

مفهوم المسؤولية المجتمعية وممارستها

Corporate social responsibility in practical

د . زهير منصور المزدي



المسؤولية المجتمعية ممارسة وليست ادعاء تدرجه العلامات التجارية في تقاريرها، ما هي ضوابطها وقوانينها، وما هي عوائدها، وهل من تشريعات دولية تراقب هذا الاداء وتحفز 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 الوثيدة فيما بين العولمة والتعامل التجاري الأخلاقي:
14	أوروبا، والسياسات الجديد في مجال ممارسة أخلاقيات التجارة:
18	العمل التجاري المسؤول
22	نماذج شركات ممارسة لأنشطة المسؤولية الاجتماعية
	1- شركة جنيرال الكتريك (g.e)
30	2- شركة بروكتور أند غامبل (P&G)
43	3- شركة جونسون أند جونسون
50	4- شركة والت دزني
58	5- شركة إنتل كوربوريشن
63	6- شركة كمبرلي كلارك
68	7- شركة 3M
78	8- شركة فدرال إكسبرس
82	9- شركة سيسكو
90	10- شركة هيولت باكارد
101	11- شركة مايكروسوفت
107	12- شركة شحن جوى يوناييتد بارسل سيرفيس
115	13- شركة تارغت نموذج للمخازن التجارية
120	ملاحظاتنا على المساهمات المجتمعية من قبل الشركات التجارية

تقديم

1- يوما بعد يوم يتأكد الدور والمردود الفاعل للمساهمات القيمة للشركات في مجتمعاتها، استشراف 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 الى أن مردود المساهمات القيمة له مردود مباشر ويزيد من أصول الشركات وأسعار أسهمها في البورصات العالمية، وهذا ما جعل المعادلة تنقلب في تقييم الشركات التي أصبحت الأصول غير الملموسة فيها هي الأكثر قيمة وأثرا في زيادة أثمانها إذا ما قورنت بالأصول العينية، غير أن هذا الإدراك جعل هذه الشركات تتسابق وتطور في مساهماتها، والذي جعلها تفرد إدارات للخدمات المجتمعية ضمن هياكلها، وجعلها محل انتقاد عندما تكون المساهمة في كسب السمعة على حساب معاناة البشر حين تشارك شركة لعلامة معروفة للهواتف الجواله لشعب منكوب بقصد برمجة تلك العلامة في أذهانهم .

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

4- ثمة شركات احتالت في تعاملها القيمي هذا بالرغم من كون مظللتها "استشفائية" كشركات الادوية، فهي تعتمد الى أساليب ترويجية ملتوية ومضللة لتحقيق مآربها الربحية.

5- تمخض مسار المسؤولية المجتمعية للشركات عن دور جديد تنادت اليه بعض الدول، كدول الاتحاد الأوروبي، وبريطانيا، وكندا، يكمن 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 الانسانية، فهي تتطور بتطورات العلوم وتطورات البشر، والتسويق تاريخيا مر في أكثر من مرحلة، نذكر منها على سبيل المثال مرحلة التركيز على ما تتفرد به السلعة USP وهذا ما ظهر في الستينيات 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 "ألانا" MSP أي يتم التسويق للفرد بعينه فكل فرد مطلب مختلف وشغف يتطلع اليه، ليأتي التسويق في مرحلتنا هذه كي يتعامل مع الانسان لا كجماهير وإنما كي يلبي احتياج كل فرد بعينه، وهذا ما تؤكده عمليات التسويق التي تطالعنا به مواقع 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 كلا منهم أصبح يمتلك شكل

التصميم الذى يصطنعه لنفسه، كي يدعو اليه زملائه للشراء، وكذلك لاحظنا حملة شركة فنادق ماريوت كيف استطاعت أن تتعامل في تسويقها للخدمات الفندقية ليس على أساس التعامل مع قطاع من البشر، لخدمة تتغير مواصفاتها، بل خصصت لكل قاطن غرفه، ما يتطلع اليه من رغبات عبر أجندة خاصة به، ما جعل ماريوت شريكا له في تحقيق أهدافه.

وتتطور المؤسسات التجارية والشركات بتطورات واحتياجات الجماهير، غير أن المرشد دائما لهذه الشركات في أي تحول أو تطور تقدم عليه هو ما يثبت في دفاترها المحاسبية نهاية العام، ليعبر بحق عن النمو الذى حققته تجاه أصولها، كي تستعرضه بخيلاء مع مساهميتها فى تقاريرها السنوية مع نهاية كل عام، فكلما تعاضمت الأصول كلما كان ذلك مدعاة للرضى الذى يكون متبادلا فيما بين مجلس إدارة الشركة والمساهمين، غير أن التطور الذى 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 الذى تتصارع من أجل إرضائه كافة الشركات، وصار يجلب للشركة التي ترضى عملائها أصولا من نوع جديد، أصبح يجلب أصولا غير ملموسة أساسها "السمعة Reputation"، معززة بصورة المؤسسة في الأذهان Branding، وحجم الاستحضار الذهني للمؤسسة Awareness"، وقد لاحظ مدققو الحسابات ذلك، وتعاملوا مع هذه العناصر وفق آليات ومعادلات 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 استحداث 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 يعنى أن عشرة بليون دولار كانت لصالح الأصول غير الملموسة .

ووجدت الشركات أن عناصر تفعيل الأصول غير الملموسة تتم عبر:

- 1- زيادة حجم الميزانيات الاعلانية والتسويقية.
- 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 الى مزيج من الانشطة ذات المحور (الإعلامي والتسويقي والمجتمعي والعلاقات العامة) المحاور التي باتت على الشركة أن تمارسها مع الجماهير والمجتمعات.

وتطورت اتجاهات الاسواق وظهر العميل كمحور أساسي يوجه حركة الاسواق فأصبح العملاء قسمان، أحدهما ينشد الربح السريع، ولا يلتفت الى ممارسات الشركة التي أصبح يملك فيها حصصا استثمارية، فهو لايعنيتها إن كانت هذه الشركة تعتمد من خلال أنشطتها الى تلويث البيئة المحيطة، أو أن تتاجر بالخمرة والقمار، أو تستخدم أساليب الاستهواء والاستثارة الجنسية في الترويج لمنتجاتها، والقسم الآخر من العملاء أصبح حذرا 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 يستمال 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 الى قسمين، منها من أصبح يهتم باهتمامات العملاء هذه، أما الآخر فما عاد يهتم إلا بما يحققه من أرباح حتى وإن كان على حساب عملاءه، وكان لابد من أن يحدد كل قسم توجهه ويؤكد عليه بل ويعلن عنه، ولاحظ المراقبون تعاضدا في إدراك العملاء حيال مساهمات الشركات هذه بالإضافة الى عوائدها الربحية، وأدركت الشركات ما لهذا الإدراك من أثر إيجابي ينعكس على أصول الشركة في التقارير المالية السنوية، عبر مبحثنا 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 الربحي 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 نفرّد فصلا نتناول فيه نماذج من القسم الثاني من الشركات كي تكتمل لنا الصورة بلا تفصيل.

هذا وسوف يكون دليلنا فيما سوف نستعرضه من معلومات وبيانات، ما أكدته مؤسسة فورتشن فايف هندريد Fortune 500 من خلال ما حققته تلك الشركات على مدى خمسون عاما، إضافة الى نتائج أبحاثنا التي دامت خمس وعشرون عاما في ملاحظة وملاحقة أداء الشركات في المجالات المجتمعية المختلفة من واقع تقاريرها السنوية، أو حملاتها الاعلانية والتسويقية، أو أنشطتها في مجالات العلاقات العامة، مدعين ذلك كدليل والأدلة والمراجع المعتمدة عالمي.

الباب الأول

آداب التعامل التجاري Business ethics

وهل ثمة حقا ما يمكن أن يكون أدبا أو خلقا في التعامل التجاري؟

وهل هذا الادب موجود فقط في ثقافتنا نحن العربية، أو كودنا معتنقين الدين الإسلامي الحنيف، ذلك أن ديننا الحنيف يدعونا الى 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 الازهان هو هل يؤمن غير المسلمين بآداب التعامل التجاري؟ وما هي معالم تلك الاخلاق؟

إن ما يؤكد وجود معايير أخلاقية تضبط السوق التجاري لدى غير المسلمين، تلك الفضائح الاخلاقية في مجال ممارسة التجارة التي تطالعنا بها وسائل الاعلام الغربية بين الأونة والأخرى، وما نحن بعيدين عن فضيحة الشركة النفطية الامريكية "إنرون" 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 أندرسون" تعتمد الى تزيف السجلات الحسابية كي تظهر ربحية الشركة في الوقت الذي كانت فيه الشركة تنهار!

وكيف نفسر الحملة المضادة التي وجهت بها علامة "نايكي" في إندونيسيا من قبل الجمهور نتيجة ممارسة الشركة التفرقة العنصرية في نظام التوظيف، أو تفسير ما وجهت به شركة "أديداس" الالمانية نتيجة ارتفاع أثمان منتجاتها من الاحذية الرياضية، في الوقت الذي كلفة إنتاج الحذاء لديها تقع في حدود الثلاثة دولارات فقط، نتيجة تسخير وقبول تشغيل الاطفال لديها في مصانع شرق آسيا، وماذا عن الاقالة الفجائية التي تعرض اليها 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 الافريقية الفقيرة، ناهيك عن يكون المقابل المادي زهيد، أو تلك المصانع التي لا يعينها سوى استمرار الانتاج حتى وإن كان على حساب تلويث البيئة من حولها، سواء فيما تلقيه من مخلفات كيميائية في الأنهار، أو في التلوث الفضائي الذي تحدثه، تلك الفضائح وغيرها تشير الى أن ثمة مفهوم "خلقي" تفرضه أسس التعامل التجاري مع من حولنا، كما إن مناقشة موضوعات ذات علاقة بوجود الانسان كالأجهزة أو الحق في الحياة، جميعها يشير الى ما له أصل بأخلاقيات العمل، ثم نسأل، هل يشترك البشر على العموم بآداب موحدة في تعاملاتهم التجارية والاخلاقية؟ ومن يحدد ما إن كان هذا الاجراء يتفق مع الخلق التجاري أم لا؟ وهل التعاملات التجارية الاخلاقية 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 الامانة، والثقة الناتجة عن الشفافية، وخلق التعاون، وغيرها من الاخلاق، ويصبح ممارسة النشاط التجاري من المحال إذا كان القائمون على العمل التجاري يمارسون الكذب مثلا، أو عندما لا يثق الشاري بالبائع، وعليه يصبح من الضرورة بمكان أن يكون ثمة من المقاييس ومعايير التقييم، ما يلجئ إليه في ممارساتنا التجارية اليومية، ليرشدنا لما يمكن أن يكون مقبولا أو مرفوضا، مقبولا مع ما نؤمن به ونمارسه من أخلاق، ومرفوضا 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.

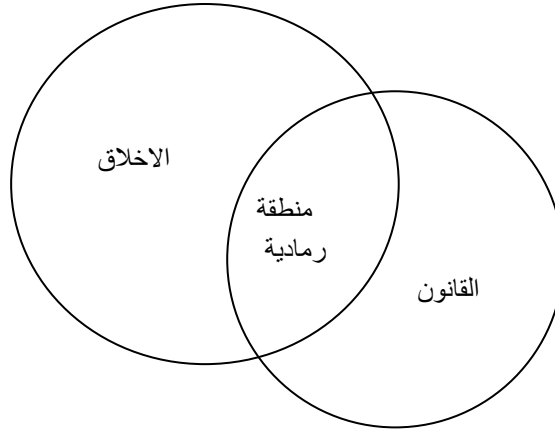
لذا يصبح من الاهمية أن نصل في نهاية المطاف الى ما يمكن أن نوصفه بكلمات قليلة بما تعنيه "ممارسة الاخلاق التجارية " عبر عبارة كالتالي:

"إنه دراسة للحالة التجارية، والانشطة 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 الاخلاق، ونحن هنا ليس بالضرورة نعنى فقط تلك المؤسسات التي تمارس الانشطة التجارية الصرفة، وإنما أيضا يقع ضمنها المؤسسات الحكومية، والمؤسسات غير الهافه 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 الإعلانى 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 مستشفيات أو شركات غذائية أو نوادي رياضية.

الأخلاق التجارية والقانون:



العلاقة فيما بين الاخلاق والضوابط القانونية

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 الاحيان أن ممارسة الخلق في التعامل التجاري هو أن تعمل في المساحة الرمادية التي يشترك 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 الاخلاقية في ممارساتنا التجارية؟

لا اعتبارات 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 الى أثر سوء التصرف الناتج من إقدام هذه المؤسسات على ما يؤثر سلبا على حياة الافراد 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 الخلقى يساهم ويساعد متخذو القرار في الشركات والمؤسسات للتوصل الى حلول مثلى محل مطلب وشغف المساهمون والعملاء من خلال أدوات تمكنهم 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 مع الخلق السليم، حيث أشار الاستبيان الى أن 48% من الموظفين هناك يقرون ممارستهم لمخالفات خلقية وهذا ما يدعو تلك المؤسسات لسن تشريعات تطور من خلالها وتحسن الاداء بما يتفق وأخلاقيات المهنة.
- 7- والتعامل الخلقى تجاريا يساعدنا في تحديد أمثل للمنافع، ويجنبنا المشاكل في تعاملاتنا اليومية الادارية في مؤسساتنا.

العالم الالكتروني معني أيضا:

شهد العالم الالكتروني تناميا مضطردا 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 البحوث والدراسات المشهورة عالميا في مثل كوبرز، ومكانزي، وكى بى أم جى، واستحدثت وضائف جديده 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) .

العولمة 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 تلويث للبيئة المحيطة، أو في إجهاض البنية الاقتصادية لبعض الدول، فهذه الشركات تتعامل مع تلك الدول التي تكون ضوابطها القانونية ضعيفة في مجال قبول تلويث البيئة، أو نسب منخفضة في الضرائب، أو في استغلال العمالة، وبلا شك فإن مثل هذه الممارسات تفرض على العولمة تحديدا لما يمكن أن يسمى ضوابط وأخلاقيات العمل التجاري حيال ممارساتها.

ما المقصود بالعولمة؟

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

ما هو ليس بعولمة:

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

ملامح العولمة:

- 1- على الصعيد التكنولوجي: فيما نراه من أدوات تكنولوجية منتشرة جعلت المناطق الجغرافية تتقارب عبر الهاتف، والمحطات التلفازية الفضائية، والاذاعات، بالإضافة الى الانترنت، ناهيك عن وسائل التنقل التي تعددت وتنوعت.
 - 2- على صعيد السياسة: فما عادت الحدود السياسية قائمة في العديد من الاقاليم الجغرافية مقارنة بالقرن الماضي في مثل فتح الحدود فيما بين الدول الاوروبية أو الخليجية أو الولايات الامريكية أو الكندية وكذلك مع دولاً أخرى.
- ويمكننا أن نعرف العولمة بما جاءت به دراسات أجنبية بما يلي: إنه تنامي التآكل فيما بين الحدود الجغرافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية في مجالات العلاقات والاعراضات.

فالعالم أجمع عاين حادثة تفجير مبنى التجارة العالمي لحظة بلحظة سواء الذي كان يقطن في أميركا أو بريطانيا أو الهند ، كما إن الناس عالمياً أصبحوا متآلفين مع علامات تجارية عالمية في مثل الرولكس للساعات، أو التيوتا في قيادة السيارات، أو في أكل ما تقدمه المطابخ المكسيكية أو الفرنسية أو الأمريكية، وما عدنا نقلق حيال أين يدخر 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 عالمية وأسواق عالمية.

العلاقة الوطيدة فيما بين العولمة والتعامل التجاري الأخلاقي:

ذلك أنه تكمن العلاقة في مجالات، الثقافة والقانون.

ففي مجال الثقافة: ففور عبور الشركات محلية الانتاج والتسويق الى دولية الانتاج والتوزيع والتسويق نجدها تصطدم بأخلاقيات وأداب راسخة في هذه الدول، فعلى سبيل المثال في مجالات توظيف المرأة والسماح لتوظيف الاطفال ويمكنك أن تفكر كذلك بما له علاقة بمدلولات وأسماء بعض العلامات التجارية في مثل علامة (Fcuk) التي عارضت العديد من الدول قبول علامتها أو حتى بعض الدول الاوروبية بالسماح لنشر حملاتها الاعلانية .

فعلاحة تجارية مثل هذه انطلقت من بريطانيا في بداية التسعينيات ولاقت رواجاً مع نهاية عام الالفين، العلامة التي يقف من وراءها السيد ستيفن ماتس، الذي يؤكد من الجراءة 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 الاعلانية للجانب المخزي الذي تدعوا له، ففي عام 2001 خرجت العلامة التجارية عن النطاق المحلي للنطاق الدولي مستهدفة الاسواق الامريكية، واستخدمت الشركة ذات الحملة الاعلانية التي سبق نشرها في بريطانيا في الاسواق الامريكية، ووجهت بمشاكل جمه حتى في المدن المتحررة في مثل نيويورك وسان

فرانسيسكو ولوس أنجلوس ، للحملة التي انتهكت حرمة القانون في اوساط المجتمع الأمريكي ، حتى أن بعض سيارات الأجرة رفضت وضع إعلانات هذه العلامة في مركباتها ، والامر مماثل في سنغافورة ، فقد عارض الجماهير بعنف وهاجم تلك الباصات العامة التي وضعت إعلان العبارة الحاتة على الدعارة هذه، ويقول في ذلك ستيف روباسكي وهو أحد مديروا شركة الاعلان العالمية "سأتشئ أند سأتشئ" ومقرها في لوس أنجلوس بأن أنظمتنا في الرقابة على الاعلان 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 الاعلان أحد الصناعات المستهدفة في ذلك.

نموذج علامة كهذه تبين الفرق الواضح فيما بين الدول وشعوبها فيما يمكن أن يكون مقبولا أو مرفوضا، إشارة الى وجود أخلاقيات لا بد أن يوضع لها حسابان من قبل الشركات عابرة القارات.(1)

الجانب القانوني:

تؤكد الملاحظة من أن ثمة تداخل فيما بين الممارسة والمواقف الخلقية مع القانون أو القوانين، وهذا يتضح إذا عرفنا أنه كلما خرجت العلامة التجارية من نطاق الاقليم الجغرافي الذي تنتمي إليه الى أقاليم جغرافية أخرى لا تمت اليه بصله، كلما زادت المضايقات والقوانين الحكومية لها، وهذا طبيعي إذا علمنا أن القانون البريطاني يطبق فقط على الأراضي البريطانية والفرنسي على الأراضي الفرنسية وهكذا. ولك 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 الشؤون القانونية الخاصة بالشركة الام وذلك لاعتبارات مستحدثة على ساحة النطاق الجغرافي الجديد، لذا تظهر قضايا في مثل عمالة الاطفال، وأسواق المال الدولية هي أيضا لا تخضع لقانون دولة محدد.

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

ذلك أن الشركات أصبحت أكثر التصاقا بالمجتمعات من حولها، ومن أجل تقليل الآثار السلبية لما تقوم به من أنشطة قد يكون لها مردودها السلبي، فهي تعمد الى برامج المسؤولية المجتمعية لتقلل عبره الآثار السلبية هذه، ويمكننا أن نستعرض نزر 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 أحدثته المصانع في جنوب ويلز بريطانيا وفي اللورين في فرنسا وحتى الروهر في المانيا شواهد تؤكد ذلك، وعوامل التآكل والتعرية التي أحدثته السياحة الجماعية في العديد من

الثقافات حول العالم في مثل قرى صيد الاسماك في مالوركن أو مجتمعات مرتفعات الالب السويسرية أو لمباني الآثار الرومانية القديمة والمصرية شواهد على ذلك أيضا، وتأتي الشركات لتؤكد هذا التوجه، وفيما يلي نستعرض أجزاء مما حوته تقاريرهم السنوية بما يعزز ذلك، وكل ذلك بهدف تعزيز أمد البقاء واستمراريته.

إن مصطلح البقاء Sustainability أصبح مصطلحا دراجا في الثقافة التجارية اليوم في المؤسسات بأنواعها التجارية والحكومية، ولدى المكاتب الاستشارية ومن قبل قوى الضغط المجتمعية، وفيما يلي ندلل في استعراض سريع ما يشير الى ذلك من واقع ما لمسنه في التقارير والمصادر المعتمدة لكل جهة:

الشركة	العبرة التي تشير الى الرغبة في البقاء	المصدر
Bp شركة البترول البريطانية	'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.'	<i>Environmental and Social Review, 2000.</i>
Nokia	'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.'	www.nokia.com.
Shell	'Shell companies are committed to contribute to sustainable development.'	<i>People, Planets and Profits: The Shell Report, 2000.</i>
Volvo	'Volvo's environmental programmes shall be characterised by a holistic view, continuous improvement, technical development and resource efficiency. Volvo shall, by these	<i>Environmental Report, 2000.</i>

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

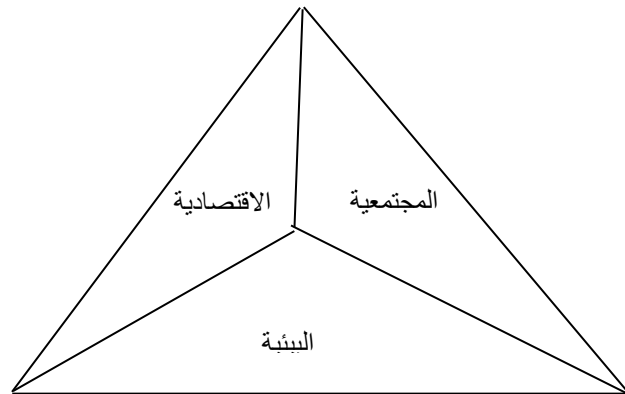
ويأتي مصطلح "البقاء" في الاستخدام كي يعبر كذلك في أحيان كثيرة على التطوير والتنمية Development ، لذا نسرد فيما يلي تعريفا يؤكد العلاقة فيما بينهما:

"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 مردودا سلبيا أو يهضم حاجات الاجيال في المستقبل.

وهو ما يزيد الامر حيره في التوازن الذي يمكن أن نلجئ اليه كي لا نكون قد انتقصنا من حق الاجيال في المستقبل في نفس الوقت، كما إن مصطلح "البقاء Sustainability" تطور كمفهوم ليشمل ليس البيئة المحيطة فقط، بل تعداه ليشمل الجوانب الاجتماعية والاقتصادية (Elkington 1999).



توازن البقاء للشركات

ذلك التمدد لمفهوم "البقاء" الذي لا يمكن أن يكون ممكنا بيئيا ما لم يكن مشاركا له وممتزجا مع النواحي المجتمعية والنواحي الاقتصادية.

مثال ذلك واضح في برامج شق الطرق على سبيل المثال فهي ترتبط ارتباطا كاملا بالجوانب البيئية والجوانب ذات العلاقة بتسيير الحركة الاقتصادية، ولها آثارها كذلك على حركة المجتمعات في منح مساحات أوسع لتخفيف آثار الازدحام في الطرقات وكذلك في منح آخرين وظائف جديدة.

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

فقد عمدت كلا الشركتين الى تحالف أو اندماج لتسيير برنامج من نوع جديد يقيهما في الاجواء الى آمام أطول، لاستهداف عدد 180 مليون راكب يعبرون الاجواء البريطانية حسب ما هو متوقع لعام 2000، وهو ما يدعو للاستثمار في فتح مدارج للطائرات جديدة ومحطات Terminals جديدة للطائرات أيضا، حيث يعتقد أعضاء التحالف أن من غير هذا الاندماج فسوف تتعرض حركة المسافرين الى ضغط الحجوزات، بل الغاء البعض لعدم تمكنها 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، فبالرغم من ترحيب قطاعات الاقتصاد وجماعات البيئة وجمعية الحد من الازعاج، غير أن لهذا البرنامج آثارا سلبية في الاحتباس الحراري على المناخ المحيط بالأرض والذي يزداد يوما بعد يوم، إضافة الى التلوث البيئي الذي سوف يخلفه، والازعاج الناتج من زيادة حركة الطائرات، وبالأخص الناس الذين يقطنون تحت المسارات التي تعبرها الطائرات، تصدت جماعات ضغط لهذا البرنامج معلنة رغبتها بالمزيد من الحرية حيال الخلود للنوم عوضا عن حرية الاجواء، وهذا ما يشير الى أن برنامج " الاجواء الحرة " يقف على الضد 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 يلي نناقش إن كانت المجتمع الأوروبي يمارس الاخلاقيات التجارية بامتياز وعلى أي مدى، ذلك أن ممارسة التجارة وفق اعتبارات أخلاقية أصبح موضوعا عاما في أوروبا، بالرغم من إنه ولد في الجانب الثاني من المحيط الأطلنطي ونعني هنا أميركا، فأوروبا دخلت متأخرة في هذا المجال، حيث تفيد الدراسات بأنها ولجته في الثمانينيات من القرن الماضي، ذلك أن النظرة الامريكية تختلف في جوانب عديدة عن النظرة الاوروبية في مجال

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

(von Weltzien Hoivik 2002).

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

هل نعنى بمصطلح أوروبا انطلاقا من الجانب الجغرافي الذى يعنى تلك البقعة الجغرافية الواقعة فيما بين أيرلندا الى البرتغال والسويد شمالا الى صقلية جنوبا؟

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

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

ويؤكد الدارسون من أن هناك اختلافا بينا فيما بين الامتين الاوروبية والامريكية في نظريتها للممارسة الاخلاقية في العمل التجاري، ويمكن تبين ذلك من خلال أسئلة خمسة:

1	Who is responsible for ethical? conduct in business?	United States The individual	Europe 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 تتسع فيه مساحة ما لى الاسهم وهو ما يدعو الى المزيد من الحيلة في الرغبة حيال الالتزام بمعايير البقاء من قبل شريحة متسعة، بينما النموذج الأوروبي تضيق دائرة ما لى الاسهم كي تصبح حصرا على الشركات المالكة والبنوك ضمن إطار أي شركة تقريبا، وهو ما يقلل من حرص هذه الشركات في الالتزام بمعايير البقاء، ويزيد من فرصة اتخاذ القرار الفردي حيال أي توجه يتطلع متخذي القرار في الشركة اتخاذه، غير أن النموذج الغربي يتمتع بنظام إجرائي تلتزم فيه الشركات عموما بالقوانين التي تصبح تشريعا عاما 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 بالأخلاق 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 متشعبة تضم، الاخلاق تجاه البيئة، الاخلاق في المجال الصحي والتطبيب، الاخلاق في السياسة والاقتصاد، الاخلاق 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

ورجوعا الى تقرير المفوضية الاوروبية الصادر بتاريخ Brussels, 22.3.2006 في بلجيكا، الذي يشير الى أن ممارسة المسؤولية الشاملة المجتمعية Corporate Social Responsibility (CSR) هو أمر طوعي تمارسه الشركات مع ملاكها في مجالات تتطلبها المجتمعات، تساعد 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 تنمية ثقة العميل وملاك الشركة بأداء الشركات، ليس على الصعيد الربحي فحسب وإنما كذلك في مجال دورها الرائد والمتحدي 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 يعنى المزيد من الالتزامات الادارية إضافة الى حساب ما قد يؤدي الى مواجهة المخاطر، إن المفوضية الاوروبية تدعو الى تشكيل تحالف يعزز من المساهمات المجتمعية من قبل كافة صور وأحجام المؤسسات التجارية العاملة في أوروبا لتشكيل مظلة لا تستدعي توقيع الاطراف المتحالفة عليها، كما لا يعتبر تشريع أو أداة قانونية يحاسب عليها المنضمون، والرغبة في أن يشعر المساهمون والمالكون والعملاء والشركاء وعلاقة الشركة بالمصانع المزودة، والحكومات أو الدول التي تعمل بها الشركة، ومنظمات غير الحكومية ووسائل الاعلام، فذلك ما يشكل في مجموعه (Stakeholder)، حيث يعد هذا التحالف بمثابة مفتاح لفرص كبيره تجمع فيما بين المنضمون وكذلك نحو شراكات جديده، 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 والافراد، فعلى سبيل المثال:

فحيال شحة المياه في الدول الافريقية:

- 1- المشكلة: حول العالم هناك 2 مليون نسمة يموتون بسبب عدم توفر مياه صالحة للشرب، معظم من يموت 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 الاذاعية واستخدام الجوال عبر تكنولوجيا إعادة التدوير
- 4- حيال وظائف القرن القادم:
 - المشكلة: العديد من الشركات تتطلع لمعرفة نوع الوظائف التي ستستجد كي تحضر لها ، ويتطلع الشباب للاحتراف في مجالات احترافية غير مهينين لها
 - المطلوب: إيجاد استراتيجيات في التعرف على توجهات الأسواق ونوع الوظائف المستحدثة بشكل ميسر
 - الحل: كان عبر استغلال شبكة وسائل التواصل المجتمعي، عبر تحليل ما يدور في الساحات عبر كلمات مفتاحية
 - قيمة المكافئة 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 بحقيبة طبية قادرة وبشكل سريع منح المعلومات اللازمة مع متابعة رائد الفضاء حيال الجرعات
 - الحل: جاء من 47 دولة، ذات حقيبة الفيرس ايد قادرة على منح رائد الفضاء البيانات اللازمة بشكل دقيق
 - المكافئة 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
 - المكافئة: 25 ألف \$
 - الحل: من 50 دولة وعدد 108 حل

العمل التجارى المسؤول:

تقر المفوضية وتؤكد في تقريرها من أن أوروبا لا تتطلع للتوسع التجاري فحسب وإنما أيضا التطلع للمسؤولية الاجتماعية للقطاع التجاري هذا *socially responsible business*، كما أنها تؤكد من أن الجانب المجتمعي سيكون بمثابة مفتاح لآفاق جديده وإبداعية تتطلع اليها أوروبا ككل، والمجلس الأوروبي فى عام 2005 أشار الى أنه من أجل جذب الاستثمارات اليه وإتاحة قاعدة متهينة 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 حولة، وقد أكد الاتحاد الأوروبي في قراراته السابقة للأعوام 2002 و2003 بأن يقوم كل رئيس دولة بتشجيع القطاع الخاص بالقيام بذلك، ولما لذلك من انعكاسات كبيرة في توفير نسبة عظيمة من الوظائف، والحد من نسبة زيادة البطالة، وتؤكد المفوضية مجددا الاسراع في تعظيم الجانب المجتمعي من خلال الجوانب التجارية، ثم تؤكد المفوضية في جانب آخر من تقريرها الصادر في 2006 من أن تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية لا يعتبر الدواء الشافي لكافة الامراض، غير أنه مساهم رئيسي في الحد منها ، فهو يمكن أن يحد على سبيل المثال من:

- 1- المزيد من الفرص الوظيفية ورفع مستوى المساهمات المجتمعية من خلال توظيف وكسب المزيد من الأفراد من مجاميع 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 برامج تطوعية.
- 4- الزيادة في استغلال المصادر الطبيعية والتقليل من مسببات التلوث البيئي.
- 5- تأمين صورة مشرقة لاسم الشركات مجتمعيًا، وحشد مواقف إيجابية لسمعتها في أذهان العامة.
- 6- الزيادة في احترام برامج حقوق الانسان، وزيادة معايير نظم التعامل مع الموظفين، بالأخص مع الدول النامية.
- 7- تقليص نسبة الفقر.
- 8- دعم احتياجات الاقليات الصغيرة من المعاقين وأصحاب الاحتياجات الخاصة.

ويمكن التحدي في الآليات والبرامج التي من الممكن من خلالها أن تحفز الشركات ويلهبها من أجل زيادة مشاركتها المجتمعية بحكم أنها اللاعب الأساسي في هذا القطاع، وهو ما يجرى بحثه وكشفه من خلال دراسات ميدانية سواء كانت تضم الشركات أو ما لى الاسهم والعملاء، وهو ما سيشكل في نهاية المطاف تحالفا أوروبيا لبرامج (CSR)، التحالف الذى سيعتبر بمثابة مظلة سياسية لمنظمين جدد أو أعضاء حاليين مهتمة ببرامج الاسهامات المجتمعية.

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

ومتاحة للجميع بما فيهم العملاء والمستثمرين وعموم الجمهور وبالمقابل فإن المفوضية سوف تدعم المالكين لتطوير آلية لتقييم مساهماتهم المجتمعية هذه، كما إنها ستدعم كافة برامج الحوار التي من شأنها أن تزيد أو أصر 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 مدركين لما يتم إنجازه من برامج بيئية وصدى ذلك كنتيجة لاستهلاكاتهم واختياراتهم الاستثمارية.

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

المساهمات 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 الهادفة 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 وإدراك خصائصه من دولة عضو الى دولة عضو أخرى، والتعاون هذا يحتم انضمام رتب وظيفية أو ممثلين 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 تجاريا، فالتوقعات تصب نحو تشجيعهم لشركاتهم في إنتاج الامثل 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 ستأمن 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 يترتب من آثار إيجابية فيما بين بقاء الشركات ومدى تنفيذها لبرامج المساهمات المجتمعية، وفيما بين العلاقة التي يمكن أن تبني وأفاقها فيما بين المجتمع بقطاعاته وقطاع الصناعة بكافة صورها، إضافة الى انعكاسات ذلك على التطوير والابداع في المجالين الصناعي والمجتمعي. إضافة الى دراسة تأثير ذلك على وقع دورة حياة المجتمع في المجالات الانتاج والتصنيع والخدمات.

6- التعليم: ذلك إن برامج المسؤولية المجتمعية يجب أن يتم تنميتها والدعوة اليها فيما بين الموظفين الذين سيكونون مدراء المستقبل فهي تعتبر قضية تمتد بامتداد الحياة ، وعلية

فالمفوضية تدعو كافة الجامعات والمعاهد العالمية بكافة صورها لادراج موضوع المسؤولية المجتمعية ضمن مناهجهم الدراسية والتدريبية .

7- البعد الدولي لبرامج المساهمات المجتمعية: سوف تعمل المفوضية الأوروبية على ترويج برنامج المسؤولية الاجتماعية دولياً بما ينسجم وتتطلع إليه برامج التنمية لدى الأمم المتحدة في القرن الواحد والعشرين ، من أجل التوصل الى صورة مرجعية عالمية لما يجب أن تكون عليه هذه البرامج ، كما ستعمل على بناء أدوات تساعد في تفعيل هذه البرامج وتشارك فيها مع ملاك الشركات أو الحكومات من أجل تعزيز آثارها ، وسوف تعمل على التوصل لمقاييس عالية المستوى والدعوة اليها 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“ الذي دخل في حيز التنفيذ منذ تاريخ 1 يناير 2006 في أوروبا، حيث ستناقش المفوضية مع شركائها من الدول والشركات كيفية الترويج.

فبرامج المساهمات المجتمعية الشاملة تعتبر همة لأنها تعكس القيمة الحقيقية للمجتمع الذي نرغب أن نعيش فيه، إنه مهم لكل شركة كانت صغيرة أم كبيرة، أن يحسنون الاقتصاد و يحسنون من أداء مجتمعهم على المدى القصير والطويل، ومهمة تلك الشركات تحفيز ما يتطلع اليه الموظفين من طموح في بيئة العمل، مثلما هي مهمة للعملاء الذين يدفعون المزيد للشراء ويرغبون بالمزيد 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 وانما سلوك يجب أن يشجع، وهو مهم بالنسبة لباقي المجتمعات الدولية التي ترغب في تعامل مماثل بمبادئ وممارسة للقيم ، كما إنه مهم لأطفالنا وللأجيال الصاعدة لأن يعيشوا في عالم يحترم الانسان والطبيعة من حولة .

وفي تقرير آخر يشير الى 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 الى ذات النتائج ، فالدراسة التالية على سبيل المثال تؤكد ما يلي:

إن القلق حيال بقاء العنصر الإنساني الذي يستهلك موارد الطبيعة من حوله أضحي قلقاً عاماً يشترك فيه سكان الارض 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، خاصة لتلك الشركات التي ستتعرض لفقدان الملكية، أو للديون المترتبة على الانتاج والمنتجات، ومع هذه المعطيات يصبح ليس من المستغرب أن يكون ثمة دراسات عديدة تتعرض للإجابة على السؤال، ما إذا كان ممارسة الدور المجتمعي أو المحافظة على "البقاء" من قبل الشركات يحسن أو ينقص و يحد من الاداء الاستثماري لها ، بالرغم من وجود حدود وضوابط للإجابة على هذا السؤال، منها مدى ما يتمتع به مديرها العام من مهارات والذي بلا شك يؤثر على العوائد الربحية للشركة، ودراسة رائدة *Derwall et*

(2004). *al.* أحرزت تقدماً في ذلك عندما استخدمت منظومة من العناصر المتغيرة لتقييم 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 مواصفة بيئية، من أن معدل المعلومات الخاصة بالمحفظات التي تضم شركات لديها مساهمات مجتمعية حيال البيئة قد تحسن بشكل كبير، كما أكدت وجود علاقة طردية في تحسن أداء الشركات الاستثمارية مع مرور الوقت. وتفصيل هذه الدراسة ونتائجها يمكن الرجوع إليها في المرجع (4)

كما تؤكد الدراسات وبالأخص تلك الأمريكية إلى أن العائد على الأرباح يصل إلى ما نسبته 52% أكثر للشركات (5) التي تضمن استراتيجياتها التسويقية المساهمات المجتمعية والاهتمامات التي يتطلع اليه العميل في علاقته سواء مع أبناءه 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 مجالي الأرباح والاصول إضافة الى استعراضنا لتاريخ الشركة ومساهماتها المجتمعية ونبدأها بما يلي وذلك وفقاً للترتيب الذي استعرضته لنا "فورشن 500":

أولاً: شركة GE

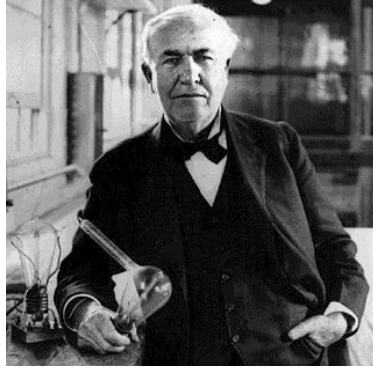


شعار جنيرال إلكتريك

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

الشعار اللفظي: Imagination at Work

جنيرال إلكتريك (General Electric) أو GE هي شركة صناعية وتكنولوجية أمريكية متعددة الجنسيات. تأسست في نيويورك في عام 1892 بعد دمج شركة إديسون جنيرال إلكتريك (تأسست في عام 1878) مع شركتين كهربائيتين أخريين. وفقاً للرسملة السوقية، شركة جنيرال إلكتريك هي ثاني أكبر شركة في العالم بعد إكسون موبيل. تنتج الشركة المعدات الكهربائية، والإلكترونية، والدائن، 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 اشترت جنيرال إلكتريك شركة RCA، ومن ضمن ذلك شبكة NBC التلفزيونية. يقع مقر الشركة الرئيسي في مدينة فيرفيلد بولاية كوناتيكت الأمريكية.



ثومس إدسون مخترع المصباح

ويبدأ تاريخ الشركة من شخص يدعى ثوماس ألفا إديسون في عام 1876 فتح معملاً Laboratory له في منلو بارك في ولاية نيو جيرسي الأمريكية ، حيث خرج من هذا المعمل أشهر مخترع على وجه الأرض ذلك هو المصباح الكهربائي، في عام 1890 نظم إدسون نشاطه التجاري من خلال التأسيس لشركة أسماها "إديسون جنيرال الكتريك "

وفي عام 1879 الرجلان ثومسون وهيوستون شكلا شركة منافسة في مجال الصناعة الكهربائية اسمها " ثومسون هيوستون 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 اليها، في عام 1892 اندمجتا هاتين الشركتين بإشراف شركة جي بي مورغن J.P.Morgan لتشكيل كيان جديد اسمه "جنيرال الكتريك كمباني " وموقعها الرئيسي في نيويورك .



مبنى المقر الرئيسي في مدينة نيويورك الأمريكية

في عام 1896 أدرجت شركة جنرال الكتريك ضمن اثني عشر شركة أخرى لتشكيل ما يسمى بالداو جونز الصناعي Dow Jones Industrial Average ومازالت مدرجة طيلة 111 سنة، بالرغم من عدم قدرة صمود الشركات الاخريات 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 أوهايو، وتم تأسيس شركة Radio Corporation of America (RCA) من قبل شركة GE وشركة American Telephone & Telegraph (AT&T) في عام 1919 في مجال صناعة الراديو والبلث الإذاعي .

العام	مسار إنجازات الشركة تاريخيا
1935	سوقت الشركة أول جهاز كهربائي للتخلص من الفضلات وهو ما يدعى garbage disposal
1942	طورت أول محرك نفث 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 أيضا على مستوى الادارة في الشركات الأمريكية.
1989	تم التأسيس لقناة CNBC التلفزيونية لتقديم الاخبار الاقتصادية لمشتركي الكيبل التلفزيوني.
1996	تمة المشاركة مع شركة مايكروسوفت للاطلاق MSNBC لمنافسة كيبل نيوز نتورك 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 "سمت لانظمة الطيران" بمبلغ 2.4 بليون باوند

ناهيك عن تصنيعها لمكائن الطائرات النفثة والتوربينات لمثل شركات بوينغ وإيرباص العالميتين وفي الملاحة الجوية للعديد من شركات الطيران كالبريطانية والفرنسية وشركات تصنيع الطائرات مثل مكدونالد دوغلاس ولوكهيد جالكسي إضافة الى 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 المحيطة والمنسجم مع ما يتخيله ويطمح به الانسان، أو ما يسمى بشركة "green" خضراء، ولا غرابة في ذلك إذا عرفنا أن الشركة اليوم تعتبر الاكبر عالميا في تلوث البيئة، لذا إجتهدت في التحسين من صورتها عبر الاجتهاد 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 للتخفيض من آثار الانبعاثات الحرارية.

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

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

4- في مجال المساهمات المجتمعية كان للشركة ما يلي:

السجل البيئي Environmental record

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

واللطيف في التقرير السنوي لشركة جي إي لعام 2007 مايو، فإنك بمجرد تحميلك للتقرير من قبل الموقع الإلكتروني فإن الشركة بناء على تحميلك تزرع شجره، ما يؤكد الجانب المجتمعي للشركة من الوهلة الاولى.

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

أداء الشركة معزز لمحور المواطنة ليضم الدوائر الاربع التالية:

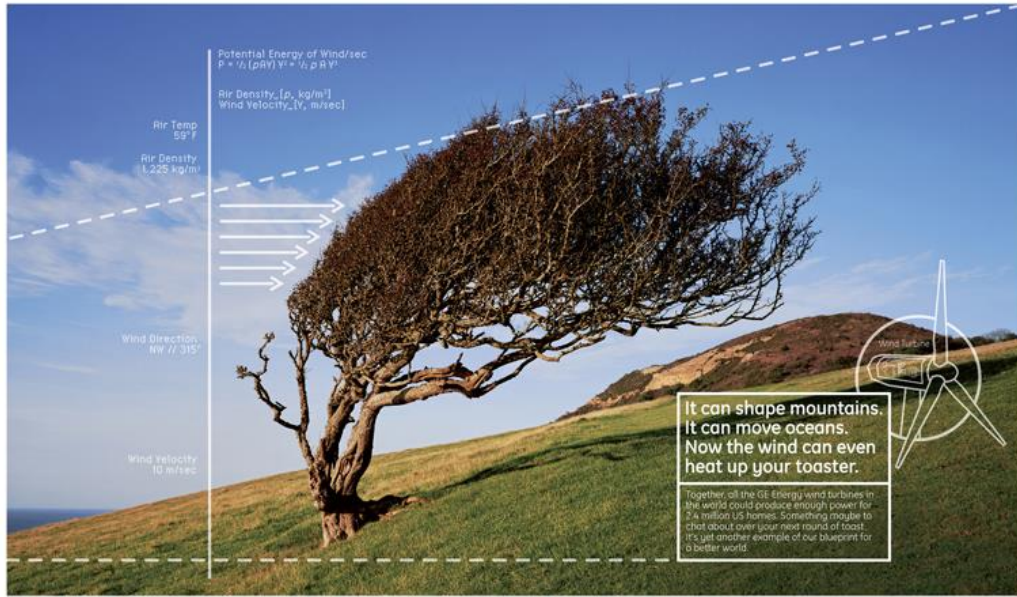
- 1- إكوماجنيشن Ecomagination
- 2- علاقة الشركة مع الحكومات
- 3- البيئة المحيطة، الصحة، والامان
- 4- اندماج الاسواق Emerging markets: وهو التوجه الصحيح لتفعيل مجالات التنمية التي تتطلع اليه الشركة نتيجة للفرص الكبيرة المتاحة فيها ، وهو في ذات الوقت ينذر بتحديات كبيره، فاندماج الاسواق يستهلك أكثر من نصف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

وقد حققت شركة جى إى تطورا فى استراتيجية "إيكوماجنيشن" فى المجالات التالية فى عام 2006:

1- ضاعفت استثماراتنا فى الاباحث النظيفة، فهي استثمرت 900 مليون \$ لدعم أبحاث تطوير التكنولوجيا النظيفة cleaner technology research مع تنميتها، والهدف أن تصل الى استثمار مبلغ 1.5 بليون \$ مع عام 2010 فى البحث والتطوير ضمن استراتيجية "إيكوماجنيشن".

2- زادة الأرباح الناتجة عن "منتجات إيكوماجنيشن" لتصل الى 12 بليون \$ فى عام 2006، مع استهداف رقم 20 بليون بالمبيعات مع عام 2010.

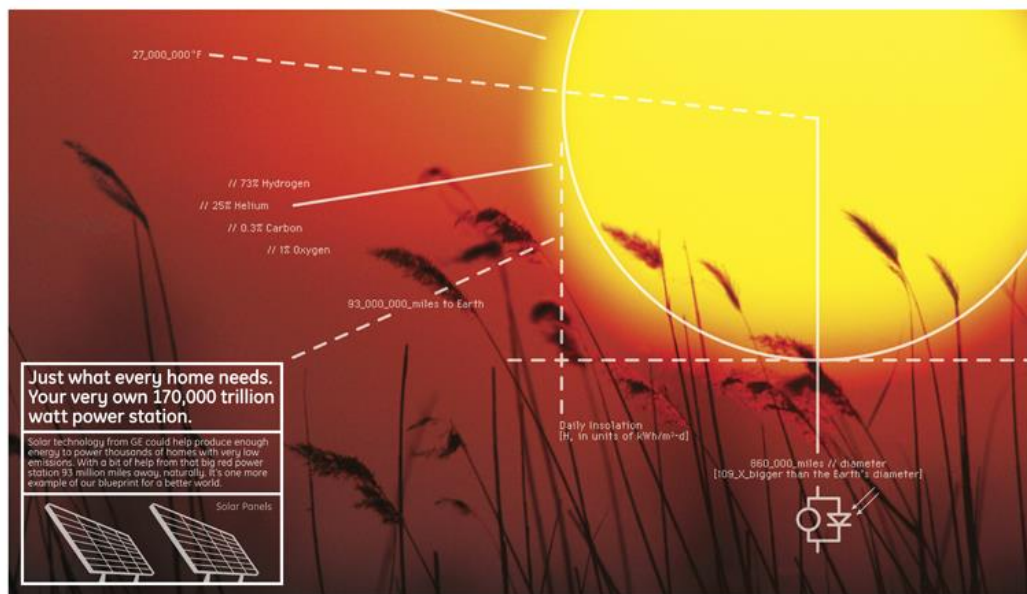
3- تقليل نسبة الانبعاثات الحرارية 4% عن عام 2004، وزادت من كفاءة استغلال الطاقة فى عمليات الانتاج، وقلصت استغلال الطاقة بمعدل 21% عن عام 2004، وتحسين كفاءة استغلال الطاقة بنسبة 30% مع عام 2012.



ecomagination.com



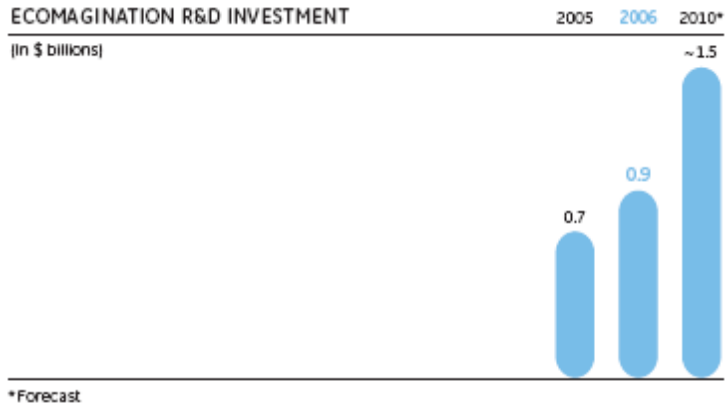
ecomagination.com



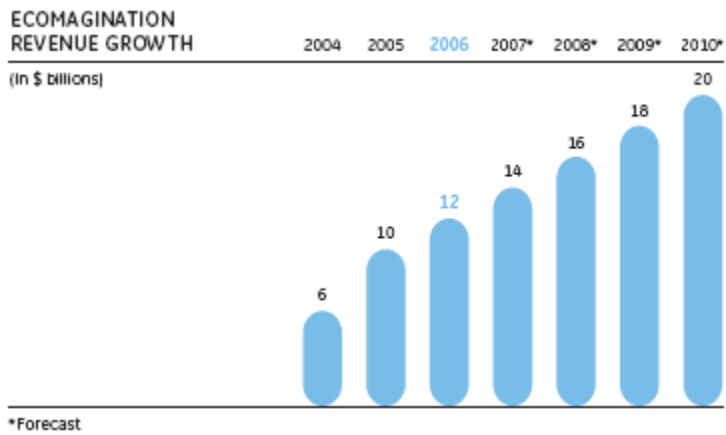
ecomagination.com



شعارات الحملة



معدل الصرف في مجال البحث والتطوير لتعزيز المسؤولية المجتمعية



توقعات العائد على الاستثمار عبر ذات البرنامج

فالشركة ترفض برامج العري أو ما يستثير الجنس، العنف، أو الحوار واللغة الداعية لذلك، أو برامج داعية لتعاطي المخدرات أو الكحول أو التدخين، أو برامج تسيئ لأقليات عرقية أو ما يؤكد نمط حياتي 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 بليون \$ الى 3.7 بليون \$ مقارنة بعام 2004، ولدى الشركة أفضل معمل مختبرية في العالم فهي تضم حوالي 2600 عالم وباحث.

قضايانا البحثية تتنوع بتنوع الاحتياجات الانسانية والمجتمعية، وللشركة أبحاث متقدمة في الخلايا الجذعية، وأبحاث حول استصناع خلايا متلائمة مع الخلايا الإنسانية، كما تطبق الأبحاث على الحيوان وفقا للأحكام التي تقرها الحكومات ولا تتعدها، وتساهم تلك الأبحاث في تطوير خواص المنتجات المصنعة للاستخدام الإنساني.

مناصرة المجتمعات:

صندوق جي إي 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 إي بالخدمات أو الخامات:

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

البيئة والصحة والامن الصناعي:

نظام الشركة يفرض عليها تأمين بيئة ورعاية صحية وأمن صناعي، ومعلومات قابلة للقياس تمكنا من تطبيق أفضل الممارسات وتحسن من الاداء.

- ففي عام 2006، تم تخفيض معدل عدد حالات الاصابات والحالات المرضية بنسبة 9%، ومعدل تبديد الاوقات بنسبة 4%
- تحقيق معدلات مرتفعة من الاداء حيال (الحد من التلوث الهوائي، المجاري المائية، النفايات)
- حيازة أكثر من 215 شهادة امتياز وتقدير في هذه المجالات.

في مجال التعليم:

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

الرعاية الصحية:

تم دفع 20 مليون\$ تبرعات عينية من المنتجات الصحية وتحسين الوضع الصحي لدول أفريقية، الدعم حقق ترميم وتشغيل وتطوير 12 مستشفى في غانا و 13 مشروع في كينيا وملاوي ورواندا والسنغال، جاري التطوير لعدد 30 عيادة ومستشفى في أنحاء أفريقيا.

مجال الكوارث الطبيعية:

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



مساهمات موظفي جي إي مع الصندوق الخيري بلغت 219 مليون \$

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

ثانيا: شركة بروكتور آند غامبل P&G



تعرف الشركة بنفسها لتقول:

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

تاريخ الشركة:

في عام 1837 لم يكن أى من وليام بروكتور ولا جيمس جامبل ينويا الاستقرار فى سنسنتاتى، بروكتور هاجر من بريطانيا، وجامبل وصل من أيرلندا، فقد كانا يقصدان الغرب الأمريكى، وبغض النظر عن النوايا فإن كلاهما حطت بهما الرحال فى مدينة كوين ستى فى الغرب، فانشغل بروكتور فى تمرىض زوجته التى وافقتها المنية بعد ذلك، وانشغل جامبل فى تطبيب نفسه من الامراض التى أصابته، أسس بروكتور نفسه بعد ذلك تجاريا فى مجال صناعة الشمع ، وانشغل جامبل فى التعرف على مبادئ صناعة الصابون، والغريب أن الاثنين لم يسبق لهما أن التقيا فى الوقت الذى كانا متزوجين من أخوات "أولفيا والزابيث نورس"، حيث استطاع عمهم، والد زوجتيهما، أن يقنعهما بتأسيس شراكة تجارية، وفى 1837 بعد نصيحة العم الكزاندر، ولدت الشركة (بروكتور وجامبل).

فى تاريخ 12 ابريل 1837 بدأ الشريكين فى بيع الشمع والصابون، وفى 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 فى شمال الصورة

في عام 1837 كان من الصعوبة البدء بأي عمل تجارى في الولايات المتحدة الامريكية، كانت مدينة سنسنتي وهي إحدى مدن ولاية أوهايو الامريكية مركزا للتجارة نشط، وكانت أميركا في تلك الحقبة التاريخية تعاني من موجة كساد تجارى وخسائر وتفليس مالي شمل المئات من البنوك، حتى أشيع من أن القارة الامريكية أحييت للإفلاس، في هذه الاجواء الاقتصادية دشنت شركة بروكتور آند جامبل مشروعها التجارية، كان القلق يراود الملاك في الموقف الذى لا يحسد عليه، فهم من جهة يعانون من ركود اقتصادي قاتل وفي ذات الوقت يواجهون منافسة من 14 علامة تنتج ما يرغبون في إنتاجه ألا وهو الصابون والشموع، اتصفا الشريكان بروكتور وجامبل بالقدرة على التحلي بالحلم في وقت الازمات وهذا كان سر من أسرار نجاح هذه الشركة، ففي عام 1850 على سبيل المثال فلم يتأثرا بالإشاعات الخاصة بالحرب الاهلية في الولايات المتحدة الامريكية، فقررا بناء مصنع جديد لاستكمال وإبقاء وتنمية تجارتهم.

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

العام	المسار التاريخي للإنجازات
1850	القمر والنجوم "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 الشموع مع ظهور اختراع المصباح الكهربائي، ما جعل الشركة توقف إنتاج الشمع مع عام 1920.
1859	بعد 22 عام من الشراكة استطاعت أن تحقق الشركة 1 مليون \$ من المبيعات، مع توظيف 80 عامل في الشركة.
1862	أثناء الحرب الاهلية، حازت الشركة على عدة عقود لتزويد الجيش الاتحاد الأمريكي بمنتجاتها من الصابون، ما جعل المصنع مستمرا في الإنتاج طوال فترة الحرب، أدى ذلك الى بناء سمعة إيجابية لمنتجات الشركة في أذهان الجنود ومع أهاليهم أيضا عندما كان الجنود يرجعون الى أهاليهم محملين بمنتجات الشركة.
1879	إبن جيمس غامبل واسمه نورس غامبل، وأحد الكيميائيين العاملين في الشركة طورا مستحضرا صوبوني رخيص السعر وفائق البياض، يعادل في جودته تلك الاصناف المستوردة من الخارج، وقد أطلق اسم " آيفورى" على هذا الصابون.

 <p>مصنع الصابون</p>	
<p>هاري بروكتور أقنع الشركاء بتخصيص مبلغ \$ 11,000 للإعلان عن هذا الصابون كأول مرة في صحيفة الاسبوعية الانديبندنت.</p>	1882
<p>منحت الشركة العمال جزء من أسهم الشركة لتخفيف وطئ موجة المطالبات العمالية بالحقوق والامتيازات.</p>	1887
<p>أصبحت الشركة تنتج أكثر من 30 نوع من أنواع الصابون، وبدأت حملاتها الاعلانية تتألق في الصحف والمجلات، وبدأت في توسعة عملياتها لتخرج من إطار سنسناتى الى مصنع فى كانساس ثم خارج الولايات المتحدة من خلال مصنع فى أونتاريو كندا، وكانت مختبراتها تعمل على مدار الساعة في تطوير المنتجات فغطت مساحات عديده في مستحضرات التنظيف وظهر أول نوع من أنواع الصابون المستخدم لغسيل الماكينات Chipso ، وصابون كمسحوق Dreft ، وأول مستحضر لزيت نباتى Crisco.</p> 	1890
<p>ظهر أول إعلان ملون للشركة لعلامة آيفورى في مجلة " Cosmopolitan magazine كوزموبوليتان ماغازين " يحمل صورة إمراه.</p> 	1896

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

1926	مواكبة لتوجه سوق العطور وانتشارها، أعلنت الشركة عن أول منتج في هذا القطاع، صابون كامى
	
1930	تُنشئ الشركة أول فرع خارج أميركا من خلال شراء شركة بريطانية تدعى Thomas Hedley & Sons Co., Ltd ، وصابون "فيري Fairy Soap" يعتبر أحد منتجاتها.
1931	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.
1933	ولد مسحوق درفت لغسيل الملابس الذي أسس لصناعة جديده فى هذا المجال.
	
1934	وليام بروكتور توفى وهو آخر سلالة من مؤسسي الشركة، ودخلت الشركة فى مجال العناية بالشعر وظهر شامبو لغسيل الشعر.
	
1935	دشنت الشركة أول مصنع لها فى آسيا فى مدينة مانيلا الفلبين
1937	احتفلت الشركة بمضي 100 سنة على التأسيس، حيث ناهزت المبيعات 230 مليون \$
1939	بعد تدشين أول بث تلفزيوني في أميركا، وبعد خمس أشهر من البث تبث الشركة أول إعلان تلفزيوني لصابون أيفورى أثناء عرض مباريات كرة السلة league baseball game.

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

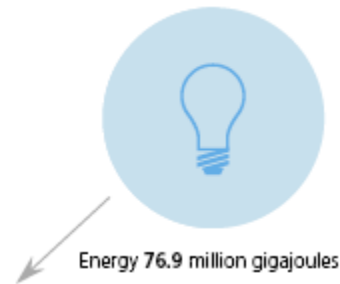
1988	دخلت الشركة في شراكه مع إحدى الشركات الصينية، وبذلك تصبح للشركة القدرة على تقليص إنتاج العلب البلاستيكية والتعليب بنسبة 85% وهذا يبقيا منافسة للآخرين.
1989	دخلت الشركة في مجال مستحضرات التجميل "كوزماتكس"
1991	استحوذت الشركة على علامة "ماكسفكتور" وانتشرت في دول شرق أوروبا وروسيا
1992	حازت الشركة على الميدالية الذهبية للمركز العالمي لعناية بالبيئة لما حقته من إنجازات حيال البيئة.
1993	طورت الشركة إداريا قدراتها على تقليص عمليات الإنتاج لخدمة الاسواق بشكل أفضل، كما دشنت مبناها الجديد في طوكيو
1994	أضافت الشركة لمجموعتها في قطاع التجميل " علامة جورجيو بفرلي هلز " كما حازت على شهادة 2000 لتعاملها العادل مع العمال وفي مجال التوظيف غير المنحاز وتنمية قدرات الموظفين.

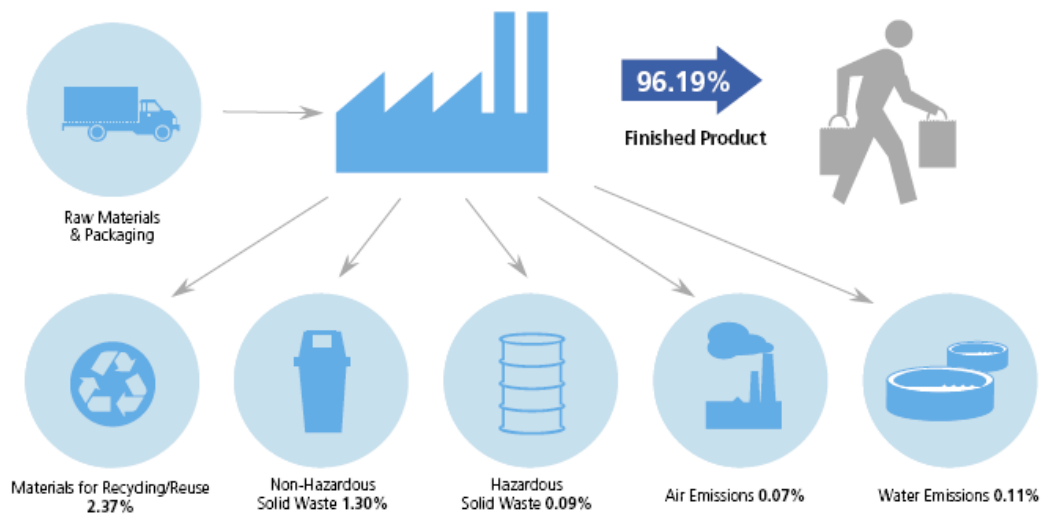
المساهمات المجتمعية:

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

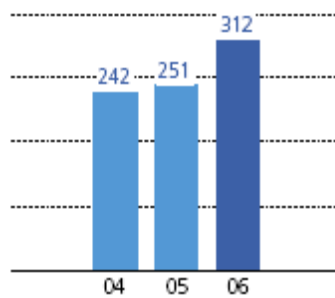
- 1- استخدامات (المواد، الطاقة، المياه، التنوع الحيوي، الانبعاث الحراري وفضلات المواد، وقع منتجاتنا وخدماتنا على البيئة)
- 2- العمالة والتوظيف (التوظيف، علاقة الادارة بالموظفين، الصحة والامان، التدريب والتعليم، الفرص المتاحة)
- 3- حقوق الانسان (توظيف الاطفال، نبذ العنف)
- 4- المجتمع (الجماعات والجاليات،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

حيث قد تم الاطلاع على تقارير تفصيلية توضح نوع الاستهلاك ونسبه وحجم التقليل في الانبعاث الحراري على مدى أكثر من عام، وعلاقة التناغم التي تطمح اليها منتجات بروكتور وجامبل مع البيئة كي تكون صديقة ومتوائمة 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 .

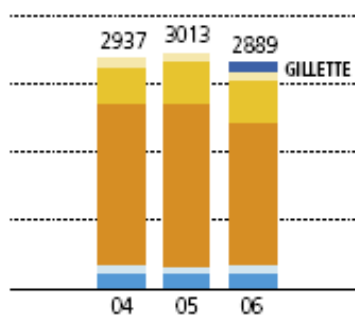




GREENHOUSE GAS EMISSIONS ECO-EFFICIENCY (global production units per metric tonne of CO₂, indexed vs. 1990)



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

ففي 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.			
	2006	2005	2004
Number	48	80	64
Fines	\$127,500	\$147,400	\$28,320

ما يشير الى انخفاض 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 مقار عملياتها حول العالم،

وثمة ثلاثة التزامات للشركة تكمن في، الاهتمام بالبيئة من حولها، إجراءات السلامة الصناعية وتطبيق إجراءات الصحة والنظافة، وإجراءات الحماية من الحريق ونظام استشفائي علاجي طبي، 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 تستوفي 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 أجناسهم وجنسهم:

حرصا من الشركة على تأمين هذا التنوع، فقد حفزت شريحة القيادة العليا وعددهم ثلاثمائة بأن ربطت منحة الاسم بحجم التنوع هذا.

وفي السعودية على سبيل المثال نجد أن الشركة حريصة على إشراك المرأة السعودية في وظائف الشركة، فهي لها صلاحية مناقشة ومناظرة قرنائها كما إنها تفقد فرق عمل، والتنوع يحوي 20 جنسيه مختلفة، ضمن طاقم عمل من 850 موظف، ويعتبر أمر توظيف المرأة وإشراكها قضية أيضا في اليابان، فهي تنعم 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 ففي اليابان يتنوع نشاطها ليشمل تطوير أدوات التعليم في قطاعات الصناعة المحلية وتعميم 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 ¹	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 ¹	19.0	18.7	19.5
% Female			
Management	37.0	36.3	35.4
All Other Employees ¹	40.0	39.6	38.9
¹ Administrative, Technical and Plant Technicians			

كما تدعم الشركة برامج التعليم، من مراحل الحضانة الى 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 الى 13.6 مليون \$ لخدمات صحية، و 8.4 مليون \$ لبرامج مدنية في مجالات الثقافة وخدمات المجتمع، كما إن للشركة مساهمات كبيره لتنمية اقتصاديات الأقليات المجتمعية والمؤسسات التي تدار من قبل المرأة حول العالم، ففي الولايات المتحدة الامريكية خصصت الشركة مبلغ \$1.145 billion لحوالي 1,300 أقلية 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 " والعلاقة 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 وهي معرضة للمسائلة القانونية بحكم أنها تعتبر جريمة.
- 3- تدعم الشركة حقوق الانسان عالميا، وبالأخص فى المناطق التي تعمل بها، أو مع من تتعامل معه تجاريا، وتعمل جاهدة على أن ندعم كافة الشركات المزودة أو المصدرة لها ومن تتعامل معه تجاريا بالدعم اللازم ما التزم بحقوق الانسان .
- 4- تطوع الشركة وتهيئ تعاملات عادلة مع موظفيها، في مثل الاجراءات الصحة والبيئة المجهزة أمنيا وبيئة مهيئة للعطاء والانتاج، وهي تحترم رغبة موظفيها بالارتباط مع أي روابط مجتمعية أو هيئات وتحت الشركات التي تعمل معها بالقيام بذلك أيضا.

المجتمعات المصغرة:

إن كل مقر إنتاجي للشركة مطالب حيثما كان جغرافيا بأن يبني علاقة بناءه مع السلطات المحلية والروابط الصناعية والمناطق السكنية للجيران المحيطين، ويعتمد على خصوصية كل مجتمع محيط وتوجهاته وتطلعاته وثقافته، كما يتم إحاطة السلطات والمجتمعات المحيطة بالأخبار الخاصة بالشركة، وتجاذب أطراف الحديث معها أولا بأول، فيتم على ضوء ذلك رعاية العديد من المناسبات والاحداث 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 أمد عمريه 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 فى الشركة كصورة توضيحية للتناغم مع المجتمعات التي تعمل بها الشركة:

قطاع القهوة في الشركة يؤكد التواصل المجتمعي من خلال تمكين المزارعين من حياة رغبة 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 الاسعار وانعكس ذلك على أجورهم بشكل كبير، غير أن المشاكل المجتمعية استمرت، وظلت الشركة تكافح من أجل التوصل الى حلول مع السلطات المحلية للتوصل الى حلول جذرية وفق نظام قابل لحل المشكلة، وفيما يلي الاربع مساحات التي عملت فيه الشركة لتأمين ذلك:

- 1- العمل على تكثيف زيادة طلب العملاء لتحاشى فرصة إغراق الاسواق مستقبلا بالمنتوج، وقد تم ذلك من خلال تحسين الجودة وتحسن طرق العرض والترويج والتوزيع وتطوير المنتج الى أصناف عدة، لذا يشير آخر استطلاع رأى في الولايات المتحدة الامريكية الى أن معدل استهلاك القهوة بدأ بالارتفاع بعد انخفاض شهيته طيلة السنوات الخمسون الماضية.

- 2- حل المشاكل على مستوى الصناعة والانتاج، لذا فقد قامت الشركة بجهود دولية لضمان استقرار إنتاج القهوة وفق معايير تفرضها المنظمات الدوائية، وتضمن الامداد اللازم واستقرار بقاء المنتج عالميا.
- 3- تأمين البنية التحتية لمجالات التعليم والصحة، فقد عملت الشركة على التحالف مع منظمة "التكنو سيرف " غير الهادفة للربح، لمساعدة المزارعين من الصغار كي يكونون مقاولين ملتزمين، في مثل مساعدة المزارعين لتشكيل روابط وجمعيات تساعد في المشاركة من أجل تخفيض كلف الانتاج، كما تساعد 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 الاسهال أو الادمان أو نقص اليود. وقد عمدت لبناء المدارس في مناطق نائية من أميركا اللاتينية بما يحسن من مستوى الحياة هناك، ويمنح فرصا أفضل في الدخول للأطفال العاملين في الحقول. وهذا ما حدث أيضا في كل من غواتيمالا ونيكاراغوا وهندوراس وكولومبيا.

الجانب الأمني في منتجات الشركة في الجانبين الانساني والبيئي:

شؤون النظم وأمن المنتجات هي المسؤولية عن تأمين سلامة المنتج والتغليف الخاص بها للمستهلكين، الامن من حيث البيئة وما يتفق مع القوانين المعتمدة في الموقع الجغرافي الذي تباع فيه، كما إنها تتأكد من تطابق ذلك مع أنظمة إدارة الفضلات، و فرض نظام لتحديد معدلات المخاطر هو نظام يطبق للتعرف على معدل ودرجة أمان المنتجات ومحتوياتها، أيضا بما يختص بمخاطر المواد الكيماوية، بما يجعله معلوم وخاضع للنظم واللوائح المخصصة لذلك.

يتضح من أداء الشركة حيال المسؤولية الاجتماعية الربط المنسجم فيما بين كل منتج أو قطاع صناعي وشكل المسؤولية المجتمعية التي تقابله، وهذا يعكس الانسجام من جهة والترابط الذي لا يمكن أن ينفك فيما بين الأداءين، وكأن 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 أيضا بالتسويق الاخضر Green marketing.

ثالثاً: شركة جونسون آند جونسون



الشعار

1- التاريخ:

المركز التسويقي: العناية بالصحة A health care company

العالم	مسار الإنجاز للشركة
1887	شكل الشركة "جونسون & جونسون" الاخوين جيمس ادوارد وود جونسون وجونسون "في مكان مؤجر في نيو برونزويك، ولاية نيوجيرزي الأمريكية ، وفي وقت لاحق من السنة دخل الشراكة الاخ روبرت وود جونسون، لينضم الى هذه الشركة، وهو من كان مهتما بعمليات التعقيم الجراحي في الشركة ويملك 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 بودة "تالكوم" للأطفال وانتشرت إنتشارا كبيرا فيما بين الامهات لما كان له من آثار حميدة لمستهن على أطفالهن كما قدمت الشركة أول حقيبة إسعافات أولية لعمال سكك 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، لتقلص احتمالات العدوى بعد العمليات.
1896	تنتج الشركة أول خيوط لاسنان Dental floss
1900	المبيعات 1.3 مليون \$ والارباح \$230.000 أول مسؤولية إجتماعية تدخلها الشركة لتضميد 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، لتغطية احتياجات الجيش.

1920	<p>أحد موظفي الشركة تتعرض زوجته لحادث في المطبخ، فيتوصل الى فكرة البانديج الذي من خلاله يتم وضع قطن في الوسط على شريط لاصق لوقف النزيف الفوري.</p> 
1929	<p>دخلت أميركا في حالة كساد كبير ، وعملت الشركة على ضمان استمرار إنتاجها والحفاظ على الموظفين ما أمكن.</p>
1930	<p>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 "نتروجينا"</p>
1934	<p>اعتماد مفهوم اللامركزية في الادارة، وهو مفهوم فاعل الى يومنا هذا</p>
1935	<p>روبرت جونسون يؤصل لتجربة الشركة بإصدار كتيب تحت إسم Our Credo يبين فيه رؤيته وعلاقته مع شركائه من حملة الاسهم والشركات والملاك (Stakeholder)</p>
1937	<p>استحدثت الشركة مجالا جديدا في مجال تحديد النسل وتنظيم الاسرة والتعرف على الحمل المبكر وأنشأت لها شركة في ذلك هي Ortho-McNeil Pharmaceutical, Inc</p>
1953	<p>أنشأ الدكتور Dr. Paul Janssen في عمر مبكره 27 عاما 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 .</p>
1954	<p>تم إعادة هيكلة الشركة وأصبح ثمة تسعة مدراء تنفيذيين في الشبكة بينهم 3 نساء</p>
1959	<p>ولد منتج تايلينول</p> 
1962	<p>مضى على الشركة 75 عام وأصبحت شركة عالمية تحضى بـ 83 مصنعا، و 30 موقع و 53 فرع أجنبي.</p>
1968	<p>توفي روبرت جونسون عن 74 عام وتم تأسيس مؤسسة خيرية بإسم روبرت جونسون برأس مال 1.2 بليون\$ للرعاية الصحية ومقرها ولاية نيوجرسي الامريكية لمنح المساعدات والراعيات الصحية اللازمة للمحتاجين.</p>

	
<p>1986 تعرض منتج التايلينول الاعتداء آخر بعد إعتداء 1982، وسحبت كافة الكميات من الاسواق ، وصمم كاب سيلد للعبوة جديد .</p>	<p>1986</p>
<p>1987 ولد جهاز رصد كمية الجلوكوز فى الدم لمرضى السكر</p>  <p>واعتبرت فى ذات العام شركة جونسون من أصل 100 شركة الاقرب لمتطلبات واحتياجات الام وحازت جائزة على ذلك.</p>	<p>1987</p>
<p>1988 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 الاطفال ما دون 14 عام .</p> 	<p>1988</p>
<p>استحدثت الشركة قطاعا خاصا بمستلزمات الاطفال JOHNSON'S® Baby</p>	<p>1989</p>
<p>تم إختراع مستحضر دوائى لمعالجة تجعدات الجلد</p>	<p>1993</p>
<p>توفر الشركة الاطراف الصناعية منتج ريمينيل لعلاج مرض الزهايمر</p> 	<p>2000</p>

2- المساهمات المجتمعية:

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

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

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

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

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

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

مجال المرأة والطفل:

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

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

برنامج "أطفال آمنون Safe Kids"، يعتبر المنظمة غير الربحية الاولى عالميا المهمة والموجهة أنشطتها لرعاية الطفل وسلامته من الحوادث، ذلك أن معظم الاطفال يلقون حتفهم نتيجة للحوادث، سواء بالمرور والغرق والحريق والتسمم أو السقوط، فالحوادث تقتل سنويا مليون طفل حول العالم، وتؤدي الى إعاقة الكثيرين، 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 الاطفال من الحوادث، ففي الولايات المتحدة الامريكية تمكنت من تقليص الحوادث بنسبة 45 %، وأن تحمي حياة 38.000 طفل لان يبقوا أحياء، وفي كندا وصلت النسبة الى 37% في تقليص الحوادث، بينما في المانيا وصلت الى 80% وفي النمسا 75%، ذلك عبر هذا البرنامج، فقد تم توفير عدد 2.5 مليون خوذ لقيادة الدراجات الهوائية و250.000 جرس إنذار للحريق، وتم تفقد 740.000 مقعد سيارة، هذا البرنامج الشبكي يتمتع بعضوية 16 دولة لتطبيق برامج السلامة والتدريب عليها عالميا، ويعمل جنبا الى جنب مع رجال أطفاء الحريق، ومحامين، وخبراء صحة عالميين، إضافة الى الأباء والأمهات، ورجال سياسة، وحكومات، ومتطوعين، ومعلمين، وشركات تجارية، عبر برامج توعية إعلامية، وتوفير بيئة مناسبة أمنة لحماية الاطفال أينما وجدوا.

كذلك العمل في إندونيسيا حيال ضبط قضية موت الامهات الآتي يضر وقت الولادة، فهناك معدل 20.000 إمراه تموت في إندونيسيا سنويا نظرا لنقص الرعاية اللازمة لذلك، وعليه فقد تم تخصيص مبلغ لتدريب 600 "حاضنة أو مربية" وتدريبهم على المعايير والخدمات المناسبة لتخفيض ذلك، وتعليمهم على أسس تخفيض العدوى والتخطيط العائلي، وتم إنتاج برنامج في هيئة شريط فيديو يستفيد منه 76.000 حاضنة ويتدربن بناء على ذلك.

وفي نيوجيرسى تم إنشاء مركز لرعاية وأبحاث مرضى السرطان، إستفاد منه 70.000 مريض في عام 2006،

وثمة مساهمات عديدة تتنوع 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 نيوجيرسى في 1988.

برامج احتواء مرض الإيدز في أفريقيا:

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

جنوب أفريقيا لهذا الغرض، كما استفادة 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 الاطفال تعتبر شركة جونسون شريك لا غنى عنه في الحد من انتشار المرض بين الاطفال، ففي عام 2006 فقط وصلت خدمات المؤسسة لأكثر من 260.000 إمراه حامل، في أكثر من 460 مركزا صحيا حول العالم، شملت روسيا والهند والصين وزمبابواي والكاميرون، وأكثر من 2 مليون إمراه تم تحليل عينات لهن في ذلك.

وفى سانديغو كاليفورنيا تم رعاية 15.000 مشرد من الفقراء ورعايتهم صحيا وبناء على برنامج مخصص لذلك.

ومؤسسات مشابه 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.

تفعيلا 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 فان ننجح"

ما يلي قائمة بأسماء بعض الحلفاء:

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

17. Wharton School, University of Pennsylvania وارتون بجامعة بنسلفانيا

18. Yale University جامعة ييل

ملاحظاتنا العامة على أداء الشركة المجتمعي:

- 1- من الواضح الفرق فيما بين شركة "فايزر" وشركة "جونسون وجونسون" بالرغم من تفوق شركة "فايزر" المالي، غير أن شركة جونسون تؤكد وبشكل جلي 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 الفوري مع الازمات الطبيعية حول العالم يؤكد بأنها "تهتم" بالانسان كإنسان.
- 3- لم نلاحظ عوائد حتى ولو من بعيد في دعم منتجات الشركة من خلال البرامج التي تقرر، فإذا كانت بروكتور وجميل تعتمد أي برنامج بما يكون له عائد غير مباشر مثل تحسين صحة المزارعين للقهوة فإن جونسون لم نلاحظ أي عائد مع ما تباع .
- 4- 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 ونمت هذه الرؤية عبر السنين لتثمر مؤسسات مجتمعية حول العالم.

خامسا: والت دزنى




المؤسس walt disney



الشعار

تاريخ الشركة وإنجازاتها:

مسار إنجاز الشركة	
<p>فهو المخترع لشخصية الميكى ماوس ومفهوم المنتزهات ودزنى لاند.</p> <p>ولد من أب أيرلندي وأم ألمانية، وترعرع في مزارع ميزوري الأمريكية، وكان يهوى الرسم من نعومة أظافرة، وباع أول دفتر لرسوماته الى جيرانه في عمر السابعة، تلقى تعليمه الاكاديمي في شيكاغو في " Fine arts " ومارس التصوير الفوتوغرافي بشغف ، أثناء 1918 تقدم للمجهود الحربى غير أن عمره كان لم يكن يتجاوز الـ 16 عام، فانضم الى الصليب الاحمر، وكان يقود سيارة الاسعاف التي ملئها بالرسوم الكرتونية من الخارج ، بعد الحرب وفى 1922 انظم للعمل في إحدى الوكالات الاعلانية كرسام، ثم طور موهبته لما يسمى ببعث الحياة في رسوماته فظهرت الرسوم المتحركة.</p>	

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 وشرى كامرة في كراج عميهما، ولم يطل الوقت، حيث كلفا بإنجاز عمل كوميدي تحت اسم "أليس"

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

في عام 1932 تم إنتاج سنو وايت بمبلغ \$1,499,000 أثناء فترة كساد مرت على أميركا والفيلم مازال يعتبر أحد أبرز المعالم الرئيسية لهذا الرجل، تبعتها إنتاج بونيكو وفانتازيا ودمبو



ولدت دزني لاند في 1955 بمبلغ 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 إيكوت " كوجه نظر حيال شكل الحياة التي ستعيشها الصناعة مستقبلا، لذا باشر في شراء مساحة من الارض تعادل في مساحتها ضعف مساحة جزيرة منهاتن "43 كم مربع أرض بكر في وسط فلوريدا " لإقامة مدينة والت دزني والمنزهات والفنادق التابعة لها. وقد تم افتتاحها

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

أعلنت والت دزنى عن توصلها لاتفاقية مع شركة باكسر من أجل الاستحواذ عليها، واستحوذت عليها بالفعل في 2 مايو	2006-24-يناير
تكون منتزهات دزنى قد إستضافت 2 بليون ضيف .	2مايو 2006
تتبرع الشركة بمبلغ 5مليون \$ لمستشفى أطفال لوسأنجلوس	أكتوبر 2006
تم تعيين نائب الرئيس التنفيذي لشؤون المسؤولية المجتمعية "كيرى شاندلر"	نوفمبر 2006
تم بيع فريق "مايتى داكس" لأحدى المؤسسات الانسانية.	فبراير 2005
تم إتمام شراء شبكة التلفزيون ABC	فبراير 96
ظهر أول بث للقناة الرياضية ESPN	1نوفمبر 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 وليست لتوزيع جوائز أو ترويج أحداث ومنسابات، وأن توجه للصندوق الاقرب في التوجه لها في مثل صندوق دعم الاطفال أو صندوق الامنيات Make a wish fund، وثمة ما يسمى "متطوعي دزنى" Disney VoluntEARS وهو برنامج ينضم اليه من يرغب من موظفي دزنى للمساهمة في إضفاء البهجة على حياة الاطفال، وتفقد احتياجاتهم حول العالم، تبرعوا في العام 2006 بما يوازي 442.000 ساعة من الخدمات لجعل أمنيات الاطفال وعائلاتهم أقرب الى 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.

تعتنى دزنى بالبيئة المحيطة وفق خليط من الموارد والصيانة مع مراقبة ما تحققه من نمو تجارى نضير ذلك، وفى دزنى فقد اختط متخذو القرار أن تكون تجارتهم فى الاسهامات ذات العوائد المثمرة على البيئة، لذا نجد ثمة:

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

وقد التزمت الشركة ومنذ الايام الاولى لوالدت دزنى بأن تطوع رسالتها الاستثمارية لما فيه خدمة مجتمعاتها المحيطة، كما إن تحت رعاية الشركة فإن لديها مبادرات فى 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 الاطفال والفنون والبيئة المحيطة "التخضير 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 ومواقع استثمارات دزنى.

فقد كان التركيز منصبا على الاطفال وعوائلهم، بالإضافة الى دعم التعليم والرعاية الصحية والمبادرات المجتمعية، فبر نامج "فولانتيرز" يتم قيادته من خلال 45 عضو من اللجنة الموجهة في شركة دزنى، ففي 2004 على سبيل، المثال تطوع منتجع دزنى لاند بعدد 116.000 ساعة من العمل التي خصصت لعدد 90 مشروعا داعما لمشاريع مجتمعية متنوعة، منها خصص للأطفال المكفوفين، ولأطفال نزلاء المستشفيات ولمرضى الايدز، وتبرع الاعضاء من مالهم الخاص بمبلغ \$865.000 لهذه الجهات والمنظمات المشرفة عليها.



موظفي فولانتيرز

إدراكا من دزنى الصعوبات التي تواجه الاطفال فى تحصيلهم العلمى من المراحل الاولى التعليمية الى مرحلة الثانوية، فقد هيئت برامج لتنمية القدرات الاستيعابية والتعليمية للاطفال وذلك فى مدارس أورلاندو فلوريدا.

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

إستغلال أوقات الفراغ بما هو بناء:

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

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

فى 2005 أكثر من 5.045 متطوع من دزنى فى نيويورك شارك فى 137 مشروع

بالاسهام فى أكثر من 83.744 ساعة عمل جاء الموظفون من دزنى وشبكة ABC.ESPN وغيرها من الشركات التابعة لدزنى، فى عام 2003 تطوع 13.000 متطوع لخدمة 146 مشروع بمعدل اسهام وصل الى 42.436 ساعة ، وهذا الامر التطوعى معمول به فى كافة ملاهى دزنى حتى فى باريس ، فعدد المطوعين بلغ فى 1991 350 متطوع يمثلون 17 جنسية ضيفوا 2000 طفل معاقين ومرضى، وبرامج فى شيكاغو وسانفراسيسكو وميامى فى مجالات تنظيف الشواطئ والبيئة المحيطة.

وفى سياتل تم تهيئة مواقع للالعاب فى إحدى المدارس الاسلامية.

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

1. نجوم ABC
2. دزنى 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 محو 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 عبر جعل احلام الاسر والاطفال واقعه من خلال مبادرات الخدمة العامة والتوعية المجتمعية والعمل التطوعي فى المجتمعات التي تعيش وتعمل فى جميع انحاء العالم.
- 4- المسؤولية البيئية
- 5- معايير العمل الدولية
- 6- السلامة والامن



شعار أحد البرامج البيئية المخصصة للحيوان

السياسة البيئية لدى دزنى:

عرفت دزنى عالميا بتقديم مستويات عالية من الامتاع من خلال منتزهاتها، وأفلامها، وشبكة تلفزيونها، وفيما يلي معالم هذه السياسة:

- 1- المياه والطاقة: تبذل جهودا عظيمة من أجل حسن إدارة المياه والاستثمار في تكنولوجيا تعمل على خفض الهدر في الطاقة والمياه.
 - 2- التعرف على الاثر المباشر وغير المباشر للعمليات والانشطة والمنتجات والخدمات التي تقدمها دزنى على الصحة والامان والبيئة.
 - 3- حفظ وصيانة الحياة البرية بالتعاون مع مراكز الابحاث العلمية والاكاديمية والمنظمات المعنية بالبيئة.
- والعمل على صياغة متكاملة لكافة عمليات دزنى وخططها في التطوير والتنمية.

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

- 4- البحث التكنولوجي: دعم وتمويل البحوث لحل مشاكل البيئة.
- 5- التقييم والمراقبة: حث كافة إدارات والشركات التابعة للشركة على تطبيق هذه السياسات، وتشجيعهم على قياس معدلات التحسين والتطوير التي يتم إنجازها، وإستخدام معايير وحرفية عالية للقياس والعمل على مراقبة وتدقيق الاداء من خلال مكاتب متخصصة في ذلك.

الايقاع الذى ظهرت به دزنى : مترابط ومتكامل بيئى الصفة فى كل مرافق دزنى ومناشطة ونلاحظ ذلك بجلاء فى المطبوعات وفى الافلام وبرامج التلفزيون ، نلاحظ ذلك من خلال الكلمات التى أصبحت تمتلكها دزنى وظلت متناثره فى كافة أرجاء مرافق 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 والحث عليها كسلوك يجب أن يتبناه العاملون.

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

التعاون: إستهداف تلك الشركات التى تحترم أخلاقيات العمل من أجل التعاون معها، وتشجيع

العمل المرخص والعمل مع النضراء الذين يعون قيمة المسؤولية الاجتماعية.

الحياة البرية:

تم التأسيس لمؤسسة حماية البيئة الحيوانية (DWCF) فى 1995 كمشروع عالمى من أجل دراسة وحماية البيئة الحيوانية عالميا والبيئة الطبيعية المحيطة، فهى تعمل على منح الجوائز العالمية للمؤسسات التى تشجع على ذلك فى كافة أنحاء العالم.

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



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

مساهمات دزنى المجتمعية أكدت مسؤوليتها المجتمعية عبر:

- 1- جميعها مرتبط بشريحة الاطفال بالدرجة الاولى والعائلة.
- 2- ثمة إحترام واضح للبيئة الحيوانية والطبيعية فى الاماكن التى يكون للشركة فيها تواجد.
- 3- ثمة إرتباط بأن يكون ذلك وفق برامج تعليمية وسلوك يمتثل اليه الموظف والشركات المتعاون معها والاطفال فى المستشفيات والمدارس.
- 4- هناك برامج خصصت لجبر معاناة الاطفال فى التحصيل العلمى لكافة المراحل وحتى الثانوية.
- 5- أكدت من خلال المؤسسات والجوائز التى تمنحها ودورها البيئى سواء فى أميركا أو اليابان أو باريس، بما يؤكد مركز تسويقى يدور فى دوائر (الاهتمام بالبيئة المحيطة – الطفل – التعليم)
- 6- أكدت على دور التطوع من خلال موظفى الشركة بالمشاريع المجتمعية المحيطة والتبرع بالساعات والخبرات وكذلك الاموال.

خامسا: شركة إنتل كوربوريشن






شعار الشركة



مقر الشركة في سانتا كلارا كاليفورنيا

التاريخ	مسار إنجازات الشركة
1968	تم التأسيس لشركة إنتل بواسطة السادة: 1- "جوردن موور Gordon E. Moore" الكيميائي والفيزيائي في ذات الوقت مع 2- روبرت نويس مخترع الدوائر المدمجة integrated circuit والفيزيائي في ذات الوقت، الذان غادرا شركة Fairchild Semiconductor وبعض الموظفين الآخرين لبعض الشركات العاملة في ذلك الوقت في السليكون فالي. 3- الرجل الرابع في شركة إنتل هو آندى غروف Andy Grove المهندس الكيميائي الذي أدار الشركة في الثمانينيات ونهاية التسعينيات لمستويات رفيعة من الاداء والتطوير.
أصل الاسم	في البداية كانت الفكرة بتسمية الشركة بالاسمين (مور نويس) غير أن المعنى لم يكن موفقا لما قد يعنيه من المزيد من الضجيج وفق اللغة الانجليزية، فقررنا تسمية الشركة (M.N) إليكترونكس، واستمرنا نهابة العام ثم قررنا تسمية الشركة "INTEgrated ELEctronics or "Intel" غير أن الاسم "إنتل" كان يتبع أحد الفنادق، ومحفوظ الحقوق للفندق، فإضطررا لشراء الاسم لمنحه للشركة.

<p>كان ما يميز الشركة قدرتها على تصنيع السمي كوندكتورز، إضافة الى chips (SRAM) المخصص للذاكرة. تطور نشاط الشركة أثناء السبعينيات، ومع إختراعها لأول مايكروبروسسر، في 1971 مع 1980 كان يسيطر على منتجاتها Dynamic random access memory chips، فقد زادت حدة المنافسة لها من قبل الشركات اليابانية مع 1983، ما جعل معدلات الربح تنخفض بشكل كبير لهذا السوق، ومع النجاح اللحظي لمنتجات الكمبيوتر الشخصي لشركة IBM أقنع السيد " غروب " لتغيير تركيز الشركة الى " مايكروبروسسرز "</p>	<p>1980- 1970 تطور الشركة</p>
<p>ومع نهاية الثمانينيات، هذا القرار تأكد 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 التي إستمرت الى 2005</p>  <p>مختبراته كانت من وراء العديد من الاختراعات منها على سبيل المثال: بلوتوث، وسنترينو كمنتج يدرج في جهاز الحاسوب والموبايل.</p> 	<p>1990</p>
<p>أثناء عام 1980 كانت إنتل مع أعلى 10 شركات مصنعة للسميكوندكتورز (العاشرة 1987) والاولى في 1991، الشركات الاخرى كانت من ضمنها AMD, Samsung, Texas Instruments, Toshiba and STMicroelectronics</p>	<p>1991 المنافسة</p>

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

المساهمات المجتمعية:

تجاه البيئة:

إستطاعت أن تقلص الشركة حجم إنبعاثاتها الحرارية (PFCs) خلال أربعة أعوام، ونفايات السموم، وزيادة فى الانبعاثات الكربونية فى 2004 وذلك بسبب تشييدها لمصانع جديدة، وهي تطبق إجراءات حالية للقضاء على القلق الذى ينعكس من هذه النفايات والانبعاثات.

لدى الشركة إفصاح واضح من خلال تقارير ونظم مقره حيال إدارة البيئة المحيطة، كما إنها تعتبر رائده فى الادارة البيئية، كما إن للشركة مبادرات فى قضايا وما يتعلق بالصحة والامان، وتعتبر قضايا إستغلال الماء والطاقة من القضايا الرئيسة فى مجال إدارة البيئة، وبشكل مستمر فإن إستغلال الماء فى عمليات الانتاج لدى الشركة تشهد إنخفاضاً فى معدلاتها، هذا بالإضافة الى قرب تحقيقها الاهداف المرسومة فى مجال معدلات إستغلال الطاقة، فشركة إنتل تنظر للآثار المترتبة على الانتاج من واقع مراحل حياة المنتج بما فى ذلك التغليف أو التخلص من النفايات أو إعادة تدويرها، وللشركة برنامج فى مجال "التصميم المتوائم مع البيئة" وتتبرع بالمال وتدعم بالمصادر اللازمة لانشاء منظمات خيرية تهتم بذلك، فى مثل "برنامج إعادة إستردات أجهزة الكمبيوتر" الذى صمم لتقليص حجم النفايات

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

بيئة العمل:

لشركة إنتل ممارسات ممتازة في مجال بيئة العمل، وللشركة إفصاح لسياساتها وبرامجها في ذلك، في مجال الامن وعلاقات الموظفين، فعلى سبيل المثال للشركة نظام إتصالي 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 بالمخاليل الكيميائية السامة، للشركة سجل جيد في تقليص معدلات الاصابات بين العمال، والشركة ليس لديها تفرقة فيما بين أجناس أو جنسات العاملين. ويذكر أن مؤسسة كالفرت منحتها على هذا القطاع تصنيف 5

سياسات العمل لدى الشركة لاتسمح بأن تدار من قبل إستقطاب مدراء من الخارج، كما إنها تعتمد أسلوب 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 إختيرت ضمن أفضل 100 شركة لتوظيف الأم العاملة في 2005.

التعامل التجاري:

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

التنوع والبيئة والصحة والامان (EHS): النظم التى تتعامل بها الشركة، ولديها إفصاح واضح في إدارة الشركات، ولديها إمرأتين في مجلس إدارة مشكل من 11 عضواً، 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 التى 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 معينة لصالح العمال في المصانع محورها صحى وأمنى وبيئى وخلقى، بالاضافة الى الموردين الذين ألزمتهم بأن يلتزموا بها. وهذا ما جعل كالفرت تمنحها درجة 5 في هذا القطاع.

علاقاتها المجتمعية:

سددت إنتل نموذج يحتذى به في مجال العلاقات المجتمعية، فلدى الشركة موظفون معنيون بتجسير العلاقات المجتمعية مع المسؤولين في المجتمع في كافة مواقع الشركة جغرافيا، والشركة تشرك الشركاء والملاك في ما يمكن القيام به من برامج، فعندما تواجه الشركة خلافا في نيومكسيكو حيال ما تبثه مصانع الشركة من ملوثات عملت الشركة على تنفيذ مجموعة من الدراسات الطقسية المستمرة للتعرف على تأثير ذلك على البيئة والمجتمع المحيط، إضافة الى الدعوة لاجتماعات شهرية في مجالات EHS وبحث كل ما يثير قلق السكان، فالشركة ساهمت في تضمين خطاب رئيس الولاية ما يؤكد الاهتمام بضمان نقاوة الهواء والماء، وثمة تقرير سنوى في مجال " global citizenship report " يؤكد إهتمامات الشركة في ذلك، وللشركة إهتمام في نشر معرفة الرياضيات والعلوم وتعليمها في المدارس، من خلال "إنتل تعلم المستقبل " ونوادى إنتل " والشركة لديها برنامج لتطوير المشاريع التجارية الصغيرة التي يتبوؤها الشباب من الجنسين وتتعاقد الشركة معهم لتطوير أدائهم، وللشركة نظام دعم للمعاقين، والمنظمات غير الربحية، وتتبرع بأجهزة الكمبيوتر للجمعيات الخيرية حول العالم، وتشجع موظفيها للتطوع بتعليم المجتمع ودعم التعليم المحلى المعتمد.

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



الشعار

عن الشركة:

تقدم الشركة مجموعة من المنتجات بمثابة حلول عملية للاستخدامات اليومية بما يعزز مفهوم (إصنعها بنفسك) Doit your self، كمفهوم تقوم عليه هذه العلامة، بما فيها منتجات من الاغطية الآمنة والقفاضات 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، وحفاظات بول أب وهاغيس للأطفال، والحفاظات النسائية كوتكس، كل يوم يطلع يستخدم منتجات الشركة 1.3 بليون إنسان، أي حوالى ربع سكان العالم، و135 عام من التاريخ الابداعى.

تتمتع الشركة بحوالى 66.000 موظف، ولديها مصانع ومقار فى 41 دولة حول العالم

و15 بليون \$ من الارباح فى عام 2004





بعض من منتجات الشركة

التاريخ	مسار إنجازات الشركة
1860	بدأ ثوماس سكوت والسيد أوتس بمشروع تجارى خاص بصناعة الورق
1870-1872	تم تدشين شركة كميرلى كلارك فى نينا وسكانس برأس مال \$ 30.000 تم تدشين مصنع سكوت للورق فى فيلادلفيا
1890	شركة سكوت أول من يصنع رول بيبرز
1907	تم إختراع أول دسبوزابل بيبير
1914	طورت مستحضرا قطنيا cellucotton بمساعدة الباحثين فى معاملها المختبرية مستخلصا من قصب السكر ليكون بديلا عن القطن الذي يستخدم فى العمليات التضميدية للجيش الأمريكى خلال الحرب العالمية الاولى.
1920	ولدت العلامة النسائية "كوتكس"
1924	ولدت العلامة التجارية "كلينكس"
1926	تحالفت مع The New York Times Company لتدشين مصنع لب الورق فى أونتاريو كندا
1920 وحتى عام 1968	الشركة إستحوذت وبنّت شراكات مع العديد من الشركات صناعة الاوراق
1978	ولدت العلامة "هاغز" Huggies
1984	من خلال إدارة الطيران فى الشركة تم التأسيس لطيران Midwest Express Airlines إستحوذت العلامة Huggies على 50% من الحصة السوقية للحفاضات وإستحوذت العلامة كلينكس كذلك على نسبة 50% من الحصة السوقية للمحارم الورقية نوعت إستثماراتها الشركة لتشمل نشاط الملاحة الجوى، وذلك بحكم التنقل الدائم للمدراء التنفيذيين بين مقار الشركة (وسكانسن – تكساس) ، فقد تم تحويل هذه الخدمة من مركز كلفة الى مركز ربحى من خلال ست طائرات بحجم ست مقاعد.

1985	رفعت شركة بروكتور آند غامبل دعوة ضد شركة كمبرلى كلارك بسبب خاص بحفظ حقوق تصنيع الحفاضات والمواد المصنعة لها التي يفترض أن تكون قابلة للتلّاف. إنتقل مقر الشركة من وسكانسن الى تكساس.
1989	مع إختراع حفاضات هاغز، بول أب، إستطاعت أن تستحوذ الشركة بحصة سوقية منافسة لحفاضات بروكتور وغامبل
1991	بدأت الشركة بتقليص إعتماها على المخزون الورقي، وبدأت في بيع بعض مصانعها الانتاجية للورق
1995	فصلت (Spin off) الشركة القسم الخاص بإنتاج ورق السجائر لشركة Schweitzer-Maudit International بعد الضغط الذي مورس عليها من قبل حاملي الاسهم بما له علاقة بنبذ تجارة السجائر. إشتريت شركة صناعة الورق "سكوت" البريطانية لتعزيز تواجدتها في أوروبا، وهو يعتبر نوع من أنواع الاندماج في الحقيقة، ما أدى الى بيع بعض المصانع التابعة لكمبرلى وتسريح عدد 6000 موظف من هذه الشركات، وبيع بعض المصانع الورقية لشركة سكوت موجودة في الولايات المتحدة الأمريكية هذا الاندماج عمل على جعل اللاعب الثانى لصناعة الورق عالمية هي كلارك، وضاعف من ربحياتها. وتم بيع بعض العلامات في مثل Baby Fresh, Wash-a-Bye Baby, and Kid Fresh brands لشركة بروكتور آند غامبل .
1996	بدأت الشركة تغييرا من سياستها حيال تجارة صناعة الورق، فقد أقفلت العديد من مصانعها في كندا والبالما وأسبانيا ومع نهاية 1997 إنخفض إنتاج لب الاشجار الى 30% مما تنتجه الشركة بعد أن كان معدل إسهالكها في بداية العام من الحصة السوقية العالمية 80% وبدأت الشركة في 1998 بالتوجه نحو منتجات الرعاية الصحية والجراحية فأشترت شركة Tecnol Medical Products الاستغناء عن التوجه الخاص بالصناعة الورقية وإغلاق المصانع أدى الى تسريح 5000 موظف في 1999

المسؤولية الاجتماعية:

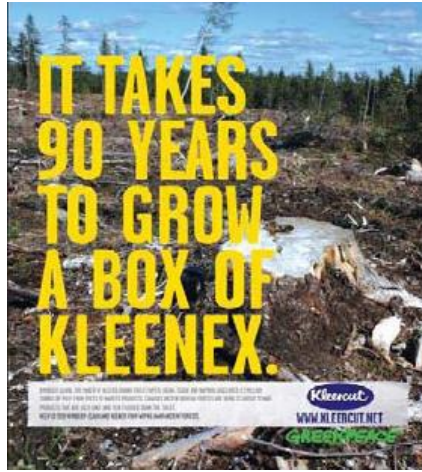
يتضح من مطالعنا العامة على أداء الشركة وجانب المسؤولية بالتحديد، أن الشركة محورها الاساسى الذى تحقق منه الارباح هو فى ما تحدثه فى الطبيعة من أثر سلبى من خلال إجتثاث الغابات ، فبالنالى أى برنامج مجتمعى للشركة سيكون محل إنتقاد، ونبذ، وهذا ما لاحظناه من خلال الحملات المناوئة للشركة من قبل منظمات التخضير وغيرها ، وهذا ما لاحظناه أيضا بشكل غير خفى من تحفظ مؤسسة كالفرت على أداء الشركة فى مجال البيئة ، بالرغم من إستيفاءها لباقي عناصر "البقاء" فى مثل ، حقوق الانسان والتعامل مع الموظفين ، حيث يذكر تقرير "كالفرت" ، وهذا ما حدى بالشركة بأن تعيد إستراتيجيتها الاستثمارية فى مجال تصنيع الورق من لب الشجر وتخفيضه الى 30% جراء بيع غاباتها ومصانعها فى أيركا البالما وكندا وأسبانيا.



و نستعرض بعض من وجهات نضر المعارضين لاداء شركة كميرلى كلارك البيئي، ذلك أن جماعة السلام الاخضر فضحت شركة كلارك في أنها مازالت تعتبر خطرا على موارد الطبيعة، فالتقارير لديها تشير الى أن غابات برتش أوف كولومبيا فقدت في 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 الاخضر حملة توعية تحت عنوان [Kleercut](#) لذلك وحثت حاملي الاسهم بالضغط ، وحشت نحو 650 شركة تعارض شراء منتجات كلارك، كما تشجع الحملة للمقاطعة Boycot وتدعو كلارك لاستكشاف طرق بديلة فى التصنيع من بدائل نسيجية أخرى لاتضر بالطبيعة،



الحملة المناوئة لمنتجات كلارك



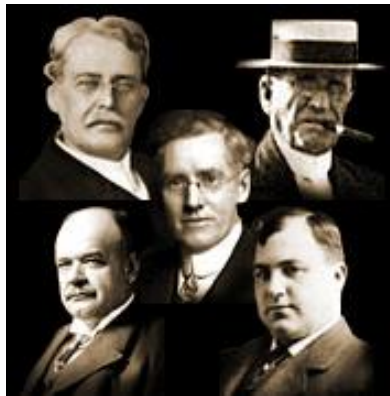
نعود مجدداً لتقرير "كالفرت" الذي يستعرض النشاط المجتمعي للشركة إذ يذكر :

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 تؤكد بأن المصنع هو السبب، ولم يشر التقرير الى أى مسؤولية إجتماعية 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 بالتبرع لمؤسسة خيرية "يوناييتد واى" بمبلغ 16.5 مليون \$ وتبرع الموظفين بمبلغ 4مليون \$ خلال ذات الفتره، ما جعل كالفرت تمنح الشركة تقدير 3 على العلاقات المجتمعية وهى نسبة منخفضة نوعاً ما.

سابعا: شركة 3M



الشعار



المؤسسون الخمسة

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

يقع مقر الشركة الام في مانيسوتا أميركا، ولديها شركات تابعه في 60 دولة وتقدم خدماتها في نحو 200 دولة، وهي إحدى الشركات الثلاثون التي تشكل أسهم الداو جونز الصناعي.

في عام 2004 كان للشركة 67.000 موظف يعمل لها.

التاريخ	مسار الانجازات
من 1900-1909	بدايات بسيطه ومستقبل واعد ، لخمسـة رجال أعمال ، بدأ في 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

<p>الانتاج أثر على أداء الشركة والمبيعات، غير أن المؤسسون أصرّوا على الاستمرار، بأن بدأوا بإستيراد الرمل الطبيعي المناسب من خارج المدينة، وفي 1907 عينت الشركة موظفاً كان طالبا في عمر العشرين في مجال المحاسبة كمساعد محاسب للشركة يحمل اسم William L. McKnight، غير أن عمله المتفاني جعله أن يكون أول رئيس مجلس إدارة للشركة حيث كانت له رؤية ثاقبة وقدرة على الإدارة رائدة مكنته من صناعة المستقبل.</p>	
<p>حقبة التايتانيك، الحرب العالمية الأولى، عمد الى أول دراسة ميدانية للعملاء 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، إستثمرت الشركة بناء أول مختبر صغير بكلفة \$500 وكان يعتبر مبلغ كبير بالنسبة لشركة ناشئة، ولكن خطو حكيمة من أجل التحكم في جودة الانتاج إضافة الى خطوة مبتكرة لعمليات بحثية مستقبلية. في 1916 أصبحت مشهورة في تصنيع أدوات ومواد الاصلاح عموما automakers and repair shops في 1917 بلغت مبيعاتها واحد مليون \$، وكان أمام الشركة مستقبل وفرص للنمو حقيقية.</p>	<p>1919-1910</p>
<p>شهدت صناعة الصنفرة الورقية نهضة غير مسبوقة بإختراع الورق المقاوم للماء، فهذا المنتج يمكن إستخدامه مع الماء أو الزيوت لتقليل حجم الاغبرة وكذلك تقليل معدل الاحتكاك رشارد درو أحد مساعدي العاملين في المختبر لاحظ أن ملونى وصابغ السيارات يعانى من مشكلة أثناء عملية الماسكنغ 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 الى المزيد من التنوع فى ما تصنعه الشركة.</p>  <p>في 1929 شكلت الشركة M3 شركة قابضة فى أوروبا مع ثمان abrasives manufacturers ما يسمى ب Durex Corp. وتنامت بشكل إضطرادى عمليات وأرباح الشركة.</p>	<p>1920–1929 Branching Out</p> 

<p>حققت الشركة سببقا في مجال التأمين على موظفيها ومنحهم العوائد من خلال أشبه ما يكون بالسوشال سيكيوريتى نومبر، قبل أن تبدأ به حتى الولايات المتحدة الامريكية،</p> <p>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 الى تطوير مخترع بطلاء السوليفان بمادة لاصقه، فظهر سكوتش سوليفان، ومن بعدها المئات من الاستخدامات إستخدمت من هذه المادة.</p>  <p>في 1937 تم تدشين مختبر مركزى لدعم التطوير والاستكشافات التكنولوجية، وهذا ما أدى الى إختراعات عديده فى مثل إشارات المرور العاكسة للاضائة وعلامات الترميز الاخرى المستخدمة فى الشوارع.</p> <p>ومع نهاية العقد أصبح للشركة خمس قطاعات إنتاجية هي abrasives، أشرطة الماسكنغ، وشريط السوليفان اللاصق، وعوازل الاسطح والاصماغ.</p>	<p>1930–1939</p> <p>عهد الابداع والتنوع</p> 
<p>عصر الحرب العالمية الثانية، وإختراع القنبلة الذرية، وتلفزيون الاسود والابيض .</p> <p>سهم الشركة أدرج فى البورصة "نيويورك" 1946</p> <p>رئيس الشركة وليام نايت، طرح فلسفته الجديد فى إدارة الشركة من خلال محور تحفيز الموظف وتشجيع المبادرات الذاتية، إضافة الى حثهم على قبول التحدى.</p> 	<p>1940–1949</p>
<p>عصر الخمسينيات هو عصر الحرب الباردة، والحرب الكورية، والاستقرار فى اليابان وأوروبا، وارتقاء عرش الملكة اليزابيث الثانية، وإختراع مصل شلل الاطفال.</p>	<p>1950–1959</p>

<p>عرضت الشركة أول خطة لشراء الاسهم من قبل الموظفين، وتم تأسيس صندوق لرعاية الاحتياجات الانسانية،</p> <p>تطورت صناعة علامة السكوتش لتشمل القطاع الصحى فى مثل الانسجة البلاستيكية المرتخاة "المتدلية" للاستخدامات الجراحية والطبية، والموصلات الالكترونية وأشرطة الفيديو للتسجيل، الخ</p>	
<p>عصر الحرب الفيتنامية، وبناء جدار برلين، وعصر جون أف كيندى والاختبار الاول لطائرة الكونكورد، وهبوط أرمسترونغ على القمر مرتديا حذاء مواده صنعت بالكامل من شركة 3M.</p> 	<p>1960–1969</p> 
<p>تم تطوير نظام آمن لحفظ الكتب من السرقة فى المكتبات من قبل الشركة، وحشوات جديده للاسنان، وجعل الملابس العازلة أكثر خفه فى اللبس، تم تدشين مشروع لتقليص التلوث، قفزت المبيعات من 2 بليون \$ الى 5 بليون من 1972-1979</p> 	<p>1970–1979</p> 
<p>تم إختراع "بوستد نوت" اللاصقه والذي تم استخدامها عالميا بإسم "بوست إت"</p> 	<p>1980–1989</p>
<p>فتحت الاسواق الصينية للعالم فى هذا العهد</p> <p>أعلنت الشركة عزمها لطرح قطاع الطباعة وانظمة التخزين والمعلومات والتصوير للاكتتاب العام فى 1995</p>	<p>1990–1999</p>

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

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

المساهمات المجتمعية:

هي ركن أصيل في إستراتيجية الشركة، فللشركة صندوق مخصص للمساعدات الانسانية، من خلال المساعدة بالمنتجات، أو الأموال، أو بالمجهودات 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، ومليون دولار من المنتجات
6. تطوع موظفوا الشركة بمبلغ 750,000 دولار لمتضرري الاعصار

منحتها مؤسسة كالفرت الشركة تقدير 5 عن ذلك

برامج دعم منتظمى الجيش وعوائلهم:

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

بناء فرص مستقبلية للمجتمعات:

1. تشجيع وإلهاب فضول الطلبة فى 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 للأساتذة خاص بالبرنامج بالتعاون مع رابطة المعلمين في منسوتا، كما يمنح البرنامج أفكارا تلهب إبداعات الطلبة لمعرض العلوم السنوى science fair projects.

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

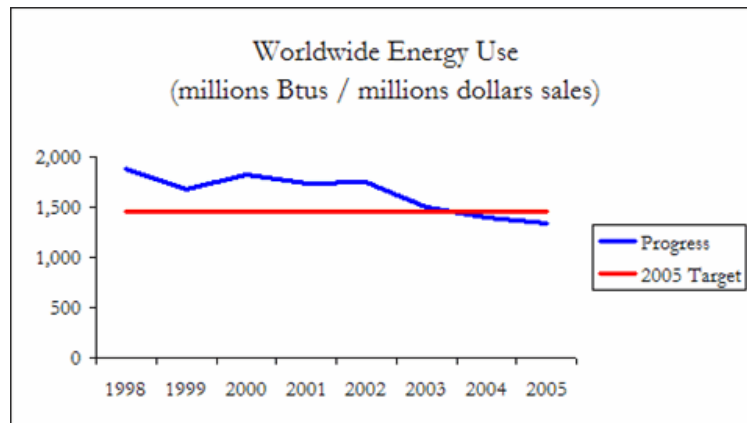
5. برامج التطوع Volunteerism

من خلال الشركة والموظفين، وخبرات الشركة، ضمن برنامج " A Way of Life at 3M " فللشركة تاريخ ناهز الخمسون عاما في مجال تطوعات الموظفين أحتفل فيه في عام 2003، وضمن دراسة ميدانية مؤخرة أشارت الى أن 40% من موظفي الشركة قد تطوعوا في عام 2005، ، حيث أطلقت حملة 3M CARES منذ عام 1984 لمساعدة الموظفين في إستكمال أعمالهم الممتازة أثناء فترة التقاعد، في 2005 أكثر من 1.530 متقاعد شارك في أكثر من 70 نشاط تطوعي.

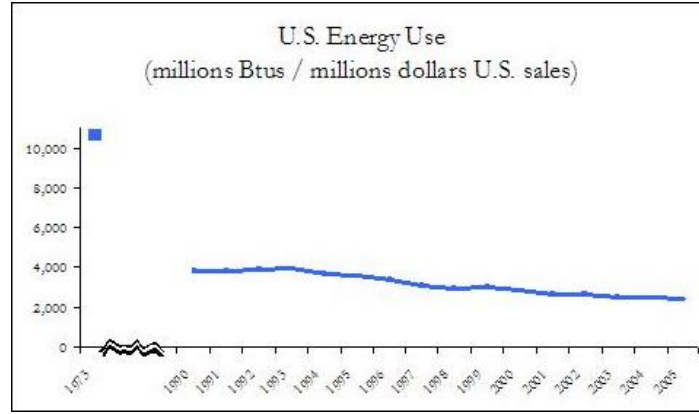
5. البيئة، دعم بقاء الشركة بالحث على تقليص التلوث والنفايات
- فقد حررت الشركة كاتالوغ خاص بمجهوداتها وحلولها الخاصة بالبيئة ، وفي مجالات النظافة والرعاية الصحية والصيانة والبناء والانتاج الصناعي وتحسن إستخدامات الطاقة

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

ففي مجال الطاقة فقد عمدت الشركة ومنذ 1973 على حسن إدارة الطاقة Improving Energy Efficiency وتخفيض نسبة الاستغلال في مجالات التشغيل من خلال ميكنة مستحدثه وتجهيزات داعمة لتأمين إستغلال كفو للطاقة.



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



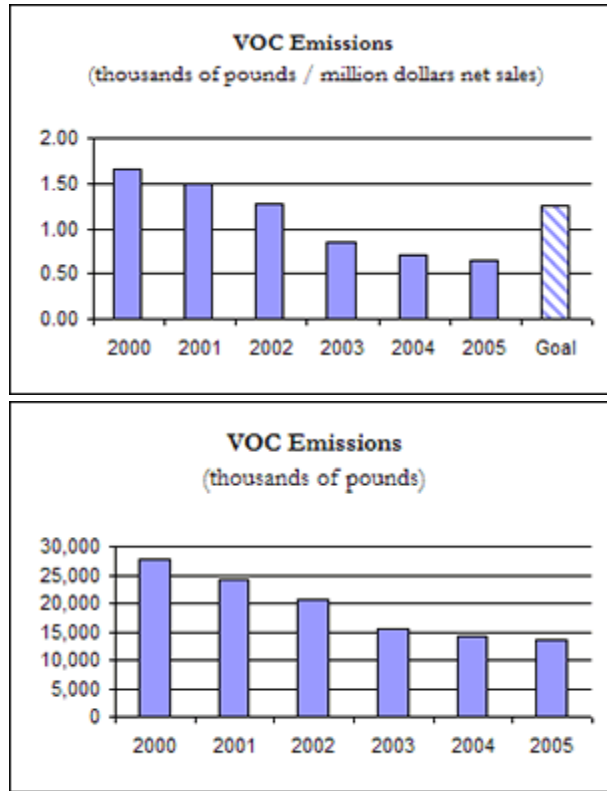
الرسم يشير الى 77% تحسن في كفاءة إستغلال الطاقة منذ 1973 لشركة 3M

منحت الشركة جائزة "درع نجم الطاقة " للاعوام 2004، 2006، 2005

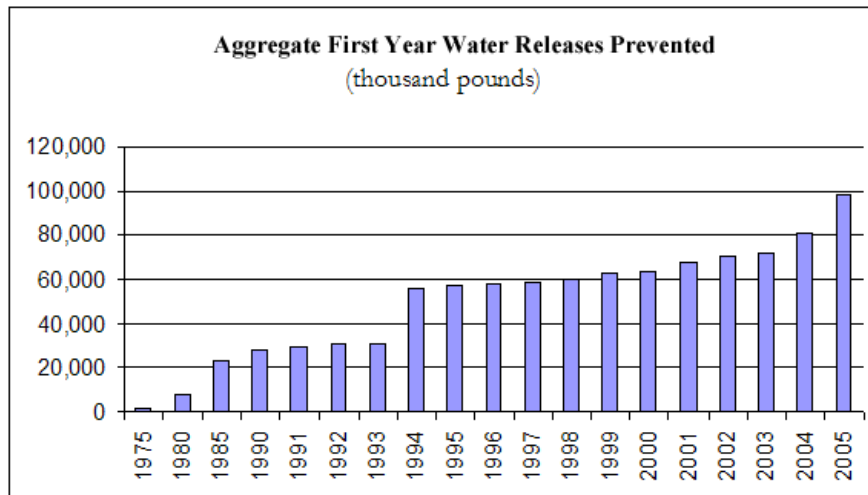


وللشركة مساهمات تاريخية في منح الحلول لتخفيض النفايات والتلوث البيئي، والانبعثات الحرارية Air emissions، وتخفيض انبعثات المواد السمية (TRI, toxic release inventory)، فقد كان ما حققته الشركة في 2004 أعلى من 80% من خلال تطوير تكنولوجيا متطورة للتعامل مع هذه المواد، دعم برامج تخفيض الملوثات، ومعدات التحكم بالتلوث، والنتيجة :

- 95% خفض في نسبة الانبعثات منذ 1990
- 94% خفض للمواد السمية منذ عام 1990
- الاكتفاء بإطلاق 13.7 مليون باوند من الانبعثات 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



وكذلك الامر بالنسبة لاستخدامات المياه، فالشركة بذلت مجهودات كبيرة لخفض معدلات استخدامات المياه الطبيعية، أو تلوينها فتشير النتائج الى تحسن في الاداء يعادل 98 مليون باوند من المياه منذ عام 1975



2. فالشركة فى عام 2005 إحتفلت بمرور 30 عام على برنامجها البيئى 3P حيث أنجز موظفوا 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، فالشركة نظام خاص بالترقيات والاستثمار بالعنصر البشرى، ولدى الشركة سياسات ممتازة فى مجال الامن، فى 2001 أعلنت الشركة عن برنامجا خاصا بمنح النقاط للموظفين فى مجالى الصحة والاداء، ولديها نتائج تؤكد إنخفاض حالات الاصابات وزيادة الانتاجية.

وقد منحتها مؤسسة كالفرت 4 نقاط عن هذه المساهمات.

4. الممارسات التجارية:
للشركة أكثر من مجلس إدارى تتبوء 3 نساء بعض المجالس من ال11 والاخرى فيها أقليات من الذكور. وللشركة نظام رصين فى دفع الرواتب والمحفزات المرتبطة بالاداء والاهداف المرسومة للشركة، ولدى الشركة تعامل أخلاقى تحترمه مع الغير فى ممارسة التجاره ومناهضة العنف.

وقد منحتها مؤسسة كالفرت 4 نقاط نضير ذلك.

5. حقوق الانسان:

بالرغم من عدم وجود مكاتب للشركة فى بورما، غير أن معداتها الطبية متواجدة هناك، وهذه المنتجات تلبى الحاجات الاساسية للشعب البورمى، ولا توجد ثمة ممارسات ضد الشركة حيال الحد من حقوق الانسان.

وقد منحتها مؤسسة كالفرت 4 نقاط نضير ذلك.

6. التوائم مع البيئة :

كان لاحد منتجات الشركة مشكلة كيميائية، فبعد الانتاج تم رفعه من على الارفف لمدة 3 سنوات، فمن ضمن أحد المنتجات الذى يدعى perfluorochemicals والذى يستخدم للصق على مساحات الاسطح من خلال عمليات متزامنه من الدهان، فقد إتضح أن منتجها Scotchguard كعلامة تجارية معروفة تستخدم ذات المستحضرات الكيميائية التى لديها أعراض سلبية على الصحة، والذى إكتشفته US Environmental Protection Agency فى 2000، فقررت الشركة إزالة المستحضر من الارفف، وبعد إخضاع المنتج لعمليات التحسين تم طرح المنتج مجددا بعد 3 أعوام.

وقد منحتها مؤسسة كالفرت 3 نقاط نضير ذلك.

تعاون الشركة مع المعايير الدولية والمقاييس الالزامية:

تستهدف الشركة أن تكون متوافقة مع القوانين والنظم بنسبة 100% تلك التي ذات علاقة بكافة القوانين والمعاملات التجارية المحلية والاقليمية والعالمية، وأبلغ مثال على ذلك القوانين الصادرة عن الاتحاد الاوروبى، والذي يدعى REACH، ويعنى REACH stands for the Registration, Evaluation and Authorization of Chemicals، وهو ما يدعو للامتثال الى منظومة مألوفة من آلاف المستحضرات الكيميائية المستوردة للاتحاد.

ثامنا: شركة فدرال إكسبرس



الشعار

تاريخ الشركة يؤكد صدارة الشركة في مجال النقل وصناعة المعلومات، والشركة تنعم بتاريخ يقارب القرن من الزمان، بدأ بشركة كانت تسمى

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

التاريخ	مسار الانجازات
1913	بدأت أعمال شركة C.J. Tower & Sons في نياجرا فولز، نيويورك في مجال الرسوم الجمركية وأعمال السمسرة.
1947	شركة Roberts Cartage تم تأسيسها كشركة إستلام ونقل في أوهايو، الآن تدعى FedEx Custom Critical
1966	تأسست شركة Viking Freight Inc في كاليفورنيا في سانهوزي، الآن تدعى FedEx Freight West
1973-1971	فدرال إكسبرس كوربوريشن أسست في لتل روك أركنساس، مع أول ليلة عمل كان ثمة 389 موظف للشركة و 14 طائرة فالكون لنقل الارساليات ، و 186 مضبطة تنقل خلال يوم وليله ل 25 مدينة، وكانت بداية ولادة صناعة النقل الجوي.
1975	تم تدشين أول صندوق لتلقى مراسلات الشركة تحت إسم Federal Express Drop Box
1977	بعد عمليات لوبي إمتدت على مدى عامين ، إستخرج الكونغرس الامريكي قرارا 163-95 يسمح بموجبه لشركة فدرال إكسبرس وغيرها من هم في صناعة النقل الجوي لاستخدام طائرات أكبر مع السماح للمرور الجغرافي من غير ممانعات عبر المنافذ الملاحية الجوية المعتمدة.
	إشترت الشركة سبع طائرات بوينغ 727 تحمل الواحدة سبع أضعاف ما كانت تحمله طائرة الفالكون من الشحن .(الفالكون تحمل 40,000 باوند)
1978	تحت رمز FDX. تم تسجيل سهم الشركة في بورصة نيويورك

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

المساهمات المجتمعية:

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

مزيج من المساعدات الانسانية والخدمات الاساسية لدى الشركة وتطوع موظفى الشركة، كما للشركة مساهماتها في المحافظة على البيئة المحيطة.



شعار يانيتد واي المؤسسة الخيرية تحمله طائرة الشركة

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

- 1- مساعدات الطوارئ والتخفيف من عواقب الكوارث: للشركة جسور من التعاون مع المنظمات الانسانية فى مثل الصليب الاحمر، القلب الدولية، يوناتد واي، حيث من خلالها يتم تذليل خدمات النقل والشحن وإيصال المساعدات.
- 2- أمن الاطفال والمارة: فالجانب الامنى يعتبر قيمة راسخة لدى الشركة، فمن خلال التعاون مع المنظمات المعنية بالاطفال أو الامن، يتم تقديم خدمات الشركة.
- 3- التعليم: للشركة برنامجا تتعاون فيه مع المدارس والمنظمات المعنية بالتعليم، وبالاخص البرامج التعليمية فى 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 جزئى وكلى فى عام 2007 لدعم الجهودات التطوعية الانسانية .

العناية بالبيئة المحيطة :

للشركة العديد من الاسهامات حيال الاحتياطات البيئية نذكر منها :

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

فهي بذلك تسهم في الحد من نفاياتها بأنواعها، الارضية والفضائية، وهي تتبع وتناصر الاستراتيجيات أو جماعات التخضير، وهي تابعه لبرنامج نجوم الطاقة Energy Star programs

وقد منحتها مؤسسة كالفرت تقدير 4 في هذا القطاع

فى الممارسات الوظيفية:

للشركة سجل حافل فى مجال المحافظة على أمن موظفيها، وحققت ترشيحا كمقر جيد للعمل على مدى أكثر من عام، ولديها برامج عدة تدعم من خلالها التراحم والتواصل outreach efforts, affinity groups، وتشجع برامج التدريب، كما إن الشركة واجهت العديد من قضايا التمييز طيلة سنوات من العمل، وتطبيق نظام إدارى صارم فى الشركة مشجع جدا من قبل مجلس إدارة الشركة.

وقد منحتها مؤسسة كالفرت تقدير 3 في هذا القطاع

فى الممارسات التجارية:

للشركة إدارة حاسمة على كافة شركاتها التابعة للامتثال لأخلاقيات المهنة، فللشركة نظام يتم من خلاله ترشيح وإنتخاب المدراء التنفيذيين من قبل حاملى الاسهم وعددهم 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 إشتري سهما في أحد مشاريع شركة الفنادق الامريكية "ماريوت"، ما جعل الشركة وبصفة سنوية تبعث له ولجميع المساهمين بمن يرغب بالترشح لمجالس إدارة الشركة.

وقد منحتها مؤسسة كالفرت تقدير 5 في هذا القطاع

فى مجال حقوق الانسان:

فهى تدعم كافة حقوق الانسان، ومتعاونة مع FBI فى مكافحة الارهاب، بالرغم من عدم وجود ما يؤكد هذه المزاعم، كما إن الشركة وقعت مبادئ عدم التمييز الدينى، وتبرعت لدول آسيوية كأفغانستان والهند.

وقد منحتها مؤسسة كالفرت تقدير 4 في هذا القطاع

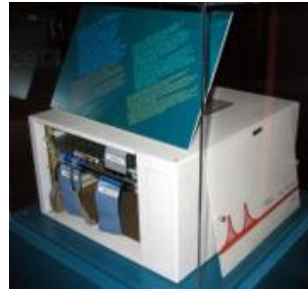
تاسعا: شركة سيسكو



الشعارين القديم والجديد

نظرة عامة على الشركة :

سيسكو سيستيم شركة عالمية في مجال شبكات الانترنت والمجال الالكتروني، ومنتجاتها تتنوع 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، والانظمة الامنية للشبكات، في 2004 كانت مبيعات الشركة 24.8 بليون \$ ودليها 34.000 موظف.

التاريخ	مسار الانجازات
1984	<ul style="list-style-type: none"> علماء الحواسيب، Len Bosack and Sandy Lerner من جامعة ستانفورد أسسا سيكو سيستيمز، وجاء إسم الشركة من San Francisco, gateway to the Pacific Rim. البداية كانت بتنمية الخبرات في مجال إيجاد وصلات فيما بين أجهزة وأنظمة مختلفة من الحواسيب. فقد تمكن العالمان بالربط فيما بين أجهزة حواسيب مبنيان في مباني تابعة لجامعة ستانفورد من خلال جسر ثم من خلال routers كانا العالمان يهدفان لجعل شبكات حاسوبية منفصلة القدرة على التفاهم المشترك في نقل البيانات والمعلومات، ومن أجل التوصل الى هذا الانجاز كان لابد من التوصل الى نظام قادر على التفاهم مع بروتوكول أى نظام غريب آخر، والعمل بالتالى على الخروج بنظام يمكن المستخدمين من خلال مالتى بروتوكول، وعليه ولد نظام router تم التأسيس لحقل أو ميدان Domain (DNS)، وتهيئة جماعات مهمة بالموضوع لخلق الحوار فيما بينهم من أجل ذلك .
1985	<ul style="list-style-type: none"> أول نظام مطور (MEIS) تم شحنه . أول نظام DOT COM تم تدشينه إضافة الى DOT EDU وكان عدد المستضافين في هذا النظام في أكتوبر 1985 (1,962)
1986	<ul style="list-style-type: none"> أول موظف تم تعيينه أصبح للشركة دور فاعل في مجال هندسة شبكات الانترنت (IETF) وهى شبكة دولية تجمع فيما بين مهندسى شبكات الكمبيوتر، مكونه من (مصممين، باحثين، مشغلين، باعة) http://www.ietf.org غيرت سيسكو بشكل كلى التواصل الشبكي فيما بين الشبكات بالاعلان عن أو مخترعاتها the AGS multi-protocol router
1987	<ul style="list-style-type: none"> أول شركة تطلق حملة ترويجية مستخدمة فيها أكواب " mug " الامريكية المعروفة. 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
1988	<ul style="list-style-type: none"> من خلال فقط 111 موظف وثلاث منتجات تحقق الشركة عوائد بمقدار 27 مليون \$ أول بوابة تتعامل من خلال البريد الالكتروني الخاص تم تدشينها، و80,000 إستضافة على الانترنت internet host
1990	<p>طرحت الشركة للاكتتاب العام في نازداك في 16 فبراير 1990، برأس مال 224 مليون \$</p>
1991	<ul style="list-style-type: none"> تم فتح أول مكتب لها في لندن أول سهم يتم شطره الى قسمين في مارس 91

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

4- 5-	Ardent Communications Lightspeed International, Inc., voice products translation software	
<ul style="list-style-type: none"> • التعاون فيما بين "إنتل وسيسكو" فيما يخص الاتصالات عبر الإنترنت • تطوير النسخة الرابعة من لغة HTML • الاعلان عن مخترعات قادمة خلال سنتين في مجال الحوار عبر الفيديو وإنترآكتف تى فى • تتعهد الشركة بمبلغ 15 مليون \$ فى تطوير الانترنت مع المتعلمين ورواد الحكومة 		
<ul style="list-style-type: none"> • دشنت الشركة حلول للتجارة الالكترونية والتبادل التجارى عبر الشبكة الانترنتية الاستحوادات: 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 		1998
<ul style="list-style-type: none"> • تعلن مجلة فورتن 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 فى الهند بقيمة 20 مليون\$ • ساعدت سيسكو جهود الامم المتحدة بالمبادرة الانسانية التى أطلقها الزعماء كلنتون وبلير ومانديلا • الاستحوادات: <ol style="list-style-type: none"> 1. Sentient Networks, Inc., ATM CES gateway 2. TransMedia Communications, Inc., media gateway product 3. Cerent Corporation, optical transport technology 4. Monterey Networks, Inc., optical transport technology 5. Aironet Wireless Communications, Inc., developer of high speed wireless LAN products 		1999

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

عناصر الاستدامة "البقاء":

العناية بالبيئة:

لدى الشركة سياسات ممتازة وممارسات وأداء فى المجال البيئى، وتقوم على مفهوم تصميم وإنتاج أنظمة المعلومات، حيث يعتبر دورة حياة المنتج قضية أساسية، الممارسات تتضمن تصاميم قادرة على تقليل الوقع السيئ للمنتج على البيئة، الاستغلال الكفؤ للطاقة، تقليل الصرف على التغليف والتعليب، أو اعتماد سياسة التدوير للمواد، صدر تقرير المواطنة السنوى للشركة وكان فيه جزءا مخصصا لما خصص للجانب البيئى، كما إن أداء الشركة فى تحسن مستمر حيال البيئة، وللشركة مكتبا "خارجيا" تم التعاقد معه للتدقيق خصص للكشف عن هذه الممارسات، كما إن الشركة تحرص على إجازتها المستمرة لشهادة ISO 14001 certification for its manufacturing facilities، أما حيال الانبعاثات الحرارية فهى فى تذبذب خلال السنوات الثلاث الماضية بين إرتفاع وإنخفاض، والشركة ساهمت فى زيادة الانبعاثات الكربونية نتيجة للنمو الذى تشهده والنتاج عن الاستهلاك الكبير للطاقة، وللشركة لجنة خصصت للنظر فى إستهلاكات الطاقة تلتقى شهريا من أجل ذلك.

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

موقع العمل:

تعتبر الشركة رائده فى مجال الممارسات فى بيئة العمل، فثمة برنامج أمنى مطبق فى الادارة، فالشركة تؤمن بالتنوع، فثمة إمراه واحدة ضمن فريق عمل من المدراء مكون من تسع مدراء تنفيذيين، ويعيب على الشركة أنها تدعم الشاذين جنسيا.

وفى المجال الصحى، فثمة برامج تدريبية وبرامج صحية، وتمنح الموظفين بيئة حاضنة لأطفالهم، فى الاهتمام والحضانة، وغرف مخصصة للارضاع الطبيعى للأطفال، وكل الموظفين لديهم كافة الامكانيات التى تتيح لهم التواصل عبر التعليم من خلال الانترنت، ولدى الشركة تشريعات حيال عمالة الاطفال، العمل عنوة، حرية عدم الالتزام بالعضوية بالروابط، والشركة لا تجبر موظفيها لتوجه معين، ففى 2002 وأثناء عملية فصل لعض العمل، خيرت الشركة فرصة العمال الانضمام الى جماعة معترف فيها غير هادفة للبرح 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، كمكان مفضل لهن للعمل.

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

الممارسات التجارية Business Practices:

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

له علاقة بما يحققه بعض المنافسون من حصص سوقية وأداء لا يفصح عنه، والشركة ملتزمة بنوعية رفيعه من المنتجات والخدمات، ولديها نظام يراقب الاداء النوعى هذا، إضافة الى اجتياز 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 التدقيق الذى تتعرض له الشركة لتشمل المهندسين، والمصنعين للشركة، وحماية المستهلك customer advocacy.

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

حقوق الانسان:

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

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

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

علاقات المجتمع:

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

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

ملاحظاتنا على أداء شركة سيسكو:

- 1- الاستحواذات سريعة ومتعدده سنويا، وهو ما يبقياها فى الصدارة، ومتربعة على عرش أنظمة المعلومات.
- 2- للشركة مساهمات مجتمعية منسجمة مع دورها الصناعى (دعم نظم التعليم، المدارس، الكليات، دعم المعاقين ببرامج مخصصه لهم، دعم أنظمة الدول النامية لدفع إقتصادياتها الى الامام عبر شبكاتها المعلوماتية.
- 3- الاهتمام بتقوية أواصر العلاقة مع المجتمعات التى تتواجد فيها مقر للشركة

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

عاشرا: شركة هيولت باكارد

نبذه مختصرة:

من أكبر شركات تصنيع أجهزة الحواسيب وتكنولوجيا المعلومات في العالم، وتقدم خدمات شاملة ومتكاملة 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 \$ وهى أعلى مقارنة بما حققته IBM التى 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"> بعد التخرج مباشرة كمهندسين كهربائيين من جامعة ستافورد عام 1934، ذهب كل من "بل هيولت" و"ديف باكارد" فى عطلة لمدة إسبوعين ومخيم وحداق فى جبال كالورادو، ما وطد العلاقة فيما بينهما، بل هيولت أكمل دراسته للدراسات العليا فى جامعة MIT وستافورد، بينما توظف ديف باكارد فى شركة جنرال إلكتريك، وقررا الاثنان العمل معا فى التجارة بتشجيع ودعم من أساتذه الجامعة، وتأسست الشركة فى الاول من يناير من عام 1939
1938	<ul style="list-style-type: none"> باكارد وزوجته لوسل أجرا فى الطابق الاول شقة فى 367 أديسون أفنيو، بالو ألتو، كاليفورنيا، وأجر بل هيولت الكراج خلف المنزل وبدأى العمل سووية فى دوام جزئى فى الكراج برأس مال يبلغ 538 \$ كاش ودرل مستعمل. إستطاعا أن يطورا جهازا يتعامل مع الموجات الصوتية يدعى علميا audio oscillator ، ويستخدم لاختبار وقياس الاجهزة الصوتية test sound equipment ، هذا الاختراع أدى الى إختراع آخر هو harmonic wave analyzer ، وسمى المنتج الاول The HP Model 200A

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

<ul style="list-style-type: none"> • بدأ العمل في بناء مساحة لمقر الشركة بمساحة 10.000 قدم مربع، يحوي مكتب ومعمل ومصنع، وكان للمعمل مساحة مفتوحة يعمل بها الموظفون وهو بداية فكرة العمل المفتوح للموظفين اليوم، كي يعينهم على تبادل الافكار 	1942
<ul style="list-style-type: none"> • دخلت الشركة مجال المايكروويف 	1943
<ul style="list-style-type: none"> • تم إعتقاد نظام المعيش التقاعدى لكافة الموظفين على أن لا تقل الخدمة عن خمس سنوات عمل في الشركة. 	1948
<ul style="list-style-type: none"> • من خلال إكتساب الخبرة، والتعلم في مجالات التصنيع الالكتروني ، وعلاقة ما يدور بداخل الشركة على ما تحققة من نمو ، تم تنمية أسلوب خاص في الادارة وآلية لتحديد الاهداف ما عرف بأسلوب hp، طرحت الشركة للاكتتاب العام في 1957 ، سعر السهم كان 16 \$ ، ومنحت الشركة في غير سابقه من نوعها أسهما للموظفين . • بدء مرحلة العالمية بفتح مصنع للشركة في أوروبا (سويسرا). 	الخمسينيات
<ul style="list-style-type: none"> • إستمرت الشركة بالنمو والدخول في قطاعات الخدمات الطبية الالكترونية والتحليلية في ولاية ماساتشوستس، وطورت أول كمبيوتر لها في 1966 (the HP 2116A), • بدأت بفتح شركات لها في آسيا (اليابان) • أدرجت في البورصة الامريكية في 1961 تحت الرمز HWP • تم إختراع ساعة دقيقة بنسبة خطأ واحد ثانية كل 3000 سنة، وحصلت على تقدير وشهره عالمية تحت إسم "flying clocks" • الاستحواذ على شركة التحاليل الكيميائية F&M Scientific مكنها للامتداد لخدمة القطاعات الطبية في مجالات التحليل والقياس. 	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 استطاع أن يحقق الاهداف .
- إختراع أول حاسوب علمي يتم برمجتها وفق كروت ممغنطة، مانحة المستخدمين القيام بعمليات رياضية معقدة، أسرع عشر مرات من أى جهاز كمبيوتر معروف .

1970

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



- في 71 يتم إختراع جهاز ليزر إنترفيروميتر القادر على قياس الابعاد بالملايين أقل من الانش
- وإختراع الكالكوليتزر HP35 في 1972 قضى على إستخدام المسطرة الحسائية
- في 77 تم إبتكار أول ساعة معصم تدعى "كريكيت " مزودة بوظائف الكترونية حسائية ودالة على التواريخ HP-01



الثمانيني
ات

- أضحت الشركة في عقد الثمانينيات لاعبا أساسيا في الصناعة الحاسوبية وتصنيع الاجهزة الطبية، دخلت الشركة سوق الطابعات بأسلوب ضخ الاحبار Ink jet ، وطابعات الليزر، وقرر أن يكون الكراج الذى بدأ منه العمل كعلامة أرضية تاريخية للشركة في ولاية كاليفونيا، وإحتفلت الشركة بمرور 50 سنة على التأسيس، وإستمرت مسيرة الاختراعات.

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



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



HP-75

- "كوماك كمبيوتر" Compaq Computer Corporation التي سيتم إندماجها بعد عشرون عاما مع Hp تأسست في هيوستون تكساس، بدأت الشركة بالعمل من خلال 3 موظفين كانوا يعملون لصالح شركة تكساس إنسترومنت كمدرء تنفيذيين، كان لهم فكرة تصنيع جهاز كمبيوتر قادر على تشغيل برمجيات IBM في 1982، ونجحا في ذلك.
- Hp ت اخترع أول جهاز كمبيوتر يعمل بلمس الشاشة HP-150 في 1983



- يسجل مقر الكراج كعلامة أرضية لولاية كاليفورنيا 1987



التسعينيات

<ul style="list-style-type: none"> • إنتاج طابعات ملونة أحدثت قفزة نوعية في صناعة الطابعات.  <p>DeskJet 500C</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1992 تم إنتاج جهاز حاسوبى مين فريم HP Corporate Hp3000 Business Systems تبلغ تكلفته 90% أقل من الاجهزة 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 جعلت الشركة الاولى عالميا فى تطبيق نظام إدارة المكاتب خارج نطاق موقع العمل من قبل الموظفين ما أدى الى 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"> • توفى بل هولت فى 12 يناير 2000 • أصبحت الشركة تقدم خدماتها لأكثر من واحد بليون عميل فى 162 دولة حول العالم. • فى 2005 تم فتح مختبر لها فى الصين • HP revenue: \$91.6 billion. HP employees: 156,000 • تم تغيير رمز تعامل الشركة فى البورصة ليصبح HPQ 	<p>عقد القرن الواحد والعشرون 2000-2006</p>

المسؤولية الاجتماعية للشركة:

تجاه البيئة:

فمن خلال برنامج إعادة التدوير لاجهزة الكمبيوتر، والتزامها ببرامج الصحة والسلامة والبيئة Environment, Health, and Safety (EHS) ، وتقليص الاعتماد الكلى على الطاقة والكفاءة فى إستخدامها، ومشاركتها بالبرامج التطوعية وبرنامج إنرجى ستار وبرنامج تقليص 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 كالفرت.

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 ولل سكان المحليين المحيطين بمقار الشركة، ولا يوجد ثمة تمييز فيما بين الاجناس كما إن الشركة تدعم برامج حقوق الانسان العالمية وتشارك بها.

حصلت الشركة على معدل 5 نقاط وفق معيار مؤسسة كالفرت.

ممارسات المهنة التجارية:

ثمة مجال للتحسين فى هذا المجال، وهناك إمراأتين من أصل عشر مدراء فى البورد، 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 والىذ لل مؤسسات الخيرية، وبرامج المعاقين، وفى عام 2004 على سبيل المثال تبرعت الشركة بمبلغ 61 مليون \$ لدعم برامج التعليم فى المؤسسات الداعمة للطلبة والمدرسين فى العالم، كما تذلل الشركة قدراتها الفنية والتكنولوجية وعلاقاتها ومواردها الربحية لدعم ما يتطلع اليه المجتمعات من مصالح، وفى عام 2006 على سبيل المثال برنامج الشركة غطى ما يلى:

التعليم : مساعدة المتعلمين من الطلبة والاساتذه لتحسين قدراتهم التعليمية وتطوير التكنولوجيا لدعم العملية التعليمية من مرحلة رياض الاطفال الى مرحلة الجامعة



المجتمع: من خلال تنمية إقتصاديات المجتمعات، ومساعدة المؤسسات غير الهادفة 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 والمحتوى الالكتروني، وتحرص الشركة على قياس عوائد مساهماتها المجتمعية على الاستثمارات، ففي قارة آسيا فقد اشتركت 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 يلي بعض النماذج للمساهمات المجتمعية دوليا في 2006 :

1- في الامريكتين :

منحت الشركة لعدد 104 مؤسسة غير هافة 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 إستخدام التكنولوجيا وهي معدة لخدمة أكثر من 6000 شخص هناك.

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

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

كما تم تدشين برامج مماثلة في الشرق الأوسط وأوروبا وتم الاعلان عن جوائز خصصت لتشجيع الشركات في تلك القارات للامتثال بالمعايير المتمحورة حول المسؤولية الاجتماعية والاداء والتوازن التمويلي ودعم المشاريع البيئية، ومنحت أستونيا جائزة عن تمكنها من صناعة أبواك من مواد معادة التدوير تستخدم كموا كرتونية لفاكهة 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 هيوستون العظمى .

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

حصلت الشركة على معدل 5 نقاط وفق معيار مؤسسة كالفرت.

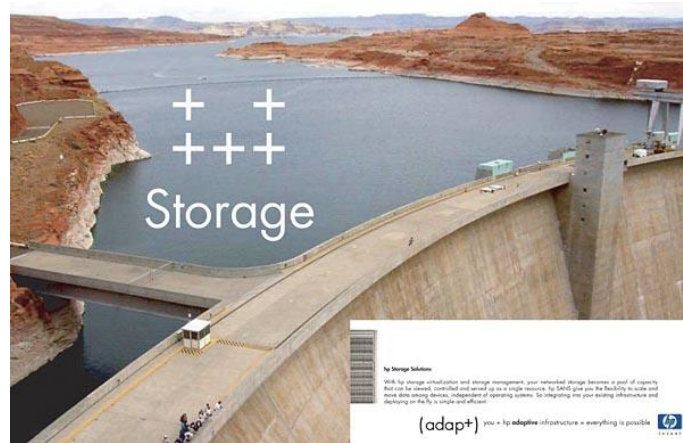
ما يلي بعض حملتين اعلانتيتين للشركة:



اعلان يعزز لاعتماد أخلاقيات التعامل مع الحكومة



اعلان يعزز مسؤولية الشركة المجتمعية



اعلان يعزز للريادة الالكترونية للشركة



اعلان يعزز للريادة الالكترونية للشركة

Because the future tends to arrive sooner than you expected.

(adapt+)

Key Product Series

At HP, we choose approach servers that the **cloud** best, making the only line to migrate from there with your information on a **cloud** line, and in the future.

That's why we offer a broad range of approach servers that allow you to choose the best.

On the one hand, and performance - from high-end enterprise servers to server appliances to blades. All come bundled with sophisticated management tools that make it easier for you to manage your information across multiple computing systems. It all adds up to the best with our overall approach to efficiency. In addition, approach's modular architecture allows you to design your approach with your **cloud** hardware, software, and services.

price • hp.com/enterprise or hp.com/enterprise is available

Support for 24x7x365

ProLiant ML 150 G5

ProLiant ML 150 G5

ProLiant ML 150

To buy direct call 1-800-000-0000 or visit www.hp.com/adapt

©2007 Hewlett-Packard Company. All rights reserved. HP, the HP logo, and the HP logo are trademarks of Hewlett-Packard Company.

hp

اعلان يعزز للريادة الالكترونية للشركة

Microsoft®

نبذة عامة عن الشركة:

شركة أميركية متعددة الجنسيات في مجال تكنولوجيا المعلومات، مع 76.000 موظف في 102 دولة حول العالم، ومبيعات سنوية تصل الى 44.28 بليون \$، تصنع وتطور وتمنح 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 الاسواق العالمية، وحصة سوقية تقدر 90% كما تشير البيانات في 2003 لمنتجات الاوفس، و90% لمنتجات مايكروسوفت وندوز لعام 2006، دخلت الشركة مؤخرا في مجال صناعة العاب الفيديو، وخدمات الشركة تتنوع 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 متحمسون تشاركوا معا في مغامره أخرجت مليونيرة. كأول أجهزة حاسوبية مصغره تطرح بأسلوب تجارى وفق موديلات.

بينما الموهوبين في أرجاء أميركا كانوا يحاولون جمع شتات من الانظمة الالكترونية المتواجدة في المحال التجارية وتوصلوا عبر MITS (Micro Instrumentation and Telemetry Systems) ، في 1975 ، لمنظومة جديده 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



المؤسسون- 1978، غيتس الأول من الشمال

بعد تدشين Altair 8800 ، أصبح غيتس مخترع النظام الجديد microcomputer, Micro Instrumentation and Telemetry Systems (MITS) ، كتطبيق مباشر للغة حاسوبية تدعى "بيسك"، ما جعل Altair تعتمد ليصبح Altair BASIC ، غادر غيتس 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، إنتظم السيد ستيف بالمر الى الشركة في 1980، ومن ثم أصبح CEO للشركة .

كلفت شركة IBM غيتس للعمل على إنشاء نظام تشغيلي لحاسوب تنوى إستصناعه، حيث لم تفلح في ذلك الوقت لآخذ ترخيص بنظام منتشر يدعى CPM من شركة Digital Research، ومن أجل هذه الصفقة إشترت "مايكروسوفت " برنامج CPM

1985-
1995

فى نوفمبر 85 إستصدرت "مايكروسوفت" النسخة الاولى من "وندوز"
فى مارس أدرجت أسهم الشركة للاكتتاب العام IPO



اليافطة الرئيسية للشركة

فى 89 أطلقت الشركة برنامج "مايكروسوفت أوفس" المتعدد الوظائف
والحاوى على برامج عدة فى مثل "وورد ، 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 "ويب براوزر ، إنترنت إكسبلورر"

<p>في منتصف 90 ، بدأت تمتد منتجات الشركة الى "نتوركغ " "شبكات التشغيل " ، وأطلقت في 95 "MSN" ، كمنافس مباشر ل AOL ، 1996 دخلت في عقد تجارى مع NBC لاستصدار محطة إخبارية معتمده على الكيبل MSNBC ، 97 تم إطلاق Internet Explorer 4.0 الذى يعمل على نظامى Mac OS and Windows ، ما جعلها تتقدم على شركة Netscape في مجال التصفح الشبكي ، ما جعل شركة نتسكيب ترفع قضية على مايكروسوفت خرقها لإتفاقية أبرمت معها في 94، وتطلب فصل "الاكسبلورر" 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 في 2001 تم إطلاق نظام Windows XP المطور في 2001، وكذلك Xbox، جهاز الالعاب الذى حقق للشركة بلايين الدولارات، والذى إستحوذت على قطاع الالعاب الالكترونية فيه لسنوات طوال شركتى سونى ونينتندو، 2004 وجهت قضية خرق غير قانونية للشركة من قبل الاتحاد الاوروبى لعدم احتواء ميديا بلير لنظام وندوز المباع للنسخة الاوروبية.</p> <div data-bbox="603 936 791 1249" data-label="Image"> </div> <p>The Xbox 360..</p>	<p>1995–2005</p>
<p>تم إطلاق Windows Vista في 2007 ، مع Microsoft Office 2007</p>	<p>2005</p>



البيئة ضمن مقر شركة مايكروسوفت

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

المسؤولية الاجتماعية:

البيئة المحيطة: بالرغم من أن مبادئ الشركة لانتشير 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 المباني الخضراء **Green Building**، والشركة توفر في الاستخدامات الورقية فتجعل الارشادات التشغيلية على برامج في أقراص مضغوطة أو يتم سحبها من مواقع محددة من على الشبكة

حصلت الشركة على تقدير 4 عن مؤشر كالفرت

موقع العمل:

تنبوء الاناث نسبة 25% من القوى العاملة للشركة، وثمة إمرتان في الجهاز الادارى التنفيذى، وهناك نسبة 25% من الاقليات العرقية، وللشركة سجل آمن بالرغم من ضعف النظام الامنى وظوابطه فى لوائح الشركة، ويتمتع الموظفون بالادارة العليا بعلاقة جيدة.

حصلت الشركة على تقدير 4 عن مؤشر كالفرت

ممارسات الشركة:

النظام الشبكي للشركة معرض للخرق من قبل الهاكرز والفيروسات، وقضايا ذات علاقة بأمن الشبكات، في 2002 أنشأت الشركة مبادرة تدعم الثقة بمنتجاتها وتحسين أدائها الامنى، وعقدت الشركة مجموعة من السيمينارات 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 تقدير 4 عن مؤشر كالفرت

حقوق الانسان:

لايعتبر العنف أمرا معهودا تاريخيا في صناعة البرمجيات، غير أن الشركة ومن خلال وكلاء التوزيع قدمت وتؤكد على أهمية التعامل السوي مع موظفيهم، وعدم توظيف الاطفال، أو ممارسة الاطهاد 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 لمستخدمى خدمة MSN التى تراقب من خلالها كلمات تمس الديمقراطية وحقوق الانسان تلك التى تنشر فى الصحافة الانترنتية العامة.

حصلت الشركة على تقدير 4 عن مؤشر كالفرت

علاقات المجتمع:

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

الحساب الختامى للشركة لعام 2005 سجل مساهمات مجتمعية مالية بمقدار \$445 مليون وخدمات فى هيئة تبرعات.

تعمل الشركة جاهدة لتعليم المجتمعات المحيطة بقضايا التكنولوجيا الحديثه، وتمنح المنح الدراسية للراغبين، وتتعاون مع المنظمات غير الحكومية فى دعم وتحقيق أهدافها.

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

تعاونت الشركة مع الامم المتحدة والصليب الاحمر لتهيئة الخدمات المناسبة للمهجرين، فى سانت بتسبيرغ روسيا ، وفتح مركز تعليمى لهم وهى واحد من أصل 300 مركز منتشرة حول أوروبا والشرق الاوسط والمنتشرة فى 45 دولة حول العالم كى تستفيد منها المجتمعات فى التعليم والتدريب لخمسة 20 مليون مهجر عالميا.

حصلت الشركة على تقدير 5 عن مؤشر كالفرت

ثاني عشر: شركة شحن جوى يوناييتد بارسل سيرفيس



United Parcel Service.

نبذه عن الشركة:

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

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

1976	بدأ خدمات محلية في التوصيل لألمانيا الغربية
1982	خدمة توصيل اليوم التالي بدأت
1985	بدأ تشغيل أول شحنة بريد بواسطة "أير كونتينانتال" بين أميركا وأوروبا
1988	دشنت طيرانها الخاص، وخدمة التوصيل 41 دولة في العالم
1989	توسيع خدمات الشركة لأكثر من 180 دولة، وإستحوذت على عدد 8 شركات للتوصيل أوروبية.
1990	إعتماد 10:30 صباحا كخدمة مضمونة الوصول في اليوم التالي.
1991	تقدم خدماتها لأكثر من 200 دولة وتتعامل مع 4 بليون من أصل 6 بليون إنسان في العالم.
1993	بدء تشغيل خدمة التوصيل أيام العطل الاسبوعية بدأ من السبت، والاولى التي تعتمد التوقيع الكترونيا لمراقبة مراحل وصول الشحنة. التأسيس لشركة الخدمات اللوجستية UPS Logistics Group
1994	تحصل الشركة على جائزة عن موقعها الالكتروني ذاتي التفاعل مع العملاء
1995	تقدم الشركة أول ضمان لا يصال الطرود في نفس اليوم تحت مسمى "next-flight-out" service تسمح الشركة لموظفيها شراء أسهم الشركة.
1998	شكّلت الشركة UPS Capital Corp وطرحت محفظة من المنتجات الخدمية.
1999	أصبحت شركة عامة في نوفمبر 10، حيث سجلت البورصة تاريخيا في نيويورك الاعلى في شراء الاسهم. 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 عالميا وتمكنها من الامتداد الرأسي.
2000	إحراز تقدم كبير بوصول الشركة الى معدل يومي للشحن يقدر ب 6.5 مليون طلب باليوم. زيادة رحلات الطيران فيما بين أميركا وأوروبا والشرق الاوسط وآسيا. الاستحواذ على شركة الشحن Challenge Air Cargo الاكبر على نطاق أميركا اللاتينية في ذاك الوقت. تم إعلان إسم الشركة كأفضل عشر شركات في التسعينيات، مستحوذه على الترتيب السادس مقابل 300 علامة تجارية.
2001	الاستحواذ على شركة First International Bancorp من شأنها أن تزيد قدرات الشركة الام في عملياتها البريدية. إعتماد إستراتيجية لا يصال البريد من خلال نظام هجين ومسبق تحديد النوع للعملاء الاستحواذ على شركة صناديق البريد Mail Boxes Etc العالمية الانتشار للتواصل الحر مع الافراد. الاستحواذ على شركة Fritz Companies Inc لدعم خدماتها العالمية الخاصة بالاسترجاع. النجاح بحقوق الطيران مباشرة للصين على مدى ست أيام في الاسبوع
2002	تقديم خدمة مضمونة الايصال ومضمونة إسترجاع المبلغ لعدد 48 ولاية أمريكية.

<p>تدشين خدمة Intra-Asia network لضمان سرعة الخدمة داخل وخارج قارة آسيا</p> <p>إعتماد حلول متكاملة لسلسلة تزويد ودعم تجمع المبيعات والتسويق والتمويل والتكنولوجيا اللازمة للفروع والشركات التابعة.</p>	
<p>إعتماد تكنولوجيا متطورة 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 السيارات على وقود الهايدروجين</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 إيرباص</p> <p>إستحوذت على شركة Lynx Express Ltd في بريطانيا، وطورت خدماتها في بولندا</p> <p>بدأت تفعيل الجيل الرابع من DIAD computer to U.S. drivers</p>	2005
<p>تعلن الشركة عن حملتها "حملة Green Fleet" الاسطول الاخضر</p> <p>خمسون من الشاحنات المجهزة بنظام حرق للوقود صديق مع البيئة يعتمد نظام كهربائي وسوائل بديلة للوقود التقليدي، وتلك الشاحنات تنظم الى 20,000 شاحنة متواجده ضمن أسطول الشركة وتعمل وفق نظام مخفض للانبعاثات الحرارية، وهذا يتفق مع ما خطط له من أهداف حيال تقليل الانبعاثات الحرارية التي تخلفها عمليات التشغيل في الشركة ونسبة 45%.</p> <p>ومن المتوقع أن ينخفض إستغلال الوقود من جراء عمل تلك الشاحنات الجديد بما يعادل 44,000 جالون من الوقود مقارنة بالشاحنات العاملة على ديزل، كما إن نظام HYBRID سيخفض ما مقداره 457 طن متري من غاز ثاني أكسيد الكربون المنبعثة سنويا في الفضاء.</p> <p>وفي 13 يونيو 2006 تكون القافلة قد قطعت 100 مليون مايل حول الارض أو ما يعادل السفر الى فينوس من الارض ذهابا وإيابا أربع مرات ونصف وهو ما يعاد 108 مليون ميل.</p> <p>طورت الشركة خدماتها الارضية، وقلصت وقت تسليم الطرود لأكثر من 500,000 طرد في اليوم</p> <p>دشنت شبكة جديدة للطيران خاصة بالشحن لشمال أميركا</p>	2006



سيارات خضراء الوقود



المنافسون

الاستدامة "البقاء" والمسؤولية الاجتماعية:

البيئة:

للشركة سجل حافل جيد في المجال البيئي ، ولديها ممارسات مشهود لها في ذلك مثل الطاقة، وإستخدام التغليف الخاص للطرود، فليديها برنامجا لتقليص إستهلاك الطاقة، الاستهلاك من قبل شاحنتها بتزويدها بطرق مختصرة عبر نظام GPS ومن خلال تدريب السائقين في ذلك، وإستخدام سيارات "مهجنة" Hybrid الكهربائية أو تلك التي تقاد بطاقة الهايدروجين، فإسطولها المكون من أكثر من 1,800 سيارة تستخدم الغاز الطبيعي المسال في التنقل، والكهرباء والبروبان، وتستخدم الشركة أظرفها من 100% مواد معادة التدوير سواء من الفايبر أو الورق المعاد تدويره، ولدى الشركة شفافية وبالارقام متاحة للجميع تؤكد هذا المنحى الملتمزم 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 بالايسو ولديها إرشادات معينه تفرضها على مصانعها وموظفيها للالتزام بها في مجالات فضلات المجارى السامة أو المواد الكيميائية الناتجة عنها، وتمتد عناية الشركة للمجال البيئي كى تشمل المقر الذى يشغل مساحة 623.000 قدم مربع كى يتم تدشينه وفق المعايير البيئة فى التصميم وفى البناء، وقد أعلنت فى ذلك جائزة لمن يمكنه أن يحقق ذلك بالكفاءة التى تفرضها مبادئ تقليص إستخدامات الطاقة.

وقد حققت في هذا القطاع وفق معيار كالفرت 4 نقاط.

مكان العمل:

لدى الشركة برنامجا 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 إمراه واحدة في المجلس التنفيذي المكون من عشرون، وتمثل الاقليات نسبة ثلث الموظفين، كما يمثلون 27% من المناصب الادارية، وتمكنت الشركة من تقليص عدد الحوادث التي يتعرض اليها العمال وكذا ساعات العمل الضائعة الى 50%، خلال الفترة من 1999-2003، والشركة تقف ضد عمليات العنف والتمييز.

وقد حققت في هذا القطاع وفق معيار كالفرت 3 نقاط.

ممارسات العمل:

للشركة سجل حافل بالممارسات الايجابية، كما أن ملكية الاسهم من قبل الموظفين يساهم في الادارة المثلى للشركة حيث تبلغ 33% من ملكية الشركة، يؤمن مجلس الادارة بالتنوع الجنسى والعرقى فالبورديشتمل على ثلاث نساء ورجل أمريكي من أصل أفريقي، من أصل عشرة أعضاء، للشركة دستور أو إلزام مكتوب مبسط غير متعمق في لغته حيال التنوع العرقى للادارة، والشركة تربط منح المكافآت بالاداء والانجازية للتنفيذين، ولدى الشركة التزام خلقى بالممارسات التجارية للشركة وإحترام قوانين الغير، وتشجع الموظفين للكتابة في تقاريرهم عن أى تجاوزات أو ممارسات مخلة تعرض مبادئ وأخلاقيات الشركة، للشركة إجازة لايسو 9001، وكان ترتيبها الاعلى بين العملاء بما يشير الى تقدير ورضى العملاء في كافة خدماتها الارضية والملاحية الاخرى عنها، وللشركة نظام للسلامة سجل حادث واحد مع كل مليون ميل.

وقد حققت في هذا القطاع وفق معيار كالفرت 5 نقاط.

حقوق الانسان:

حيث تعمل الشركة في كافة دول العالم فإنها تواجه بممارسات ومشاكل تخص التعامل الانسانى، وبالرغم من إنها لاتعمل في بورما غير أن الشركة تضمنت تشريعاتها حفظ الحقوق في التعامل الانسانى هناك ، وفي المكسيك فالشركة لديها دورات تدريبية في مجال الاسعافات الاولى والفحوصات الطبية لكافة العاملين وأسرههم، والمكافآت والصرف يتم بناء على المقاييس والمعايير الامريكية وليست التابعة لاميركا اللاتينية، والشركة تشجع التعامل مع الشركات المحلية في الموارد والتجهيزات، وسجلت الشركة تبرعا لمجتمعات الهنود الحمر بالرغم من عدم إحتواء الشركة على عمالة من هذه الاقلية 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 إستمرت على مدى 26 عام تتبرع الشركة بمبلغ \$ 800.000 لبرامج المنح الدراسية لهم.

وقد حققت في هذا القطاع وفق معيار كالفرت 4 نقاط.

العلاقة بالمجتمعات المحيطة:

للشركة علاقات وطيده بالمجتمعات المحيطة التي تعمل بها، فالشركة تحرص على توظيف السواق ضمن المجتمعات التي ينتمون ويعيشون فيها وهذا معمول به منذ 1968، وتبعث الشركة بصفة سنوية عدد 16 موظفا 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 (2004-68) على هذا البرنامج، وقد إختارنا ذكر هذا البرنامج مع برنامج آخر بدأ العمل به في 1984 وهو في مجال التنمية المجتمعية وتقديم الخدمات للأسر، 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 تسليية الاطفال وتقديم الصيانة اللازمة الصحية والترميمية اللازمة والتطوع بالوجبات الغذائية، وتقديم برامج توعية مناوئة لمتعاطي المخدرات.

وهناك ما يصعب حصره من البرامج المجتمعية غير أننا إنتقينا أيضا:

المساهمات المجتمعية لعام 2002:

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

فى دعم مؤسسة يوناتد واى الخيرية:

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

وللشركة مؤسسة خيرية هي UPS Foundation ولديها نظام ممارسى راقى فى التعامل مع المؤسسات غير الهادفة للربح والمنظمات الخيرية، وبرنامج تدريبى وتوظيفى رفيع المستوى لمن يرغب أن ينخرط فى العمل سواء من الطلبة أثناء تحصيلهم الدراسى الجامعى وهم ألوف مألقة، أو من قاطنى تلك المجتمعات المحيطة، وكل ذلك وفق أجور جيده، وللشركة شراكات مع الكليات الدراسية المحيطة لتقديم برامج تدريبية فى مجال أنظمة المعلومات والحواسيب ضمن برنامجهم الدراسى المختبرى، والشركة معنية جدا بإستيعاب الراغبين بالتوظيف بما يؤكد برامج مصلحة العمل (المحاليين للمعاش) حيث وظفت عشرات الألوف منهم بنجاح، كما إن الشركة عملت مع شركات النقل المحلية فى مدن مثل فيلادلفيا وشيكاغو ودالاس لنقل موظفيها الى مقار عملهم، والشركة تدعم المرأة وأصحاب المصالح التجارية المحدودة، إضافة الى دعم مجتمعات أصحاب الاحتياجات الخاصة، وتدعم برامج محو الامية وبرامج دفع الجوع عن المحتاجين، 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 مميزه.

وفى الامارات العربية المتحد تضامنت الشركة مع مدرسة الصفاه لتفعيل برنامج Hands-to-Hearts project وهو مخصص لدعم الاطفال فى المدارس والمجتمعات الفقيره فى القارة الافريقية، حيث يتم شحن نصف طن من الكتب والالعاب للايتام والفقراء هناك.



وقد حققت فى هذا القطاع وفق معيار كالفرت 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 مثلا رفيعا وذكيا حيال ذلك من خلال اعتماد أسطول من السيارات ونظم النقل تستهلك وقود بديل عن الوقود الملوث للاجواء "برنامج Green fleet"، إضافة الى اعتماد التدوير الورقى وإستخدام الفاير للطرود.
- 2- كما إن للشركة دور كبير فى دعم المجتمع المحيط من خلال برامج من التوظيف متعددة شملت الطلبة، والمحالين للمعاش، وغيرهم
- 3- دعم أقليات مجتمعية لاتتمتع بعلاقة تجارية مع الشركة فى مثل، بورما، الهندو الحمر فى أميركا
- 4- دعم برامج التدريب والتعليم
- 5- من الواضح أن الاب الروحى للشركة له دور فاعل فى تغفيل هذا كله، وهو ما نجده إستمر مع السنين بعد موته، وهذا يذكرنا أيضا بشركات أخرى كان لفلسفة المؤسس دور فاعل إستمر فى دعم مسيرة الشركة على مدى عقود.
- 6- يبدو لى أن تكاليف الشركات الغربية لخدمة المجتمعات الفقيرة فى أفريقيا نابع من الشعور بالالزمة تاريخيا حيال ما فعلوه بشعوبهم من جهة ومن جهة أخرى أن المبالغ الممنوحة الصغيره أثرها كبير ومضاعف فى حال مقارنة إنفاقه فى دولهم المتقدمه على التعليم مثلا فعندما يقولون فى تقاريرهم الانسانية "نحن نعمل فى بورما بالرغم من عدم وجود مصالح للشركة هناك " فذلك مبعثه المردود الكبير الناتج من إنفاق كل دولار مقارنة بإنفاقه فى دولهم .

ثلاث عشر: شركة تارغت نموذج للمخازن التجارية

شركة تارغت تبيع كل شيء من الملابس وحتى حبوب الفيتامينات، الى الالكترونيات الى المواد الغذائية كالخضروات، وهي تملك علامة خاصة بها Private lable ولديها 352.000 موظف.



التاريخ	مسار الانجازات
1902-1962	تتطلق أصول الشركة من المؤسس "جورج دايتون" الذي أسس لشركة مخازن دايتون، في منسوتا 1902، حيث دشن السيد جورج مبنى متعدد الطوابق يحوى ست طوابق داخل المدينة "مزيابولس" وإستطاع أن يقنع شركة Goodfellow Company في أن تحول بضائعها اليه، تقاعد السيد Reuben Simon Goodfellow وباع المتجر الى دايتون في 1903، عمدت الشركة لمجموعة عمليات إستحوذت فيها على بعض شركات بيع التجزئة.
	في 1946 إستخدمت شركة دايتون مفهوما جديدا 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 الاكبر من نوعها في الولايات المتحدة الامريكية تحت مسمى B. Dalton Bookseller ، فتحت فروع دنفر كالورادو وبلغت المبيعات 60 مليون\$ في 1967، طرحت الشركة أسهمها للاكتتاب العام ، حيث أصبحت فروعها تسعه . في 1970 تم فتح عدد سبعة أفرع جديده في مواقع متفرقه من الولايات المتحدة ، ليصبح عددها 24 فرع ووصلت المبيعات الى 200 مليون\$ في المبيعات ،
71-82	في 71 إستحوذت على عدد 16 فرع من شركة مخازن Arlan's department store، وأصبحت الشركة تتمتع بعدد 46 فرع ، جعل الشركة

<p>تمر في إنحسار في المبيعات كان السبب في ذلك يعود للتوسع السريع للشركة من جهة ومن جهة أخرى لعدم تدريب الباعة بالشكل المناسب على الانظمة الخاصة باختساب الخصومات، كما إن هناك أسباب أخرى ناتجة عن تداعيات عمليات التخزين غير المدروسة وعدم تصريف المخزون أولا بأول ما جعله يتراكم.</p> <p>في 1974 إعتمدت الشركة زيا موحدا للموظفين، وألوان موحدة لمخازنها مع الديكور، بالإضافة الى الهيئة التي يتم فيها عرض السلع، ما يشكل صورة منسجمة وموحدة للعلامة.</p> <p>الادارة الجديده أنعشت مجددا مخازن تارغيت، بأن إعتمدت إستراتيجية تصريف الحالى من المخزون، مع عدم فتح فروع جديده.</p> <p>في 76 فتحت أربع فروع جديده وحقت مبيعات وصلت 600 مليون\$. في 81 بلغ عدد الفروع 151 فرع وبلغت المبيعات 2 بليون\$</p>	
<p>فيما مضى كان تركيز تارغيت في التوسع في الولايات الوسط الامريكية، بدأت في 82 عمليات التوسع في الغرب الامريكي ، بالاستحواذ على سلاسل من المخازن وتحويلها الى علامة تارغيت.</p> <p>النشرة الاسبوعية " Target advertising circular " تعتبر الثانية فقط لمجلة Sunday comics الاكثر قراءة في أميركا.</p> <p>في 86 تم الاستحواذ على عدد 50 فرع لمخازن Gemco في كاليفورنيا ما مكنها من الاستحواذ على جنوب كاليفورنيا، وجعل السلسلة تتمتع بعدد 246 فرع.</p> <p>أصبحت تنافس تارغيت مباشرة مخازن Kmart ، المتصدرة في 24 ولاية وبعدها 317 فرع و5 بليون\$ مبيعات .</p> <p>في 87 دشنت الشركة المسح الالكتروني في بيع السلع في كافة أفرعها</p> <p>توسعت الشركة في شمال غرب الولايات في واشنطن وأوريغون ، ثم في الجنوب الشرقي لتصل الى فلوريدا وجورجيا ونورث كارولاينا وساوث كارولاينا ، لتغطي 30 ولاية</p> <p>في 90 إستحوذت على Marshall Field's</p> <p>في 92 إنشأت لها سلسلة مصغرة من محال لبيع الملابس ، بغية منافسة محال GAP بإستصدار علامة خاصة private label</p> <p>في 95 فتحت الشركة علامة جديده تحت إسم SuperTarget hypermarket في نبراسكا ، وأصبحت فروعها 670 مع مبيعات إجمالي 15.7 بليون \$</p> <p>دشنت بطاقة الائتمان " known as the REDcard "</p>	<p>2000-82</p>

<p>في 99 تم الاستحواذ على Fedco</p> <p>في سبتمبر 99 تم تدشين موقعها الالكتروني لبيع التجزئة بالتجارة الالكترونية</p>	
<p>2000</p> <p>تم تغيير اسم الشركة رسميا ليصبح من Dayton Hudson Corporation الى Target Corporation حيث أن 80 % من الايرادات تحصد من Target Corporation ، بينما السلاسل الأربعة الأخرى 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>في 2003 وصلت الفروع الى 1225 فرع ومبيعات الى 42 بليون \$</p> <p>في 2005 ، أعلن عن إستحواذ الشركة على المرتبة العشرون من بين الاخريات في حجم مساهماتها المجتمعية المقدرة 2مليون \$ كل أسبوع ، وعدد موظفين وصل الى 300.000</p> <p>في 2006 بلغت الفروع 1488 والمبيعات 59.4 بليون \$</p> <p>2007 الاعلان عن منح المؤسسات الخيرية نسبة 5% من الدخل .</p>	

المسؤولية الاجتماعية:

البيئة:

تعتبر الشركة رائده في مجال استخدام الورق والمواد المعاد تدويرها، وتقليل النفايات والاقتصاد في إستغلال الطاقة، فهي 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، فهي ليس لديها نفايات سمية، تلت مبانى الشركة تعتبر مواقع تم إعادة تحديثها أو مزارع غير مستصلحة أو مواقع بالاصل لمبانى قديمة، والمبانى تم تصميمها لتكون مقتصدة في إستغلال الطاقة، وللشركة معايير فى بناء مبانىها يتفق مع Environment Design (LEED) building standards for the retail industry ، وهى عضو فى رواد المناخ والمحافظة عليه.

وقد حققت في هذا القطاع وفق معيار كالفرت 5 نقاط.

مقر العمل:

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

وقد حققت في هذا القطاع وفق معيار كالفرت 4 نقاط.

ممارسات العمل التجاري:

ثمة التزام في الشركة حيال اعتماد التنوع في التوظيف، في 2005 ثمة ثلاثة نساء من ضمن 11 عضو مجلس إدارة، غير أن عضوية الاقليات العرقية غير واضح في نظام الشركة، تقرير الشفافية والافصاح وتقارير الشركة منشور على الوب سايت للجميع، وقد حصلنا على نسخة من الخطة لغاية عام 2010 بشكل شبه تفصيلي، وللمسؤولية الاجتماعية مديرا خاص معين يراقب أداء الدور الاجتماعي للشركة ويطوره، السياسات الخلفية في تعاملات الشركة موجودة بشكل مفصل، وثمة آلية لرصد التعديات وتحرير المخالفات عنها، نوعية السلع العالية التي تنتجها الشركة وفق مواصفات ومعايير رفيعة محرره ضمن مرجع الشركة، كذلك نواحى الامن والسلامة، وتؤكد الشركة في إعلاناتها على تنوع مشارب الموظفين سواء الجنسية أو العرقية، غير أن في مجال بيع الجلود ليس للشركة سياسات داعمة لمصلحة الحيوانات.

وقد حققت في هذا القطاع وفق معيار كالفرت 4 نقاط.

حقوق الانسان:

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

وقد حققت في هذا القطاع وفق معيار كالفرت 3 نقاط.

العلاقة مع المجتمع المحيط:

فى المجال الانسانى: تعتبر شركة تارغتس الأعلى على مستوى أميركا فى المساهمات المجتمعية بدفع المال المستقطع من الإيرادات 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 يعلوا 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 الفقيرة وبالاخص المرضى من مستشفى خاص للأطفال فى تنسى، من خلال أكثر من 27 مليون \$ تبرع لتجهيز ما يعاد 96 شقة مفروشة للعوائل المحتاجة.

فى 2005-2206 ثمة تعاضد فيما بين تارغيت و Salvation Army، ففى الكوارث تعتمد تارغيت لتقديم المعونات والتبرعات وتحث المشترون للشراء والتبرع بما يشتروه 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 تسوسنامى فى 2004 فى جنوب آسيا، ومبلغ 1.5 مليون \$ لمتضررى كاترينا 2005.

فى التعاون مع الحكومة لضبط والكشف عن الجريمة وتعاطى المخدرات والكحول



فى الواقع دشنت الشركة هذا النظام لتسهيل 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 للقطاع القانونى والوكالات المعنية بالجريمة عبر الولايات المتحدة.

وقد حققت فى هذا القطاع وفق معيار كالفرت 5 نقاط.

ملاحظاتنا على المساهمات المجتمعية من قبل الشركات التجارية:

- 1- إن مشاركة المساهمين وكل ذي علاقة بالشركة لا تنحصر في اللقاء السنوي الذي يجمعها معهم في الجمعية العمومية وإنما ثمة لقاءات مستمرة طوال العام كي تستشف وتتعرف الشركة أولاً بأول على تطلعات المساهمين وشركاء الشركة الذين هم الاصل ويبدو ذلك واضحاً مع شركتي (بروكتور، جى إى).
- 2- إن المنتج هو الذى يفرض نوع المساهمة المجتمعية، فنلاحظ دائماً أن هناك علاقة وطيدة فيما بين المنتج مثل (القهوة) والمساهمة المجتمعية التى هى توفير الرعاية الصحية للمزارعين أو التعليم والتدريب، بما يكون له إنعكاس غير مباشر على المنتج بشكل إيجابى، 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 إنتل.
- 4- نلاحظ كيف أن كل شركة إستحدثت 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 والملتزمة بالأداب كيف أنها تنبذ 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 مجتمعى، مثل برامج الصحة ومنتجاتها مثل "جونسون أند جونسون"، يليها أن يلبى حوائج مجتمعية تعود عليه بالنفع، مثل برنامج إستزراع القهوة من قبل شركة بروكتور وجامبل "قهوة هلفغر"، ثم برامج التوعية الاعلامية أو لنقل تأتى برامج التوعية كى تعزز منح المعلومات للعملاء وما يكون له مردوداً 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 يوناتيد واى وآكاونسل، واليونيسيف، فالعديد من هذه البرامج يتم رعايته من قبل شركات إعلامية تلفازية مثل ABC.
- 8- ثمة شركات مستوفية لمنظومة الاستدامة أو "البقاء" كما أن سجلها قد يكون حافل بالمساهمات المجتمعية، غير أنه ليس بالضرورة تكون محل إختيارنا وذلك لأسباب، منها أن المنتج الرئيس الذى تقوم بتصنيعه هو بالاساس ضد الصداقة مع البيئة فى مثل منتجات شركة "كمبرلى كلارك" التى تعمل على تقليص حجم الغابات فى العالم لتغذية مصانعها الورقية بأنواعها، أو لأن الشركة تزاوّل أنشطة تسددها فيها عبر قيمة الاتحاد والمساواة الدفاع عن حقوق الشاذين فى مثل شركة بنيتون.
- 9- من الواضح الفرق فيما بين شركة "فايزر" وشركة "جونسون وجونسون" بالرغم من تفوق شركة "فايزر" المالى، غير أن شركة جونسون تؤكد وبشكل جلى مركزاً تسويقياً 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 الازمات الطبيعية حول العالم يؤكد بأنها "تهتم" بالانسان كإنسان.

- 11- لم نلاحظ عوائد حتى ولو من بعيد في دعم منتجات الشركة من خلال البرامج التي تقرر، فإذا كانت بروكتور وجمبل تعتمد أي برنامج بما يكون له عائد غير مباشر مثل تحسين صحة المزارعين للقهوة فإن جونسون لم نلاحظ أي عائد مع ما تباع.
- 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 ونمت هذه الرؤية عبر السنين لتثمر مؤسسات مجتمعية حول العالم.
- 13- إن أي شركة بإمكانها أن تكون مساهما كبيرا سواء تجاه البيئة أو المجتمع، ونلاحظ كيف أن تاريخيت بالرغم من عدم وجود علاقة واضحة فيما بينها وبين البيئة غير أن مساهماتها كانت للبيئة والمناخ كبيرين.
- 14- كما عززت دورا كبيرا لها تربط فيه مبيعات الشركة بما يحدث من كوارث وبأسلوب ذكي يكون له أثره الايجابي على ديمومة الشركة.
- 15- في العالم العربي، ممارسة المسؤولية المجتمعية من قبل الشركات ليس بذات الأساليب المتبعة 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 للآيتام والأرامل، كما إنه ينبذ الغش والظلم وعدم العدل، ومنح الاجير أجره قبل أن يجف عرقه، ناهيك عن فريضة الزكاة التي تمارس على نطاق الافراد والشركات، وما ظاهرة إنتشار البنوك الإسلامية وشركات الاستثمار الإسلامية الا نموذجا، كما إن صناديق التنمية المجتمعية كالصندوق الكويتي للتنمية والبنك الإسلامي للتنمية نماذج أيضا، بدأ الغرب باعتماد هذه النماذج ضمن مؤسساتهم، فالغرب عندما قعد لمؤشر المسؤولية المجتمعية، فهو لانه غير ممارس لها، وهي مفقودة لديه، غير أننا نوصي بأن تستفيد مجتمعاتنا من المؤشرات التي توصل اليها الغرب مع تطويرها وجعلها متسعا 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

المراجع الخاصة بشركة جنرال إلكتريك (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 Hussein, 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 المزيدي
الجنسية: كويتي.
الولادة: 1956

الخبرات العملية:

1. ثلاثون عاماً في تخطيط الحملات الإعلانية وتصميمها وتنفيذها والإنتاج التلفزيوني.
2. مؤسس ورئيس مجلس إدارة شركة TC للدعاية 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 التلفزيونية.
7. مؤسس ومستشار شركة CIRCLE للخدمات الإعلامية المتكاملة (شركة كويتية مغلقة).
8. مؤسس ومدير عام "الإعلاميون العرب" للاستشارات الإعلامية والتسويقية.
9. مؤسس شركة نتورك بروغرامنج المحدودة لشراء حقوق وتسويق برامج مع الشبكات التلفزيونية في الدول العربية.
10. رئيس تحرير مجلة أسواق (إعلانية تسويقية أكاديمية)، التي تصدر في الكويت، 1994.
11. نائب رئيس اللجنة الأميرية لتأسيس قناة تلفزيونية 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 "كريا" 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 التسوق الخليجية، 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 وأضواء 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