

## ملخص تنفيذي: الشفافية في تقارير الشركات الكبرى - تقييم الشركات متعددة الجنسيات في الأسواق الناشئة

تجري منظمة الشفافية العالمية أبحاثاً عن الممارسات الخاصة بالتقارير المعلنة للعامة التي تعتمد عليها بها 100 من شركات الأسواق الناشئة وتشمل قائمة من المتحدين العالميين لعام 2011.<sup>1</sup>

استناداً إلى منهجية الدراسات السابقة لمنظمة الشفافية العالمية، قام الباحثون بجمع وتحليل البيانات المتاحة والمعلنة للعامة عن ثلاثة أبعاد للشفافية:

- التقرير عن برامج مكافحة الفساد: تغطي الرشوة ومدفوعات للتسهيلات وحماية المبلغين والمساهمات السياسية، ضمن أمور أخرى.

- الشفافية التنظيمية: تتضمن معلومات عن أصول أو ممتلكات الشركات.

- التقارير عن كل دولة على حدة: تتضمن العائدات والإنفاق الرأسمالي والضرائب المدفوعة.

يتم تقييم هذه العوامل الثلاثة بسبب أهميتها في رفع مستوى الشفافية والمساءلة لدى الشركات والتي تساعد دورها على تقليل خطر الفساد.

تعتبر المعلومات التي تُبلغ عنها الشركة حول أنظمة مكافحة الفساد بها مؤشراً على وعيها والتزامها بمكافحة الفساد. وبينما لا تُقلل ممارسات الإفصاح النشاط كل سبل الفساد إلا أنها تكون مؤشراً على أن الإدارة العليا للشركات تتبع السياسات السليمة بهذا الشأن مما يعكس وعيها بمخاطر الفساد والتزامها بالتعامل معها بشكل فعال، وهو أمر ضروري للشركات التي تعمل عبر الحدود.

كما يعتبر الإبلاغ عن معلومات خاصة بممتلكات الشركة مثل الشركات التابعة لها وفروعها ومؤسساتها الفرعية ومشروعاتها المشتركة وما إلى ذلك أمراً وثيق الصلة بعملية مكافحة الفساد لأنه يسمح للمواطنين والمجتمع المدني والمنظمين والمشرعين والمستثمرين بمعرفة الدول التي تعمل الشركة بها، مما يجعلها أكثر قابلية للمساءلة في هذه الدول.

وتوفر التقارير المنفصلة لكل دولة على حدة الشفافية اللازمة للشركات لكي تكون أكثر قابلية للمساءلة عن نشاطاتها في دولة معينة. كما أن الإفصاح عن بيانات مالية رئيسية للشركات يمكن المواطنين من تقدير ما إذا كانت الشركة تساهم بشكل يتناسب مع مستوى نشاطها أم لا، ومن ثم اكتشاف حالات الفساد المحتملة. بالرغم من بعض النتائج المشجعة فإن التقرير يخلص إلى أن ممارسات الإفصاح في شركات الأسواق الناشئة غير كافية. إن مستويات الشفافية التي تم رصدها لا ترقى للمستوى المتوقع من الشركات الكبرى التي تطمح لأن تكون مؤثرة عالمياً. فطبقاً لتحليل البيانات، كان متوسط نقاط الشركات 36 بالمائة (أي 3,6 من 10 نقاط بحد أقصى في المؤشر العام). حققت واحدة فقط من كل أربع شركات من الشركات الـ 100 إجمالي نقاط يتعدى الـ 50 بالمائة.

<sup>1</sup> قائمة الشركات التي خضعت للتقييم في هذا التقرير مأخوذة من قائمة مجموعة بوسطن الاستشارية 2011 Global Challengers. طالع

تعكس هذه النتائج نقصاً في إدراك أهمية الشفافية بصفتها أحد ركائز الحوكمة الرشيدة بما فيها التعامل مع مخاطر الفساد. كما أن شركات الأسواق الناشئة المذكورة تتباطأ في تقبل المسؤولية التي تقع على عاتق الشركات متعددة الجنسيات لكي تحقق توقعات الشركاء حول الشفافية. ولكن كون بعض الشركات تحسن الأداء في نواح معينة من التقييم يشير إلى أن التحسن ممكن ويبدو الحُجة التي تسوقها الشركات بأن الإفصاح عن بياناتها يجعلها في موقف تنافسي ضعيف.

يخصص التقرير قسماً لأداء الشركات التابعة لاتحاد دول البرازيل والاتحاد الروسي والهند والصين وجنوب إفريقيا.<sup>2</sup> وهذا أمر لافت نظراً لأهمية هذه الشركات داخل الأسواق الناشئة وبالنسبة للاقتصاد العالمي ككل.

تظهر النتائج أن شركات الصين متأخرة في كل الأبعاد كونها سجّلت 20 في المائة فقط من مجموع التقييم (أي 2 من 10 بحد أقصى). وهذه النتائج الضئيلة تدعو للقلق بالنظر إلى تأثير الشركات الصينية على الأسواق حول العالم. وفي المقابل كان أداء الشركات الهندية هو الأفضل من بين اتحاد دول البرازيل والاتحاد الروسي والهند والصين وجنوب إفريقيا، حيث سجّلت 54 بالمائة (أي 5,4 من 10 نقاط بحد أقصى) كما احتل عدد من هذه الشركات أعلى مراتب في المؤشر العام. وبالنسبة للبعد الثالث من الدراسة (تقرير كل دولة على حدة) – وهي ناحية من عملية الإفصاح ثبتت صعوبتها لدى معظم الشركات – تبرز الشركات الهندية التي سجّلت 29 في المائة أمام الأداء الأضعف لشركات بقية اتحاد دول البرازيل والاتحاد الروسي والهند والصين وجنوب إفريقيا.

عادةً يكون أداء الشركات المدرجة علناً والتي يتم تداول أسهمها في البورصة أفضل بشكل ملحوظ من الشركات غير المدرجة مثل الشركات الخاصة والشركات الحكومية. على سبيل المثال، سجّلت الشركات المدرجة علناً 56 في المائة عن تقاريرها عن برامج مكافحة الفساد، في حين أن الشركات الحكومية والخاصة سجّلت 30 في المائة و27 في المائة على التوالي. من المؤكد أن متطلبات الانضمام إلى قوائم البورصة لها تأثير إيجابي على مستوى الإفصاح لدى كل شركة، وقد لوحظ هذا أيضاً في دراسة سابقة لمنظمة الشفافية العالمية عن قطاع الصناعات الاستخراجية حيث وُجد أن الشركات المدرجة بالقوائم كان أدائها أفضل من تلك المملوكة للدولة.<sup>3</sup>

تعمل الشركات المتضمنة في هذا التقرير في عدد من الصناعات المتنوعة. أكبر عينة فرعية هي المواد الأساسية والتي تشكل 28 شركة، ويليهما الشركات الصناعية وعددها 23، وشركات السلع الاستهلاكية وعددها 20 شركة. بقية العينة موزعة على 6 صناعات أخرى. (انظر الملحق 1 لمعرفة تفاصيل العينة).

---

<sup>2</sup> صاغ عالم الاقتصاد جيم أونيل اسم "اتحاد دول البرازيل والاتحاد BRIC الروسي والهند والصين" في عام 2001 وذلك لوصف الاقتصاد الديناميكي الناشئ لكل من البرازيل والاتحاد الروسي والهند والصين. انضمت دولة جنوب إفريقيا ولذا تغير الاختصار إلى BRICS وقد تم دراسة شركات منها في هذا التقرير بما فيها جنوب إفريقيا.

<sup>3</sup> انظر: تشجيع شفافية العائد، تقرير 2011 عن شركات الغاز والبترو، منظمة الشفافية العالمية 2011

## الإبلاغ عن برامج مكافحة الفساد

يتنوع أداء الشركات كثيراً في هذا البعد ومتوسط النسبة هو 46 في المائة. بينما تحقق بعض الشركات تقييماً ممتازاً تقريباً، البعض الآخر والذي يتكون نصفه من الشركات الخاصة لا يحقق نقطة واحدة في هذا المجال. وبالرغم من أن الإبلاغ عن برامج مكافحة الفساد هو تعبير فقط عن أداء الشركة الحقيقي في هذا المجال، فإن المستويات الضعيفة للإبلاغ قد تشير إلى ضعف أو غياب برامج مكافحة للفساد وغياب الالتزام بفكرة التصدي للفساد. ولكن هناك ما يدعو للتفاؤل. لقد سجلت 15 شركة أكثر من 80 في المائة وهذا يظهر أن الأداء القوي ممكن وأن تحقيق تحسن ملموس خلال الأعوام القليلة القادمة هدف يمكن تحقيقه.

## الشفافية التنظيمية

بلغ متوسط النتائج المحققة في هذا البعد 54 في المائة وحوالي 10 في المائة، وقد سجلت 10 في المائة تقريباً من شركات العينة صفر.<sup>4</sup>

توفر معظم الشركات معلومات عن فروعها لكن بالرغم من هذه النتائج فإن مبدأ "المادية" – وهو حدّ الإفصاح الذي تحدده المعايير المحاسبية والمنظمون وقواعد البورصة – يُقيد الإفصاح التفصيلي لدى العديد من الشركات. يُفصح عدد قليل جداً من الشركات عن البلدان التي تعمل فيها فروعها والكيانات الأخرى ذات الصلة، مما يعني أن هذه الأمور تظل مخفية عن الرأي العام ومحجوبة عن التدقيق.

## تقارير كل دولة على حدة

تحقق شركات الأسواق الناشئة في العينة نتائج مشجعة فيما يتعلق بالتقارير المعدة عن كل دولة على حدة. بالرغم من أن متوسط النقاط وهو 9 بالمائة يبدو منخفضاً إلا أنه يعتبر جيداً بالمقارنة بالـ4 بالمائة التي حققتها الشركات الـ105 الكبرى عالمياً حين خضعت للتقييم من قبل منظمة الشفافية العالمية في تقريرها لعام 2012 حول شفافية تقارير الشركات الكبرى<sup>5</sup>. تُعزى هذه النتائج في الغالب إلى الشركات الهندية الـ20 التي سجلت متوسطاً بلغ 29 بالمائة.

في الهند، أدت المتطلبات القانونية المحلية إلى ضرورة توفير الشركات الهندية المعلومات المالية المفصلة عن فروعها، كما أنها تعلن عن الدول التي تقام فيها فروع كل شركة. وتعتبر هذه معلومات مهمة ونافعة حتى لو لم تكن بديلاً كافياً عن التقارير عن كل دولة على حدة. وبالتالي كانت المعلومات عن الأعمال على مستوى الدول التي وفرتها الشركات الهندية العشرون أكثر اكتمالاً مما قدمته الشركات الأخرى الموجودة في

<sup>4</sup> حين يتم تعديلها لتكون قابلة تماماً للمقارنة بالنتائج التي حققتها أكبر الشركات في 2012، يكون متوسط النقاط التي حصلت عليها شركات الأسواق الناشئة متعددة الجنسيات هو 67 بالمائة وهو معدل جيد بالمقارنة بمجموع النقاط الـ72 بالمائة التي حصلت عليها عينة 2012.

<sup>5</sup> انظر: الشفافية في تقارير الشركات الكبرى: تقييم كبرى الشركات بالعالم. منظمة الشفافية العالمية 2012

العينة. وهذا لا يوضح فوائد الشفافية الناتجة عن هذه الشروط القانونية فحسب بل ويمكن أيضاً الشركات من توفير هذه المعلومات بسهولة ما إذا احتاجت لذلك أو تم تشجيعها على ذلك.

ومع الاستثناء الملحوظ للشركات الهندية، فإن معظم شركات الأسواق الناشئة في العينة بعيدة كل البعد عن الإفصاح عن البيانات المالية في كل الدول التي تعمل بها. معظم الشركات تفصح عن معلومات مالية قليلة جداً أو لا تفصح عن أي معلومات على الإطلاق في التقارير التي تخص كل دولة على حدة والشركات الصينية تعتبر الأكثر كتماناً.

## التوصيات

بناءً على هذه النتائج، توصي منظمة الشفافية العالمية بأنه تكون شركات الأسواق الناشئة في المقام الأول أكثر خضوعاً للمساءلة العلنية. إحدى الخطوات الأولى والأهم أمام شركات الأسواق الناشئة هي إدراك مسؤوليتها في أن تحقق الشفافية لتحقيق المنفعة للشركاء سواء محلياً أو عالمياً. يجب على شركات دول اتحاد البرازيل والاتحاد الروسي والهند والصين وجنوب إفريقيا أن يكون لها الريادة في هذا الأمر نظراً لأهميتها بين الأسواق الناشئة وجهودها لتشكيل وتوسيع نفوذها بين الشركات المماثلة. ويتوجب على شركات اتحاد دول البرازيل والاتحاد الروسي والهند والصين وجنوب إفريقيا أن تتحدى شركات الاقتصادات النامية في كل جوانب نشاطاتها بما فيها الممارسات الخاصة بمكافحة الفساد.

يتحتم على شركات الأسواق الناشئة أن تطور وتنفذ أفضل ممارسات مكافحة الفساد بما فيها من سياسات وبرامج وأن تنشر معلومات وافية عن هذه البرامج. كما أن عليها أن تنشر قوائم كاملة عن فروعها وشركائها ومشروعاتها المشتركة والكيانات الأخرى ذات الصلة، بما في ذلك حصصها في هذه المشروعات والأعمال وأماكنها، وأن تعلن على الملأ حسابات مالية منفردة لكل دولة من الدول التي تعمل بها.

تضطلع الحكومات والمجتمع المدني كذلك بدور مهم في تبني قدر أكبر من الشفافية بين شركات الأسواق الناشئة. تستطيع الحكومات تحقيق الكثير عن طريق تقوية المتطلبات القانونية التي تفرض الإفصاح عن تعاملات الشركات.

يمكن لمنظمات المجتمع المدني المساعدة على تغيير مواقف الشركات عن طريق تركيز جهودات المناصرة والتأييد على المشروعات المتعددة الجنسيات الموجودة أو العاملة في بلادها، وذلك لتشجيعها على تحسين عمق ونطاق التزامها بالشفافية، وبالأخص تحسين مستوى الإبلاغ عن مكافحة الفساد لديها.

وبالمثل، يمكن للمستثمرين أن يبذلوا ضغطاً أكبر بمطالبتهم شركات الأسواق الناشئة بأن تُبلغ عن برامجها لمكافحة الفساد وبرامجها لتحقيق الشفافية والتقارير عن كل دولة على حدة وبأن يجعلوا هذه المعلومات عاملاً أساسياً في اتخاذ القرار بشأن استثماراتهم.

تم بذل أقصى جهد ممكن للتأكد من دقة المعلومات الواردة في هذا التقرير ومع ذلك لن تتحمل منظمة الشفافية العالمية أية مسؤولية عن تبعات استخدامه لأي غرض آخر أو أي سياق آخر، كما أنها ليست مسؤولة عن أية أخطاء قد تنتج عن الترجمة.