

كيفية الاستفادة من المعايير الخاصة

دليل المعايير الخاصة في قطاعات الملابس الجاهزة
والأحذية والأثاث



Norad



CBI
Ministry of Foreign Affairs

كيفية الاستفادة من المعايير الخاصة

دليل المعايير الخاصة في قطاعات
الملابس الجاهزة والأحذية والأثاث



CBI
Ministry of Foreign Affairs

Vienna, 2010

شكر وتقدير

هذا الكتيب هو نتاج مشروع من تمويل "نوراد" وتنفيذ منظمة اليونيدو بالتعاون مع مركز ترويج الواردات من الدول النامية- هولندا.

إن اليونيدو و"نوراد" ومركز ترويج الواردات من الدول النامية يقدرون الجهود المخلصة التي بذلها المؤلفون، مارييت فان هيوجسته وسيجز كرخوف وبارت سلوب من مركز البحوث، حول الشركات المتعددة الجنسيات- هولندا، بالإضافة الى موج دولان بورا (اليونيدو) لإشرافها على هذا المشروع وتنسيق العمل به ومساهمتها في صياغة عدد من مسوداته.

تمّ تنفيذ هذا الكتيب وفقاً للتوجيهات العامة التي قدّمتها لاليت غوناتيلكي، مديرة فرع بناء القدرات التجارية في اليونيدو، وبدعم من جيراردو باتاكوني وبرناردو كالزاديا سارميايتو (اليونيدو). وقد قدّمت كل من ميشال كلارا وناتاشا وايزرت من اليونيدو ملاحظات ثمينة خلال جميع مراحل هذا المشروع.

كما يؤدّ المؤلفون شكر ماثيو اليكساندر وسولومون سامباسكومار وكف ايمانويل من مؤسسة صناعة الجلود الهندية الذين أجروا الدراسة المسحية والمقابلات التي تلتها، مع بعض الحالات في الهند، حول قطاعي الجلود والأحذية؛ كذلك أنا برسكانسيني وتانيا كريستوبولوس وسليم رابيا الذين أجروا الدراسة المسحية عن قطاع الأثاث في البرازيل؛ وموتلو كاراتاس الذي أجرى أول دراسة مسحية حول شركات الأقمشة والملابس في تركيا، واسماعيل سيمان الذي تولّى إجراء المقابلات مع الحالات قيد الدراسة.

وشكر خاص لديانا هوبارد على تحرير هذا الدليل ومارتن كيليرمان على مراجعته.

ساعد في البحث كل من كريستوف ماريين وكارل جوهان هذبورغ وجورج الفوند. أما فيكتوريا ناسبومر وراين كانتغ فقد قدّما دعماً إدارياً كبيراً للمشروع.

لقد استفاد المشروع بشكل كبير من الدراسات الخلفية التي وفّرها كل من بيار هوسلمن وبابين فان دو بورت والان براين.

ولا بدّ من توجيه الشكر والامتنان للخبراء أحمد أنصاري وأن-لور لينجيت ولبلوتي راجمون وبنان فاي وباداميسيري ماناكارا وارانتي بريماراتته وسليم خضر ولو فان داو وهالينا وارد وفيرا شولز وبير بودو ومارتن نوربتر واومبيا بانفيل ومانويلا بوزينهوفير على ملاحظاتهم وتعليقاتهم القيمة. وقد شارك العديد من الأشخاص الواردة أسماؤهم أنفاً في الاجتماع العام لفريق الخبراء وفي ورشة العمل التي أقيمت حول المسودة الأولى للمشروع.

ACRONYMS

ASTM	American Society for Testing and Materials
AWS	Alliance for Water Stewardship
BSCI	Business Social Compliance Initiative
CB	Certifying Body
CBI	Centre for the Promotion of Imports from developing countries
CDP	Carbon Disclosure Project
CEN	European Committee for Standardization
CIES	Comité International d'Entreprises à Succursales/International Committee of Food Retail Chains
CMR	Carcinogenic, Mutagenic or Toxic to Reproduction
CoC	Chain of Custody
ETI	Ethical Trading Initiative
FLA	Fair Labor Association
FLO	Fairtrade Labelling Organization
FSC	Forest Stewardship Council
GCI	Global Commerce Initiative
GMO	Genetically Modified Organism
GOTS	Global Organic Textile Standard
GRI	Global Reporting Initiative
GSCP	Global Social Compliance Programme
HCVF	High Conservation Value Forest
IBS	IFOAM Basic Standards (IBS) for organic production and processing
IEM	Independent External Monitoring
IFOAM	International Federation of Organic Agriculture Movements
ILO	International Labour Organization
ISO	International Organization for Standardization
KPI	Key Performance Indicator
MRA	Mutual Recognition Agreement
NGO	Non-governmental Organization
OHSAS	Occupational Health and Safety Assessment Series
PBT	Persistent, Bioaccumulative and Toxic
REACH	Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals
SAAS	Social Accountability Accreditation Services
SAI	Social Accountability International
SVHC	Substance of Very High Concern
TNC	The Nature Conservancy
UNCED	United Nations Conference on Environment and Development
UNIDO	United Nations Industrial Development Organization
vPvB	very Persistent very Bioaccumulative
WBCSD	World Business Council for Sustainable Development
WEF	Water Environment Federation
WELS	Water Efficiency Labelling Scheme
WRAP	Worldwide Responsible Accredited Production
WRI	World Resources Institute
WSI	Water Stewardship Initiative
WWF	World Wide Fund for Nature

المحتويات

٧	ملخص
١١	١. مقدّمة: ما الغاية من هذا الدليل؟
١٧	٢. لمحة عامّة عن المعايير الخاصّة
٣١	٣. قواعد سلوك المشتري
٣٩	٤. استراتيجيات المورد في البلدان النامية
٥٥	٥. الاتجاهات
٦٥	٦. الخلاصة
٦٧	٧. مصطلحات المبادرات والمبادئ الدوليّة

الأطر

- ٢١ الإطار رقم ١: معيار أيكيا أبواي
- ٢٤ الإطار رقم ٢: مجلس الإشراف على الغابات (FSC)
- ٢٥ الإطار رقم ٣: شهادة Oeko-Tex
- ٢٨ الإطار رقم ٤: نظام المساءلة الإجتماعية و SA8000
- ٣١ الإطار رقم ٥: قصّة قواعد سلوك المشتري: علامات تجارية تحت الضغط – نموذج نايكي
- ٣٥ الإطار رقم ٦: قواعد سلوك اتش اند ام (H&M)
- ٣٦ الإطار رقم ٧: مبادرة التجارة الأخلاقية
- ٣٧ الإطار رقم ٨: رابطة العمل المنصف
- ٤٠ الإطار رقم ٩: الشركة الهندية للجلود لم تواجه بعد أي متطلبات إجتماعية أو بيئية من قبل المشتري
- ٤٢ الإطار رقم ١٠: التكاليف الأولية للمطابقة في الشركة الهندية للأحذية (شو)
- ٤٣ الإطار رقم ١١: خمس خطوات عليك أتباعها عندما تواجه معايير خاصة- إذا لم تباشر بذلك حتى الآن
- ٤٤ الإطار رقم ١٢: تعتمد شركة "سبورت" التركية للملابس الرياضية على استراتيجية ردّ الفعل
- ٤٦ الإطار رقم ١٣: شركة المنسوجات التركية "ياسمين" تطور قاعدة سلوك
- ٤٧ الإطار رقم ١٤: بعض الأدوات المرجعية لكيفية تطوير قواعد سلوك
- ٤٨ الإطار رقم ١٥: بعض المصادر المتاحة حول دعم التدريب
- ٤٩ الإطار رقم ١٦: بعض الآليات والأدوات المتاحة لتطبيق نظام إدارة إجتماعي وبيئي
- ٥٠ الإطار رقم ١٧: شهادة مجلس الاشراف على الغابات التي حازت عليها شركة "فورنيتورا" البرازيلية للأثاث
- ٥٢ الإطار رقم ١٨: رسالة من موردي الدول النامية إلى المشتريين العالميين
- ٥٦ الإطار رقم ١٩: من المعايير الاختيارية الى التشريع- مسألة الزراعة العضوية
- ٥٧ الإطار رقم ٢٠: تأثير قانون "ريتش" على العلاقة بين المشتري والمورد
- ٥٩ الإطار رقم ٢١: تصنيفات البصمة الكربونية – بعض الأمثلة
- ٦٣ الإطار رقم ٢٢: قياس المعايير والمواءمة بينها البرنامج العالمي للمطابقة الإجتماعية



ملخص

يطلب منتج الماركات العالمية وتجار التجزئة بشكل متزايد من مورديهم في البلدان النامية اتباع بعض المعايير الإجتماعية والبيئية ومعايير أخرى تتعلق بالسلامة. وقد باتت هذه المعايير تعرف بشكل متزايد باسم "المعايير الخاصة". وبطبيعة الحال، لا تشكل مطابقة هذه المعايير عبء أمام المنتجين في البلدان النامية عندما تكون هذه المعايير مدرجة في صلب القوانين والأنظمة المحلية. غير أن المعايير الخاصة التي يفرضها أصحاب الماركات وتجار التجزئة العالميين تتعدى أحياناً القوانين الوطنية والمحلية وقد تشمل شروطاً إضافية تتعلق على سبيل المثال بالصحة والسلامة. إن وعي المصنعين المحليين لهذا الأمر عبر وضع استراتيجيات استباقية يسهل عليهم التعامل مع مثل هذه المعايير ويعود عليهم بفوائد عدة منها الأفضلية التنافسية وارتفاع الفعالية وازدياد فرص التصدير.

يهدف هذا الدليل الى وضع معلومات في متناول المنتجين في قطاعات الأحذية والملابس الجاهزة والأثاث عن المعايير الخاصة وبعض التوجيهات التي تخولهم تحويل هذه المعايير لمصلحتهم. تم جمع المعلومات الواردة في هذا الدليل بناءً على استبيانات ومقابلات أجريت مع عينة من الشركات المصدرة العاملة في قطاع الأحذية في الهند، وقطاع المنسوجات والملابس الجاهزة في تركيا، وقطاع الأثاث في البرازيل.

نظرة عامة حول المعايير الخاصة

تجدر الإشارة الى أن المعايير الخاصة تختلف عن الأنظمة الفنية والمعايير الطوعية الوطنية والإقليمية والدولية كالتالي تصادف خلال العمليات التجارية مع شركاء آخرين. تتمحور المعايير الخاصة حول قضايا السلامة والمسائل الإجتماعية والبيئية، ويتم فرضها من قبل أصحاب الماركات وتجار التجزئة في إطار بحثهم عن مصادر أولية لمنتجاتهم. تأتي هذه المعايير بأشكال وأحجام مختلفة. فتختلف المعايير الخاصة على سبيل المثال من ناحية الموضوع كما أنها لا تتساوى بالضرورة في الأهمية؛ قضايا العمال مثلاً تأخذ حيزاً أكبر في قطاعات الجلود والملابس، في حين تسود متطلبات مطابقة الشروط البيئية في قطاع الأثاث. كذلك يمكن أن تنطبق المعايير على موقع الإنتاج كما على المنتج نفسه. عادةً ما تشير قواعد سلوك المشتري بالدرجة الأولى إلى مواقع الإنتاج، في حين أن الشهادة وتصنيف المنتج يؤشران في معظم الأحيان الى مطابقة الشروط المتعلقة بموقع الإنتاج والمنتج نفسه على حد سواء.

يشرح الفصل الثاني من هذا الدليل مزيداً من الفوارق بين المعايير الخاصة. أما الفصل الثالث فيبين القواسم المشتركة بين متطلبات عدد من قواعد سلوك المشتري الفردية التي كانت الأكثر ذكراً خلال إجرائنا هذه الدراسة المسحية.

استراتيجيات

حين تتوافر لدى المورد المؤهلات الأساسية اللازمة للتصدير من حيث الحجم والقدرة، وحين يحترم القوانين المحلية والوطنية والأنظمة الفنية وتدابير الصحة والصحة النباتية للأسواق المستوردة، لن يكون من الصعب على شركته عندئذٍ تطوير علاقات عمل مع أصحاب الماركات و/أو تجار التجزئة العالميين. إذ غالباً ما يفرض المشتري المعني على المورد الالتزام بمعيار خاص إضافي واحد على الأقل يتصل بالمسائل الإجتماعية والبيئية وذلك بهدف ضمان سمعته كعلامة تجارية (ماركة) مسؤولة على الصعيد العالمي وتجنب أي دعاية سلبية محتملة.

أما موقف المورد في هذه الحال، فقد يكون باعتماد إما نهج رد الفعل أو النهج الاستباقي. يعني نهج رد الفعل أن على المورد تلبية مجموعة جديدة من المتطلبات التي يفرضها المشتري في كل مرة يدخل فيها في علاقة عمل جديدة. أما النهج الاستباقي فيعني أن المورد يعتمد مساراً أكثر طموحاً يبدأ هذا المسار بوضع تصوّر والتعهد بالسير به، يتبعه إدراج سلسلة من المعايير الإجتماعية والبيئية الجديدة والالتزام بها، وينتهي بوضع نظام مراقبة خارجي من أجل التثبت من التحسين الذي طرأ على هذه المعايير. وفي حال اتباعه، يعود هذا النهج على الشركة بفوائد عديدة منها، على سبيل المثال لا الحصر، ارتفاع أسهمها التنافسية وازدياد فعاليتها واتساع قاعدة زبائنها.

اتجاهات

من الواضح في سياق عولمة التصنيع، أن المعايير الخاصة ستواصل تطورها خلال الأعوام المقبلة إن لناحية المضمون أو لناحية محور تركيزها، فالمعايير الخاصة هي في تطوّر مستمر كما يتجلى في العلاقة الدينامية بين هذه المعايير والأنظمة الفنية. فقد ولدت بعض المعايير الخاصة من رحم القوانين الأساسية في حين سلكت أخرى الاتجاه المعاكس ثم تحوّلت الى تشريعات. في المضمون، من المتوقع أن تأخذ البصمة الكربونية على وجه الخصوص، أهمية أكبر في المستقبل. يتخطى هذا المبدأ فعالية الطاقة للمنتج النهائي حصراً، نظراً لأنه يتضمّن انبعاثات الغازات الدفيئة خلال جميع مراحل دورة حياة المنتج، من مرحلة المواد الخام وحتى التصريف. سيواجه الموردون في البلدان النامية ضغوطاً متزايدة للحدّ من انبعاثات البصمة الكربونية بسبب التزاماتهم مع شركائهم التجاريين. كذلك أدى اهتمام أصحاب الماركات وتجار التجزئة بالشأنين الاجتماعي والبيئي إلى صرامة أكبر في فرضهم شروط مطابقة قواعد السلوك الخاصة بهم حتى آخر حلقات سلسلة القيمة. إذ لما بات المشتري أكثر دراية بالمخاطر التي قد تعترض سمعته والتي قد تنجم عن انتهاكات حقوق العمّال وانتهاكات حقوق الإنسان والتدهور البيئي، سيتوجّب على مورديه المباشرين فرض رقابة أعلى على ما يقوم به مورّدوهم و/أو وكلاؤهم لضمان تتبّع سير المنتجات النهائية.

يرتبط الاتجاه الأخير- وإن لا يزال حديث العهد- بالمواءمة بين المعايير الخاصة ومقاييسها المختلفة، استجابة لزيادة عددها باطراد وتعدّد أنواعها. مع ذلك، ورغم أنّ مروحة المعايير الخاصة واسعة، يتوالى ظهور معايير أخرى جديدة بانتظام. المواءمة بين المعايير الخاصة ومقاييسها، من وجهة نظر المورد، هي موضع ترحيب إذ تبسّط إلى حدّ بعيد مسألة المطابقة وتؤدي إلى توفير الكلفة على المشتري والمورد معاً.

مقدّمة: ما الغاية من هذا الدليل؟

يتحوّل عدد أكبر من الشركات في البلدان النامية والاقتصادات الناشئة اليوم الى منتجين عالميين. إذ يشرّع تحرير الأسواق الاستهلاكية الأبواب أمام هذه الشركات لتصدير منتجاتها إلى الأسواق العالمية حيث يتوجّب عليهم أكثر الامتثال لما يعرف بالمعايير الخاصة، مع صعود هذه الظاهرة. وتعتبر المعايير الخاصة التي تعرّف أيضاً على أنها القيم والآداب والأخلاق التجارية أو القواعد والممارسات والتوجيهات التجارية، أو القيم والمبادئ التجارية^١، إحدى وسائل تعزيز التنمية الإجتماعية والبيئية المستدامة.

إن تعزيز التنمية الصناعية بهدف الحدّ من الفقر، وتعزيز التنمية الإجتماعية في ظل العولمة، والاستدامة البيئية، هي أدوار تضطلع بها منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (اليونيدو). من هنا، يهدف هذا الدليل الى توضيح المعلومات المتوافرة عن المعايير الخاصة، وهي معلومات، رغم غزارتها قد لا يكون الوصول إليها بالسهل. كما يهدف هذا الدليل الى وضع ملخص في متناول الموردين الذين يواجهون هذا التحدي في البلدان النامية.

الخلفية

تبرز أهمية المعايير الخاصة من وجهة نظر المورد عندما يكون أمام معاملات بيع الى أصحاب ماركات وتجار تجزئة عاملين على صعيد عالمي. ولكن، على المورد الذي يدخل السوق للمرّة الأولى، وحتى قبل التأقلم مع مسألة المعايير الخاصة، التحلي ببعض المؤهلات الأساسية التي تؤهله ليكون مورداً محتملاً لأصحاب الماركات أو تجار التجزئة.

على الشركة، في المقام الأول، أن تحترم التشريعات المحليّة والوطنية، من ثم تحتاج للحجم الكافي والقدرة اللازمة للتصدير، بما في ذلك جودة المنتج، والأسعار التنافسية، والقدرة التشغيلية (لتلبية الطلبات الكبيرة). كما ينبغي أن تكون قادرة على التسليم في خلال مهل زمنية محدّدة. كل ذلك بالإضافة إلى الامتثال للأنظمة الفنيّة وتدابير الصّحة والصّحة النباتية^٢ في السوق المستهدفة. وغالباً ما تتطلب تلبية المؤهلات الأساسية إدخال نظام إدارة الجودة مثل مقياس الايزو ٩٠٠٠.

١ ب. فان بورت (جامعة أمستردام الحرة) خلال اجتماع فريق خبراء اليونيدو في فيينا في ٨-٩ أيار ٢٠٠٨.

٢ تحدد "اتفاقية الحواجز التقنية أمام التجارة" لمنظمة التجارة العالمية القواعد الأساسية التي تحيل دون خلق الأنظمة والمعايير وإجراءات الاختبار والاعتماد عقبات لا لزوم لها، في حين تحكّم اتفاقية الصحة والصحة النباتية طريقة تطبيق الحكومات للنظم الخاصة بسلامة الأغذية وصحة الحيوان والنبات.



في السوق المستهدفة. وغالباً ما تتطلب تلبية المؤهلات الأساسية إدخال نظام إدارة الجودة مثل مقياس الايزو 9000.

ما إن يستوفي المنتجون في البلدان النامية الشروط الفنية هذه ويتمكنون بالإضافة إلى ذلك من مطابقة المعايير الخاصة، يصبح الوصول إلى سلاسل توريد عالمية أسهل بكثير، ويخلق بالتالي فرص تصدير جديدة. ولكن في حال فشلت في الامتثال لهذه الشروط، قد تجد الشركات المصدرة نفسها مستبعدة من بعض قنوات التصدير. وفي هذه الحالة، تكون المعايير الخاصة قد تحولت إلى حاجز أمام التجارة.

إزاء هذا الوضع، تبرز أهمية هذا الدليل الذي يهدف إلى إعطاء المنتجين في قطاعات الجلود والملابس والأثاث ممن يرغبون في البيع لتجار التجزئة وأصحاب الماركات التجارية البارزين، نظرة عامة حول المعايير الخاصة، ويقدم بعض التوجيهات الاستراتيجية التي تمكن الموردين في البلدان النامية من التأكد من أنّ المعايير الخاصة تعود بالنفع عليهم. كما يمكن أن يستفيد من هذا الدليل أيضاً المصدرون العاملون في القطاعات الأخرى.

صورة رقم ١: التحديات التي تنتظر المصدّرين إلى الأسواق العالمية



القضايا البيئية

لا شك في أنّ تزايد أهمية المعايير الخاصة وتساعد تأثيرها يعود الى أسباب واضحة. ف لدى المستهلكين في الدول ذات الاقتصاد المتقدم، فضلاً عن منظمات المجتمع المدني في هذه الدول، مخاوف حول الظروف الاجتماعية والبيئية الناتجة عن سلاسل عرض المنتجات التي تباع في أسواقهم. وكلما انتشرت بين الجمهور أنباء التدهور البيئي والانتهاكات الفادحة لحقوق العمال وانتهاكات حقوق الإنسان التي تتسبب بها الشركات، كلما انخفضت ثقة المستهلك في مدى المسؤولية التي يتحلى بها تجار التجزئة وأصحاب الماركات.

وفي الوقت عينه، تشير هذه الشواهد إلى أنّ الحكومات الوطنية في البلدان النامية غالباً ما تخفق في فرض المعايير والأنظمة الوطنية والدولية وتطبيقها. وبالتالي، تواجه الشركات العالمية التحدي المتمثل في التعامل مع اخفاقات الحكم هذه.

من ناحية أخرى، كلما ارتفع الوعي لدى المستهلك حول أنماط الإنتاج والاستهلاك، ازدادت الرغبة في التمايز في السوق لناعية معايير الإنتاج، الاجتماعية والبيئية منها. وقد ساهمت هذه التطورات في دفع أصحاب الماركات الكبرى وتجار التجزئة الى الاستجابة بشكل واسع ووضع معايير أكثر صرامة على طول سلاسل العرض، بهدف تحسين أداء المنتجين الاجتماعيين والبيئيين في البلدان النامية.

اليوم، بدأت المعايير الخاصة التي نشأت أصلاً في أوروبا والولايات المتحدة الأميركية، تنتشر على نحو متزايد لدى أصحاب الماركات وتجار التجزئة في منطقة آسيا والمحيط الهادئ وأميركا اللاتينية، وقد يمتد هذا الانتشار ليشمل مناطق أخرى حول العالم كلما تطوّرت الأسواق.

المعايير الخاصة مقابل شروط التصدير الأخرى

يواجه الموردون الى أصحاب الماركات وتجار التجزئة العاملين على صعيد عالمي مروحة واسعة من المتطلبات من بينها المعايير الخاصة والمعايير الفنية الإلزامية في الأسواق المستوردة والمعايير الوطنية والإقليمية والدولية الاختيارية. وغالباً ما يصعب التمييز بين هذه المعايير، لذلك يقوم هذا القسم بالتعريف بأنواعها المختلفة.

في ما خصّ المعايير الفنية، ك بعض شروط السلامة أو بعض القيود المرتبطة بالمواد الكيميائية (قانون "ريتش" على سبيل المثال الذي يشمل تسجيل وتقييم وتخويل وحصر الكيماويات)، تقع مسؤولية التثبت من مدى مطابقة المنتج للشروط على عاتق المستورد، غير أنّ الممارسة تظهر بأنه يتمّ الدفع بهذه المسؤولية الى أسفل سلسلة العرض عبر العقود التجارية. لذلك، يجد المصدرون في البلدان النامية أنفسهم أمام هذه الشروط التي قد يخالون أنها معايير خاصة.

كذلك يتمّ الخلط بين المعايير الخاصّة والمعايير الدوليّة الطوعيّة التي تضعها المنظّمات الدوليّة للمعايير، مثل المنظمة الدوليّة للتوحيد القياسي (إيزو) واللجنة الكهروتقنيّة الدوليّة والاتّحاد الدوليّ للاتّصالات وهيئة الدستور الغذائيّ. وقد ترتبط هذه المعايير بعمليات الإنتاج أو بتصميم المنتج أو بالفعاليّة. ورغم أنّ المعايير التي تضعها هذه المنظّمات تعدّ طوعيّة، تماماً مثل المعايير الخاصّة، إلا أنّها لا تُعتبر 'خاصّة'، لأنّ المعايير الطوعيّة التي تعدّها المجموعة الدوليّة للتوحيد القياسي تستند إلى إجماع أعضائها الدوليّين من الهيئات وهي إما حكوميّة أو شبه حكوميّة أو غير حكوميّة. يمكن إدراج هذه المعايير الدوليّة الطوعيّة في عقد بين المورد والمشتري.

باعتبارها مجموعة فرعيّة من المعايير الطوعيّة، تشكّل معايير تصميم المنتج والفعاليّة، عناصر هامّة في العقود المبرمة بين الموردّين والمشتريين. هناك على سبيل المثال، العديد من عمليات الفحص التي تمّ وضعها للتحقق من جودة المنسوجات (والتي تتمّ مراجعتها بشكل دوريّ)، مثل تلك التي تفرضها الجمعيّة الأميركيّة لاختبار المواد (ASTM, www.astm.org) أو اللجنة الأوروبيّة لتوحيد القياس (CEN). وتتوافر معلومات حول هذه المعايير على نطاق واسع وذلك لم يشملها هذا الدليل. ومع أنّ المعايير الفنيّة والدوليّة الطوعيّة قد تكون على درجة من الأهميّة توازي أهميّة المعايير الإجماعيّة والبيئيّة التي يفرضها أصحاب الماركات وتجار التجزئة إلا أنّ هذا الدليل يركّز على الأخيرة ويستخدم التعريف التالي للمعايير الخاصّة :

محتوى هذا الدليل

يتمحور هذا الدليل حول المعايير الخاصّة في قطاعات الجلود والملابس الجاهزة والأثاث. يعود اختيار هذه القطاعات إلى كونها تحتلّ في إحصاءات التجارة الدوليّة المراتب الخمس الأولى بين قطاعات التصدير في البلدان النامية. وقد تمّ استبعاد قطاع المواد الغذائيّة نظراً لشيوع المعرفة حول دور المعايير الخاصّة وسير عملها في هذا المضمار. ولا يركّز هذا الدليل على معايير السلامة لكون هذه المعايير أقلّ تأثيراً في القطاعات التي اخترناها ممّا هي في قطاع المواد الغذائيّة. تتمحور الأفكار التي يطرحها الدليل حول الجوانب الإجماعيّة والبيئيّة للمعايير الخاصّة في هذه القطاعات الثلاثة، وهي مبنية على مسح ومقابلات أجريت مع شركات مصدّرة عاملة في هذه القطاعات في الهند والبرازيل وتركيا. ومن المفيد التذكير بأنّ اختيار هذه

المبادرات الطوعيّة التي لا تفرضها الحكومات والتي:

- تركّز على القضايا الإجماعيّة والبيئيّة وشروط السلامة؛
- تحدّد شروطاً على المنتج و/أو عمليّات الإنتاج؛ والتي
- يمكن أن تضعها شركات محدّدة أو اتّحاد شركات و/أو منظّمات المجتمع المدنيّ.

البلدان جاء بسبب تصدُّر كلِّ منها أحد القطاعات من بين الدول المصدِّرة الخمس الأولى.^٣

يغطّي هذا الدليل المواضيع التالية:

- لمحة عامّة حول المعايير الخاصّة، تضع في متناول الشركات المصدِّرة معلومات عن أنواع المعايير الخاصّة ومتطلباتها المختلفة (الفصل الثاني)
- نظرة معمّقة حول قواعد سلوك المشتري بما في ذلك الأوجه المشتركة بين متطلباتها (الفصل الثالث)
- بعض الأفكار حول الاستراتيجيات التي يتبناها المنتجون في البلدان النامية عندما يجدون أنفسهم أمام اختبار المعايير الخاصّة، بما في ذلك كلفة المطابقة وفوائدها (الفصل الرابع).
- تحليل الاتجاهات الناشئة في المعايير الخاصّة (الفصل الخامس)
- قسم ختاميّ يُضيء على الرسائل الرئيسة التي يريد هذا التقرير توجيهها (الفصل السادس)
- قاموس مصطلحات حول المبادئ والمبادرات الدوليّة (الفصل السابع)

٣ يمكن الاطّلاع على مزيد من المعلومات حول منهجية البحث وطرق الاختيار في دراسة الخلفية المتوفرة على الرابط التالي www.unido.org/privatestandards

لمحة عامّة عن المعايير الخاصّة



يكاد يكون إيجاد تعريف للمعايير الخاصّة شبه مستحيل. فهناك مجموعة من القواعد والمبادئ التوجيهيّة والنظم والمبادرات التي تشكّل مجتمعة، الى جانب أنواع مختلفة من آليات الاتّصال والتدقيق، ما يعرف بالمعايير الخاصّة. في الواقع، لا تعدّ معظم المعايير الخاصّة "معاييراً" بالمعنى الحرفي للكلمة. وتظهر بين هذه المعايير، على اختلاف أنواعها، تباينات واسعة من حيث نطاق التطبيق والضوابط التي تحكمها، ومن حيث مضمونها ومحوّر تركيزها ومدى صرامتها وعمليّة التدقيق التي تتبعها. يحاول هذا الفصل الإحاطة بهذا التنوّع عبر تقديم لمحة عن بعض المعايير الخاصّة التي تشكّل نماذج تمثل هذه المعايير بجوانبها المختلفة.

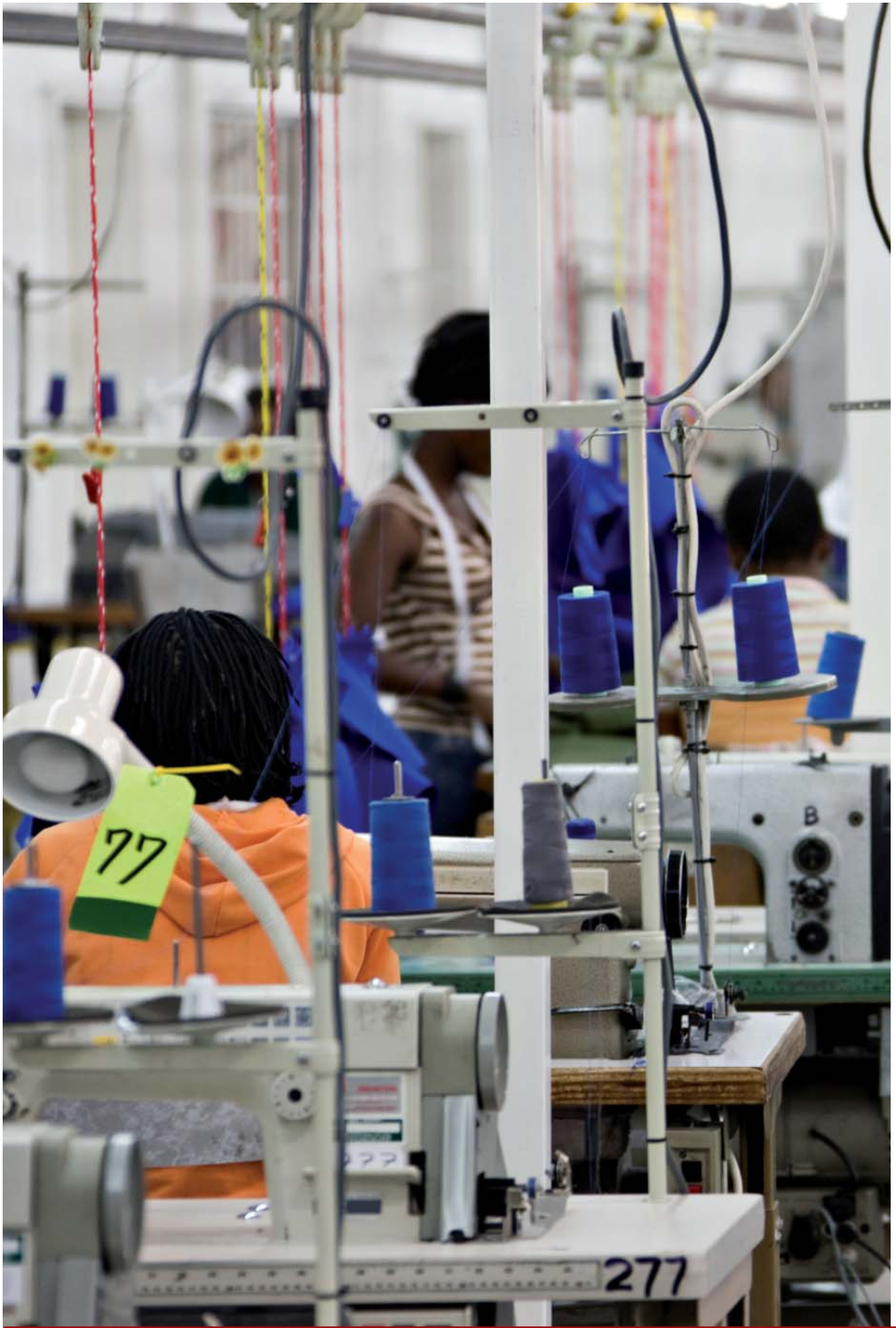
تمّ اختيار المعايير السبعة عشر^٤ التي يشملها هذا الفصل استناداً الى دراسة مسحية أجريت على مصدرين^٥ في بلدان نامية الى جانب المعايير المعترف بها على نطاق واسع في هذا المجال. وقد تمّ تصنيف المعايير المدرجة في الجدول رقم ١ على غلاف هذا الدليل وفقاً للخصائص الخمس التالية: القطاع والنوع ومحوّر التركيز ونطاق التطبيق وتقييم المطابقة. يشرح القسم التالي مختلف هذه الأصدعة وغيرها من الجوانب.

أنواع المعايير

يمكن ملاحظة عدّة أنواع معايير خاصّة ويمكن تقسيمها على النحو التالي: قواعد سلوك **المشتري والشهادات وتصنيف المنتج**. غالباً ما يُطلب مطابقة **قواعد سلوك** معينة للمشتري من قبل أصحاب الماركات وتجار التجزئة، مثل اتش اند ام (H&M) وايكيا (IKEA) و وول مارت (Wal-Mart). وينبغي على الموردّين وشركات التصدير الأخرى، مطابقة المتطلبات الواردة في قواعد السلوك تلك. ونتيجة لذلك، غالباً ما تكون مطابقة المعايير شرطاً مسبقاً للشروع بعلاقة تجارية مع شركات عالمية من هذا النوع و/أو

٤ المعايير التي اخترناها هي نظام المساءلة الاجتماعيّة SA8000، مجلس الإشراف على الغابات- Forest Stewardship Council (FSC)، منظمة تصنيف التجارة العادلة الدولية (FLO)، المعيار الدولي للمنسوجات العضوية (GOTS)، المنظمة الدولية للمسؤولية الأخلاقية في مجال إنتاج الملابس (WRAP)، مبادرة الالتزام الاجتماعي في قطاع الأعمال (BSCI)، رابطة العمل المنصف (FLA)، وقواعد السلوك لكل من نايك (Nike)، أديداس (Adidas)، ماركس أند سبنسر (Marks & Spencer)، اتش اند ام (H&M)، ديشمان (Deichmann)، بيرير 11 (Pier 11)، ايكيا (IKEA)، وول مارت (Wal-Mart)، وشركة غاب (GAP Inc).

٥ شملت الدراسة الاستقصائية ٣٧ من مصدرّي الأثاث في البرازيل و ٢٩ من مصدرّي الأقمشة والملابس في تركيا و ٣٩ من مصدرّي الجلود الجاهزة والأحذية في الهند. وفي تركيا، تمّ التواصل مع أربع شركات إضافية لغرض الجزء الأخير من الدراسة. وطلب من هذه الشركات تقديم رؤيتها للمعايير الخاصّة التي تواجهها. سيأتي هذا الفصل على المعايير التي تكرر ذكرها في كل من هذه القطاعات.



لاستمرارها. وقد تمّ إدراج مزيد من المعلومات حول قواعد سلوك المشتري في الفصل الثالث من هذا الدليل.

كما يمكن إصدار الشهادات بناءً على المعايير الخاصّة، على سبيل المثال شهادة مجلس الإشراف على الغابات Forest Stewardship Council (FSC)) والمعايير الدوليّة لنظام المساءلة الاجتماعيّة والتي تُؤشّر إلى نجاح اختبار التدقيق في مدى مطابفة متطلبات هذا المعيار. ويمكن الحصول على الشهادات لكل من المنتج ونظم الإدارة. ورغم أنّ المشتري هو من يطلب أحياناً إبراز الشهادة إلا أنّ عمليّة الاستحصال عليها غالباً ما يبادر إليها الموردون أنفسهم لكي يتمايزوا في السوق. تمّ شرح الشهادات التي كانت أكثر ذكراً خلال الدراسة المسحيّة بالتفصيل في الجداول المدرجة تحت هذا الفصل (الجداول رقم ٢،١ و٣).

كما يمكن تصنيف المنتجات ما يسمح للمستهلك بالتمييز بينها بحسب معايير الأداء البيئي والاجتماعي للشركات التي صنعتها. على سبيل المثال يعني تصنيف Oeko-Tex أن النسيج أو الجلد المستخدم هو صديق للبيئة. وغالباً ما يقرن تصنيف المنتج أيضاً بشهادة في ممارسات الشركة، وهي شهادة ارتبطت في الواقع بجميع تصنيفات المنتجات التي اشتملت عليها هذه الدراسة.

جدول رقم ٢: المعايير الأكثر ذكراً وفقاً للنوع والقطاع

الشهادات	الشهادات وتصنيف المنتج	قواعد السلوك
النسيج	Oeko-Tex المعيار الدولي للمنسوجات العضوية (GOTS)، تصنيف التجارة العادلة الدوليّة	الالتزام الاجتماعي في قطاع الأعمال (BSCI)، رابطة العمل المنصف (FLA)، اتش اند ام (H&M)، ماركس أند سبنسر (Marks & Spencer)، وغاب (GAP Inc).
الجلود والأحذية	نظام المساءلة الاجتماعيّة SA8000	نايكي (Nike)، أديداس (Adidas)، وديشمان (Deichmann)
الأثاث	غير متوفّر	بيير 1 (Pier 1)، ايكيا (IKEA)، وول مارت (Wal-Mart)

القطاعات

تختلف المعايير الخاصّة من حيث الأهمية والأسبقية بين القطاعات. كما سبق وذكرنا، يبدو أنّ اهتمام المستهلك بقضايا الصّحة والسلامة فضلاً عن الظروف الاجتماعيّة والبيئيّة التي تحيط بسلسلة توريد المنتجات المختلفة، هي الدوافع الرئيسيّة وراء انتشار المعايير الخاصّة. وهذا ما يجعل أصحاب الماركات وتجار التجزئة في قطاعات المنسوجات والملابس الجاهزة والجلود والأثاث أكثر وعياً من نظرائهم في القطاعات الصناعيّة الأخرى لأهميّة إلزام مورديهم

بمعايير عن الأداء الاجتماعي والبيئي، نظراً لتجربتهم الماضية وما واجهوه من دعاية أو سمعة سيئة.

جدول رقم ٣: عدد المصدرين المشمولين في هذه الدراسة ممن طلبت منهم مطابقة قواعد سلوك ما والشهادات التي صادفوها أكثر من غيرها بحسب كل قطاع

الشهادات الأكثر طلباً	طلبت منهم مطابقة قواعد سلوك المشتري	
مجلس الإشراف على الغابات (FSC): ٢٤%	٢٤%	الأثاث (من أصل ٣٧)
نظام المساءلة الإجتماعية SA8000: ٤٤%	٩٠%	الأحذية (من أصل ٣٩)
Oeko-Tex: ٩٠% المعيار الدولي للمنسوجات العضوية (GOTS): ٤٨%	٧٢%	المنسوجات والملابس (من أصل ٢٩)

تبيّن خلال الدراسة المسحية التي أُجريت على بعض المصدرين في بلدان نامية أنّ نسبة المعايير الخاصة التي تواجه مصدري الأثاث في البرازيل هي أقل بكثير من تلك التي تصادف مصدري الجلود والأحذية في الهند ومصدري المنسوجات في تركيا (أنظر جدول رقم ٣). وقد يعود ذلك الى أنّ قطاعي النسيج والأحذية هما القطاعان اللذان واجها ضغوطاً أقسى من قِبَل الرأي العام وعلى مدى فترة أطول. ولكن هذا لا يعني أنّ قطاع الخشب والأثاث كان بعيداً عن ضغوط الرأي العام، فقد تسببت المخاوف في جميع أنحاء العالم من اختفاء الغابات بتضرر شركات الخشب والأثاث. جاء إنشاء مجلس الإشراف على الغابات (FSC) الذي يصدر الشهادات ليذلل هذه المخاوف، وقد بات اليوم لدى ٢٤% من مصدري الأثاث في البرازيل تصديق هذا المجلس. ورغم تدني هذه النسبة مقارنة مع نسبة الحاصلين على الشهادات بين مصدري المنسوجات في تركيا (٩٠% حاصلون على تصديق Oeko-Tex و ٤٨% على المعيار الدولي للمنسوجات العضوية (GOTS)) ومصدري الجلود في الهند (٤٤% حاصلون على تصديق نظام المساءلة الإجتماعية SA8000^٦)، غير أنّ ٢٤% فقط من الموردّين في البرازيل حازوا على تصديق مجلس الإشراف على الغابات يعود الى أن البرازيل سوق أقل طلباً لناحية قواعد سلوك المشتري.

وضعت بعض المعايير الخاصة خصيصاً لمعالجة قضايا معينة في قطاع محدّد، في حين قد تتقاطع معايير أخرى بين القطاعات، أي يمكن تطبيقها واعتمادها من قبل شركات تعمل في قطاعات مختلفة. على سبيل المثال، في حين أنشئ معيار مجلس الإشراف على الغابات ليستهدف خصيصاً قطاع الأخشاب وتجهيزها، فإنّ شهادة نظام المساءلة الإجتماعية SA8000 تنطبق

٦ من المتوقع أن يحصل حوالي ٢٥% إضافيين من مصدري الجلود في الهند على تصديق نظام المساءلة الإجتماعية SA8000 خلال العامين المقبلين، ما يعني أن ما يقارب ٧٠% منهم يكونون قد حازوا على هذه المصادقة بحلول العام ٢٠١٢.

على قطاعات متباعدة، إذ تركّز على ظروف العمل في مواقع التصنيع في مختلف القطاعات.

محور التركيز

على صعيد المضمون، تركّز بعض المعايير الخاصة على قضايا العمّال أكثر من غيرها، بينما تهتمّ أخرى أكثر بالمسائل البيئية والانبعثات الكيماوية. لكن الحدّ الفاصل بين الرأيين ليس بين أبيض وأسود. مثلاً، تركّز مبادرة الالتزام الاجتماعيّ في قطاع الأعمال (BSCI) على ظروف العمل في سلسلة التوريد لكنها تفرض متطلبات بيئية أيضاً. كما أنّ قواعد السلوك الأخرى التي يستعرضها هذا القسم تركّز أيضاً على مسألة ظروف العمل وقد خصّصت معظمها مجرد فقرة واحدة للبيئة، باستثناء قواعد ايكيّا (IKEA) و وول مارت (Wal-Mart)، حيث اتّخذت المواضيع البيئية حجراً كبيراً. ويتضمّن تصديق مجلس الإشراف على الغابات (FSC) شواغل بيئية وإجتماعية (أنظر الإطار رقم ٢) فيما ركّز كل من Oeko-Tex والمعيّار الدوليّ للمنسوجات العضوية (GOTS)، على المواضيع البيئية أكثر منها القضايا الإجتماعية أو قضايا العمّال. من الواضح أنّ المعايير الخاصة ترتبط بشكل وثيق بالمسائل الإجتماعية والبيئية التي حصلت على قدر كبير من الاهتمام في القطاعات المتصلة.

حتى عندما يتقاطع محور تركيز اثنين من المعايير الخاصة (مسألة ظروف العمل على سبيل المثال) ويمكن ملاحظة تشابه بين عناصرهما، (مثلاً، عمالة الأطفال والحرية النقابية)، قد تختلف درجة صرامة متطلبات كل منهما. فقد تختلف مثلاً شروط إلغاء عمالة الأطفال في تحديد السن الأدنى للعمل (١٤ أو ١٥ سنة مثلاً). وقد تنطوي بعض المتطلبات في الأساس على ضرورة الامتثال للقوانين الوطنية، في حين قد تتعدّى أخرى متطلبات الحكومات الوطنية.

إضافة الى ذلك، قد تختلف درجة الصرامة بين المتطلبات المختلفة في المعيار الواحد. في حين تكون بعض المتطلبات مطلقة، بمعنى أنّ على الشركة أو الموردّ مطابقة متطلبات معينة لكي يتمكن من البدء بعلاقة عمل أو مواصلتها، تشدّد متطلبات أخرى على ضرورة إحراز تقدّم في قضية معينة في غضون مهلة زمنية محدّدة (أنظر معيار ايكيّا ابواي IKEA IWAY في الإطار رقم ١).

الإطار رقم 1: معيار أيكيا أيواي

ايكيا هي أكبر سلسلة متاجر أثاث المنزل في العالم. بات لها اعتباراً من شهر آب 2009، 301 متجرًا في 37 بلداً، معظمها في أوروبا وشمال أميركا وآسيا وأستراليا. وقد وضعت ايكيا رسمياً شروطاً إجتماعية وبيئية وفرضتها على مورديها في إطار معيار أيواي IWAY، الذي ينطبق على جميع الموردين ومقدمي الخدمات في الخارج.

يحتوي مقياس IWAY على ستة متطلبات رئيسية وأساسية، تشكل شروطاً مطلقة قبل البدء بأي علاقة تجارية رسمية. تتصل هذه الشروط بمنع عمالة الأطفال، وكل أشكال العمل الجبري والاستعباد، والتلوث البيئي الخطير، والمخاطر على السلامة الشخصية، وحفظ سجلات ساعات العمل والأجور، وتوفير تأمين ضد الحوادث للعامل. وعلى المورد أن يمثل لهذه الشروط الستة الأساسية قبل المضي بعملية التسليم الأولى إلى ايكيا. بعدها، وفي غضون الأشهر الاثني عشر التالية، على المورد أن يكون قد نفذ المتطلبات المتبقية والتي تغطي مسائل أخرى تتصل بالبيئة، والمواد الكيماوية، والنفايات الخطرة وغير الخطرة، والوقاية من الحرائق، وصحة العمال وسلامتهم، ومرافق السكن والأجور، والاستحقاقات وساعات العمل، والتمييز، والحرية النقابية، وسوء المعاملة، والاستغلال، والإجراءات التأديبية.

كما تكون شروط الاتفاق على حجم العملية وتوقيت التسليم جزءاً من العقد، كذلك تدخل المتطلبات الإجتماعية والبيئية في صلب عقد عمل ايكيا مع الموردين. من هنا، يكون المورد على اطلاع على متطلبات المشتري عند التوقيع على العقد، وعلى المورد تحمّل كافة تكاليف المطابقة. أما الفائدة الأكيدة التي يجنيها المورد من مطابقة معيار ايكيا فهي أنه يكون قد حظي بعمل يشترى بكميات كبيرة. وهناك فوائد أخرى لمطابقة معيار IWAY منها أن المورد يحظى بالنتيجة بقوة عاملة مستدامة، ويحسن استعدادة لمطابقة متطلبات أخرى في المستقبل إذا ما أراد التعامل مع مشتريين إضافيين، ويزيد قدرته التنافسية، ويساهم في توفير (توفير الطاقة والحد من النفايات)، ويحسن قائمة الجرد لديه، كما يرفع مستوى الفاعلية في شركته. تعلق ايكيا على هذا الأمر بالقول إن "تلبية شروطنا هي أشبه بتنظيف مرآك" ونصف نفسها بأنها "عمل متطلب". إلى جانب المتطلبات الإجتماعية والبيئية، تشترط ايكيا جودة عالية وتسليم آمن للمنتجات. على المورد أن يقرّر ما إذا كان يشعر بأن الاستثمار الذي تتطلبه مطابقة معيار IWAY يستحق العناء ويضمن له في الوقت نفسه هامش ربح مناسب.

تراقب ايكيا مدى مطابقة معيارها من خلال مدققين، وكإجراء عادي، يجب أن تنتهي عملية التدقيق قبل البدء بعملية التسليم الأولى، للتأكد من الالتزام بمتطلبات IWAY الستة الرئيسية بالحد الأدنى، من ثم وبعد 12 شهراً من دخول العقد حيز التنفيذ، تجري عملية تدقيق ثانية للتحقق من مطابقة المتطلبات المتبقية. بعدها، وما إن تتم الموافقة على المورد، تجري عمليات التدقيق كل 24 شهراً على الأقل ويمكن أن تتم عمليات تدقيق غير معلن عنها مسبقاً قبل ذلك.

لدى الشركة نحو 80 مدققاً يقومون بعمليات تدقيق باستمرار، بعد إنذار المورد أو أحياناً من دون إنذاره، كما يعمل لديها فريق مراقبة آخر يتحقق من نوعية عمل المدققين واستقامتهم. علاوة على ذلك، تستخدم ايكيا فريق تحقيق ثالث يكون بمثابة مراقب خارجي لمراقبة نفسها. وتتحقق ايكيا من المطابقة عبر طلبها التحقق بالإضافة التي طلب الحصول على شهادات واقعية وإجراء مقابلات. ولكن الشركة لا تلزم المورد أو تحدّد له كيفية المطابقة بل توضح المتطلبات فقط، ما يعني أنّ أسلوب التحقق قد يختلف بين مورد وآخر. يتعلق الأمر بالمتطلبات نفسها وليس بعملية المطابقة المتبعة.

في حال عدم مطابقة متطلبات IWAY الستة الرئيسية، سوف توقف ايكيا التسليم فوراً رغم أنها قد لا تلغي العقد على الفور، إذا ما توافرت لديها أسباب للاعتقاد بأن المورد سيجري التعديلات اللازمة للمطابقة. وحيث لم تتم مطابقة المتطلبات الأخرى، يُعطى المورد مهلة لإجراء تحسينات في حين تتواصل عمليات التسليم. ويمكن أن تقدّم الشركة المشورة للمورد وقد تكون مستعدة لتناقش معه كيفية تحقيق المطابقة. ولكن في النهاية، تقع مسؤولية المطابقة على عاتق المورد.

عدد المشتريين الذين يبادرون إلى وضع معايير مماثلة في تزايد. وفي هذا الإطار، تشير ايكيا IKEA إلى أنه يمكن للموردين إطلاع عملاء آخرين على تقارير المدققين ولكن ينبغي عدم استخدام هذه التقارير في إطار التسويق لأن الأمور قد تتغير. حتى نحن لن نطلع المنافسين على النتائج أبداً". وتشجع ايكيا IKEA الموردين على استخدام نظام مطابقة يسهل عليهم الامتثال لمبادرات مماثلة. فعندما يتواجد نظام الرصد والتحقق تستغرق عملية التدقيق وقتاً أقل.

المصدر: www.ikea.com ومقابلة مع ج. سكلوموز، مدير الاستدامة في ايكيا، في 20 نيسان 2010

نطاق التطبيق

أحد الجوانب الأخرى المهمة من المعايير الخاصة هو نطاق التطبيق: تنطبق بعض المعايير على سير العمل في موقع الإنتاج (مثلًا نظام المساءلة الإجتماعية SA8000)، فيما تشمل أخرى متطلبات تتعلق بالمنتج نفسه (مثلًا Oeko-Tex).

تتضمن المعايير التي تنطبق إجمالاً على موقع الإنتاج كنظام المساءلة الإجتماعية SA8000 متطلبات حول الممارسات في العمل، كصحة العمال وسلامتهم وأجورهم على سبيل المثال. وفي الحالات التي تشمل فيها هذه المعايير إصدار شهادة أو تصديق، فإن الشركة ككل هي التي تتال تصديق وليس منتج بعينه. وعند الإيفاء بمتطلبات هذا النوع من المعايير، إما أن تتال جميع العمليات التجارية— بما في ذلك جميع المنتجات المتصلة بها— المصادقة أو لا تتالها أي منها.

أما المعايير التي ترتبط بمتطلباتها بالمنتج، منها على سبيل المثال الذي يشمل مواد خطرة معينة، فهي غالباً ما تنطوي على تصنيف للمنتج، يميزه عن المنتجات الأخرى من صنفه. يمكن أن تختار الشركة أن تخضع جميع منتجاتها لهذا المعيار ولكنها في المبدأ تستطيع أيضاً أن تواصل إنتاج أصناف عادية في الوقت نفسه (أن تنتج مثلًا قمصاناً "عادية" وأخرى ذات التركيبة "العضوية" أو الخالية من المواد الكيماوية).

ليس التمييز بين تطبيق المعايير على المنتج أو على موقع الإنتاج بالأمر الواضح المعالم بل يبدو وكأنه رمال متحركة. على سبيل المثال، فيما يقترح معيار Oeko-Tex تصنيف المنتجات النسيجية وفقاً لمتطلباته، إلا أنه يقدم في الوقت عينه شهادة لموقع الإنتاج. إلى ذلك، تعني تلبية المنتج للمتطلبات أنه تم إجراء تعديلات في عمليات الإنتاج نفسها، وهذا بدوره قد يؤثر على إدارة الشركة وعلى العمليات التجارية الأخرى التي تقوم بها. تصديق مجلس الإشراف على الغابات (FSC) مثلًا يشدد على إمكانية تتبع عملية الاستحصال على الأخشاب المصادق عليها ويميز بين أصناف الإنتاج والموظفين الخاضعين للتدريب.

جميع المعايير التي اخترناها في هذا الفصل لا تنطبق على المنتج وحده. فهي على العكس، إما تنطبق على موقع الإنتاج أو تجمع بين المتطلبات على المنتج وموقع الإنتاج معاً، مما يُوْشِرُ إلى أن معظم المعايير الخاصة التي تتضمن متطلبات إجتماعية وبيئية تشمل حتماً متطلبات أخرى حول مواقع الإنتاج.^٧

٧ بعض المعايير الخاصة الأخرى قد تستهدف فرض متطلبات على المنتج مثل النوعية أو التصميم ولكن هذه المعايير تقع خارج نطاق هذا الدليل.

جدول رقم ٤: المعايير الخاصة الأكثر تطبيقاً بحسب القطاع

معايير حول المنتج ومواقع الإنتاج معا	معايير حول مواقع الإنتاج	
منظمة تصنيف التجارة العادلة الدولية (Oeko-Tex)، (FLO)، المعيار الدولي للمنسوجات العضوية (GOTS)	المنظمة الدولية للمسؤولية الأخلاقية في مجال إنتاج الملابس (WRAP)، رابطة العمل المنصف (FLA)، مبادرة الالتزام الاجتماعي في قطاع الأعمال (BSCI)، اتش اند ام (H&M)، ماركس أند سبنسر (Marks & Spencer)، وغاب (GAP Inc).	المنسوجات
غير متوفر	نظام المساءلة الاجتماعية SA8000، نايكي (Nike)، أديداس (Adidas)، ديشمان (Deichmann)	الجلود والأحذية
مجلس الإشراف على الغابات (FSC)	بيير 11 (Pier 11)، إيكيا (IKEA)، وول مارت (Wal-Mart)	الأثاث

شرح هذا الفصل حتى الآن فئات المعايير الخاصة الأساسية، من حيث النوع ومحور التركيز ونطاق التطبيق ولكن الفروق بين المعايير الخاصة لا تنتهي هنا. تشمل الاختلافات الأخرى كيفية إدارة المعايير ومدى ارتباطها بالمعايير الدولية ووسائل تقييم المطابقة التي تتبعها.

الإدارة

كما سبق وذكرنا، تنشأ المعايير الخاصة إما على أساس مشترك بين القطاعات أو تستهدف بشكل محدد قطاعاً معيناً. أضف إلى ذلك أن عدداً من "أصحاب المصلحة" (أي الجهات الفاعلة المعنية بالشأن الاجتماعي أو البيئي أو الاثنين معاً) قد يشاركون في وضع هذه المعايير وإدارتها. تكون بعض المعايير خاصة بشركة معينة، مثل قواعد السلوك التي تضعها اتش اند ام (H&M). بعض المعايير الأخرى تضعها مجموعة شركات مثل مبادرة الالتزام الاجتماعي في قطاع الأعمال (BSCI)، وقد نشأ بعضها الآخر بالتعاون بين شركات ومنظمات غير حكومية ونقابات و/أو حكومات. كذلك، يكون لبعض أصحاب هذه المعايير (أي الجهة التي تكتب المعيار) صلاحية تفويض حكم المصادقة أو عدمه إلى أطراف ثالثة، أو قد يكون هؤلاء شركة تابعة تصادق على المعيار. من الأمثلة على ذلك مجلس الإشراف على الغابات (FSC) والمعيار الدولي للمساءلة الاجتماعية (SAI) اللذان أنشأ في البداية أقساماً للمصادقة لضمان إدارة مخططاتهما والتي تحولت بعد حين إلى شركات مستقلة غير ربحية. تحظى المبادرات التي تُشرك المجتمع المدني، عامةً، بتقدير أكبر من المستهلك وبتأييد شعبي أوسع في البلدان الغربية.

الإطار رقم ٢: مجلس الإشراف على الغابات (FSC)

تأسس مجلس الإشراف على الغابات (FSC) عام ١٩٩٣، وهو مبادرة غير ربحية تهدف إلى إدارة مسؤولة للغابات. أنشئ المجلس من قِبَل مجموعات صناعية وإجتماعية وبيئية مجتمعة. وضع المجلس أول مخطط واسع لاعطاء الشهادات بشأن الإدارة المستدامة للغابات^١ وهو يهدف إلى تحسين الممارسات الإجتماعية والبيئية في إدارة الغابات في شتى أنحاء العالم. اعتباراً من ١ كانون الثاني ٢٠١٠، بلغت مساحة الغابات المصدّقة من قبل المجلس في العالم ١٢٠ مليون هكتار (أي ٣% من إجمالي مساحة الغابات في العالم)^٢. لا يقوم المجلس بإصدار الشهادات بنفسه لمديري الغابات وشركاتها، ولكنّه يفوض بدلاً عنه هيئات تصديق للقيام بذلك. يشمل التصديق تصنيف المنتج، ما يمكن المستهلك كما المشتري من التعرف على المنتجات المصادق عليها من قبل المجلس، ويدل على أنها أنتجت بطريقة مسؤولة.

يعتمد معيار FSC على الأداء ويتطلب تدابير فعّالة وواضحة ويمكن التحقق منها لضمان إدارة مستدامة للغابات. يُصدر هذا النظام نوعين من الشهادات: شهادة في إدارة الغابات وأخرى في سلسلة حضانة الأشجار. تضمن شهادة إدارة الغابات أنّ إدارة منطقة حرجية معينة أو أرض زراعية تتمّ وفقاً لمعايير عالية تأخذ بعين الاعتبار المسائل الإجتماعية والبيئية والاقتصادية. أما شهادة سلسلة حضانة الأشجار فهي تتنّج أخشاب تلك الغابات في جميع مراحل التصنيع والتوزيع. يعتمد معيار FSC لإدارة الغابات على عشرة مبادئ هي: (١) الالتزام بجميع القوانين والمعاهدات الدولية؛ (٢) أن تكون حيازة الأرض وحقوق الاستخدام لا لبس فيها وغير متنازع عليها وواضحة المعالم وطويلة الأمد؛ (٣) الاعتراف بحقوق السكان الأصليين واحترامها؛ صيانة متواصلة لحقوق عمال الغابات والمجتمعات المحليّة من الناحيتين الإجتماعية والاقتصادية أو دفعها قدماً، واحترام حقوق العمال وفقاً لاتفاقيات منظمة العمل الدولية؛ (٥) استخدام منصف للغابات وتقاسم المنافع المتأتبة منها؛ (٦) الحدّ من الأثر البيئيّ الناجم عن قطع الأشجار والحفاظ على الوظائف الإيكولوجية للغابات وسلامتها؛ (٧) خطة إدارة مناسبة ومحدّثة باستمرار؛ (٨) عمليات رصد وتقييم مناسبة لتقييم حالة الغابة والأثر الاجتماعيّ والبيئيّ لأنشطة إدارتها؛ (٩) الحفاظ على الغابات ذات القيمة العالية (HCVFs)، المعروف أنّ لها على وجه الخصوص قيمة بيئية وإجتماعية ذات دلالة بارزة وأهميّة بالغة؛ و (١٠) إضافة إلى الامتثال لكل ما سبق، يجب أن تساهم الأرباح في تعزيز استعادة الثروات الحرجية الطبيعية والحفاظ عليها والحدّ من الضغط عليها.

يطلب المشتري أحياناً من شركات تصنيع الأخشاب والورق استخدام مواد حائزة على تصديق FSC ما يعني أنّ على المورد الاستحصال على شهادة سلسلة حضانة الأشجار (COC). تشير هذه الشهادة إلى المسار الذي تسلكه المواد الخام من لحظة الاستحصال عليها من مصدر حاصل على تصديق FSC مروراً بالتجهيز والتصنيع والتوزيع وحتى تحويلها إلى منتج نهائي جاهز للبيع إلى المستهلك.

وقد حدّد المجلس عدداً من الخطوات الواجب اتّباعها قبل حصول الشركة على شهادة سلسلة حضانة الأشجار (COC)، وهذه الخطوات هي:

- الاتّصال بجهة تصديق معتمدة.
- تقديم طلب إلى جهة التصديق، يحدّد على أساسه ما إذا كان سيتمّ إصدار الشهادة.
- استكمال عملية التدقيق في الموقع.
- موافقة على التصديق والتي تعني أن موقع التصنيع وعمليات الشركة تعد ملائمة ويتمّ بنتيجة ذلك التوقيع على عقد يتمّ فيه الاتفاق على شروط التقييم.
- عمليات تدقيق سنوية.

لا يسمح باستخدام علامة FSC على ملصق أي منتج إلاّ تلك التابعة لمنتجين حاصلين على الشهادة، مما يسمح للمستهلك بتحديد المنتجات التي توفر ضماناً للمسؤولية الإجتماعية والبيئية. تسهم هذه الشهادة في حماية منتج المشتري وبالتالي سمعته.

المصدر: مجلس الإشراف على الغابات، ٢٠١٠، www.fsc.org

٨ كان مصدرو الأثاث في البرازيل أكثر من ذكر شهادة الـ FSC: ٩ من أصل ٣٧ منتجاً (٢٤%)

٩ J. I. Visseren Hamakers و Glasbergen, 2007. الشراكة في إدارة الغابات. التغيّر البيئي العالمي. ١٧ (٤-٣): ص. ٤٠٨-٤١٩

١٠ لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية لأوروبا ومنظمة الأمم المتحدة للأغذية والزراعة، عرض حول أسواق منتجات الغابات السنوي ٢٠٠٧-٢٠٠٨،

ص. ١١٣، <<http://timber.unece.org/fileadmin/DAM/FPAMR2008.pdf>>

الإطار رقم ٣: شهادة Oeko-Tex

لا تنطبق شهادة Oeko-Tex^{١١} سوى على صناعة المنسوجات والملابس، وهي تعطي ضماناً عن ملاءمة النسيج لشروط السلامة على البشر والبيئة. وقد قسمت Oeko-Tex المنتجات الى فئات بحسب المتطلبات والفحوص، على أساس درجة احتكاك المنتج بالجلد: كلما اقترب المنتج من الجلد، ازدادت صرامة المتطلبات البشرية والبيئية. هذه الفئات هي:

- المنسوجات وألعاب الأطفال الرضع والصغار حتى سن الثلاثة المصنوعة من القماش (مثلاً الملابس الداخلية، ملابس الرضع)
- المنسوجات التي، عندما تستخدم لغايتها، يلتصق سطحها مباشرة بالجلد (مثلاً الملابس الداخلية، أغطية السرير)
- المنسوجات التي، عندما تستخدم لغايتها، لا تلامس الجلد، أو يلامس جزء بسيط منها الجلد (مثلاً السترات، مواد الربط)
- مواد الأثاث لأغراض الزينة (مثلاً شرائف الطاولة، الستائر)

تستند فحوص المواد الصارة الى دليل فحوصات يضم قائمة بالفحوص الإلزامية لـ Oeko-Tex بالإضافة الى حدود قيمة المواد المستخدمة في إنتاج المنسوجات. إن إصدار شهادة Oeko-Tex من قبل الجهة المعنية أو الهيئة المختصة بالتصديق، هو تأكيد على أنه قد تم اجتياز اختبار متطلبات معيار Oeko-Tex100 وفئة المنتج بنجاح. تتضمن عملية التصديق فحوصات مخبرية مكثفة لاثبات أن جميع المكونات، دون استثناء، بما فيها الاكسسوارات، تلتزم معايير الاختبار. تكون هذه الشهادة صالحة لمدة ١٢ شهراً ويحق للمورد المعتمد حينها إضافة علامة Oeko على منتجه أو مجموعة من منتجاته التي نجحت في الاختبار كما يسمح له باستخدامها في جميع عملياته التسويقية.

تبدأ عملية التصديق بتقديم المصنع طلباً خطياً الى إحدى هيئات الاختبار المعتمدة. أما الجهة التي تقوم بإصدار الشهادات وبعمليات الاختبار في جميع مراحل تصنيع المنتجات النسيجية فهي هيئات مستقلة مركزها في أوروبا واليابان حصراً، وذلك لضمان مستوى اختبار مقدم. وتستند هذه الاختبارات، كما نظام إصدار الشهادات، على ثلاثة مبادئ، هي:

- الملاءمة، والتي تشير الى مدى الضرر الذي تلحقه المواد المستخدمة، استناداً الى المبدأ القائل بأنه كلما ارتفعت مساحة ملامسة النسيج للجلد، ازدادت المتطلبات البشرية والبيئية.
- مبادئ وحدات القياس التي تمكن من المصادقة على المنتجات النسيجية في جميع مراحل سلسلة التصنيع. إضافة الى ذلك، يمكن تجنب تكرار التجارب المخبرية عن طريق استخدام مواد أولية مصادق عليها أصلاً.
- أمن شامل، أي لا يصادق على منتج نسيجي ما إلا عندما تكون كافة مكوناته تلبى متطلبات فئة المنتج.

المصدر : www.oeko-tex.com، 2010

الإشارة إلى المعايير الدولية

غالباً ما تكون المعايير الخاصة مستوحاة من المعايير الدولية المعترف بها على نطاق واسع ومن المبادرات الرامية الى تعزيز المسؤولية الاجتماعية والبيئية أو من الاثنين معاً. أما أشهر هذه المبادرات وأكثرها ذكراً فهي اتفاقيات منظمة العمل الدولية والإعلان العالمي لحقوق الإنسان وإعلان "ريو" بشأن البيئة والتنمية والميثاق العالمي للأمم المتحدة والمبادئ التوجيهية للمنظمات المتعددة الجنسيات، والعديد من معايير الايزو، مثل الايزو ١٤٠٠١، والايزو ٢٦٠٠٠. يمكن مراجعة شرح هذه المعايير الدولية في الفصل السابع من هذا الدليل.

على الرغم من أن العديد من المعايير الخاصة تشير الى إحدى هذه المعايير السابقة أو جميعها، غير أنها تختلف اختلافاً كبيراً في درجة المطابقة المطلوبة. ينص بعضها على الامتثال لأحكام بنود معينة أو اتفاقيات تشملها هذه المعايير الدولية بحرقيتها، فيما تشير معايير أخرى الى أنها تتنبق عن واحدة أو أكثر

١١ أظهرت الدراسة الاستنبابية التي أجريت مع مصنعي المنسوجات والملابس التركية أن جميع الموردين تقريباً - ٩٠% - يمثلون لمعيار Oeko-Tex. وكثيراً ما ورد ذكر المعيار الدولي للمنسوجات العضوية (GOTS) على لسان هؤلاء الموردين المشمولين في الدراسة والذين يمثل نحو نصفهم له.

من هذه المعايير الدولية. إضافة الى ذلك، تعدّ صياغة هذه الأحكام ومدى صرامتها مؤشراً لدرجة المطابقة المطلوبة، إذ تسمح بعض الأحكام أكثر من غيرها بالمرونة في التفسير أو التأويل.

تقييم المطابقة

قد لا يكون لمعيار ما أيّ تأثير لناحية الوصول الى السوق إذا لم تكن المطابقة مطلوبة ومتحقّق منها وتمّ إعلام الموردّ بها. بمعنى أدقّ، يشمل تقييم المطابقة الأنشطة التي يتقرّر على أساسها اعتبار أنه قد تمّت تلبية متطلبات المعيار أم لا. ومن الأمثلة المتعارف عليها عن هذه الأنشطة هي الاختبار والتدقيق والشهادة وإعلان الموردّ عن اتمام شروط المطابقة.

بحسب نطاق تطبيق معيار ما، ترتبط عمليّات تقييم المطابقة إمّا بالمنتج أو بموقع الانتاج أو بالاثنين معاً. تتطلب عمليّات تقييم المطابقة المتعلقة بالجوانب الاجتماعيّة والبيئيّة للمنتج إجراءات تتبع خلال جميع مراحل سلسلة الانتاج والتوريد- أي القنوات التي يتمّ من خلالها توزيع المنتج من بداية التصنيع الى أن يصبح جاهزاً للاستخدام. ونظراً لآتساع نطاق المنتجات التي تخضع للمعايير الخاصّة وتشعبها، كالأثاث الذي ينتج من الغابات المستدامة أو المنسوجات العضوية التي تصنع من القطن العضوي، يواجه جميع العاملين في سلسلة القيمة تكاليف متزايدة لتقييم المطابقة.

في العديد من الحالات، يراقب أصحاب الماركات وتجار التجزئة مدى التزام مورديهم مطابقة الشروط التي وضعوها بواسطة مدققين. وقد يقوم الموردون أنفسهم بعمليات التدقيق (من خلال شركات تدقيق عالميّة) أو يقوم بها الطرف الذي يملك المعيار أو طرف خارجي (خبراء استشاريون أو هيئة مستقلة أو أطراف معتمدة). بشكل عام، يسود اعتقاد بأن أنظمة التدقيق المستقلة، أو التي يقوم بها طرف ثالث معتمد، توحى بهامش أكبر من الثقة بأن الموردّين يقومون بتطبيق المعايير بانتظام مما يخلق فرصاً متكافئة.

يضم تقييم المدقق لأداء الشركة الاجتماعي والبيئي عادةً:

- معاينة حسيّة لجميع الأقسام والأجهزة في موقع الانتاج.
- تحقّق من الوثائق (مثلاً قسائم الدفع وشهادات الميلاد).
- مقابلات مع موظفي الشركة على جميع المستويات.

بعد جمع البيانات، يُعدُّ المحققون تقريراً يتضمّن نتائج مراجعاتهم وقد يتضمّن أيضاً خطة عمل تصحيحية أو وقائية. ويقوم كل من المحقق ومدير موقع الانتاج بمناقشة الاجراءات التصحيحية والاتفاق على الخطوات المطلوبة لضمان الالتزام بالمتطلبات بما في ذلك وضع جدول زمني للتنفيذ.

تشكو شركات التصدير أحياناً من أنّ عمليات التدقيق تستهلك من وقت الإدارة ومواردها أو تعرقل سير العمل أو تعترض عمليات التخطيط^{١٢}، إن لم يكن جميع هذه العراقيل. لكن رغم بعض المساوئ التي قد تشتمل عليها عمليات التدقيق التي يقوم بها المشتري، غير أنّ نجاح هذه العملية يعود بفوائد كثيرة على المورد، منها تحسين عملية الانتاج وزيادة الربح عبر تصدير كميات كبيرة إلى شركات عالمية وتجار تجزئة ذوي أسهم كبيرة في السوق (أنظر الفصل الرابع).

يمكن أن يتحمّل إمّا المورد أو المشتري تكاليف التدقيق، أو الاثنان معاً. تختلف التكاليف باختلاف المعايير. بحسب القاعدة العامة، يغطي المشتري تكاليف التدقيق عندما تتعلق بمدى الالتزام بقواعد السلوك الخاصة به (مثلاً قواعد سلوك نايكي Nike)، في حين أنّ تكاليف الاستحصال على شهادة تقع على عاتق المورد (مجلس الإشراف على الغابات مثلاً)، ولكن هناك استثناءات دائماً.

١٢ البنك الدولي، تعزيز تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركات في سلاسل التوريد العالمية، ص. ١٨:
<http://siteresources.worldbank.org/INT/PSD/Resources/CSR/Strengthening_Implementationatio.pdf>

الإطار رقم ٤: نظام المساءلة الإجتماعية و SA8000

بدأت منظمة المساءلة الإجتماعية في العام ١٩٩٧ بتطوير معيار يغطي قطاعات عدة للتدقيق في المسؤولية الإجتماعية للشركات وإصدار شهادة في ذلك تعرف باسم SA8000. يركّز هذا المعيار بشكل خاص على الأداء الإجتماعي للشركات والمصنّعين والموردين. تمّ تطوير هذا المعيار، وتتمّ مراجعته باستمرار، بالتعاون الوثيق مع شركات وجمعيات مستهلكين ومنظمات غير حكومية ونقابات وهيئات حكومية وهيئات إصدار شهادات. يتضمّن هذا المعيار مبادئ حول عمالة الأطفال والعمل القسري والصحة والسلامة والحرية النقابية والحق في المفاوضة الجماعية والتمييز والانضباط وساعات العمل والتعويض ونظم الإدارة. تستند هذه المبادئ الأساسية الى اتفاقيات منظمة العمل الدولية والإعلان العالمي لحقوق الإنسان ومعظم الاتفاقيات ذات الصلة والصادرة عن الأمم المتحدة.

على الموردين الراغبين بالحصول على شهادة SA8000 أو الملزمين بالحصول عليها تقييم ممارساتهم وسياساتهم على ضوء متطلبات هذا المعيار. من السهل التحقّق من المطابقة إذ تستند هذه العملية الى الأدلة الحسّية، ما يعني أن مسؤولية الإثبات تقع على عاتق المورد، وبالتالي على المورد الاحتفاظ بالسجلات اللازمة وضمان وصول المحققين إلى مواقع العمل وحصولهم على المعلومات المنطقية المطلوبة لإثبات امتثالهم للمتطلبات. كما على المورد التعهّد ببذل جهود معقولة لضمان وفاء مورديه وكلائه العاملين تحت سيطرته ونفذه بمتطلبات هذا المعيار.

تبدأ عملية سعي المورد للحصول على شهادة SA8000 بتقديم طلب الى إحدى شركات التدقيق أو إحدى هيئات إصدار الشهادات المعتمدة لدى خدمات المساءلة الإجتماعية للمصادقة (SAAS) وهي الهيئات الوحيدة المخوّلة بتقييم مطابقة المعيار، وإصدار شهادة SA8000 إذا كانت مستحقة. وتوصي SAAS بالاتصال بثلاث شركات تدقيق لديها على الأقل لمقارنة كلفة خدمات التصديق فيما بينها. إنّ هذه الشركات نفسها وبشكل فردي، هي التي تقوم بتحديد الرسوم التي قد تختلف بحسب حجم الشركة ونطاق عملها وموقعها الجغرافي، وعدد الأيام التي يحتاج إليها المدقق لاستكمال عمله. يتراوح هذا الرسم عادة بين ٥٠٠ و ١٥٠٠ دولار لليوم الواحد. تتضمن التكاليف العالمية المرتبطة بالحصول على الشهادة على ما يلي:

- الكلفة المترتبة على اتخاذ الإجراءات التصحيحية والوقائية التي توهم المورد مطابقة المتطلبات؛ ويسعى المورد بعد ذلك للإتيان بمدققين ليتحقّقوا من امتثال شركته.
- كلفة التحضير لمجيء المدققين.
- كلفة رسوم إحدى هيئات التدقيق المستقلة المعتمدة لدى خدمات مجلس المساءلة الإجتماعية .
- الكلفة المترتبة على اتخاذ إجراءات تصحيحية لحل المشاكل (إذا تبين وجود حالات عدم امتثال).

إذا تمّ إصدار الشهادة، يطلب من الشركة المعنية أن تفصح عن ذلك علناً. تكون هذه الشهادة صالحة لمدة ثلاث سنوات تتخلّلها الزامياً عمليّات تدقيق كل ستة أشهر، وقد يعود المدقق قبل هذه المدة إذا تبين له في أثناء عملية التدقيق وجود مشاكل، أو في حال ورود شكاوى.

تقدّم المنظمة الدولية للمساءلة الإجتماعية برامج تدريب عملية بهدف تعميق فهم هذا المعيار وتحسين الأداء الإجتماعي للموردين، كما تنظّم ندوات للشركات لرفع الوعي حول كيفية دمج المسؤولية الإجتماعية في ممارسة العمليات التجارية، وذلك عبر تقديم نماذج ناجحة. وكانت هيئات التدقيق المعتمدة لدى خدمات مجلس المساءلة الإجتماعية قد صادقت على ٢١٠٣ شركة تضمّ مجموعها مليون ومنتى ألف موظف في ٦٣ بلداً مختلفاً وفي ٦٦ قطاعاً صناعياً بحلول ٣١ كانون الأول ٢٠٠٩.

المصدر: المنظمة الدولية للمساءلة الإجتماعية 2010 www.sa-intl.org؛ الموقع الإلكتروني لخدمات مجلس المساءلة الإجتماعية 2010 www.saasaccreditation.org

١٣ أظهرت الدراسة المسحية التي أجريت في الهند أن المعيار الأكثر ذكراً هو المساءلة الإجتماعية SA8000. نحو ٤٤% من المصدرين حصلوا على شهادة SA8000 وهي نسبة مرشحة للارتفاع خلال العامين القادمين الى نحو ٧٠%.



قواعد سلوك المشتري

يعرض هذا الفصل بالتفصيل قواعد سلوك المشتري. تضمّ هذه القواعد أوسع مجموعة من المعايير الخاصة التي وردت خلال الدراسة المسحية والتي تعدّ أيضاً مجموعة المعايير الأسرع انتشاراً مع اتجاه مزيد من الشركات إلى وضع قواعد سلوك خاصة بها. ولكنها مع ذلك، الأقل شهرة وتحليلاً بين المعايير الخاصة، الأمر الذي قد يعود إلى محدودية نطاق تطبيق كل مجموعة مستقلة منها- فهي بشكل خاص بمثابة عقد بين الشركة المشتريّة وسلسلة التوريد. مع ذلك، ونظراً للانتشار الواسع لقواعد السلوك هذه مجتمعة، فإن دراستها بتعمق يبدو منطقياً.

الإطار رقم ٥: قصة قواعد سلوك المشتري: علامات تجارية تحت الضغط - نموذج نايكي

منذ بداية التسعينات، واجه العديد من منتجي السلع الرياضية انتقادات قاسية لأنهم كانوا يغضون النظر عن ظروف العمل السيئة التي سادت في شركات التوريد العاملة معهم في عدد من البلدان النامية، وكانت شركة نايكي، ومقرها الولايات المتحدة، في طليعة هؤلاء المنتجين. وقد دعا عدد من منظمات المجتمع المدنيّ الشركة للمساءلة بسبب ظروف العمل القاهرة التي تنسب بها العديد من مصانع مورديها في جنوب شرق آسيا. لم يكتفِ مجلس إدارة نايكي في البداية، ولكن عندما وصل الأمر إلى الصفحة الأولى من صحيفة "النيويورك تايمز"، انخفض سعر سهم الشركة ومبيعاتها. وفي أيار من العام ١٩٩٨، قرّرت نايكي التشديد على ضرورة تحسين ظروف العمل في مصانع مورديها عبر وضع ضوابط صارمة وحظر عمالة الأطفال. وقامت الشركة في الوقت عينه بمراجعة قواعد سلوكها لتشمل زيادة الحد الأدنى لسن الاستخدام إلى ١٨ سنة، أي أنها ذهبت بذلك إلى أبعد من المبادئ التوجيهية لمنظمة العمل الدولية. ولكن استمرت التقارير السلبية عن ظروف العمل في مصانع نايكي في اندونيسيا حيث يتم تصنيع ثلث أذية الشركة، بالظهور إلى العلن، وتواصلت الانتقادات لسلسلة توريد الشركة. وفي العام ٢٠٠١، مؤلت الشركة دراسة لرفع تقرير حول ظروف العمل في مصانعها في اندونيسيا تحت عنوان "صوت العمال: تقرير مرحلي حول حاجات العمال وتطلعاتهم في تسعة مصانع متعاقدة مع نايكي في اندونيسيا". واعترفت نايكي علناً بظروف العمل غير المقبولة في مصانعها في أندونيسيا وتعدّدت بمعالجة الوضع، بما في ذلك تحميل المدراء مسؤولية مراقبة الأوضاع كالإجازات المرضية والأجور وغيرها. كذلك تمّ بنتيجة التقرير إدخال مبادرات جديدة منها إنشاء قسم للتدقيق وزيادة الشفافية فيما يتعلق بقاعدة مورديها.

المصدر: فان تولدر وفان زوارت. إدارة منتدى الأعمال الدولي، ٢٠٠٦



Fire Exit →

! Fire escape keep clear

! Fire Action
If you discover a fire...
1. Sound the alarm.
2. Switch off electrical equipment.
3. Close the doors to the escape route.
4. Do not use the lift.
5. Leave the building immediately.
6. Do not re-enter the building until told to do so by the fire officer.

+ First Aid
Name: _____
Phone: _____
Address: _____
Occupation: _____
Medical First Aid Box

WARNING
DO NOT REMOVE THIS NOTICE FROM THE WALL



جدول رقم ٥: العناصر المشتركة بين قواعد سلوك المشتري

المواضيع المشتركة	المتطلبات التي غالباً ما تتضمنها قواعد السلوك
عمالة الأطفال	<ul style="list-style-type: none"> تذكر قواعد السلوك اتفاقية منظمة العمل الدولية بشأن الحد الأدنى للسنة (الاتفاقية رقم ١٣٨) واتفاقية الأمم المتحدة لحقوق الطفل الحد الأدنى لسنة الاستخدام هو ١٥ سنة - أو ١٤ سنة في الدول النامية غير المدرجة في البند رقم ٢.٤ من اتفاقية منظمة العمل الدولية رقم ١٣٨ - حتى عندما تسمح القوانين المحلية بسن استخدام أدنى الالتزام بجميع التشريعات الوطنية والمحلية التي تنص على سن استخدام يتجاوز الـ ١٥ عاماً وثائق تبين تاريخ ولادة العمال
العمل القسري	<ul style="list-style-type: none"> يمنع تشغيل أحد قسراً أو كسجين أو رهينة أو بشكل غير طوعي يمنع احتجاز الوثائق الثبوتية أو جوازات السفر العائدة إلى الأجير للأجير حرية المغادرة
عدم التمييز	<ul style="list-style-type: none"> يمنع التمييز في التشغيل والممارسة في العمل على أساس العرق أو الدين أو الاعتقاد أو الجنس أو الخلفية العرقية أو الإعاقة أو الانتماء السياسي أو الجنسية أو الميول الجنسية أو الوضع العائلي أن يشمل التشغيل والممارسة في العمل التوظيف والتعويض والتدريب والفوائد والترقية ونهاية الخدمة والتقاعد
الأجور	<ul style="list-style-type: none"> يجب أن تتساوى على الأقل مع الحد الأدنى للأجور بحسب التشريعات المحلية أو الوطنية أو تتعداه يجب أن تتساوى على الأقل مع مؤشر الأجور في الشركة أو تتعداه يجب التعويض عن ساعات العمل الإضافية يمنع الاقتراع من الأجور لأسباب تأديبية
ساعات العمل	<ul style="list-style-type: none"> يجب ألا يتخطى عدد ساعات العمل في الأسبوع الواحد ٤٨ ساعة يجب أن تكون ساعات العمل الإضافية اختيارية على ألا تتعدى ١٢ ساعة في الأسبوع الواحد يجب ألا تتخطى ساعات العمل في الأسبوع الواحد ٦٠ ساعة في حال نصت أحكام القوانين والتشريعات المحلية على شروط أفضل، تطبق هذه الأخيرة تنص بعض القواعد على وجوب إعطاء يوم عطلة واحد على الأقل خلال كل فترة سبعة أيام متواصلة
حرية تكوين الاتحادات	<ul style="list-style-type: none"> حرية العمال في تكوين اتحادات عمالية أو الانضمام إليها والمشاركة في المفاوضات الجماعية لا يجوز اتخاذ إجراءات تأديبية إذا أنشأ العمال اتحاداً أو انضموا إليه تنص بعض القواعد إلى أنه حتى حين لا تسمح التشريعات المحلية بحرية تكوين الاتحادات، لا يحق لصاحب العمل منع العمال من تنظيم اتحادات أو الانضمام إليها

المواضيع المشتركة	المتطلبات التي غالباً ما تتضمنها قواعد السلوك
الصحة والسلامة	<ul style="list-style-type: none"> ■ حرية العمال في تكوين اتحادات عمالية أو الانضمام إليها والمشاركة في المفاوضات الجماعية ■ لا يجوز اتخاذ إجراءات تأديبية إذا أنشأ العمال اتحاداً أو انضموا إليه ■ تنص بعض القواعد الى أنه حتى حين لا تسمح التشريعات المحلية بحرية تكوين الاتحادات، لا يحق لصاحب العمل منع العمال من تنظيم اتحادات أو الانضمام إليها
الاساءة	<ul style="list-style-type: none"> ■ لا تجوز الاساءة الكلامية أو الجنسية أو الجسدية أو النفسية ■ يجب ضمان احترام العمال وكرامتهم
عقد العمل	<ul style="list-style-type: none"> ■ تنص بعض قواعد السلوك على وجوب تزويد العمال بعقود عمل
السكن	<ul style="list-style-type: none"> ■ تتضمن بعض قواعد السلوك متطلبات بشأن تسهيلات السكن للعمال والتي قد تشمل: <ul style="list-style-type: none"> ■ احترام المتطلبات القانونية المرعية بشأن المهاجع والمرافق والمساحات السكنية ■ السلامة من الحرائق ■ حمامات (دورات مياه ومراحيض) منفصلة للرجال والنساء
البيئة	<ul style="list-style-type: none"> ■ الامتثال لجميع القوانين والتشريعات المرعية والمتعلقة بمسائل البيئة ■ تحيل بعض قواعد سلوك المشتري الى وثيقة منفصلة تحدد السياسة المتعلقة بالبيئة ■ تتضمن أحكاماً حول التلوث (الهواء والماء) والحد من المواد والنفايات السامة ■ استخدام مسؤول وفعال للموارد الطبيعية

أوجه التشابه بين قواعد سلوك المشتري

نظراً لانتشار قواعد سلوك المشتري، لا شك أنه يستحسن على شركات التصدير التآلف مع مضمون هذه القواعد لأنها تعطي لمحة عن متطلبات المشتري التي على هذه الشركات مطابقتها. وقد تم اختيار قواعد السلوك^{١٤} التي غلب ذكرها خلال الدراسات المسحية التي أجريت في كل من تركيا والهند والبرازيل والتي بنتيجتها تم تحديد المواضيع والمتطلبات التي تسود في هذه القواعد. يبين الجدول رقم ٥ هذه الجوانب من قواعد السلوك.

أوجه الاختلاف بين قواعد سلوك المشتري

تظهر قواعد سلوك المشتري تشابهاً كبيراً في الجوانب التي تعالجها كما أنها متقاربة بوضوح من حيث المتطلبات غير أنها تختلف في بعض النواحي. تتصل الأمثلة على المتطلبات الإضافية، على سبيل المثال، بإجازة الأمومة أو بالوجبات اليومية المجانية للعمال أو أنظمة التهوية في مواقع الإنتاج. كما قد يكون بعض المشتريين أكثر تطلباً من غيرهم حول نقاط محددة، ففيما قد يشير أحدهم إلى التشريعات الوطنية فقط، قد يحيل آخرون إلى معايير دولية أكثر صرامة. وفي بعض الأحيان قد تتناقض متطلبات المشتري فيما بينها مثلاً أن تطلب إحداها ترسيم مخارج الطوارئ باللون الأخضر فيما تطلب أخرى ترسيمها بالأصفر. وبناءً على هذه الاختلافات، قد يتكبد المورد عند دخوله في علاقة تجارية جديدة تكاليف إضافية للمطابقة على الرغم من أنه يكون قد امتثل لإحدى القواعد الأخرى أو أكثر.

لكن لحسن الحظ، هناك اتجاه نحو تبسيط الشروط الواردة في قواعد سلوك المشتري، وهو ما سنشرحه بمزيد من التفصيل في الفصل الخامس. ويمكن مراجعة تفاصيل هذه القواعد في الإطار رقم ١- معيار ايكيا ايواي (IKEA IWAY) والإطار رقم ٦- قواعد سلوك اتش اند ام (H&M). وتستند الشروح حول هذه الحالات إلى معلومات عن هاتين الشركتين موجودة على الانترنت، إلى جانب مقابلات مع ممثلين عن كل من IKEA و H&M.

١٤ تم تحليل قواعد سلوك الشركات المتعددة الجنسيات التالية: نايكي (Nike) وأديداس (Adidas) واتش اند ام (H&M) وماركس اند سبنسر (M&S) (بما في ذلك مبادرة التجارة الأخلاقية)، وديشمان (Deichmann)، وبيير 1 (Pier 1) وايكيا (IKEA) و وول مارت (Wal-Mart) وغاب (GAP Inc).

الإطار رقم ٦: قواعد سلوك اتش اند ام (H&M)

تأتي الشركة السويدية المتعددة الجنسيات للملابس، "اتش اند ام"، بمصادر ملابسها ومنتجاتها الأخرى من حوالي ٧٠٠ مورّد ممن يعملون بدورهم مع وكلاء آخرين ما يعني أن نحو ٢٧٠٠

وحدة إنتاج ومئات الآلاف من الأشخاص يشاركون في صناعة منتجات اتش اند ام. عندما يتّصل أحد المورّدين المحتملين بالشركة، أو عندما تحتاج "اتش اند ام" إلى زيادة قدرتها الإنتاجية، تبدأ بالبحث عن مورّدين جدد. أما الخطوة الأولى فتشتمل النظر إلى ما ينتجه المورّد وما يصدّره إلى الشركات الأخرى وكيف يدير أعماله. إذا اعتبر أحد المورّدين مؤهلاً، يوجّه موظفو "اتش اند ام" المحلّيون دعوة إلى إدارة شركته لمناقشة نظم الجودة المستخدمة من قبل "اتش اند ام" وأساليب عملها من ضمن جملة مسائل أخرى. ولكي تعدّ شركة ما مؤهلة لأن تكون مورّداً لآتش اند ام، عليها أن تمتلك لبعض متطلبات الحد الأدنى من المسؤولية الاجتماعيّة للشركات، منها على سبيل المثال عدم استخدام عمالة الأطفال^{١٥}، ودفع الحد الأدنى للأجور وفقاً للقوانين المحلية. لكن "اتش اند ام" تدرك أنه لن يتمكّن جميع المورّدين من تلبية جميع المتطلبات منذ البداية، وستطلب في هذه الحالة الحصول على التزام من المورّد بأنه سينفذ التعديلات المطلوبة حسب الضرورة. وإذا كان لدى المورّد الجديد قواعد سلوك خاصّة به أو شهادة معينة، SA8000 (معيّار المساءلة الاجتماعيّة) مثلاً، يعتبر ذلك علامة إيجابية إضافية، كما يؤشّر إلى أن أماكن الخلل التي على المورّد تحسينها أقلّ وأنه يتمكّن بالعقلية المطلوبة. وعلى المورّد، قبل البدء بعلاقة عمل مع "اتش اند ام" القيام ببضعة تعهّدت منها الالتزام بقواعد سلوك^{١٦}. "اتش اند ام" يتبع هذه العملية قيام "اتش اند ام" بإطلاع مورّدها الجديد على قائمة المتطلبات الضرورية التي يجب الامتثال لها، بما في ذلك المعايير الاجتماعيّة والبيئيّة.

تفضّل "اتش اند ام" التعامل مع مورّدين لديهم خبرة في التصدير سواء اعتمدوا على مصانعهم الخاصّة أو على وكلاء خارجيين. تطبّق قواعد سلوك "اتش اند ام" على مورّديهم المباشرين وشركاء تجاريين آخرين ومصنعي منتجات "اتش اند ام" ومزوّداتها بالخدمات بالإضافة إلى وكلائهم جميعاً.

تراقب الشركة امتثال المورّد ووكلائه لهذه القواعد بالاعتماد على فريق من ٦٠ مراقباً يعملون بدوام كامل. ويقوم هؤلاء المحققين بعمليات تحقيق معلنة وغير معلنة كل ١٨ أو ٢٤ شهراً كحدّ أقصى بالإضافة إلى زيارات متابعة كل ٦ إلى ١٢ شهراً، بحسب ظروف المصنّع. وتشتمل عملية التدقيق مقابلات مع الإدارة والموظفين وزيارة المصنّع ومراجعة الوثائق الضرورية كسجلات الحضور والأجور. ويمكن أن تتمّ عمليات التدقيق في أيام عطلة الأسبوع أو في الليل لمراقبة ما إذا كانت الأعمال تسير بحسب الجدول الزمني ومقارنة ساعات العمل مع سجلات الدوام وضبط ساعات العمل الإضافيّة غير المدفوعة. إضافة إلى ذلك، يمكن أن تتمّ عمليّة التدقيق في نفس يوم دفع الأجور للتأكد من أن سجلات الأجور تتطابق مع ما يقبضه العمال.

بالإضافة إلى هذه الضمانات، "اتش اند ام" هي عضو في منظّمة التجارة العادلة التي تراقب بعض مورّدي "اتش اند ام" وبذلك تراقب أيضاً إجراءات التدقيق التي تجريها "اتش اند ام" نفسها. تقع جميع تكاليف التدقيق على عاتق "اتش اند ام"، وبحسب الشركة، فإن العديد من مورّديها يرون عمليّات التدقيق بمثابة "خدمات استشاريّة مجانيّة". لا تُطلّع "اتش اند ام" أصحاب الماركات الأخرى على نتائج التدقيق التي تقوم بها ولكنها قد تعطي انطباعاتها الخاصّة حول مورّد ما، إذا ما اتصلت بها شركة أخرى للاستعلام عنه.

إذا ما فشل أحد المورّدين في الامتثال لهذه الشروط، تبدأ اتش اند ام بالعمل معه على خطة عمل لتحسين أساليب العمل خلال مهلة زمنية محدّدة، ويعدّ هذا الالتزام جزءاً من علاقة العمل بين "اتش اند ام" ومورّديها ويتبعها زيارات ونظام تقييم بالدرجات. إذا فشل المورّد أو وكيله في إصلاح الخرق خلال المهلة الزمنية المتفق عليها أو عند توالي التقارير حول انتهاك ما، ستعيد "اتش اند ام" النظر في علاقة العمل وقد تصاحب هذه الخطوة الجزرية خطة انسحاب، بحسب أهمية علاقة العمل بين "اتش اند ام" والمورّد.

المصدر: www.hm.com ومقابلة مع ب. كارلسون وم. كارلسون، مدراء في مكتب اتش اند ام التجاري للشرق الأقصى في اسطنبول، تركيا، في ٦ أيار ٢٠١٠

١٥ تشير قواعد السلوك إلى أنه في حال "رفض المورّد الالتزام بسياستنا بشأن عمالة الأطفال، فلن يمكننا مواصلة التعاون مع هذا المورّد".

١٦ تستند قواعد السلوك هذه إلى اتفاقية الأمم المتحدة لحقوق الطفل واتفاقيات منظمة العمل الدولية حول ظروف العمل والحقوق في العمل.

مبادرات بين أصحاب المصالح مشتركة

إضافة إلى مراقبتهم مدى مطابقة قواعد سلوكهم، قد ينضمّ بعض المشتريين إلى مبادرات بين أصحاب المصالح المشتركة تفرض مزيداً من الرقابة. تضمّ هذه المبادرات جهات متعددة لديها اهتمامات بالمسائل الاجتماعية أو البيئية المطورحة، مثل منظمات المجتمع المدني، أو نقابات العمال، أو السلطات الحكومية، إلى جانب رجال الأعمال، أو جميع هذه الجهات مجتمعة. تشتمل هذه المبادرات على عمليّات مستقلة لمراقبة مطابقة المتطلبات الاجتماعية و/أو البيئية المنصوص عنها في قواعد السلوك. ومن الأمثلة عليها مبادرة التجارة الأخلاقية (أنظر الإطار رقم ٧) ورابطة العمل المنصف (أنظر الإطار رقم ٨). عندما يكون المشتري عضواً في مبادرة من هذا القبيل، يواجه مورّدوه نوعين من عمليّات التدقيق: واحدة من قبل المشتري، وأخرى من قبل مبادرة أصحاب المصالح المشتركة. مثلاً، شركتا اديداس (Adidas) ونايكي (Nike) هما عضوتان في رابطة العمل المنصف، وبالتالي يخضع مورّدوهما للتدقيق من قبل الرابطة بالإضافة إلى المدققين الخاصين بهاتين الشركتين. عادةً ما تتم عمليّات التدقيق التابعة لمبادرات أصحاب المصالح المشتركة من دون اعلان مسبق.

الإطار رقم ٧: مبادرة التجارة الأخلاقية

مبادرة التجارة الأخلاقية هي تحالف بين شركات ومنظمات غير حكومية ونقابات عمالية، وتهدف إلى تحسين ظروف العمل في سلاسل التوريد العالمية. تركّز هذه المبادرة في الغالب على السوق البريطانية رغم أنها منفتحة على الشركات في البلدان الأخرى.

تلتزم الشركات المنضوية في هذه المبادرة بقواعدها، وهي قواعد مبنية على اتفاقيات منظمة العمل الدولية، كما تلتزم بتنفيذها عبر التوقيع على مبادئها التنفيذية. وتقدم الشركات الأعضاء في هذه المبادرة تقارير سنوية تشرح فيها الجهود التي بذلتها والنتائج التي حققتها على صعيد حقولها ومصانعها.

تقوم الأمانة العامة لهذه المبادرة إلى جانب ممثليها في النقابات العمالية والمنظمات غير الحكومية الأعضاء بزيارات تدقيق عشوائية لـ ٢٠% على الأقل من أعضائها المنضوين بهدف التأكد من أنّ الأنظمة والإجراءات الإدارية التي تتبعها الشركة لجمع البيانات في تقاريرها السنوية متناسقة وموثوقة. كما تساهم هذه الزيارات في خلق حوار بين الشركات المنضوية حول التقدم الذي تحرزه بالإضافة إلى المشاكل التي قد تعترضها.

ما إن يراجع مجلس الإدارة التقرير السنوي لشركة ما، تقدّم الأمانة العامة تعليقاتها عليه للشركة المعنية، وتعرض فيها للمجالات التي تحقق فيها بالفعل تقدم ما وللنواحي التي تستوجب المزيد من الجهد. وإن لم تحرز الشركة المنضوية تقدماً كافياً، أو إذا فشلت في احترام التزامات عضويتها، تلغي المبادرة عضويتها.

المصدر: www.ethicaltrade.org

الإطار رقم ٨: رابطة العمل المنصف

جاءت رابطة العمل المنصف التي أنشئت في العام ١٩٩٩ ثمرة جهود مشتركة بين شركات ذات مسؤولية اجتماعية وجامعات ومعاهد ومنظمات غير حكومية بهدف تحسين ظروف العمل في المصانع حول العالم. وقد طوّرت الرابطة قواعد سلوك لمكان العمل بناءً على معايير منظّمة العمل الدولية بالإضافة إلى عمليات رصد ومعالجة وتحقق لتحقيق هذه المعايير.

تلتزم الشركات التي تنضم إلى هذه الرابطة بوضع أنظمة داخلية لمراقبة الظروف في أماكن العمل والحفاظ على معايير الرابطة كجزء من نظام صارم للرصد الخارجي المستقل وإصدار تقارير عامة حول ظروف العمل في مصانع مورديها. تعتمد الرابطة على طرف ثالث من المراقبين المستقلين المعتمدين وتطلب منهم القيام بعمليات تدقيق سنوية غير معلن عنها مسبقاً لمجموعة عشوائية من المصانع التي توّرد منتجات إلى أصحاب الماركات الأعضاء في الرابطة. ولضمان الشفافية، يتم نشر نتائج عمليات التدقيق على موقع الرابطة الإلكتروني وفي تقريرها السنوي العلني. الرابطة هي المبادرة الوحيدة المختصة بحقوق العمال التي تنشر نتائج أعمالها الرقابية والمنهجية.

كذلك تتدخل الرابطة في حالات الانتهاك في مكان العمل من خلال آلية لتلقي الشكاوى عن طريق طرف ثالث. يمكن لأيّ عامل أو محام أو شركة أو فرد الاتصال بالرابطة للإبلاغ عن انتهاك للقواعد في مصنع يورّد منتجات إلى شركة عضو في الرابطة، وتكون الشكاوى سرية ويتم التحقّق من صحتها بتمعّن. وعند اكتشاف انتهاك ما، تعلن عنه الرابطة علناً وتعمل مع الأطراف المعنية لإيجاد حلول مستدامة له.

تطلب الرابطة من الشركات العمل مع المصانع لضمان تصحيح الانتهاك عبر وضع خطة عمل تصحيحية وتنفيذها. كما تقدم الرابطة تقريراً حول الجهود المبذولة للتصحيح وتقوم بالإضافة إلى ذلك بعمليات تدقيق للتأكد من استمرار التقدّم في عتّة من الشركات.

المصدر: <http://www.fairlabor.org/>



استراتيجيات المورد في البلدان النامية

عندما يقومون بعمليات تصدير إلى الأسواق العالمية، سيجد الموردون في البلدان النامية أنفسهم مجبرين على مطابقة المعايير الخاصة. وإزاء هذا الوضع، يمكن أن تتخذ شركة التصدير أحد هذين الموقفين: إما انتهاز استراتيجية رد الفعل أو استراتيجية الفعل أي الاستراتيجية الاستباقية التي تؤدي في النهاية إلى تعزيز أفضلية المصدر التنافسية في السوق. ولكن، وقبل اعتماد أي من هاتين الاستراتيجيتين، ينبغي على الشركات المصدر تلبية بعض المؤهلات الأساسية التي يتقرر على أساسها مصير علاقة العمل مع الماركات وتجارة التجزئة العاملين على صعيد عالمي.

تشرح السطور التالية هذه المؤهلات يتبعها وصف لاستراتيجيات الفعل ورد الفعل. وسنقدم نماذج حقيقية تعكس هاتين المقاربتين في الأطر أدناه والتي استندت إلى مقابلات معمقة مع عينة من المصدرين الذين شملتهم الدراسة المسحية التي اعتمد عليها هذا الدليل.

تلبية المؤهلات الأساسية التي يجب توفرها لقيام بعمليات تجارية

بغض النظر عن موقعهم في سلسلة القيمة، ينبغي أن تتوفر لدى المورد في البلدان النامية قبل كل شيء مجموعة من المؤهلات الأساسية للقيام بعمليات تجارية. هذه المؤهلات هي:

- الحجم الكافي (أي القدرة على تسليم طلبات بالكميات المطلوبة)
- الأسعار التنافسية
- الجودة
- الثبات والجدارة
- القدرة على تلبية الأنظمة الفنية الإلزامية وتدابير الصحة والصحة النباتية في الأسواق المنشودة بما في ذلك شروط الصحة والسلامة (أي النجاح في مرور عمليات التفتيش الجمركي وأخذ الموافقة المسبقة على المنتج قبل نزوله إلى السوق إذا كان ذلك مطلوباً)



أما فيما خصّ القضايا الإجتماعية والبيئية وشروط السلامة، فغني عن القول أنّ جميع الشركات مدعوة لاحترام القوانين التي تنطبق عليها. ومن وجهة نظر استراتيجية، وبما أن العديد من القوانين المحلية مستوحاة من نفس الأنظمة والاتفاقيات الدولية المتوافق عليها التي تعتمد عليها المعايير الخاصة، فهذا يعني أنه لا يزال أمام الشركة المطابقة للقوانين المحلية طريق طويل قبل مطابقة المعايير الخاصة عندما تواجهها أو في حال اضطرت لذلك.

من الواضح أنّ العديد من المنتجين في البلدان النامية لم يضطروا بعد لمواجهة المعايير الخاصة. وغالباً ما تجد هذه الشركات في أسفل سلاسل القيمة (مثلاً وكلاء تابعين لشركات التصدير). هؤلاء يبيعون منتجاتهم عبر تجار الجملة أو عبر موزعين أو يبيعون منتجاتهم للأسواق المحلية أو الإقليمية أو العالمية لكن تلك التي لا تتطلب الكثير لناعية شروط الانتاج الإجتماعية والبيئية. ومع ذلك، حتّى الشركة التي لم تواجه بعد متطلبات المعايير الخاصة قد تجد نفسها أمام سلسلة من المعايير التي عليها تليتها من دون أن تكون بالضرورة خاضعة للتدقيق الخارجي أو للتصديق كما هي الحال في النموذج المعروف في الإطار رقم ٩.

الإطار رقم ٩: الشركة الهندية للجلود لم تواجه بعد أي متطلبات إجتماعية أو بيئية

من قبل المشتري

تشير الشركة الهندية للجلود^{١٧} أنها تلتزم بجميع القوانين والأنظمة المحلية ولكنها لا تتقيّد بأية قواعد سلوك إذ لم يطلب منها ذلك حتى الآن. وتعتمد الشركة على مدقّقيها الخاصين للتحقق من أنها تلتزم بالأنظمة والمعايير المحلية. وهي تعتقد بأن أية معايير قد تتضمنها قواعد سلوك المشتري ستجدها بشكل أو بآخر في القوانين المحلية المرعية الاجراء، وبما أنها تلتزم هذه القوانين المحلية وبالتالي تحافظ على مستوى معين من المعايير الإجتماعية، فلن يكون من الصعب عليها الامتثال لقواعد سلوك المشتري إذا ما طلب منها ذلك في المستقبل. وتقول الشركة الهندية للجلود أنها مستعدة لمطابقة قواعد سلوك المشتري إذا كان ذلك شرطاً للحصول على طلبات جديدة. تدرك الشركة أهمية المعايير الخاصة للمشتري الذي يحتاج للتأكد من أن المصانع التي تورّد اليه تلتزم الحد الأدنى من المعايير المحلية. وتتوقع الشركة بأن تكاليف المطابقة، في حال طلب منها الامتثال لقواعد سلوك المشتري، ستتضمن رسوم الاستشارة والتدريب ورسوم المدققين وتدابير الرعاية الإجتماعية للموظفين وحفظ الوثائق.

١٧ لم تستخدم الأسماء الحقيقية للعاملين في الشركات المشار إليها في هذا الفصل حفاظاً على السرية والخصوصية

المعايير الخاصة:

دخول التجربة ومعرفة ما ينتظر

لن يفكر العديد من أصحاب الماركات وتجار التجزئة العالميين بالدخول في علاقة عمل إلا مع مورّد استوفى المؤهلات الأساسية المذكورة أعلاه. في هذه الحال، تكون الشركة قد أصبحت مورّداً (محتملاً)، وعندها ينبغي على الشركة أن تفهم جيداً المتطلبات الماثلة أمام طموحها في مطابقة قواعد سلوك المشتري.

يترتّب على المعايير الخاصة تكاليف وفوائد. يجب النظر إلى معظم التكاليف على أنّها استثمار لأنها ستعود بأرباح أكبر على المدى البعيد. لا يفتح هذا الاستثمار مزيداً من فرص التصدير فحسب وإنما ستساهم شروط المطابقة التي تفرضها الماركات وتجار التجزئة في الغالب في تحسين قدرة الشركة التنافسية وتجعل عملياتها أكثر فعالية. فعلى سبيل المثال، يؤدّي تحسين تدابير الصحة والسلامة إلى انخفاض الغياب بين الموظفين. عملياً، أشارت جميع الشركات التي قابلناها لغرض هذا الدليل إلى أن قدرتها التنافسية قد ارتفعت نتيجة جهودها لتحسين الشروط الإجتماعية والبيئية في مواقع العمل إذ مكنتهم هذه التغييرات من اجتذاب زبائن جدد. إلى ذلك، أشارت العديد من الشركات إلى أن جهودها قد رفعت من معنويات الموظفين ما أدى بالتالي إلى ارتفاع إنتاجيتهم.

جدول رقم ٦: الاستثمار مقابل فوائد المعايير الخاصة

النتائج أو الفوائد	الاستثمار أو التكاليف
■ فعالية وإنتاجية أكبر	■ الاستثمار في البنى التحتية (إصلاح وترميم)
■ البدء أو مواصلة علاقة العمل مع مشتريين ذات قيمة عالية وحجم كبير	■ أقسام إضافية في الشركة لإدارة المطابقة
■ تحقيق مكانة مفضلة لدى المشتري	■ تكاليف عمالية إضافية (موظفين جدد، تدريب، أجور)
■ تحسين صورة الشركة	■ تكاليف الأجهزة والبرامج الإلكترونية (أجهزة)
■ تحسين وضع الموظفين والحوافز (غياب أقل، حوادث أقل ذات صلة بالعمل)	■ سلامة جديدة، تكنولوجيا المعلومات، أنظمة توثيق)
■ مردود أكبر	■ رسوم الاستشارات والتدقيق

عندما يواجه المنتجون في البلدان النامية معايير خاصة، قد يحارون ما بين مواصلة عملهم كالعادة أو تلبية متطلبات المشتري. وتكمن المشكلة الأكبر أمام الموردين في المفاضلة ما بين متطلبات المشتري لناحية أسعار المنتج ومهل التسليم من جهة ومتطلباته لناحية شروط العمل من جهة أخرى. على سبيل المثال، تحدّد العديد من قواعد السلوك الحد الأقصى لعدد ساعات العمل في الأسبوع لكل موظف وفقاً لحقوق العمال وقوانين العمل، ولكن إذا بقيت متطلبات المشتري لناحية توقيت الإنتاج والكمية المطلوبة للتسليم مرتفعة، قد يحار المورّد حينها في المفاضلة ما بين احترام القوانين المتصلة بالحد الأقصى لساعات العمل من جهة وبين المستوى الإنتاجي للشركة من جهة أخرى. قد يُطلب من الموظفين أن يكونوا أكثر إنتاجية في دوام عمل

أقصر، وليس مستغرباً أن هذا الطلب قد لا يكون دائماً موضع ترحيب لدى الموظفين. كذلك اشتكى منتجون من مشكلة مشتركة أخرى وهي أن المتطلبات التي يفرضها المشترون، وأغلبهم في الغرب، لا تتماشى بالضرورة مع الثقافة المحلية. مثلاً، أشارت إحدى الشركات المشمولة في الدراسة إلى أن المشتري الذي تتعامل معه يفرض قيوداً على استخدام عقود العمل المؤقتة رغم أن موظفي هذه الشركة في الواقع (معظمهم من النساء) يفضلون عقود العمل المؤقتة وليس الدائمة كما أنهم يفضلون العمل على أساس عدد القطع المنتجة.

يواجه العديد من الموردّين مشاكل عند تعاملهم للمرة الأولى مع المعايير الخاصة (أنظر الإطار رقم ١٠). عندما تفرض المعايير الخاصة متطلبات تتعدى القانون الوطني، قد تتطلب المطابقة عندها استثمارات لم تكن في الحسبان بالإضافة إلى المعرفة والخبرة التي قد لا تتوفر دائماً في الشركة. في جميع الأحوال، تبدأ عملية إنشاء نظام إدارة وتوثيق بهدف مطابقة معايير المشتري بخمس خطوات أساسية (أنظر الإطار رقم ١١).

الإطار رقم ١٠: التكاليف الأولية للمطابقة في الشركة الهندية للأحذية (شو)

أشارت شركة "شو" إلى أن كلفة مطابقة معايير الشركة التي تشتري منها— إحدى ماركات الملابس الجاهزة المهمة— كانت عالية في البداية. وقد باشر هذا الزبون بعملية التدقيق حين كان الإنتاج لا يزال في مراحله الأولى. ولما كانت عمليات "شو" لا تزال حديثة العهد، لم تكن على دراية كافية بمتطلبات قواعد سلوك المشتري، وكانت بالفعل، مقصرة في المطابقة في بعض المجالات التي تم التدقيق بها. غير أن المدققين أمهلوا الشركة ثلاثة أشهر لتتخذ التدابير الإصلاحية اللازمة. وتضمنت الخطوات المتخذة تحديد الممّرات وخلق مساحات تجمع أمانة وتوفير تدابير سلامة إضافية في المصنع وتوفير مرفق للتدريب خارج المصنع. بلغت الكلفة الاجمالية في هذه المرحلة مليون وخمسمئة ألف روبية هندية (حوالي ٣٢,٠٠٠ دولار أميركي). أما تكاليف مطابقة قواعد سلوك المشتري المتعلقة بالتوثيق واليد العاملة الإضافية وتدريب الموظفين الجدد وتكاليف التدقيق والاستشارات فما لبثت تتكرر وقد بلغ مجموعها ٧٠٠,٠٠٠ روبية هندية (١٥,٠٠٠ دولار أميركي) في السنة.

تُنصح الشركات بمراقبة التكاليف والاستثمارات كما الفوائد الناتجة عن المعايير الخاصة وذلك من لحظة البدء بتنفيذ المتطلبات الإجتماعية والبيئية، إذ يساهم ذلك في تطوير سجل بالفوائد الناتجة والتي يمكن مقارنتها بالتكاليف المدفوعة. على سبيل المثال، بالإضافة إلى الخطوات الخمس الأساسية المذكورة في الإطار رقم ١١، من المستحسن الحفاظ على سجلات بفواتير الكهرباء والماء، ووضع نظام تتبّع رئيس لسير المنتجات من موردي المواد الخام مروراً بالوكلاء الخارجيين ووصولاً إلى تسليم الشركة النهائي للمنتج. يتضمّن وضع هذا النظام تحديد سلسلة الإنتاج بالإضافة إلى حاجات التوثيق الرئيسية في كل مرحلة من المراحل. ومن المفيد البدء بوضع دليل بسيط لذلك.

الإطار رقم ١١: خمس خطوات عليك اتّباعها عندما تواجه معايير خاصة- إذا لم تبشر بذلك حتى الآن

١. تأكّد من أن لديك نسخاً عن جميع القوانين والأنظمة الوطنية التي تنطبق على القطاع الذي تعمل فيه (بما في ذلك قوانين السلامة والبيئة والعمل)
٢. أدرس المعيار الخاص وقم بتحديد المتطلبات الإضافية
٣. ضع لائحة تدقيق داخلية
٤. إذا لم تقم بذلك بعد، باشر بوضع نظام توثيق أولي يتضمّن على الأقل:
 - نسخاً عن هويات جميع الموظفين
 - سجلاً بساعات عمل كل موظف
 - سجلاً بأجور جميع الموظفين
٥. عيّن أحد الموظفين ليكون مدرباً ومسؤولاً عن تحقيق مطابقة المعايير والقوانين المحلية والمحافظة عليها

استراتيجيات المعايير الخاصة

إن المنطق الذي يجب أن تتبعه الشركات المصدّرة في البلدان النامية ممن يتوجّب عليها مطابقة متطلبات المشتري الإجتماعية والبيئية هو منطق بسيط للغاية. في الواقع، عليهم تقبّل أن المعايير الخاصة وقواعد سلوك المشتري لن تختفي، وإذا أرادوا مباشرة علاقة عمل مع هؤلاء المشتريين أو مواصلتها، فعليهم الامتثال لشروطهم. بعبارة أخرى، إما يمتثل المورد لمتطلبات المشتري (المحتمل) في خلال مهلة زمنية محدّدة ومتفق عليها، وإلا فلن يتم العقد أو سينتهي العمل به بعد حين. يمكن مقارنة هذه الحقيقة إما من خلال ردّة الفعل أو الفعل الاستباقي. وطبعاً يُنصح باتباع النهج الأخير لأن استراتيجية الفعل الاستباقي تجلب معها أفضلية تنافسية على المدى الطويل.

استراتيجية رد الفعل

تشير استراتيجية ردّ الفعل الى أن الشركة المورّدة لم تقم سوى بتطبيق متطلبات الحد الأدنى المطلوبة للامتثال لشروط المشتري. ولكن قواعد سلوك المشتري هي قواعد فريدة (بالرغم من تشابهها، أنظر الفصل رقم ٣)، والأهم من ذلك أنّ متطلبات المشتري متحرّكة نظرا الى أن متطلبات المستهلك في تطوّر وتغيّر مستمر، ما يعني أن الموردين في هذه الحالة، سيواجهون متطلبات جديدة باستمرار. النتيجة من وجهة نظر المورّد هي أنه حتى عندما تلتزم شركته بإحدى قواعد السلوك أو أكثر، ستظهر تكاليف مطابقة جديدة وعمليات تدقيق إضافية كلّما أضيف مشتري جديد الى لائحة زبائنه.

الإطار رقم ١٢: تعتمد شركة "سيورتي" التركية للملابس الرياضية على استراتيجية ردّ الفعل

تنتج "سيورتي" الملابس الرياضية والملابس غير الرسمية. من بين زبائنها ماركات عالمية مثل "نايكي" و"ناكست" و"ريبوك" و"كوكيسيلفر" و"أديداس" و"تميرلاند" و"يوما". ليس لدى "سيورتي" قاعدة سلوك خاصّة بها ولكنها تلتزم جميع قواعد سلوك زبائنها.

باشرت الشركة مطابقة هذه القواعد لمجرد أن زبائنها طلبوا منها ذلك. وخلال محاولتها تحقيق المطابقة، واجهت الشركة صعوبات اقتصادية ومشاكل في قدرتها على الإنتاج. الى جانب تكاليف تدريب موظفيها، تكبدت "سيورتي" تكاليف إضافية لمطابقة هذه القواعد. من الأمثلة على هذه التكاليف:

- إنشاء روضة أطفال وفقاً لشروط "أديداس"
- إنشاء نظام تخزين جديد للنفايات الخطيرة وفقاً لاحدى شروط "اتش اند ام"
- إنشاء مخارج طوارئ جديدة في حال الحرائق في أماكن مختلفة من المصنع، وفقاً لمتطلبات "ريبوك"

عند سؤالها عن الفوائد، أكّدت الشركة أن الفوائد لم تتعدّ استمرار تدفّق الطلبات من أصحاب الماركات العالمية. في الواقع، تساءلت الشركة خلال المقابلة "أين هي مسؤولية هؤلاء المشتريين الكبار إذا كانوا يملون علينا هذه المعايير؟" (ترجمة عن التركية).

حالة "سيورتي" المعروضة في الإطار رقم ١٢ نموذجية لشركة تعتمد استراتيجية ردّ الفعل. من الواضح أنه ليس لدى هذه الشركة ممارساتها الإجتماعية والبيئية الخاصّة بها وأنّها لم تتعهّد بنفسها الالتزام بالبيئة أو المجتمع، بل تتبع متطلبات المشتري كلما دعا الأمر. بعبارة أخرى، تتجاوب هذه الشركة مع المتطلبات بدل أن تتحسّب لها. وإذا استمرّت بالتخلف عن متطلبات المشتري، ستتكدب "سيورتي" تكاليف جديدة كلّما أضاف مشتر ما متطلبات جديدة أو كلّما دخلت في علاقة عمل مع مشتر جديد. لذلك، تعدّ الاستراتيجية الاستباقية مقارنة أكثر ايجابية ونفعا كما نبين أدناه.

استراتيجية الفعل أو الاستراتيجية الاستباقية

إن ردة الفعل الطبيعية الأولى عند مواجهة المعايير الخاصة هي السعي الى مطابقة المتطلبات بطريقة مجزأة كما سبق وشرحنا. ما إن تتجش شركة تصدير ما في مطابقة متطلبات مشتر عالمي واحد، تنفتح لها الأسواق وتزداد فرص الشركة في توسيع قاعدة زبائنها ما يعني أن الشركة ستواجه المزيد من المعايير الخاصة. وفي هذه الحالة، تثبت الاستراتيجية الاستباقية أنها أكثر فعالية على المدى الطويل.

مع اتباعها استراتيجية مماثلة، تكون الشركة المنتجة أو المصدرة قد أخذت زمام المبادرة. بدل أن تنتظر متطلبات جديدة من المشتري لتطبيقها حينها، تبدأ الشركة بالفعل بالتحسب للمتطلبات التي قد تطرأ. أما المراد من ذلك فهو الحد من مواجهة متطلبات غير متوقعة وتكاليف مطابقة إضافية وفجائية كلما دخل مشتر جديد، والاستفادة في الوقت عينه من فوائد إدخال نظام إدارة جديد وفعال.

تعني هذه الاستراتيجية الامتثال لبعض المعايير الإجتماعية والبيئية التقديمية وتتطلب بالتالي بعض الخبرة والاستثمار. ولذلك، فإن هذه الاستراتيجية تناسب بشكل خاص الشركات التي وصلت الى حجم انتاج ضخم وباتت مستعدة لترشيد عملياتها التجارية. بالإضافة الى الفوائد التي ذكرناها في الجدول رقم ٦، ينتج عن هذه الاستراتيجية، إذا ما قارناها مع استراتيجية رد الفعل، فوائد إضافية هي ترشيد مطابقة متطلبات المشتري وتسهيلها وإثبات حضور في السوق يتميز بالتزام الأداء الاجتماعي والبيئي مما قد يجذب زبائن جدد.

قد تأخذ الاستراتيجية الاستباقية أشكالاً عدة بحسب الظروف الفردية المحيطة بكل شركة ونقاط قوتها وضعفها والفرص المتاحة أمامها والتهديدات التي تواجهها. فليس هناك من وصفة جاهزة للاستراتيجية الاستباقية ولكن هناك العديد من الأساليب والأدوات التي تساهم في تطوير هكذا استراتيجية (أنظر الأطر رقم ١٤ و ١٥ و ١٦). مع ذلك، تتضمن كل استراتيجية استباقية العناصر التالية:

١. الرؤية والالتزام
٢. التنفيذ
٣. التحقق الخارجي

١. الرؤية والالتزام

لن تتجح الاستراتيجية الاستباقية إلا إذا التزمت بها الإدارة العليا للشركة. تشمل هذه الاستراتيجية استثماراً ضخماً وتتطلب المثابرة والثبات، وبالتالي لا يعتمد نجاحها على موظف واحد أو بضعة أعضاء من القوة العاملة بل تتطلب مشاركة فاعلة من الإدارة العليا كشرط أساسي لدمج الاستراتيجية بشكل كامل في ثقافة الشركة وأعمالها التجارية.

من أجل إطلاق هذه الاستراتيجية، على الإدارة أن تلتزم رؤية معينة لأداء الشركة الاجتماعي والبيئي. تتمثل إحدى الوسائل الناجحة في تطوير هذه الرؤية في وضع قاعدة سلوك خاصة تحدد التزامات الشركة الاجتماعية والبيئية (أنظر الإطار رقم ١٣ الذي يعرض مثالاً عن ذلك من خلال نموذج شركة منسوجات تركية اتبعت هذه الاستراتيجية).

الإطار رقم ١٣: شركة المنسوجات التركية "ياسمين" تطور قاعدة سلوك

شركة "ياسمين" هي مثال مثير للاهتمام لشركة تصنيع وتصدير اعتمدت الاستراتيجية الاستباقية. طوّرت هذه الشركة قواعد سلوك خاصة بها في سعيها لادراج المسؤولية الاجتماعية في ثقافتها التجارية. إن إدارة الشركة مقتنعة بأن "لا سبيل آخر للمنتجين لضمان استمرار التواصل مع أسواق التصدير المهمة إلا من خلال القيام بالاستثمارات الضرورية لمطابقة متطلبات المعايير الخاصة ومعايير الجودة". تتضمن قواعد سلوك الشركة المواضيع الاجتماعية والبيئية الرئيسية. مع ذلك، قد يفرض بعض المشترين معايير إضافية على قواعد سلوكها والتي ينتج عن مطابقتها تكاليف إضافية. إضافة إلى قواعد السلوك الخاصة بها، جازت الشركة على شهادة المسؤولية الاجتماعية، وهي شركة المنسوجات الوحيدة في تركيا الحائزة على هذه الشهادة، ما يعطيها أفضلية تنافسية ويجعلها المورد المفضل لدى بعض كبار أصحاب الماركات العالمية.

إن تطوير قواعد سلوك يساعد الشركة على استعادة سلطتها والبدء بترشيد عمليات انتاجها باندفاع وطموح. لكن قد لا يكفي بعض المشترين بهذه الالتزامات وحدها؛ إذ أنهم سيرغبون بالتحقق منها عبر مدققين (مستقلين) خاصين بهم. مع ذلك، تؤشر قواعد السلوك الطموحة الى التزام الشركة تجاه المشتري وقد ترفع من أسهمها لديه وتساهم في جذب زبائن جدد. نعرض في الإطار رقم ١٤ عدداً من الأدوات المرجعية لكيفية تطوير قواعد سلوك.

الإطار رقم ١٤: بعض الأدوات المرجعية لكيفية تطوير قواعد سلوك

طوّرت مبادرة التجارة الأخلاقية ETI- وهي عبارة عن اتحاد شركات ونقابات عمالية ومنظمات تطوعية تهدف الى تحسين حياة الأشخاص العاملين في مجال الانتاج الصناعي- القواعد الرئيسية للتجارة الأخلاقية أو ما يعرف بـ **Base Code ETI** للاستخدام العام والتي يمكن الاطلاع عليها على الموقع الالكتروني www.ethicaltrade.org>Resources

طوّرت منظمة التجارة العادلة الدولية (FLA)- نتاج تنسيق الجهود بين شركات ذات مسؤولية إجتماعية ومعاهد وجامعات ومنظمات من المجتمع المدني لتحسين ظروف العمل في المصانع حول العالم- قواعد سلوك بشأن مكان العمل للاستخدام العام والتي يمكن الاطلاع عليها على الموقع الالكتروني www.fairlabor.org>About us> Workplace code of conduct

تقدّم الشركة العامة للمراقبة SGS في منشور تحت عنوان "الطريق نحو المطابقة الإجتماعية" قواعد سلوك نموذجية يمكن للشركات الاقتداء بها لتطوير سياساتها الخاصة (ص. ٢٧-٣١). يمكن تحميل المنشور من الموقع التالي للشركة: www.sustainability.sgs.com

٢ . التنفيذ

ما إن تستكمل تطوير أبعاد رؤيتها والتزاماتها الإجتماعية والبيئية، تحتاج الشركة لتطوير خطة عمل وإجراءات لتنفيذ هذه الالتزامات. قد يشمل ذلك على الأرجح تدريب الموظفين بالإضافة الى الرصد والمراقبة. تنصح الشركات بتطوير مؤشرات أداء رئيسية لتتبع مسار التقدّم الذي تحرزه الشركة منذ بداية عملية التنفيذ- أي الوضع القائم قبل بدء التنفيذ- وخلالها وبعدها. يمكن أن تشمل المؤشرات الإنتاجية وعدد الإجازات المرضية والحوادث المتصلة بالعمل ورضى الموظفين والاستخدام الفاعل للطاقات ونوع النفايات السائلة، الخ. كذلك يساهم هذا التمرين في إعطاء فكرة عن تكاليف التدابير الإجتماعية والبيئية وفوائدها ويساهم في الاستعداد لعمليات التدقيق ويتضمن جمع البيانات للنتيبت من عائدات هذا الاستثمار.

الإطار رقم ١٥: بعض المصادر المتاحة حول دعم التدريب

يمكن برنامج اليونيدو لتحقيق روح المبادرة المسؤولة الشركات الصغيرة والمتوسطة من إدراج النواحي الإجتماعية والبيئية في صلب استراتيجياتهم التجارية. يقدم هذا البرنامج إطاراً منظماً للتدريب والمشورة بالإضافة الى البرامج الالكترونية التحليلية التي يمكن استخدامها لجمع بيانات الشركة وتحليلها وتقييمها في معرض مراقبة مسار التقدم وإعداد التقارير حوله خلال مرحلة تنفيذ خطة المسؤولية الإجتماعية للشركة، وذلك بالاستناد الى المبادئ العشرة من الاتفاق العالمي للأمم المتحدة بالإضافة الى الأحكام الدولية في المجالات الإجتماعية والبيئية (مثل ISO14001 و ISO26000 و SA8000 وسلسلة الصحة المهنية وتقييم السلامة OHSAS18001). لمزيد من التفاصيل، انظر: <http://www.unido.org/reap>

أما بالنسبة للشركات في الدول النامية المهمة بالتصدير الى الاتحاد الأوروبي، فيقدم مركز تعزيز الصادرات من البلدان النامية برامج تدريبية. يهدف هذا المركز الى تفعيل القدرة التنافسية للمصدرين والمنتجين أصحاب الشركات الصغيرة والمتوسطة في البلدان النامية. يمكن الاطلاع على مزيد من المعلومات على الرابط التالي: www.cbi.eu

يقدم بعض أصحاب الماركات وتجار التجزئة العالميين برامج تدريب وتنمية قدرات الى مورديهم لمساعدتهم على مطابقة قواعد سلوكهم. كذلك تقدم بعض الاتحادات التجارية وغرف التجارة برامج تدريبية. يُنصح المورّدون بالحصول على معلومات حول هذه البرامج ومعرفة إذا ما كانت هذه الخيارات متاحة لهم.

ما إن يصبح نظام المراقبة جاهزاً، يمكن أن تنتظر الشركة في إمكانية رفع تقرير حول أدائها وحول التقدم الذي أحرزته، مما قد يساهم في تبسيط عمليات التدقيق الخارجية أكثر وبالتالي يمكن استخدام ذلك في العلاقات الخارجية والاعلامية. يؤدي تحرير التقارير الى ارتفاع مستوى شفافية الشركة، وهو جانب تزايد قيمته لدى المشتري والمستهلك والسلطات على حد سواء.

هناك العديد من الأدوات والآليات المتاحة التي تساعد الشركات على تطوير نظم إدارة إجتماعية وبيئية، ولذلك لن يدخل هذا الدليل في صلب هذا الموضوع. في المقابل، يعرض الإطار رقم ١٦ بعض الآليات التي ينصح عدد من المنظمات والمبادرات المشهود لها باتباعها.

٣. التحقق الخارجي

عندما ينتهي المورّد من وضع قواعد سلوك ثابتة وينتهي من تطوير الأنظمة الإدارية للتنفيذ والمراقبة، تصبح الشركة مستعدة لامتحان التحقق الخارجي.

تتمثل الخطوة الأخيرة من الاستراتيجية الاستباقية بسعي الشركة وراء عملية تحقق خارجية لمراقبة الأداء الاجتماعي والبيئي بواسطة هيئة تصديق معتمدة. يمكن استخدام هذا التصديق لاحقاً في عمليات الترويج. يتأتى من الحصول على الشهادة فوائد كثيرة ولكنه مشروع طموح ومكلف وينطلب أن تكون النواحي الإجتماعية والبيئية لعمليات الشركة التجارية قد أصبحت في مراحل متقدمة نسبياً. يعطي الإطار رقم ١٧ مثلاً على تكاليف وفوائد المطابقة.

الإطار رقم ١٦: بعض الآليات والأدوات المتاحة لتطبيق نظام إدارة إجماعي وبيئي

تتهي المنظمة الدولية للتوحيد القياسي ISO حالياً العمل على معيار دولي يقدم إرشادات بشأن المسؤولية الاجتماعية تحت اسم **ISO26000**، والذي سيطلق في نهاية العام ٢٠١٠. يعطي هذا المعيار توجيهات حول الممارسة الاجتماعية المسؤولة والخطوات الممكن اتخاذها في هذا الصدد. على عكس معايير الأيزو لأنظمة الإدارة، لا يمكن استخدام هذا المعيار كأساس للحصول على شهادة. يمكن الاطلاع على مزيد من المعلومات على الرابط التالي: www.iso.org/sr

لقد طُوّر الاتفاق العالمي للأمم المتحدة (وهو مبادرة تجارية طوعية لرصد المسؤولية الاجتماعية للشركات ورفع تقارير حولها والتي تشرف عليها الأمم المتحدة) عدداً من التوجيهات والآليات العملية لمساعدة الشركات على تحقيق المطابقة الاجتماعية. ويمكن أن يكون النموذج الذي يقدمه الاتفاق العالمي للأمم المتحدة مفيداً بشكل خاص ويمكن تحميله من الرابط التالي: www.unglobalcompact.org > 'About Us' > Tools and resources

كذلك وضع هذا الاتفاق بمتناول الشركات أداة مفيدة أخرى هي أداة التقييم الذاتي التي يمكن الاطلاع عليها على: <http://www.globalcompactselfassessment.org>

كما وضعت منظمة العمل المنصف بوابة معلومات عن التقييم، تقدّم مروحة واسعة من الأدوات التي يمكن من خلالها تقييم مستوى مطابقة الموردين والشركات للمعايير والقواعد. وتقدم هذه البوابة نماذج عامة ومحددة للتقييم بإعطاء الشركات والموردين فكرة عن مستوى مطابقتهم لمعايير العمل. يمكن الاطلاع على مزيد من المعلومات على: ap.fairlabor.org

ويمكن للشركات إيجاد توجيهات إضافية في المتطلبات والتدابير التنفيذية التي تتضمنها مخططات الشهادات. يمكن للشركات الاطلاع على هذه المخططات واستخدامها كأدوات توجيهية لتطوير قواعد سلوك وأنظمة إدارة خاصة بها من دون أن تتقدم منها بالضرورة بطلب للحصول على شهادة، ولكن في الوقت عينه تكون الشركة في صدد التحضير للحصول على شهادة في المستقبل.

للحصول على توجيهات خاصة بنظم الإدارة البيئية، يمكن الاطلاع على برنامج الأمم المتحدة للبيئة كنقطة انطلاق. يمكن تحميل كتيبات عملية على الرابط التالي:

www.unep.org/resources/business/Publications

البرنامج العالمي للمطابقة الاجتماعية هو برنامج ذات اتجاه تجاري عالمي يهدف الى تعزيز تبادل المعارف والممارسات النموذجية بهدف بناء إطار مقارنة وشفافية بين الأنظمة القائمة. كما وضع هذا البرنامج بعض المبادئ التوجيهية المتعلقة بالبيئة. يمكن مراجعة الأدوات المرجعية لهذا البرنامج على الجانب الأيمن من الصفحة الرئيسية للموقع www.gscpn.net

وللحصول على مبادئ توجيهية حول إعداد تقارير الأداء الاجتماعي والبيئي، تعتبر مبادرة التقارير العالمية مصدراً موثوقاً في هذا المجال (هي منظمة تضم شركاء متعددين قامت بتطوير إطار ومبادئ توجيهية لإعداد التقارير ولا تزال تعمل على تحسينها). يمكن تحميل جميع مرجعيات هذه المبادرة على يمين الصفحة الرئيسية من الموقع:

www.globalreporting.org/ReportingFramework

في معظم قطاعات الاقتصاد، يمكن إيجاد نظام تصديق اجتماعي أو بيئي واحد على الأقل. فقد أظهر البحث الذي استند إليه هذا الدليل أن شهادة مجلس الاشراف على الغابات تغلب على قطاع الخشب في البرازيل، وشهادة SA8000 على قطاع الجلود في الهند وOeko-Tex على قطاع المنسوجات في تركيا. تفيد هذه الشهادات في كونها أدوات ترويجية ودعائية وتظهر مستوى عال من المعايير الاجتماعية والبيئية التي تجذب زبائن جدد. بالإضافة الى ذلك، قد ينظر بعض المشترين الى عدد من هذه الشهادات على أنها تأكيد على ممارسة فضلى مما يمكن الشركة الحائزة على الشهادة من تخفيض العدد الذي تحتاجه من المحققين، كما هي حال الشركات المنضمة الى مبادرة الالتزام الاجتماعي في قطاع الأعمال BSCI التي تعتبر شهادة SA8000 دليلاً على الممارسة الفضلى.

الإطار رقم ١٧: شهادة مجلس الإشراف على الغابات التي حازت عليها شركة "فورنيتورا" البرازيلية للأثاث

حازت شركة "فورنيتورا" على شهادة مجلس الإشراف على الغابات (انظر الإطار رقم ١). وقد ذكرت الشركة أن هدف الترويج كان الدافع الرئيسي وراء سعيها للحصول على هذه الشهادة. وعند تحقيق هذه الغاية، وجدت "فورنيتورا" أنه أصبح لديها سمعة على أنها شركة تحترم البيئة وتتصرف بطريقة مسؤولة تجاه المجتمع. ولم ينطبق ذلك على المشتريين الذين يتعاملون حالياً مع "فورنيتورا" ولكن أيضاً على المشتريين المحتملين. وكواحدة من الشركات القليلة الحائزة على شهادة مجلس الإشراف على الغابات في أميركا اللاتينية، باتت لـ"فورنيتورا" أفضلية تنافسية.

يعطي مثال "فورنيتورا" فكرة عن التكاليف المترتبة على شهادة مجلس الإشراف على الغابات. فينبغي أن تكون عملية معالجة الأخشاب المصادق عليها من قبل المجلس شفافة في جميع المراحل مما يسمح بتتبع شامل لمسار المواد الأولية، وهو أمر معقد ويؤدي إلى ارتفاع كلفة الإنتاج. على سبيل المثال، تختلف ماكينة النشر التي عليها استخدامها عن تلك المستخدمة لنشر الأخشاب غير المصادق عليها. وهناك تكاليف إضافية تتصل بزيادة اليد العاملة لمراقبة هذه العملية بالإضافة إلى التكاليف المترتبة على شراء ماكينات نشر جديدة لفصل الأخشاب المصادق عليها. تقدّر "فورنيتورا" التكاليف المترتبة على الحصول على هذه الشهادة ما بين ٣% و ٥% من مجمل كلفة الإنتاج.

يمكن أن تكون عملية الحصول على شهادة مكلفة. فبالإضافة إلى كلفة تنفيذ المتطلبات الإجتماعية والبيئية والتي قد تكون مرتفعة بحد ذاتها، هناك الرسوم التي تدفع إلى هيئة إصدار الشهادة ومدققها. فيما قد تنخفض التكاليف بشكل كبير بعد التعهد الأولي بالاستثمار والحصول على الشهادة، إلا أن تكاليف إضافية قد تتلاحق فيما بعد في معرض المحافظة على الشهادة وتحديثها. لا يمكن تحويل هذه التكاليف دائماً إلى المشتري الذي وإن كان يفضل الموردّين الحائزين على شهادات إلا أنه يكون في أغلب الأحيان غير مستعدّ لدفع سعر أعلى للمنتج.

تختلف نتائج تحليل المقارنة بين كلفة الشهادة ومردودها بين شركة وأخرى، فقد تتطلب المطابقة تغييرات أكبر لبعض الشركات مقارنة بأخرى. إلى ذلك، قد تحصل بعض الشركات على قدرة تنافسية أعلى من غيرها. وبالتالي على كل شركة تسعى للحصول على شهادة أن تقرّر بنفسها ما إذا كانت العائدات تفوق التكاليف.

تجربة الموردّين مع المعايير الخاصّة

أظهرت الدراسة المسحية والمقابلات التي أجريت مع شركات التصدير في قطاع الأثاث في البرازيل وقطاع الأحذية في الهند وقطاع المنسوجات في تركيا أنّ المعايير الخاصّة هي واقع يتحمّ التعامل معه عند السعي إلى التصدير إلى الأسواق العالميّة. رغم أن الشكاوى حول ارتفاع التكاليف كانت كثيرة (أنظر أيضا الإطار رقم ١٢)، استطاعت معظم الشركات تحديد فوائد واضحة، من بينها تحسينات طرأت على عمليّاتها التجاريّة الداخليّة وتنامي الأفضليّة التنافسيّة لديها وتحسن أوضاع موظفيها (أنظر الجدول رقم ٦). وهكذا، تترتّب على المعايير الخاصّة كلفة واستثمارات ولكنها تعود أيضا فوائد على شركات التصدير العاملة في البلدان النامية.

تساعد الاستراتيجيةّ الاستباقية هذه الشركات على تقليص تكاليف المطابقة غير المتوقعة واستغلال الفرص المتاحة في السوق. مع ذلك، هناك صعوبة في تخطي بعض المشاكل والاشكاليات المرتبطة بالمعايير الخاصّة حيث يواصل المشترون الضغط على الموردّين في الدول النامية لتحفيض أسعارهم وتقليص مهل التسليم. بالتالي، على المشتريين أيضا لعب دور في تسهيل مطابقة قواعد سلوكهم. في الإطار رقم ١٨ رسالة من الموردّين إلى المشتريين تشرح هذا الأمر بشكل أوسع.

الإطار رقم ١٨: رسالة من مورّدِي الدول النامية إلى المشتريين العالميين

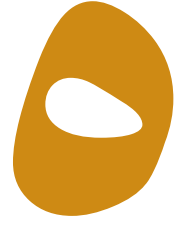
غالباً ما يشير المورّدون إلى أن المشتريين غير مستعدين لدفع سعر أعلى للمنتجات التي يصنّعونها متّبعين متطلبات المشتري الإجتماعية والبيئية. بالتالي، قد تُؤدّي التكاليف المرتبطة بتحسين الظروف الإجتماعية والبيئية إما إلى انخفاض هامش ربح المورّد أو إلى اعتبار المورّد هذه المتطلبات مجرد عمليات تجميلية كما تبرزه جلياً هذه الشهادة من شركة "موس" (٢٠٠٩): "تدفع أقسام المطابقة لدى المشتري المورّدين إلى تلبية المعايير الخاصة. يريدون من المورّد أن يقلّص ساعات العمل الإضافية ودفع أجور مناسبة. يحققون للتثبيت من المطابقة. ثم يأتي قسم البحث عن المصادر لديهم فيدفع نحو تخفيض الأسعار وتعبيل التسليم. عندما تبعث الشركة صاحبة الماركة برسائل متناقضة، يستجيب المورّد إلى قسم البحث عن المصادر. لماذا؟ لأن المورّد سيستجيب للقسم الذي يصدر الطلبات. السبيل الوحيد في توجيه الشركة رسائل متناسقة إلى المورّدين هي حين يكون هناك توافق داخلي بشأن موضوع الرسالة ولهجتها. تحتاج الماركات لأن يكون لديها توافق داخلي بين أقسامها ثم تأتي إلى المورّدين كجبهة موحدة. يستحيل على الشركات توجيه رسائل متناسقة إلى المورّدين إلا إذا كانت تدابير المطابقة الإجتماعية جزء من نظام تقييم المورّد التابع لكل من قسمي البحث عن المصادر وقسم البيع.

من أجل الموازنة بين التكاليف المترتبة على ضمان المطابقة، من الضروري أن يلتزم المشتري والمورّد ليس بتحسين بعض القضايا الإجتماعية والبيئية فحسب وإنما أيضاً أن يلتزم بعلاقة عمل طويلة الأمد. من ناحية أخرى، يمكن أن يساهم المشتري بتكاليف المطابقة أو يمكن أن يستثمر الطرفان في مجالات معينة. كذلك على المشتري عندما يرغب في إدخال متطلبات محدّدة جديدة إلى المورّد أن يأخذ بعين الاعتبار الاختلاف بين الثقافات وتوفّر معلومات حول متطلّباته بلغة المورّد الأصلية. يمكن أن تُؤدّي الترجمات الضعيفة أحياناً والجهل بالاختلاف الثقافي بين المشتري والمورّد، إلى سوء فهم، خوفاً للمورّد مثلاً من أن يفقد الاحترام إذا أشار بأن شيئاً ما لم يكن مفهوماً.

المصادر: س. موس، ٢٠٠٩. مؤشرات الأداء الرئيسية للمطابقة الإجتماعية في سلسلة التوريد، في د. ليزيزغر. SA8000. ٢٠٠٩ - العقد الأول. أ. ر. بيدرسون وم. أندرسون. الحفاظ على المسؤولية الإجتماعية للشركات في سلاسل التوريد العالمية: كيف تدار قواعد السلوك في العلاقة بين المشتري والمورّد في مجلة الشؤون العامة ٦ (٣١٤): ٢٢٨-٢٤٠، ٢٠٠٦. معهد تشارترد للمشتريات والبيع والتبادل التجاري. ٢٠١٠. تحقيق مشتريات مستدامة في الدول النامية.



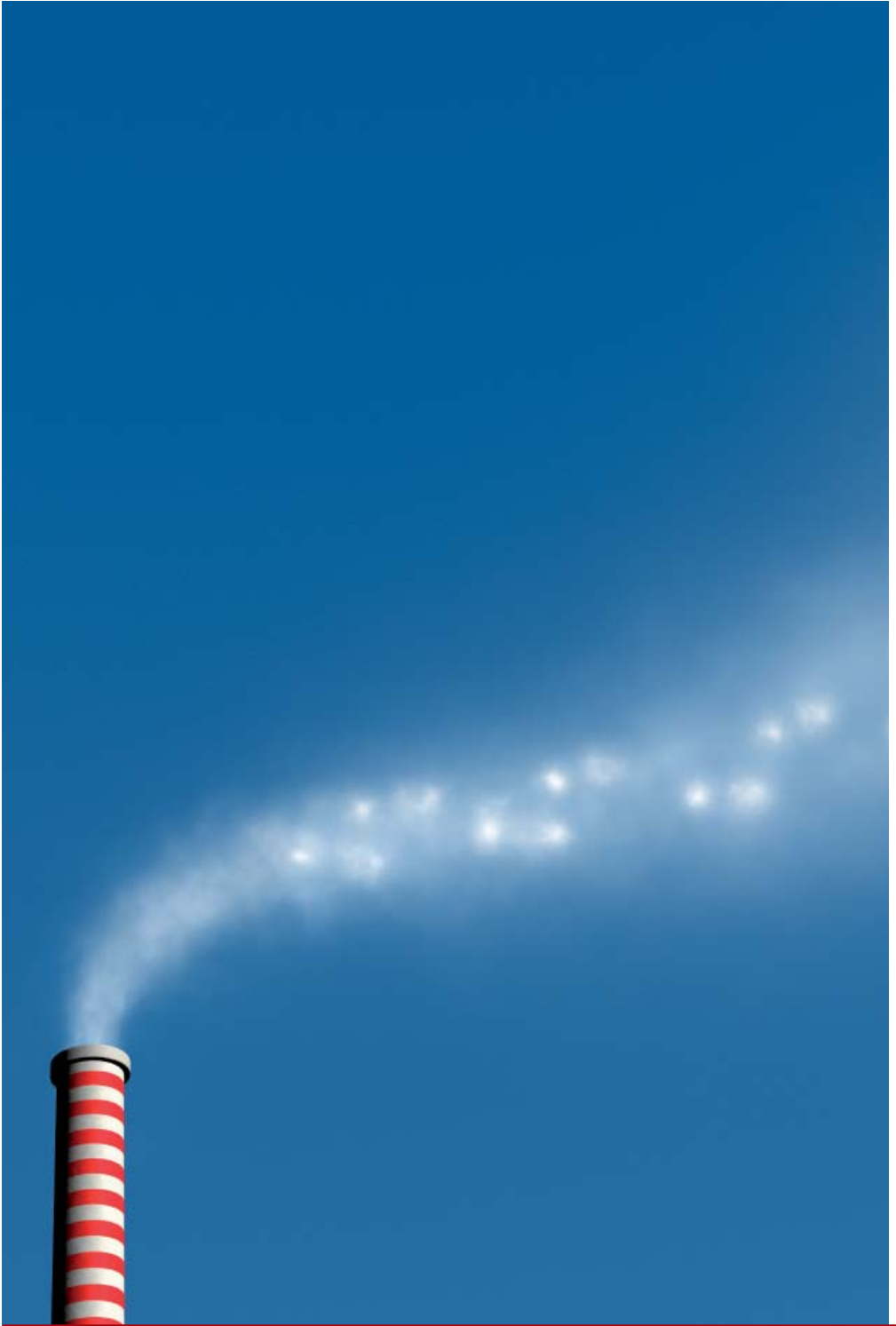
الاتجاهات



هناك أوجه تشابه كثيرة في المعايير الخاصة بين قطاعات الملابس الجاهزة والأثاث والأحذية، ولكنها مع ذلك تختلف لناحية محور اهتمامها وتركيزها. بهدف التميز، سيعتمد تجار التجزئة دوماً الى تكييف معاييرهم، بزيادة تشدها أو حتى بالتخفيف منها، ليعكسوا بذلك مطالب شركائهم وحاجاتهم وتطلعاتهم. تظهر معايير جديدة باستمرار وقد بات أصحاب المصلحة يشاركون تدريجياً في تطوير هذه المعايير وتطبيقها وتتم مراقبة علاقتهم بالأطر التنظيمية بشكل وثيق. يمكن ملاحظة بعض الاتجاهات أو المسارات، مع تزايد أهمية المعايير الخاصة في العديد من الصناعات. يشرح هذا الفصل بعض الاتجاهات الرئيسية التي قد تؤثر على تطوير المعايير الخاصة وتطبيقها خلال السنوات الثلاثة أو الخمسة القادمة.

العلاقة الدينامية بين الأنظمة الفنية والمعايير الخاصة

خلال السنوات الثلاثين الماضية، تحوّلت العديد من المعايير المتعلقة بصحة المستهلك وسلامته الى قوانين. من ناحية أخرى، ترجمت العديد من متطلبات القوانين الى متطلبات خاصة أكثر تشدداً. تتجلى هذه العلاقة الدينامية بين الأنظمة الفنية والمعايير الخاصة في المتطلبات التي تفرض على تصنيف المنتجات العضوية والتي تحوّلت الى تشريعات في الاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة الأميركية (أنظر الإطار رقم ١٩) وفي تأثير قانون "ريتش" الأوروبي الذي ينظم تسجيل وتقييم وتخويل الكيماويات في العلاقة بين المشتري والمورّد.



الإطار رقم ١٩: من المعايير الاختيارية الى التشريع- مسألة الزراعة العضوية

الزراعة العضوية هي إحدى أنظمة إدارة الانتاج التي تهدف الى تعزيز التنوع البيولوجي وحيوية التربة وتغليهما. هو نظام يعتمد على إدارة النظام الايكولوجي وليس على المكملات الزراعية الخارجية. لا يشمل هذا النظام استخدام المواد الاصطناعية كالأسمدة الاصطناعية والأدوية البيطرية والمواد المعدلة والكانتات المعدلة وراثيا والمواد الحافظة والمضافات والاشعاعات. رغم أن أساليب الزراعة العضوية تختلف بشكل طفيف في بينها، إلا أنها تتبع بمعظمها المعايير الأساسية الخاصة بالإنتاج والتصنيع العضوي (IBS) التي أصدرها الاتحاد الدولي لحركات الزراعة العضوية (IFOAM).

في العام ٢٠٠٧، قرّر الاتحاد الأوروبي تطوير قانون خاص بالانتاج والتصنيف والاستيراد العضوي للمنتجات الغذائية. يركز هذا القانون الذي تتفرّع منه ثلاثة توجيهات مختلفة على متطلبات المعايير الاختيارية التي كان الاتحاد الدولي لحركات الزراعة العضوية (IFOAM) أول من وضعها. حاليا، وبالرغم من متطلبات التصنيفات العضوية الأخرى، على جميع المنتجات المصنفة عضوية في الاتحاد الأوروبي أن تطابق بالحد الأدنى معايير الاتحاد الإلزامية. أما المنتجات التي لا تلتزم مطابقة هذه التوجيهات فلا يمكن بيعها على أنها منتجات عضوية في الاتحاد الأوروبي. لا ينطبق هذا القانون الحالي على مستحضرات التجميل والمنسوجات. مع ذلك، تظهر المعايير العضوية أن ما هو اليوم اختياري قد يصبح في المستقبل الزامي بالقانون.

من المتوقع أن تستمر هذه العلاقة الدينامية، إذ ينظر العديد من وكلاء المشترين إلى الأنظمة الفنية على أنها ضعيفة جدا وإلى المعايير الدولية الاختيارية على أنها بطيئة جداً ولا يمكنها بالتالي التكيف مع الوضع القائم حالياً لا سيما بسبب النقاشات الطويلة في اللجان الفنية من ناحية أخرى، قد ترى الجهات التنظيمية في تعدد الأنظمة الخاصة تمهيدا لتشريعات مستقبلية (أكثر ذكاء) بخاصة عندما يتعلّق الأمر بصحة المستهلك وسلامته والمخاطر البيئية المحيطة به، حيث من المستبعد أن تلتزم قوى السوق المستوى المأمول من المطابقة.

الإطار رقم ٢٠: تأثير قانون "ريتش" على العلاقة بين المشتري والمورد

يفرض قانون "ريتش" لتسجيل وتقييم وتخويل وحصر الكيماويات (٢٠٠٦) على منتجي ومستوردي الكيماويات في الاتحاد الأوروبي جمع معلومات حول المنتجات التي تحوي مواد خطرة وتقييم مخاطرها. كما يتطلب قانون "ريتش" موافقة مسبقة على استخدام بعض المواد التي تعد خطرة وتقيّد تسويق بعض المواد أو مزيج منها واستخدامها.

أما مواد هذا القانون الأكثر تأثيراً على قطاعات المنسوجات والأحذية والأثاث فهي تلك المتعلقة بالمنتجات^{١٨} إذا كانت هذه المواد معدة للتسرب أو إذا كانت مواد ذات خطورة أو مثيرة للقلق^{١٩}.

ولما كان على المستوردين في دول الاتحاد الأوروبي الامتثال لقانون "ريتش"، سيكون على الموردّين بشكل متزايد توفير المعلومات التالية:

- المواد الكيماوية المستخدمة في منتجاتهم.
- إذا ما كانت هذه المواد معدة للتسرب من المنتج (عبر غسيل القميص مثلاً)
- في حال استخدام أكثر من طن من المادة الكيماوية في السنة، إذا كانت هذه المادة قابلة للتسرب.
- في مكان وجود المادة الشديدة الخطورة في المنتج، إذا كان مستوى وزنها يتعدى ٠.١%

جاءت إحدى ردود الفعل على قانون "ريتش" من منظمة Oeko-Tex التي نشرت معايير اختبار محدثة وموسعة وقيود وقوانين لعملية إصدار شهادة معيار Oeko-Tex 100 وذلك بهدف ملاءمة بعض متطلبات قانون "ريتش". من الواضح أنّ حتى المنتجين خارج نطاق الاتحاد الأوروبي غير الملزمين بتسجيل المواد الكيماوية التي يستخدمونها أو الحصول على ترخيص بمطابقة قانون "ريتش"، سيشعرون بتأثير هذا القانون في معرض علاقاتهم التجارية مع مشتريين من دول الاتحاد.

المصادر: <http://guidance.echa.europa.eu>, 2010

١٨ article هو مُنتج يُعطى أثناء التصنيع شكلاً أو سطحاً أو تصميمياً معيناً يحدد وظيفة المنتج أكثر مما يقوم بذلك تكوينه الكيميائي". فمثلاً القميص أو الحذاء أو حقيبة اليد هي أمثلة عن article لأن المهم فيها هو شكلها وتصميمها وليس الكيماويات التي تتألف منها أو تحويها.

١٩ المواد ذات الخطورة أو المثيرة للقلق هي مواد يجب أن يخضع استخدامها للترخيص وربما للحصر. تصنّف هذه المواد إما كمواد مسرطنة (تسبب السرطان) أو مطفرة أو سامة إذا أعيد استخدامها أو المواد الثابتة والمتراكمة أحياناً والسمية أو المواد الثابتة جداً والمتراكمة أحياناً جداً. وتدرج المواد على قائمة المرشح للحصول على ترخيص بعد الحصول على موافقة عبر اجراءات رسمية بأنه يستوفي شروط المادة ٥٧ من قانون "ريتش" (مواد ذات خطورة عالية أو مثيرة للقلق). تنشر قائمة المرشح للتخصيص على الموقع الإلكتروني للوكالة الأوروبية للمواد الكيماوية ويتم تحديثها في كلما صدر قرار جديد بإضافة مادة جديدة إليها.

مخاوف جديدة حول الاستدامة: كفاءة استخدام الطاقة والمياه

في السنوات القليلة الماضية، برزت متطلبات جديدة تتعلق بالتغير المناخي والاستهلاك المستدام لموارد مثل الطاقة والمياه، نتيجة للمخاوف الدوليّة حول الاستدامة. من المتوقع أن تصدر اتفاقيات وبروتوكولات جديدة ستطلب التزاماً وطنياً وخططاً تنفيذية. وقد بدأ المشترون بالفعل التفاعل مع هذه المخاوف عبر إدخال عناصر تتعلق بالطاقة والمياه والفحم في قواعد سلوكهم والطلب من مورديهم اتخاذ تدابير للتخفيف من استخدام هذه الموارد.

وقد بدأت المخاوف حول كفاءة استخدام المياه وتصنيف المنتجات التي تستهلك المياه بالظهور لدى الحكومات والمجتمع المدني. في تموز من العام ٢٠٠٦، وضعت استراليا قيد التنفيذ أول نظام وطني لمعايير كفاءة استخدام المياه والذي يفرض تصنيف كفاءة استخدام المياه على بعض المنتجات المعنية. في منتصف العام ٢٠٠٨، أنشأت مبادرة الاشراف على المياه (WSI) ومنظمة حفظ الطبيعة (TNC) ومعهد المحيط الهادئ شراكة للاشراف على المياه (allianceforwaterstewardship.org) والتي تجمع العديد من أصحاب المصلحة في المناصرة البيئية والاجتماعية، مثل الصندوق العالمي للطبيعة، وجمعيات مصالح المياه، مثل اتحاد بيئة المياه (WEF)، ومبادرات أخرى لحفظ المياه، مثل الشاهد على المياه، في سعي لانشاء معايير دوليّة معترف بها. ومن خلال هذه الشراكة، قامت العديد من المنظمات غير الحكومية الرئيسة والحكومات وأصحاب المصانع بمراجعة الخيارات الأساسية لنظام الاشراف على المياه الذي وضعته هذه المبادرة. وتم الآن وضع معايير جوهرية كأساس لتجريب الشهادات وعمليات التقييم.

ولدى الدول النامية والمتقدّمة على حد سواء مخاوف من مسألة كفاءة استخدام المياه، باعتبار أن الطاقة ليست مجرد قضية استدامة فحسب بل هي جزء رئيس من التصنيع. اليوم، تتبع معظم الدول المتقدّمة والعديد من الدول النامية بعض المعايير الاختيارية القائمة على كفاءة طاقة المنتج. أما تطوير نظام إدارة للمعيار القائم على كفاءة الطاقة فهو مبادرة جديدة تدعمها اليونيدو (ISO 50001).

بالإضافة الى نظم المعايير والتصنيف المتعلقة بكفاءة المنتج النهائي فقط، لا تزال العديد من المعايير وبرامج الشهادات والتصنيف التي ترصد الأثر البيئي خلال دورة الحياة الكاملة للمنتج قيد الانشاء. وتساعد مراقبة دورة الحياة الكاملة للمنتج في تحديد أماكن الخلل، أكانت على مستوى ايجاد مصادر المواد الأولية أو على مستويات الانتاج أو النقل أو الاستهلاك. ويعدّ تحليل انبعاثات الغازات الدفيئة أحد المعايير الرئيسة في تحليل دورة حياة المنتج، وهو تحليل يعرف على نطاق واسع باسم "البصمة الكربونية"^{٢٠}. تقدّم هذه الألية معلومات حول انبعاث الغازات الدفيئة للمنتج وتحللها في محاولة لتحديد أبرز مصادر الانبعاثات في سلسلة التوريد. وعندما يتمّ تحديد الانبعاثات

٢٠ من الأمثلة على منهجيات رصد الكربون، بروتوكول قياس انبعاث الغازات الدفيئة التابع لمعهد الموارد العالمية /مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة، ISO 14067 وPAS 2050، لتقييم انبعاثات الغازات الدفيئة خلال دورة حياة السلع والخدمات.

من مجمل أجزاء السلسلة، يؤمل أن تتخذ تدابير للحدّ منها في مهلة زمنيّة محدّدة وفعالية لناحية الكلفة. يطرح الإطار رقم ٢١ بعض الأمثلة عن تصنيفات البصمة الكربونية في قطاعات المنسوجات والأحذية.

الإطار رقم ٢١: تصنيفات البصمة الكربونيّة – بعض الأمثلة

تضع شركة الأحذية والملابس الجاهزة "تمبرلاند" حالياً ملصقات على الأحذية التي تصنّعها تشرح بالتفصيل الطاقة المستخدمة في صناعة أحذيتها والجزء القابل للتجديد منها وسجل ظروف العمل في الشركة. وبما أن كمية كبيرة من انبعاثات الشركة تأتي من داخل سلسلة التوريد، يصعب على الشركة أن تسيطر عليها مباشرة، لذلك تجهد "تمبرلاند" لضمان العمل مع مورّديها للمساعدة في الحدّ من هذه الانبعاثات. وتشمل هذه العملية تحرير تقارير عن حجم الانبعاثات ونطاقها وترفعها "تمبرلاند" بدورها تقارير حول انبعاثات منتجاتها بصورة دورية.

وعلى نسق مماثل، أعلنت "كونتينانتل كلوزينغ" وهي شركة تجزئة بريطانية للأزياء أنها أوّل من أصدر بصمة كربونية في قطاع الملابس بعد أن عملت مع صندوق الكربون لاطلاق ملصق الحدّ من الكربون في الصناعات النسيجية. يعطي الملصق الجديد تفاصيل عن انبعاثات الكربون خلال دورة الحياة الكاملة للملابس، من مرحلة المواد الخام وتصنيع المنتج إلى مرحلة استهلاكه والتخلص منه. وسيوضع ملصق الحدّ من الكربون في الصناعات النسيجية على مجموعة من القمصان الصيفية والشتوية وسيتمّ ابلاغ المستهلك بالدورة الكاملة للبصمة الكربونية، فضلاً عن مساهمته الخاصة من خلال عمليات الغسيل والتجفيف والكي.

المصدر: تمبرلاند، 2010 www.timberland.com/corp/index.jsp?eid=750006
1233&page=pressrelease، كونتينانتل كلوزينغ، 2010
www.continentalclothing.com/page/carbon_footprinting

تعدّ عمليّات رصد الكربون وتصنيف المنتج عبر وضع ملصق عليه من الأدوات الجديدة في تنظيم سلسلة التوريد التي يمكن أن تؤثر على فرص التصدير في البلدان النامية، رغم أن العديد من هذه البلدان قد لا تخضع مباشرة لالتزامات الحدّ من انبعاثات الغازات الدفيئة. وسيكون الموردون في البلدان النامية ضمن سلاسل القيمة العالميّة تحت ضغوط كبيرة للحدّ من انبعاثات البصمة الكربونية بسبب التزامات شركائهم. وستشكّل مدى قدرتهم على إدارة البصمة الكربونية عاملاً قوياً في تحديد أفضليّتهم التنافسيّة وقد تطيح ببعض القوى خارج السوق. أظهرت دراسة أعدّها مشروع الكشف عن انبعاثات الكربون على ٣٤ من المصنّعين العالميين الراندين- وهم أيضاً شركات أعضاء في المشروع^{٢١} وعلى ٦٣٤ من مورّديهم، أن ٦% من هذه الشركات قد تلغي عقود العمل مع بعض مورّديها إذا فشلوا في إدارة انبعاثات الكربون بشكل سليم. بالإضافة إلى ذلك، أشارت غالبية هذه الشركات- ٥٦%- إلى أنها تتوقع أن تلغي عقود العمل مع بعض مورّديها في المستقبل إذا فشلوا في تلبية معايير إدارة البصمة الكربونية التي وضعوها.

الشفافية والتتبع في سلسلة القيمة

يطالب المستهلكون اليوم بشكل متزايد بحقهم في الحصول على إجابات لأسئلة مثل: ماذا أرتدي أو ماذا أستخدم؟ ومن أين أتى وكيف تم تصنيعه؟ كم استهلك من الطاقة؟ وما هي المواد الكيماوية التي يحتوي عليها؟ من قام بتجميعها أو حياكتها معا؟

جميع الاتجاهات المذكورة في هذا الدليل تؤشر فعلياً إلى مستوى أعلى من الشفافية داخل سلاسل القيمة ومسار تتبّع المنتجات. ويعتمد تنفيذ المعايير الإجتماعية والبيئية ومعايير السلامة نظام تتبّع فاعل يضمن سهولة الحصول على إجابات لما سبق من أسئلة. بعبارة أخرى، التتبع هو القدرة على التحقق من سيرة المنتج ومكانه و طريقة استخدامه من خلال هوية موثقة ومسجلة للمنتج.

ومع ذلك، فإن الانطباع السائد بين المشتريين والموردين هو أن أدنى مراحل سلسلة القيمة، المزدحمة بالعديد من الوكلاء، هي الأقل مطابقة. وتدعم الدراسة المسحية التي أجريت على مصدري المنسوجات والملابس في تركيا لغرض هذا الدليل هذا التصور أيضاً. إذ ظهر أن شركات تصدير المنتجات الجاهزة تلتزم بقواعد سلوك المشتري أكثر مما تلتزم بها شركات تصدير المواد الأولية أو المنتجات نصف المصنعة. فقد بيّنت الدراسة أن اثنين وتسعين بالمئة (92%) من مصنعي المنتجات الجاهزة التزموا المطابقة مقارنة مع 56% من مصنعي المنتجات غير الجاهزة (أنظر الجدول رقم 7)، مع العلم أن بعض منتجي المواد الأولية (القطن العضوي على سبيل المثال) قد يواجهون معايير خاصة أكثر من منتجي السلع نصف المصنعة.

جدول رقم ٧: مدى مطابقة مصدري المنسوجات والملابس التركيبية الجاهزة وغير الجاهزة لقواعد سلوك المشتري والشهادات الإجتماعية والبيئية

نسبة الشركات المطابقة لشهادة إجتماعية أو بيئية واحدة على الأقل	نسبة الشركات المطابقة لقواعد سلوك واحدة على الأقل	
Oeko-Tex : ٨٨% شهادات أخرى: ٣٨%	٥٦%	المنتجات غير الجاهزة (المجموع: ١٦) ^{٢٢}
Oeko-Tex : ٩٢% شهادات أخرى: ٨٥%	٩٢%	المنتجات الجاهزة (المجموع: ١٣) ^{٢٣}

كلما ازداد تشدد أصحاب الماركات وتجار التجزئة في مدى مطابقة وكلاء مورديهم الأساسيين، كلما تعاضمت الضغوط على أسفل سلسلة القيمة لمطابقة المعايير الخاصة. يؤدي ذلك إلى تعميق المعرفة حول ما يجري خارج الحدود التقليدية للشركة أو المنظمة. بالتالي، توجب متطلبات التتبع مستوى أعلى من التعاون وتبادل المعلومات ليس مع الشركاء التجاريين المباشرين فحسب بل مع مجمل سلسلة التوريد. وتدفع هذه الحاجة إلى مستوى مرتفع من التنسيق إلى توطيد العلاقة بين المشتري والمورد. وما إن تتمكن الشركة من مطابقة معايير تاجر تجزئة يعمل على نطاق واسع، سيرغب هذا التاجر على الأرجح في مواصلة علاقة العمل لمدة أطول.

في الوقت عينه، يمكن أن تؤدي حاجة أصحاب الماركات إلى تحسين إدارة المخاطر إلى توطيد قاعدة مورديهم وحصص مصادر منتجاتهم في دائرة صغيرة من الشركات المطابقة. إذ كلما قل عدد الموردين المنضوين عامودياً في علاقة العمل هذه والذين يلبون حجم الطلبات الكبير، كلما قلت المخاطر والتكاليف معاً، ما يجعل من الصعب على الوافدين الجدد من دخول سلاسل توريد هذه الماركات وتجار التجزئة هؤلاء. وقد أظهرت المقابلات التي أجريت لغاية هذا الدليل استراتيجيتين مختلفتين يعتمدهما المشترون لإدارة المخاطر وهما: الاستغناء عن الوسطاء واعتمادهم مباشرة على عدد محدود من الموردين المنضوين عامودياً كمصادر، مقابل حصر الشراء بوسطاء موضع ثقة أو وكلاء محليين يمكن تحميلهم المسؤولية في حال اكتشاف أن أحد الموردين المعنيين لا يلتزم المطابقة. ولئن يصعب تحديد وجهة هذا الاتجاه، من المؤكد أن المشتري سيظل يتطلع إلى الحد من المخاطر.

٢٢ منتج المواد الأولية أو السلع نصف المصنعة

٢٣ يمكن أن تشمل هذه المجموعة شركات تنشط في تصنيع منتجات نصف جاهزة ومواد أولية إلى جانب صادرتها من المنتجات الجاهزة

قياس المعايير والمواءمة بينها

من الواضح، أن المشتريين والموردين يواجهون العديد من المعايير المتداخلة ولكن غير المتجانسة. تشير بعض التقديرات بأنّ هناك أكثر من ألف قاعدة سلوك ونظام إدارة^{٢٤} ما يؤدي إلى زيادة التعقيدات وتكاليف الإدارة لجميع أصحاب المصالح، بما في ذلك لدى المشتريين وشركات إصدار الشهادات والموردين بطبيعة الحال.

بما أنّ هناك العديد من النقاط المشتركة بين المعايير العامّة والخاصّة لناحية المتطلبات الأساسية، تصبح المواءمة هدفاً مرغوباً وقابلاً للتحقيق. لقد شكّلت بلورة "ما ورائية" المعايير المماثلة محور نقاش العديد من المنتديات خلال السنوات الأخيرة. من الناحية النظرية، أنشئت معايير أنظمة الإدارة الدوليّة، مثل الأيزو ١٤٠٠٠ والأيزو ٢٦٠٠٠ تحديداً لمقاربة اشكاليّة تعدد المعايير. بالرغم من ذلك، استمرّ عدد هذه النظم بالارتفاع.

ولما اتّضح أن تطوير "ما ورائية" هذه المعايير أصعب مما كان متوقّعاً، تمّ وضع العديد من أنظمة مواءمة المقاييس بهدف خلق أدوات مرجعية تشرح الممارسات الفضلى. وقد طوّرت تحالف ISEAL، وهو رابطة عالميّة للمعايير الاجتماعيّة والبيئيّة، قاعدة أمثلة عن الممارسات الجيدة، من أجل إعداد معايير اجتماعيّة وبيئيّة والتي تم إطلاقها للمرة الأولى في عام ٢٠٠٤. كما كان للرابطة أيضاً دور في عقد اتفاقات إقرار متبادل بين أعضائها المؤسسين، مثل الاتحاد الدولي لحركات الزراعة العضوية (IFOAM) ومنظمة تصنيف التجارة العادلة الدوليّة (FLO). مع ذلك، لا يزال هناك الكثير من التّوَعّج إذ إن مسألة مفاوضة اتفاقات الإقرار المتبادل بين النظم المختلفة هي مهمة صعبة، نظراً لتضارب المصالح المعنوية واختلاف مستوى الأهمية والموارد التي تفرضها مختلف الجهات الفاعلة خلال المفاوضات.

قد تكون معايير السلامة في طبيعة هذه المجموعة للدفع نحو زيادة المواءمة كما هو واضح في مبادرات مواءمة مقاييس السلامة في قطاع المواد الغذائيّة. ومع ذلك، لا شك أن الاهتمام بعمليات وضع المعايير سيستمر وسيستهلك الكثير من الوقت والجهد للوصول الى مواءمة مجدبة ولتبسيط النظم القائمة.

٢٤ البنك الدولي، ٢٠٠٣. قواعد سلوك المنظمة والمعايير الدولية: مقارنة تحليلية. الجزء الأول والثاني.

الإطار رقم ٢٢: قياس المعايير والمواعاة بينها - البرنامج العالمي للمطابقة الإجتماعية

يبدل البرنامج العالمي للمطابقة الإجتماعية (GSCP) جهوداً رائدة في المواعاة، وهو برنامج يجمع تجار تجزئة وأصحاب ماركات في جميع أنحاء العالم ومن قطاعات صناعية واستهلاكية مختلفة، كما أنه مدعوم من منتدى السلع الاستهلاكية الذي يسهل أعماله. أنشئ هذا المنتدى في حزيران من العام ٢٠٠٩ عبر دمج اللجنة الدولية لسلاسل بيع الأغذية بالتجزئة (CIES) ومبادرة التجارة العالمية (GCI) والمنتدى العالمي للرؤساء التنفيذيين. ويخضع منتدى السلع الاستهلاكية لمجلس الإدارة يتضمن عدداً متساوياً من الرؤساء التنفيذيين ورؤساء المصانع وتجار تجزئة. وقد بلغ مجموع قيمة مبيعات الشركات الأعضاء في المنتدى ٢.١ تريليون دولار.

يهدف تعزيز التقارب وجعل الرسائل الموجهة الى الموردین مشتركة وشاملة ومستدامة، كان البرنامج العالمي للمطابقة الإجتماعية يضع مجموعة من الأدوات المرجعية التي تصف الممارسات الجيدة وتؤمن تفسيراً موحداً للعمل المنصف والمتطلبات البيئية وكيفية تنفيذها. يهدف هذا النهج الى تعزيز الشفافية والثقة، وبالتالي التمكين من المقارنة بين المعايير الخاصة مما سيؤدي في النهاية الى الاقرار المتبادل بين النظم القائمة عبر استخدام الأدوات المرجعية التي وضعها هذا البرنامج كقياس بالإضافة الى تبادل نتائج التدقيق. وعندها تصبح الشركات المشتريّة في وضع يمكنها من إعادة استثمار مواردها في تدريب الموردین وبناء قدراتهم مما يجعلها أقل تركيزاً على عمليات التدقيق وأكثر اهتماماً بمساعدة الموردین على تطوير حلول خاصة بهم لمشاكل عدم المطابقة الإجتماعية والبيئية.

تتضمن الأدوات المرجعية للبرنامج العالمي للمطابقة الإجتماعية رمزاً خاصاً وعملية تدقيق خاصة ومنهجاً ومبادئ توجيهية بشأن أهلية المدققين، كما تتضمن أدوات مرجعية حول الشركة ونظم إدارتها. الى ذلك، يساهم تبادل البيانات، كخطوة إضافية، في تسهيل نقل المعلومات، بما في ذلك نتائج التدقيق، بين النظم القائمة عبر تطوير بروتوكولات للبيانات وتبادل المعلومات. يتحقق الاقرار بعمليات تدقيق شركة لأخرى وبناتج هذا التدقيق من خلال عملية تكافؤ تحوّل الشركات أو النظم تقييم أدواتهم الخاصة ونظامهم ومنهجيتهم عبر مقارنتها بالأدوات المرجعية (تقييم ذاتي) ويسمح بالاطلاع المتبادل عليها بين الشركات بعد التحقق منها (تقييم متكافئ).

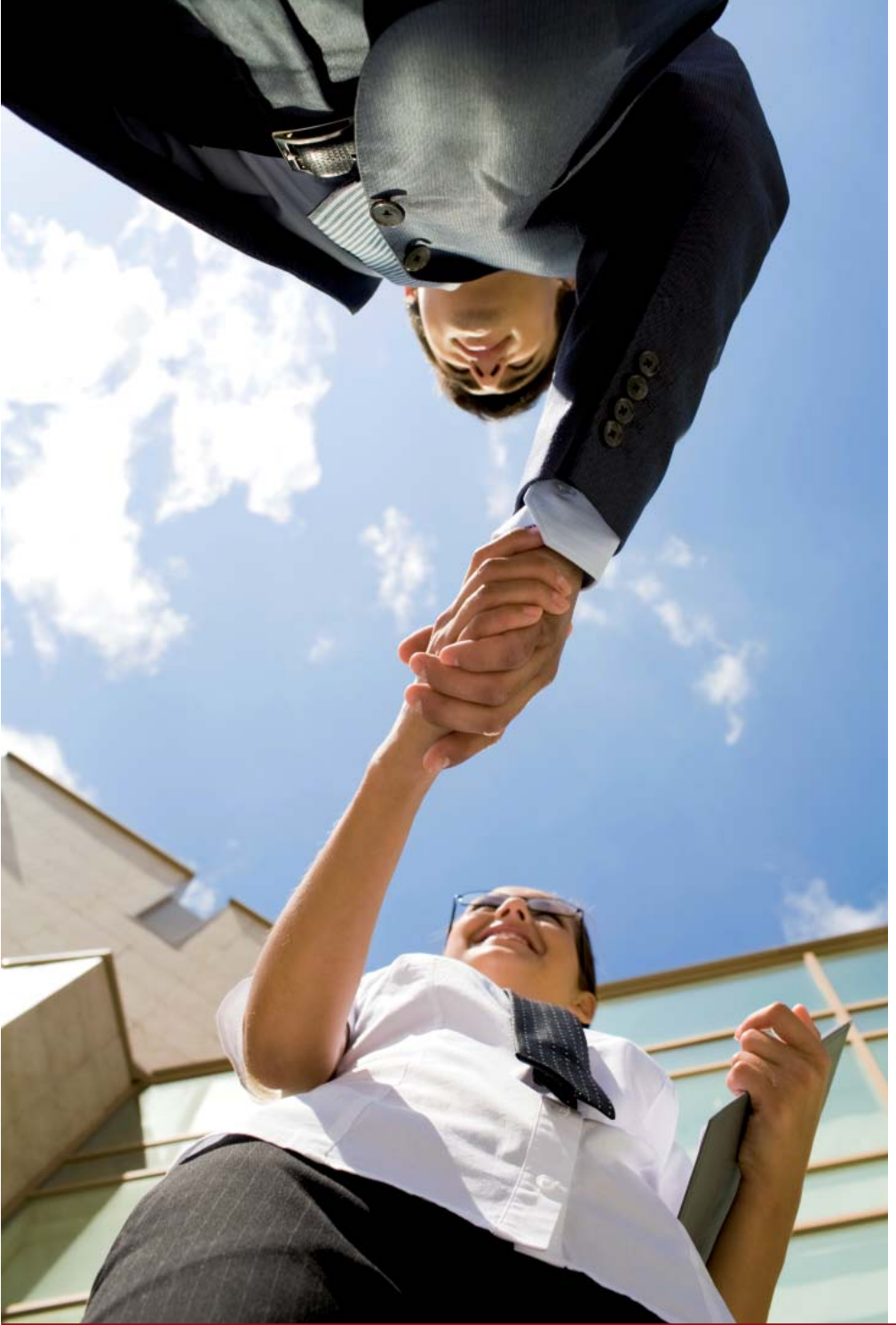
إن جميع الأدوات المرجعية متوفرة بشكل علني ويمكن الاطلاع عليها على الموقع الإلكتروني للبرنامج العالمي للمطابقة الإجتماعية (www.gscpnet.com) بالإضافة الى مسوداتها المتوفرة ليطلع عليها الجميع.

المصادر: www.ciesnet.com; www.gscpnet.com

الخلاصة

يُظهر هذا الدليل أهمية المعايير الخاصة للمنتجين في البلدان النامية الذين يودون البدء بعلاقة عمل مع الماركات التجارية العالمية أو تجار التجزئة الكبار. ومن المتوقع أن تزداد أهمية هذه المعايير في المستقبل ما يعني أن على الموردين الاستعداد لمواجهةها. قد لا تكون عملية مطابقة معظم هذه المعايير بالصعوبة، خاصة وأن غالبيتها تتماشى مع الأنظمة المحلية والوطنية. لكن قد تفرض المعايير الخاصة أحياناً متطلبات إضافية، تتجاوز ما هو منصوص عنه في القوانين والأنظمة، وتكون دينامية ومتحركة على اختلاف الماركات وتجار التجزئة. لذلك يفضل وضع استراتيجيات استباقية للتعامل مع المعايير الخاصة. ولا تؤدي هذه الاستراتيجيات إلى خلق فرص تصدير فحسب وإنما أيضاً إلى الأفضلية التنافسية والمزيد من الفعالية في العمليات التجارية للشركة. نأمل أن تصل هذه الرسالة إلى مسامع الموردين وأن يحرصوا على الإفوتوا القطار بل أن يعمدوا في المقابل إلى تحويل المعايير الخاصة لمصلحتهم.

يهدف هذا الدليل بشكل خاص إلى تقديم الدعم للموردين الحاليين العاملين مع أصحاب الماركات وتجار التجزئة العالميين أو الراغبين في خوض هذه التجربة في قطاعات الملابس الجاهزة والأحذية والأثاث، ولكنه في الوقت عينه قد يفيد أيضاً المصنعين في البلدان النامية العاملين في قطاعات أخرى بالإضافة إلى المشترين ومنظمات التدريب وبناء القدرات والحكومات. باختصار، يحتاج الموردون إلى مقارنة أكثر عملية وأكثر تماسكاً لكي يصبحوا أكثر كفاءة واستدامة. وبشكل خاص، ستسهل عملية قياس المعايير الخاصة والمواءمة بينها مطابقة الموردين، كما سيكون لها، لحسن حظ المستهلك، أثر إيجابي على أسعار المنتجات، إذ يساهم في خفض أسعار التصنيف وإصدار الشهادات وعمليات التدقيق. على ضوء ذلك، جميع الجهات المعنية مدعوة إلى العمل على المواءمة بين المعايير الخاصة، من دون أن تتخلى عن طموحها بتحسين الظروف الإجتماعية والبيئية في سلسلة التوريد العالمية.



مصطلحات المبادرات والمبادئ الدولية



يعرض هذا الفصل أبرز المبادئ والمبادرات الدولية التي تهدف الى تعزيز المسؤولية الإجتماعية والبيئية بحسب الترتيب الأبجدي (الانكليزي) مما يعطي خلفية للعديد من المعايير الخاصة.

جدول أعمال القرن ٢١

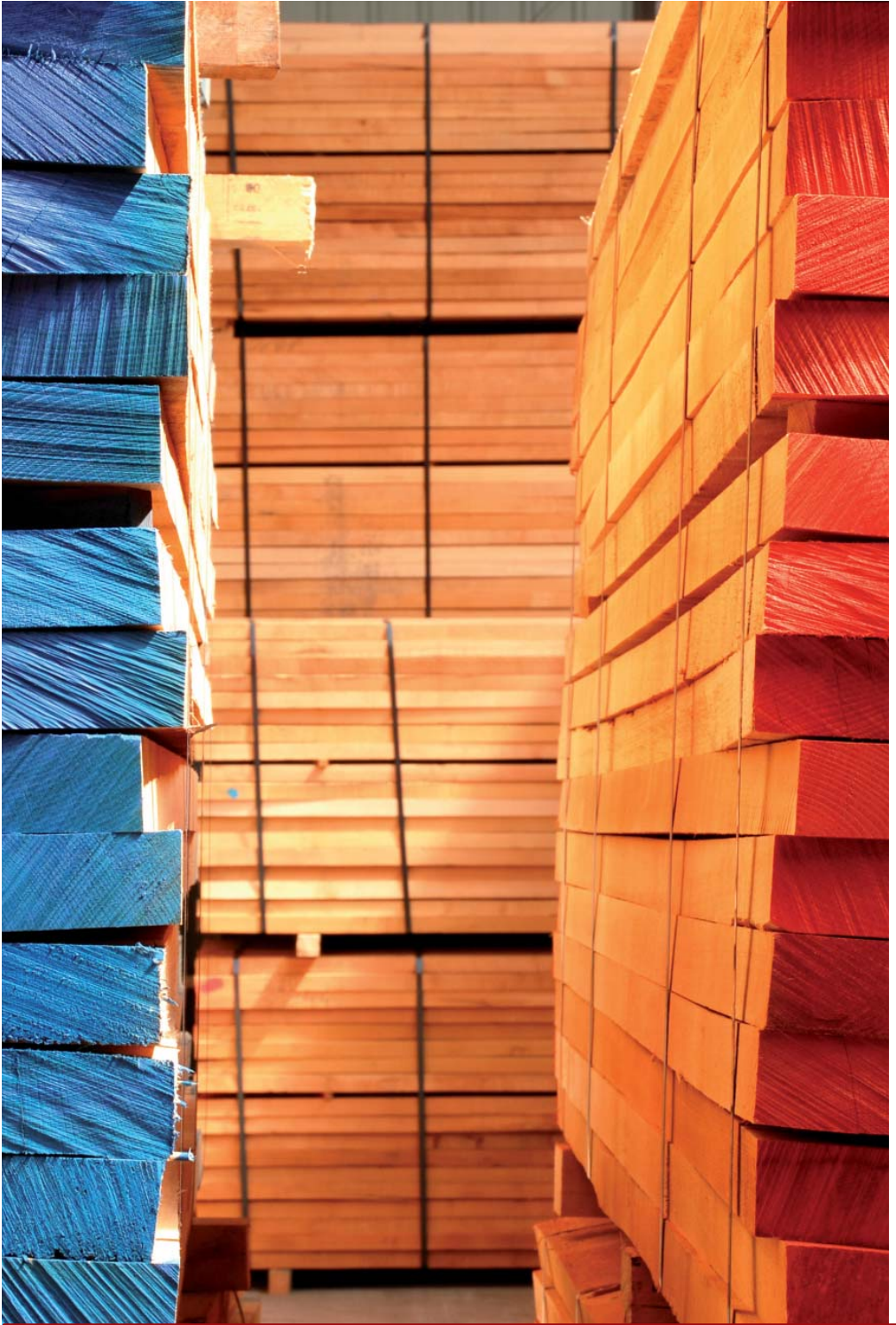
جدول أعمال القرن ٢١ هو خطة عمل شاملة على منظمات الأمم المتحدة والحكومات والمجموعات الكبرى (التجارية والصناعية ضمناً) تنفيذها على الصعيد العالمي والوطني في جميع المجالات التي للبشر فيها تأثير على البيئة.

تمّ اعتماده من قبل ١٧٨ حكومة في مؤتمر الأمم المتحدة المعني بالبيئة والتنمية، الذي عقد في ريو دي جانيرو في البرازيل ما بين ٣ و١٤ حزيران عام ١٩٩٢ الى جانب إعلان ريو للبيئة والتنمية (أنظر أدناه) وإعلان المبادئ حول الادارة المستدامة للغابات.

www.un.org/esa/dsd/agenda21

اتفاقيات منظمة العمل الدولية

منظمة العمل الدولية هي إحدى وكالات الأمم المتحدة وتتميز بمنظومتها الثلاثية التي تضم حكومات وعمّالاً وأصحاب عمل. أنشئت بهدف وضع معايير العمل الدولية. تعدّ هذه المعايير شروط الحد الأدنى، وهي نظم قانونية تحدّد المبادئ والحقوق الأساسية في العمل. تنطبق هذه المعايير على العمّال أينما كانوا وفي أي قطاع أو شركة عملوا على اختلاف أنواعها، وتهدف الى منع المنافسة غير المشروعة المبنية على الاستغلال وسوء المعاملة. تمّ تطوير معايير منظمة العمل الدولية عبر التفاوض الثلاثي على الصعيد الدولي بين الحكومات والعمّال وأصحاب العمل، واعتمدت عبر تصويت هذه المكونات الثلاثة. يتمّ تحديث هذه النظم القانونية من خلال عملية مراجعة وضمن منظومة آلية إشراف رسمية تقوم بتفسير معايير المنظمة والسبل الأفضل لتطبيقها. تشكل اتفاقيات منظمة العمل الدولية وتوصياتها، الى جانب إعلان المنظمة بشأن المبادئ والحقوق الأساسية في العمل ١٩٩٨ والإعلان الثلاثي لمبادئ المنظمة حول الشركات المتعدّدة الجنسيات والسياسة الإجتماعية ١٩٧٧ (تمت مراجعته عام ٢٠٠٦)، ارشادات لها صفة القوة النافذة حول الممارسات في العمل وبعض القضايا الإجتماعية الأخرى ذات الأهمية. تسعى منظمة العمل الدولية الى تعزيز الفرص أمام النساء والرجال للحصول



على عمل لائق ومثمر، وهو ما تعرّف عنه بالعمل في جوّ من الحرية والمساواة والاطمئنان والكرامة الإنسانية.

أما اتفاقيات منظمة العمل الدوليّة الأساسية فهي الاتفاقية بشأن العمل الجبري، الحرية النقابية وحماية حق التنظيم، المساواة في الأجور، إلغاء العمل الجبري، التمييز (في الاستخدام والمهنة)، الحد الأدنى للسن، والاتفاقية بشأن أسوأ أشكال عمل الأطفال.

www.ilo.org

الأهداف الإنمائية للألفية

في أيلول من العام ٢٠٠٠، وبناءً على سلسلة من المؤتمرات والقمم الرئيسية التي عقدتها الأمم المتحدة على مدى عقد من الزمن، اجتمع قادة العالم في مقر الأمم المتحدة الرئيسي في نيويورك لتبني إعلان الأمم المتحدة للألفية، متعهدين بضم بلدانهم الى شراكة عالميّة جديدة للحدّ من الفقر المدقع وتحديد سلسلة من الأهداف المزمع تنفيذها في مهلة زمنية محدّدة- بحلول العام ٢٠١٥- والتي أصبحت تعرف باسم الأهداف الإنمائية للألفية.

www.un.org/millenniumgoals/

الاتفاق العالمي للأمم المتحدة

الاتفاق العالمي هو مبادرة من قبل الأمم المتحدة تستهدف شركات الأعمال. تمّ اطلاقها في العام ٢٠٠٠ وهي مفتوحة لجميع المؤسسات للانضمام اليها. بالتالي، على المشاركين فيها الالتزام بطايقة عملياتهم واستراتيجياتهم لعشرة مبادئ في مجالات حقوق الانسان والعمل والبيئة ومكافحة الفساد، كما عليهم اتخاذ إجراءات تحفّز على العمل على دعم أهداف الأمم المتحدة الأوسع نطاقاً. الاتفاق العالمي مبادرة ذات طابع طوعي حيث ينبغي على المؤسسات الملزمة به رفع تقرير سنوي تصف فيه كيف ساهمت سياساتها وأساليبها في العمل بدعم تنفيذ المبادئ العشرة. لقد طوّر الاتفاق العالمي للأمم المتحدة أدوات ومواد إرشادية حول جميع المجالات الرئيسية التي يضطلع بها من أجل مساعدة المؤسسات الأعضاء. لا يترتّب على العضوية فيه دفع أية رسوم.

www.unglobalcompact.org

المبادئ التوجيهية لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية للمؤسسات المتعددة الجنسيات

هي مبادئ توجيهية وضعتها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية للشركات المتعددة الجنسيات. تعرض هذه المبادئ العناصر الرئيسية لما يجب أن يكون عليه الأداء المسؤول للشركات كما اتفقت عليها الحكومات المكونة للمنظمة، وتشرح تطلعات هذه الحكومات للممارسة التي يجب أن تلتزم بها الشركات. تنطرق هذه المبادئ الى المجالات التالية: الماهرة وعلاقات العمل والعلاقات الصناعية والبيئة ومكافحة الرشوة ومصحة المستهلك والعلم والتكنولوجيا والمنافسة والضرائب.

www.oecd.org/daf/investment/guidelines

الإعلان العالمي لحقوق الإنسان

اعتمد الإعلان العالمي لحقوق الإنسان من قبل الجمعية العامة للأمم المتحدة عام ١٩٤٨ وهو أحد آليات حقوق الإنسان الأوسع انتشاراً. يُعتبر هذا الإعلان أساس قوانين حقوق الإنسان وتعتبر عناصره قانوناً دولياً عرفياً ملزماً لجميع الدول والأفراد والمؤسسات. ويدعو الإعلان كل فردٍ أو هيئة في المجتمع الى المساهمة في صون حقوق الإنسان.

تشمل الشريعة الدولية لحقوق الإنسان الإعلان العالمي لحقوق الإنسان والعهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية والعهد الدولي الخاص بالحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبروتوكولات الاختيارية في هذين العهدين اللذين يهدف أحدهما إلى إلغاء عقوبة الإعدام. إضافة الى ذلك، تشكل سبع آليات دولية أساسية أخرى لحقوق الإنسان جزءاً من قوانين حقوق الإنسان الدولية. هذه الآليات هي: القضاء على جميع أشكال التمييز العنصري والقضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة، وتدابير منع التعذيب وغيره من ضروب المعاملة أو العقوبة القاسية أو اللاإنسانية أو المهينة والقضاء عليها، وحقوق الطفل، وإشراك الأطفال في الصراع المسلح، وبيع الأطفال واستغلالهم في البغاء وفي المواد الإباحية، وحماية العمال المهاجرين وأفراد أسرهم، وحماية جميع الأشخاص من الاختفاء القسري، وحقوق الأشخاص ذوي الإعاقة. تشكل هذه الآليات القانونية معاً أساس المعايير الدولية لحقوق الإنسان العالمية.

www.ohchr.org/en/udhr/

إعلان “ريو” بشأن البيئة والتنمية

إعلان ريو بشأن البيئة والتنمية الذي يُعرف أيضاً بإعلان ريو، هو وثيقة قصيرة صدرت في العام ١٩٩٢ في مؤتمر الأمم المتحدة المعني بالبيئة والتنمية. هو إعلان يتألف من ٢٧ مبدأ ويهدف الى إعطاء توجيهات حول التنمية المستدامة في جميع أنحاء العالم.

www.unep.org

ايزو ٩٠٠١

ايزو ٩٠٠١ هو معيار دولي يحدد شروط جودة أنظمة الإدارة ويتبع للمنظمة الدولية للتوحيد القياسي (الايزو). تديره هيئات اعتماد وتصديق ويتم تحديث قواعده، كلما دعت الحاجة والمتغيرات مع مرور الزمن.

يمكن لشركة أو منظمة ما خضعت لتدقيق مستقل وحصلت على شهادة المطابقة مع ايزو ٩٠٠١ أن تصرّح علناً أنها “حائزة على شهادة ايزو ٩٠٠١” أو “مسجلة في ايزو ٩٠٠١”. لكن لا تضمن شهادة ايزو ٩٠٠١ جودة المنتج الأخير أو خدمات الشركة بل تشهد على أنه يتم تطبيق العمليات التجارية بشكل رسمي.

www.iso.org/iso/iso_9000_essentials

ايزو ١٤٠٠١

هو معيار دولي يضع شروطاً حول نظم الإدارة البيئية ويتبع للمنظمة الدولية للتوحيد القياسي (الايزو)، وتديره هيئات اعتماد وتصديق ويتم تحديثه، كلما دعت الحاجة والمتغيرات مع مرور الزمن.

يحدد هذا المعيار مواصفات نظم الإدارة البيئية ويعتمد على فلسفة أنه مهما اختلفت نشاطات مؤسسة ما، فإن متطلبات نظم الإدارة البيئية الفعالة لا تتغير. وبما أن ايزو ١٤٠٠١ لا تحدد مستويات الأداء البيئي، يمكن أن تطبق هذا المعيار شريحة واسعة من المؤسسات بغض النظر عن مستوى وعيها البيئي. مع ذلك فإن إلزام مطابقة الأنظمة والتشريعات البيئية المعمول بها ضروري الى جانب الالتزام بالتحسين المتواصل بحسب الإطار الذي وضعه هذا المعيار.

وكما هي الحال مع ايزو ٩٠٠١، يمكن لشركة أو منظمة ما خضعت لتدقيق مستقل وحصلت على شهادة المطابقة مع ايزو ١٤٠٠١ أن تصرّح علناً أنها “حائزة على شهادة ايزو ١٤٠٠١” أو “مسجلة في ايزو ١٤٠٠١”.

www.iso.org/iso/iso_14000_essentials

ايزو ٢٦٠٠٠

تقوم المنظمة الدولية للتوحيد القياسي حالياً بوضع اللمسات الأخيرة على معيار دولي يقدم توجيهات طوعية للمساءلة الإجتماعية تحت مسمى ايزو ٢٦٠٠٠. ومن المتوقع أن يصدر هذا المعيار في نهاية العام ٢٠١٠. يقدم هذا المعيار توجيهات وخطوات يمكن اتباعها للوصول الى سلوك اجتماعي مسؤول. على عكس معايير ايزو لنظم الإدارة مثل ايزو ٩٠٠٠ وايزو ١٤٠٠١، لا يمكن اعتبار هذا المعيار أساساً للحصول على شهادة.

www.iso.org/sr

جدول رقم ١: لمحة عامة عن المعايير الخاصة

المعيار	القطاع	النوع	محور التركيز	نطاق التطبيق	تقييم المطابقة
المساعلة الإجتماعية SA8000					
شهادة مجلس الإشراف على الغابات (FSC)					
OEKOTEX	X		X		
تصنيف التجارة العادلة الدولية (FLO)				X	
المعيار الدولي للمنسوجات العضوية (GOTS)	X		X	X	
المسؤولية الأخلاقية في مجال إنتاج الملابس (WRAP)		X		X	
الالتزام الاجتماعي في قطاع الأعمال (BSCI)		X		X	
العمل المنصف (FLA)	X			X	
نايكي (Nike)	X			X	
أديداس (Adidas)	X			X	
ماركس أند سبنسر (Marks & Spencer) ومبارة التجارة الأخلاقية		X		X	
اتش اند ام (H&M)	X			X	
ديشمان Deichmann				X	
بير 1 (Pier 1)		X		X	
إيكا (IKEA)			X	X	
وول مارت (Wal-Mart)		X		X	
غاب (Gap Inc)	X			X	
الأقمشة والملابس الجاهزة					
الأحذية					
الأثاث					
القطاعات المشتركة		X			
شهادة		X			
تصنيف المنتج					
قواعد سلوك	X				
البيئة			X		
ظروف العمل		X			
مجالات مشتركة				X	
المنتج				X	
موقع الانتاج	X			X	
المشتري (صاحب المعيار)	X			X	
طرف ثالث (هيئات إصدار شهادات ومصادقة، مختبرات)		X		X	

تنويه

إن المصطلحات المستخدمة في هذا الدليل وطريقة عرضها لا تعبر بأي حال من الأحوال عن رأي الأمانة العامة لمنظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (اليونيدو) أو الوكالة النرويجية للتعاون الإنمائي (نوراد) أو مركز ترويج الواردات من البلدان النامية، بلوضع القانوني لأي بلد أو إقليم أو مدينة أو منطقة أو حدود سلطتها أو ترسيم حدودها أو نظلمها الاقتصادي ونسبة التسمية فيها. أما استخدام مصطلحات مثل "متقدمة" و"صناعية" و"تامة" فقد جاء لأهداف إحصائية بحتة ولا يعبر بالضرورة عن رأي حول مدى التطور الذي وصلت اليه دولة أو منطقة معينة في مسيرتها التنموية.

كما أن ذكر أسماء شركات أو منتجات تجارية لا يمثل إقراراً بها من قبل اليونيدو أو "نوراد" أو مركز ترويج الواردات من البلدان النامية.

الآراء والبيانات الإحصائية والتقديرية الواردة في هذا التقرير هي مسؤولية المؤلف(ين) ويجب عدم اعتبار أنها تمثل بالضرورة آراء اليونيدو أو "نوراد" أو مركز ترويج الواردات من البلدان النامية أو أنها إقرار من قبل هذه المنظمات بها. ورغم اتّباع العناية والحذر للحفاظ على دقة المعلومات الواردة هنا، غير أن اليونيدو والنول الأعضاء فيها هي غير مسؤولة عن العواقب التي قد تنشأ عن استخدام هذه المادة.

لم يخضع هذا التقرير لتحرير رسمي من قبل الأمم المتحدة.

Design, layout and production by Phoenix Design Aid A/S, Denmark. ISO 14001/ISO 9000 certified and approved CO₂ neutral company – www.phoenixdesignaid.dk. Printed on environmentally friendly paper (without chlorine) with vegetable-based inks. The printed matter is recyclable



UNITED NATIONS INDUSTRIAL DEVELOPMENT ORGANIZATION

Vienna International Centre, P.O. Box 300, 1400 Vienna, Austria

Telephone: (+43-1) 26026-0, Fax: (+43-1) 29 6926-69

E-mail: unido@unido.org, Internet: <http://www.unido.org>