worldchanging.com/archives/002669.html "Ecomagination: Inside GE's Power Play"]
- o) ^ "Talking Green, Acting Dirty." *New York Times* 12 June 2005
- p) ^ "America's Most Admired Companies 2006", *Fortune Magazine*, March 6, 2006
- q) GE Energy Environmental Services

## المؤلف في سطور

د. زهير منصور المزیدي  
الجنسية: كويتي.  
الولادة: 1956

### الخبرات العملية:

1. ثلثون عاماً في تخطيط الحملات الإعلانية وتصميمها وتنفيذها والإنتاج التلفازي.
2. مؤسس ورئيس مجلس إدارة شركة TC للدعائية والإعلان، 1985.
3. مؤسس ورئيس مجلس إدارة شركة سبوت للإعلان التجاري في تلفاز دولة الكويت، 1995.
4. مؤسس إدارة الإعلام في بيت التمويل الكويتي، 1986.
5. مؤسس إدارة العلاقات العامة والإعلام في الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب، 1984.
6. مؤسس شركة الرؤية والكلمة المختصة في إنتاج الأفلام الدعائية التلفازية.
7. مؤسس ومستشار شركة CIRCLE للخدمات الإعلامية المتكاملة (شركة كويتية مغففة).
8. مؤسس ومدير عام "الإعلاميون العرب" للاستشارات الإعلامية والتسويقيّة.
9. مؤسس شركة نتورك بروغرامنج المحدودة لشراء حقوق وتسويق برامج مع الشبكات التلفازية في الدول العربية.
10. رئيس تحرير مجلة أسواق (إعلانية تسويقية أكاديمية)، التي تصدر في الكويت، 1994.
11. نائب رئيس اللجنة الأميرية لتأسيس قناة تلفازية للشباب في دولة الكويت، 1987.
12. عضو مجلس إذاعة الحياة وتلفاز الليليان في البلقان.

### العضوية والجوائز:

1. عضو لجنة التحكيم لجمعية الإعلان الدولية IAA، الإمارات العربية المتحدة، 1996.
2. عضو لجنة التحكيم لجائزة لندن الدولية للإعلان والسينما، لندن، 1999.
3. عضو لجنة تحكيم جائزة "كرييا" التابعة لمجلة عرب آد.
4. عضو لجنة تحكيم جائزة الإبداع الإعلاني، جامعة الكويت.
5. يتمتع بالعضوية في عدد من الجمعيات الإعلامية الدولية:  
(جمعية الإعلان الدولية، جمعية التسويق الخليجي، جمعية التسوق الأمريكية، جمعية الصحفيين الكويتية، الاتحاد الكويتي للإعلان).
6. حاز عدداً من الجوائز الدولية في مجال الإعلان، أبرزها الجائزة العالمية للإعلان عن الشرق الأوسط وأوروبا، برشلونة، 1992.
7. عضو مؤسس للاتحاد الكويتي للإعلان، 2000.
8. عضو مؤسس ومدير برامج تدريبية في معهد الدراسات الإدارية والفنية، 1988.
9. خبير إعلامي معتمد عند غرفة تجارة وصناعة الكويت.

### ضمن قائمة المؤلفات:

1. مقدمة في منهجية الإبداع، الكويت، 1984.

2. الجامعات المفتوحة وأصواته على إنشاء جامعة مفتوحة في الخليج والكويت، مؤسسة الكويت للتقدم العلمي، الكويت، 1985.
3. حركة الكامرة في القصص القرآني – نظرية زمرد، أسطنبول، باللغة التركية ، 2010
4. قوة العلامات التجارية، الكويت ، 2010
5. تفعيل القيم وممارستها، 2010
6. إستكشاف القيم صيانتها ومعالجتها، 2010
7. محفز القيم، 2010