



عمليات الشراء المراعية لاعتبارات النوع الاجتماعي

مذكرة توجيهية | المبدأ 5

المشتريات هي الأكثر تقدمًا، تشغل المرأة منصب رئيسة قسم المشتريات في 20 في المائة من أكبر 60 شركة مدرجة في البورصة.⁴ وفي فرنسا، تم ترقية أكثر من 30 امرأة إلى منصب رئيسة قسم المشتريات خلال فترة 18 شهرًا، وهو ما يمثل زيادة بنسبة تزيد على 30 في المائة مقارنة بعام 2015.⁵

الموضوع

تبلغ قيمة سوق المشتريات العالمية تريليونات الدولارات وتشمل المنظمات الكبيرة والصغيرة على حد سواء، من الحكومات إلى الشركات الصغيرة، التي تتعامل مع بعضها البعض من خلال تبادل السلع والخدمات.

وبسبب التفاوتات الهيكلية والتمييز، فإن صاحبات المشاريع من مختلف الخلفيات - العرق والطبقة والميول الجنسية والقدرات والتعليم وما إلى ذلك - يحصلن على رؤوس أموال وموارد أقل من نظرائهن من الذكور في سلاسل القيمة المعقدة هذه.

وبالتالي فإن المرأة ممثلة على نحو غير متناسب في أدنى مستويات سلسلة التوريد (يرجى النظر إلى الصندوق 2 أدناه)، وتؤدي وظائف تتطلب مهارات أقل وتتلقى أجرًا أقل وتدير مشاريع أصغر حجمًا،¹ ففي قطاع الملابس، على سبيل المثال، تشكل النساء أكثر من ثلاثة أرباع العمالة على الصعيد العالمي، وفي بعض البلدان يمثلن نسبة تصل إلى 90 في المائة من القوة العاملة.² ومع ذلك، لا يزال الذكور يهيمنون على مناصب الإدارة والإشراف - مما يرسخ التمييز والعنف القائم على النوع الاجتماعي في مكان العمل.

ويتخذ هذا التمييز أشكالًا عديدة، يشملها مبدأ تمكين المرأة² المتعلق بالتعيين، والفصل من الخدمة، والأجور والاستحقاقات، والمهام الوظيفية، والترقيات؛ والمبدأ 3 المتعلق بالصحة والسلامة المهنية، ولا سيما في حالة العاملات الحوامل؛ والمبدأ 4 المتعلق بالتعليم والتدريب.

ولا تشغل النساء سوى 5 في المائة من المناصب العليا في سلاسل التوريد في قائمة فورتشن 500 للشركات.³ ووجدت دراسة أجريت في عام 2019 أنه في الولايات المتحدة وأوروبا الغربية، حيث منظمات

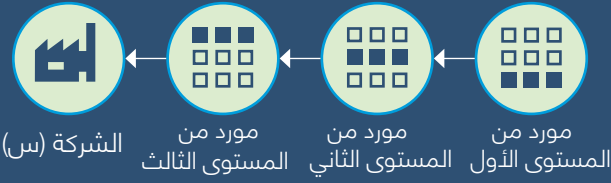
الصندوق 1. مجموعة أدوات مبادئ تمكين المرأة

هذه المذكرة التوجيهية جزء من مجموعة أدوات لمساعدة الشركات الموقعة على تنفيذ مبادئ تمكين المرأة. وتهدف المذكرة، التي تركز على المبدأ 5 من مبادئ تمكين المرأة المتعلق بتطبيق ممارسات سلاسل توريد وشراء تمكن المرأة، وتهدف على وجه التحديد إلى دعم الأطراف الموقعة على المبادئ في تحديد أولويات ممارسات الشراء المراعية لاعتبارات النوع الاجتماعي ووضع تلك الممارسات وتنفيذها دون المساس بالجودة والكفاءة ووفورات التكلفة والقيمة مقابل الثمن المدفوع. وتستند المذكرة إلى دليل هيئة الأمم المتحدة للمرأة للشركات الخاص بالمشتريات المراعية لاعتبارات النوع الاجتماعي لعام 2017.⁶

وتقدم المذكرة التوجيهية استراتيجيات محددة للشركات بشأن كيفية الحصول على سلعها وخدماتها بصورة منهجية من المؤسسات الأخرى التي تتماشى مع مبادئ تمكين المرأة. وفي حين أن المذكرة التوجيهية موجهة إلى جميع قيادات قطاع الأعمال الموقعة على مبادئ تمكين المرأة، فإنها قد تكون ذات أهمية خاصة بالنسبة لسلاسل التوريد وإدارات المشتريات.

الصدوق 2. مجموعة أدوات مبادئ تمكين المرأة

تسمى الأنشطة التي تنقل المواد إلى الشركة (الشركة س) أنشطة المراحل الأولى؛ وتلك التي تنقل المواد إلى الخارج تسمى أنشطة المراحل النهائية. وتنقسم أنشطة المراحل الأولى إلى مستويات من الموردين، ويُطلق على المورد الذي يرسل المواد مباشرة إلى الشركة س اسم مورد من المستوى الأول، بينما المورد الذي يرسل المواد إلى مورد من المستوى الأول هو مورد من المستوى الثاني؛ والشخص الذي يرسل المواد إلى مورد من المستوى الثاني هو مورد من المستوى الثالث، وهكذا حتى نصل إلى المصادر الأصلية للمواد.⁹



وبالنسبة للأعمال التجارية التي تملكها النساء، أدى ذلك إلى الحصول على أقل من 1 في المائة من إجمالي إنفاق الشركات الكبيرة على المشتريات⁷ - مما أدى إلى فقدان النساء والأعمال التجارية والاقتصادات فرص تبلغ قيمتها مئات بلايين الدولارات. وبالمثل، في حين أن بعض الحكومات تستخدم المشتريات العامة - التي تقدر بنحو 13 تريليون دولار أمريكي⁸ سنويًا - لتعزيز الأهداف الاجتماعية والاقتصادية، فإن القليل منها يفعل ذلك للنهوض بنمو المؤسسات التجارية المملوكة للنساء اللاتي يتمتعن بمؤهلات عالية. غير أن عمليات الشراء يمكن أن تكون أداة استراتيجية قوية للتعجيل بالمساواة المبنية على النوع الاجتماعي في السوق.

ومن أجل التصدي لهذه المشكلة بشكل فعال، تعتمد الشركات سياسات للمشتريات تراعي اعتبارات النوع الاجتماعي وسياسات أخرى تعزز الممارسات التجارية المسؤولة. ويمكن لهذه الجهود أن تؤدي دورًا هامًا في تمكين المرأة ومعالجة أوجه عدم المساواة المبنية على النوع الاجتماعي والتمييز وسوء معاملة المرأة في مكان العمل وفي السوق.

عمليات الشراء المراعية لاعتبارات النوع الاجتماعي

وتأخذ الجهات المنخرطة في المشتريات التي تراعي اعتبارات النوع الاجتماعي التأثير على المساواة المبنية على النوع الاجتماعي وتوسعي إلى تمكين العاملات والشركات المملوكة للنساء من الاستفادة من الفرص التجارية، كما تأخذ في الاعتبار علاقات القوة القائمة على النوع الاجتماعي المتأصلة في سلاسل القيمة ومعاملات السوق عند اختيار الخدمات أو السلع أو الأعمال على نحو مستدام.

وتساعد مبادئ تمكين المرأة على جمع أجزاء المنظمة كلها للنهوض بالمساواة المبنية على النوع الاجتماعي وتمكين المرأة. وعندما تشتري أطراف موقعة على مبادئ تمكين المرأة من أطراف أخرى موقعة على المبادئ ومن مشاريع تجارية مملوكة للنساء، فإنها تعزز تنوع الجهات الموردة لها وتساهم أيضًا في الحد من التمييز المنهجي، وهذا أمر من شأنه أيضًا أن يعزز فرص الجهات الموردة في النمو وفرصها في التعرف على شبكات الأعمال التجارية والفرص السوقية عالية القيمة والتدفقات المستدامة للعائدات.

عمليات الشراء المراعية لاعتبارات النوع الاجتماعي هي الاختيار المستدام للخدمات أو السلع أو الأعمال المدنية التي تأخذ في الاعتبار التأثير على المساواة المبنية على النوع الاجتماعي وتمكين المرأة، وهي تستند إلى المعايير والاتفاقيات والمبادئ الدولية المتعلقة بتحسين ظروف العمل الحساسة للنوع الاجتماعي والهامة لدعم الحقوق الأساسية للمرأة في سلسلة التوريد (يرجى النظر إلى الصدوق 3 أدناه). إن وضع قواعد سلوك تنظيمية قوية لسلاسل التوريد هو حجر الأساس لتنفيذ مبادئ تمكين المرأة.

ويتم الشراء المراعي لاعتبارات النوع الاجتماعي عندما تستفيد الشركات من سياساتها وممارساتها الشرائية لتعزيز المساواة المبنية على النوع الاجتماعي وتشجع الجهات الموردة على تحسين أدائها فيما يتعلق بالمساواة المبنية على النوع الاجتماعي وتمكين المرأة، ويعد تنوع قاعدة الجهات الموردة من خلال زيادة تأمين الموارد اللازمة للإنتاج من الشركات المراعية لاعتبارات النوع الاجتماعي والشركات المملوكة للنساء أمرًا بالغ الأهمية.

حقوق الإنسان

- الإعلان العالمي لحقوق الإنسان - 1948.¹⁰
- اتفاقية الأمم المتحدة لحقوق الإنسان بشأن القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة - 1979.¹¹
- مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية المتعلقة بالأعمال التجارية وحقوق الإنسان - 2011.¹²

المساواة المبنية على النوع الاجتماعي

- إعلان القضاء على العنف ضد المرأة - 1993.¹³
- إعلان ومنهاج عمل بيجين - 1995.¹⁴
- مبادئ تمكين المرأة - 2010.¹⁵
- أهداف التنمية المستدامة، ولا سيما الهدف 5.¹⁶
- إعلان لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية لأوروبا بشأن المعايير المراعية للمنظور النوع الاجتماعي ووضع المعايير - 2019.¹⁷
- منظور النوع الاجتماعي لمبادئ الأمم المتحدة التوجيهية بشأن الأعمال التجارية وحقوق الإنسان - 2019.¹⁸
- إرشادات منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي بشأن التحقق الواجب من السلوك المسؤول في مجال الأعمال التجارية.¹⁹

العمل

- منظمة العمل الدولية C111 - اتفاقية التمييز (في العمل والمهنة) - 1958.²⁰
- منظمة العمل الدولية C100 - اتفاقية المساواة في الأجر - 1951.²¹
- منظمة العمل الدولية C156 - الاتفاقية المتعلقة بالعمال ذوي المسؤوليات الأسرية - 1982.²²
- منظمة العمل الدولية R165 - التوصية المتعلقة بالعمال ذوي المسؤوليات الأسرية - 1981.²³
- منظمة العمل الدولية C183 - اتفاقية بشأن حماية أمومة - 2000.²⁴
- منظمة العمل الدولية C190 - اتفاقية بشأن العنف والتحرش - 2019.²⁵

بيان الجدوى

إن السعي إلى اتباع نهج الشراء المراعي لاعتبارات النوع الاجتماعي داخل الشركة له العديد من المزايا القيمة، وتغطي هذه المذكرة التوجيهية ثلاثة مزايا رئيسية منها.

وقد يصبح تنوع الجهات الموردة أيضًا ميزة تنافسية للشركة؛ ويمكن أن يكون الانغلاق مع الجهات الموردة نفسها مسعى محفوف بالمخاطر.

ويمكن للشركات أن تخفف من المخاطر التجارية من خلال تنوع قاعدة جهات التوريد لتشمل المشاريع المملوكة للنساء وتلك التي لها قيم مماثلة.²⁶ وتتمتع الموردة بفهم خاص لسوق المرأة، ويمكن أن تستفيد الشركات من هذا ومن خبرتهن في البيع للنساء أخريات في الأجل القريب والبعيد.

الثقافة القائمة على القيمة: تعتبر الأطراف الموقعة على مبادئ تمكين المرأة أن المساواة المبنية على النوع الاجتماعي مفيدة للأعمال التجارية وتدرج هذه الثقافة عبر مؤسساتها. وفي الواقع، قد يكون لمواءمة مبادئ تمكين المرأة مع ممارسات الشراء تأثيرات متعاقبة في سلاسل القيمة، حتى تلك التي تبدو طفيفة، ولذلك ينبغي أن يؤخذ في الاعتبار أي تشعب لآثار سلسلة التوريد.

فرص سوقية جديدة ومخاطر أقل: يعزز تنوع الجهات الموردة وشمولها للجميع الابتكار من خلال منتجات وخدمات وحلول جديدة؛ ويحفز المنافسة على مستويي الأسعار والخدمات بين الجهات البائعة الحالية والمحتملة للشركة؛ ويعزز إمكانية الدخول في الأسواق والوصول إلى أسواق جديدة.

ووجد استطلاع الخطوط الأمامية للاتحاد الدولي للنقابات الدولية لعام 2016 أن 82 في المائة من الأشخاص يحاسبون الشركات على أفعال الجهات المتعاقدة معها من الباطن.²⁹

كما يطلب المستهلكون والمستهلكات بصورة متزايدة معلومات من الشركات حول التزامها المؤسسي بالتنوع وشمول الجميع والمساواة المبنية على النوع الاجتماعي في سلاسل التوريد،³⁰ وتنجذب الجهات المستثمرة إلى الشفافية في ممارسات المساواة المبنية على النوع الاجتماعي. ومع ذلك، فإن أقل من 10 في المائة من الشركات تكشف علناً عن معلومات عن كيفية تعزيز المساواة المبنية على النوع الاجتماعي في سلاسل توريدها.³¹

وعندما تدرك النساء أن الشركة ملتزمة بالمساواة المبنية على النوع الاجتماعي وتدعم الأعمال التجارية التي تملكها النساء، فإن 78 في المائة سيجرن منتجات الشركة أو خدماتها؛ وستظهر نسبة 80 في المائة زيادة في الولاء للعلامة التجارية؛ وستمنح نسبة 50 في المائة للشركة فرصة ثانية إذا كان المنتج أو الخدمة أقل من التوقعات الأولية.³² وكثيراً ما تصبح الجهات الموردة أيضاً مستهلكة للمنتجات التي تنتجها الشركات التي تورد لها، ويمكن للأعمال التجارية التي تمارس الشراء على نحو مراعي لاعتبارات النوع الاجتماعي أن تستفيد من ذلك في تحسين نموذجها التجاري من خلال إبراز ذلك في عرضها المتعلق بتوفير القيمة للعملاء، وفي استراتيجياتها في البيع والتسويق، وفي جهود الاتصال الخارجي.

كما يمكّن تنوع قاعدة الجهات الموردة الشركة من تدبير الطلبات الصغيرة أو المنتجات المتخصصة أو الخدمات الحيوية بسرعة أكبر؛ والاستفادة من الفرص الجديدة لتوسيع نطاق الأعمال التجارية مع استحداث الاحتياجات الجديدة للمستهلكين.²⁷

وتعمل الشركات بشكل متزايد على تنوع سلاسل توريدها، وأدركت أنه من المرجح أن تتحول الجهات الموردة لها إلى عميلت وعملاء، كما تمارس الجهات المستثمرة المؤسسية بشكل متزايد حقوقها في التصويت ضد الشركات التي لا تتمسك بأعلى المعايير البيئية والاجتماعية ومعايير الحوكمة المرتبطة بـ"قيمة صاحبات وأصحاب المصلحة"، مثل المساواة المبنية على النوع الاجتماعي في المجالس الإدارية.

سمعة العلامة التجارية وولاء العميلت والعملاء: إن الشركات التي لديها سياسات وممارسات متنوعة وشاملة للجميع في سلاسل توريدها تعمل على تعزيز صورة علامتها التجارية وسمعتها.

كما يؤدي تعزيز المساواة المبنية على النوع الاجتماعي في سلاسل التوريد إلى تحسين العلاقات المجتمعية، وزيادة الفوائد المحتملة لهذا الأمر من خلال برامج المشاركة المجتمعات، وزيادة المكاسب المتعلقة بالسمعة.

وكشفت دراسة استقصائية أجرتها شركة نيلسن أن 66 في المائة من المجيبات والمجيبين على مستوى العالم، أعربوا عن استعدادهم لدفع زيادة مقابل منتجات وخدمات الشركات الملتزمة بإحداث تأثير اجتماعي وبيئي إيجابي.²⁸

ما الذي يمكن أن تفعله الشركات؟

- المبادرة بتعيين النساء في أدوار الشراء وتوفير التدريب لتقوية مجمع المواهب النسائية وقيادة المرأة في هذا المجال.
- تعيين النساء في مناصب المشتريات الإدارية والتنفيذية.
- والالتزام من جانب الإدارة العليا أمر بالغ الأهمية، وذلك مثلاً من خلال ما يلي:
- إدراج مهام ومسؤوليات الشراء المراعية لاعتبارات النوع الاجتماعي في التوصيف الوظيفي لأدوار الشراء، بدءاً من منصب رئاسة قسم المشتريات. يرجى النظر إلى الصندوق 4.
- جعل المدراء على جميع المستويات مسؤولين عن النجاح في هذا المجال عن طريق إدراج مؤشرات الأداء الرئيسية بشأن المساواة المبنية على النوع الاجتماعي في خطط الأداء والتقييمات، بدءاً من الجهات التنفيذية العليا وطاقم العاملين والعاملات وصولاً إلى الجهات الموردة وشركات المقاوله والجهات البائعة.

يجب العمل على تغيير عمليات الشراء في الشركات بشكل انتظام، والبدء من خلال سلسلة من المشاريع التجريبية لمعرفة ما يصلح وما لا يصلح هو طريقة جيدة، يمكن أن يُسترشد بها لمعرفة الممارسات القابلة للتطبيق على نطاق واسع. وعند القيام بذلك، يعد الأشخاص والسياسات والممارسة والاتصال والمعرفة وإدارة صاحبات وأصحاب المصلحة عوامل هامة ينبغي مراعاتها داخل المؤسسة وعبر الإدارات.

الأشخاص

إن التنوع المبني على النوع الاجتماعي وقيادة المرأة في إدارات المشتريات أمرًا بالغ الأهمية نظرًا لأنها تدير في المتوسط 64 في المائة من إجمالي إنفاق المؤسسة³³ وأنه من المرجح أن يترجم التنوع المتزايد إلى عمليات شراء أكثر شمولاً. وبالتالي، يمكن للشركات أن تقوم بما يلي:

السياسة العامة

عمل دراسة مرجعية لسلسلة التوريد الخاصة بالشركة لمعرفة كيفية ارتباط النتائج المرجوة بالعدد الفعلي للشركات المملوكة للنساء والأطراف الموقعة على مبادئ تمكين المرأة في سلسلة التوريد (يرجى النظر إلى الصندوق 5 أدناه للاطلاع على عينة من أسئلة الدراسة).

إنشاء منصة للشراء الإلكتروني يمكن فيها تخزين البيانات، بما في ذلك البيانات المرجعية وخصائص الموردين التفصيلية. ويمكن أن يساعد تنظيم جمع البيانات في فهم العوائق والتحديات التي تواجهها الجهات الموردة بشكل أفضل.

يعد التزام الإدارة العليا أمرًا بالغ الأهمية أيضًا في جعل المشتريات المستجيبة لاعتبارات النوع الاجتماعي عنصرًا محوريًا في ثقافة الشركة وممارساتها التجارية.

ويمكن أن تشمل الإجراءات ما يلي:

• وضع مدونة قواعد سلوك تراعي الفوارق المبنية على النوع الاجتماعي ونظام قوي للعناية الواجبة، لكل من الشركة وشركائها التجاريين.

الصندوق 4. عينة من التوصيف العام لوظائف المشتريات

- مراقبة طاقم عمل إدارة المشتريات وأنشطتها والإشراف عليها، بما في ذلك استراتيجيتها المتعلقة بالمشتريات الحساسة للنوع الاجتماعي.
- إعداد خطط شراء السلع والخدمات من الشركات المراعية لاعتبارات النوع الاجتماعي والأعمال التجارية المملوكة للنساء.
- فرض سياسات الشركة وإجراءاتها المتعلقة بالمشتريات من أجل النهوض بالمساواة المبنية على النوع الاجتماعي بين الجهات الموردة لها.
- اعتماد منظور مراعي لاعتبارات النوع الاجتماعي عند المراجعة والمقارنة والتحليل واعتماد المنتجات والخدمات التي سيتم شراؤها.
- إدارة المخزون والاحتفاظ بسجلات دقيقة للشراء والتسعير فضلًا عن سجلات أداء الجهات الموردة في المجال الاجتماعي ومجال المساواة المبنية على النوع الاجتماعي.
- الاحتفاظ بمعلومات الجهات الموردة وتحديثها، مثل المؤهلات، وأوقات التسليم، ونطاقات المنتجات، والمساواة المبنية على النوع الاجتماعي، والأداء العام من الناحية الاجتماعية.
- الحفاظ على علاقات جيدة مع الجهات الموردة والتفاوض على العقود مع منظور مراعي لاعتبارات النوع الاجتماعي.
- بحث وتقييم الجهات الموردة المحتملة التي اعتمدت نهج أعمال حساس للنوع الاجتماعي.
- إعداد الميزانيات، وتحليل التكاليف ومعايير وتقارير الأداء في المجال الاجتماعي ومجال المساواة المبنية على النوع الاجتماعي.

وتقييم المخاطر ضروري لتحديد وتقييم أي مخاطر اجتماعية وبيئية فعلية أو محتملة، لا سيما عندما تكون هناك حاجة إلى مزيد من اليقظة بشأن التمييز القائم على النوع الاجتماعي، ويتعلق ذلك بأنشطة الشركة نفسها وأنشطة شركائها التجاريين. وينبغي إيلاء اهتمام خاص لمجالات مثل التوظيف وفصل الموظفين والأجور والاستحقاقات؛ والبنية التحتية والصحة والسلامة المهنيين (مثل التعرض للمواد الكيميائية) حيث تواجه المرأة تمييزًا وتحيزًا محددتين (يرجى الاطلاع على الصندوق 5). كما يجب إيلاء الاهتمام لممارسات التسويق والإعلان لأن العديد من الأعمال التجارية تميل إلى ترسيخ القوالب النمطية المبنية على النوع الاجتماعي، وتطبيع المعايير الاجتماعية التمييزية، وإضفاء الطابع الجنسي على أجساد النساء. وفي بعض الأوضاع المتطرفة، تلعب الشركات دورًا في الاتجار بالنساء لأغراض الاستغلال الجنسي، بما في ذلك إنتاج المواد الإباحية.

ولفهم هذه المخاطر على نحو أفضل، من المفيد النظر في بعض العوامل التي يمكن أن تؤثر على سلاسل التوريد، والنظر في المجالات التي يلزم فيها توفير موارد إضافية لمعالجة أي تمييز قائم على النوع الاجتماعي.

- وضع استراتيجية للتنفيذ تشمل خارطة طريق واضحة تحدد التدابير اللازمة لتحقيق الأهداف والغايات والأدوار والمسؤوليات، بالإضافة إلى تحديد الجهة المسؤولة عن النتائج.
- تخصيص الموارد اللازمة لتحقيق الأهداف.
- وضع استراتيجية اتصال فعالة لتوعية الجهات صاحبة المصلحة المعنية بالسياسة العامة وحقوقها ومسؤولياتها.
- ومن الضروري وضع إطار متين للرصد يدعم هذه الإجراءات، وينبغي أن يكون هناك جمع موحد للإحصاءات المتعلقة بالنوع الاجتماعي وبيانات مصنفة حسب الجنس استنادًا إلى الدراسة المرجعية واستراتيجية التنفيذ. ويمكن أن تشمل أهداف الإطار كلاً من المؤشرات الكمية المرتبطة بتوسيع مجموعة الجهات الموردة وتنويعها، وكذلك المؤشرات النوعية لفهم ومعالجة العوائق التي تحول دون وصول بعض الجهات الموردة إلى سلاسل التوريد والمشاركة فيها مشاركة كاملة، وينبغي تشجيع الجهات الموردة على تبادل هذه المعلومات من خلال مختلف قنوات الاتصال.

يمكن أن تشمل الأسئلة التي سيتم طرحها في هذه الدراسة ما يلي:

- كم عدد شركات سلسلة توريدك؟
- كم عدد الشركات الموقعة على مبادئ تمكين المرأة؟ يمكن الاطلاع على قائمة الأطراف الموقعة على مبادئ تمكين المرأة في: www.weps.org/companies
- كم عدد الجهات الموردة التي تم فحصها باستخدام معايير المساواة المبنية على النوع الاجتماعي؟
- كم عدد الشركات التي تملكها النساء بينها؟
- ما هي نسبة الحالية للمؤسسات المملوكة للنساء إلى تلك المملوكة للرجال، وما نسبة الجهات الموقعة على مبادئ تمكين المرأة؟
- ما هي قيمة العقود مع الجهات الموردة لك/ي؟
- كم متوسط عدد التعاقدات السنوية مع كل جهة موردة (مصنفة حسب النوع الاجتماعي لمالك أو مالكة الشركة، وحسب حالة التوقيع على مبادئ تمكين المرأة؟)
- وما هي القيمة الإجمالية/المتوسطة لهذه العقود (مصنفة حسب نوع مالك أو مالكة الشركة الاجتماعي، وحالة التوقيع على مبادئ تمكين المرأة) بالقيمة المطلقة للدولار و/أو كنسبة مئوية من إجمالي الإنفاق السنوي على المشتريات؟
- ما مدى استجابة الجهات الموردة لك لاعتبارات النوع الاجتماعي؟
- يمكن أن يكون مؤشر التكافؤ المبني على النوع الاجتماعي في الشركات دليلاً على قدرتها على اجتذاب مواهب النساء والاحتفاظ بها، وعلى جهودها الرامية إلى النهوض بالمرأة داخل الشركة.
- ما هو مؤشر التكافؤ المبني على النوع الاجتماعي على مستوى الإدارة في هذه الشركات؟
- ما هو متوسط مؤشر التكافؤ المبني على النوع الاجتماعي على مستوى العمالة في هذه الشركات؟
- هل تم إعداد تقارير؟، وإذا كان الأمر كذلك، هل أعدت عن نتائج المساواة المبنية على النوع الاجتماعي؟

الدعم الداخلي

إن دعم القيادة التنفيذية للشركة والإدارات التابعة لها، وخاصة الموارد البشرية، والعمليات (الإنتاج، والمشتريات، تحديد مصادر الموارد اللازمة للإنتاج)، والإدارات أو الفرق القانونية وفرق الاتصالات، أمر أساسي لنجاح السياسة العامة. ومن الضروري تحديد الأهداف السنوية لتقييم تنفيذ التقدم المحرز، وكذلك إفادة جميع الموظفين والموظفين به.

كما يتطلب الأمر الاشتراك في وضع أنظمة وإجراءات لبدء وأن تشمل على مبادئ توجيهية واضحة لتنفيذ مبادئ تمكين المرأة الأخرى المتعلقة بالتوظيف (المبدأ 2) والصحة والسلامة (المبدأ 3).

الدعم الخارجي

ولا يقل أهمية الحصول على دعم من أعضاء مجلس إدارة الشركة وشركاء الأعمال وصاحبات وأصحاب المصلحة الرئيسيين الآخرين. فإن التواصل أمر أساسي، مع إعطاء الأولوية هنا لرسالة واضحة للشركاء التجاريين حول التزام الشركة بسياسة مشتريات تستجيب لاعتبارات النوع الاجتماعي وتنفيذ التدابير اللازمة لتحقيق ذلك.

- النطاق الجغرافي: يمكن أن يساعد البحث في التحيز والتمييز القائمين على النوع الاجتماعي، والمعايير الثقافية، وديناميكيات القوة القائمة على النوع الاجتماعي في تحديد وفهم التحديات التي تواجه المرأة في كل بلد على حدة.
- الالتزام الاستثنائية: قد يساعد فهم القضايا المتعلقة بالهجرة وممرات اللاجئين واللجئات (والتي يشكل العديد منها أكثر من 50% من المهاجرات)، 34 في توجيه ممارسات تحديد مصادر الشراء أيضًا. وتتعرض النساء المهاجرات بصفة خاصة للتمييز والضعف المبنيين على النوع الاجتماعي.
- نموذج الإنتاج: يمثل العمل من المنزل فرصة هائلة للنساء والرجال للتوفيق بين المسؤوليات الأسرية وكسب الدخل. ومع ذلك، يمكن استخدامه أيضًا للتمييز على أساس النوع الاجتماعي من خلال انخفاض الأجور وساعات العمل المطولة.
- العوامل الخاصة بقطاعات محددة: اعتمدت بعض القطاعات، أو خطوط الإنتاج، مثل صناعة الملابس والنسيج، تقليديًا بشكل كبير على القوة العاملة النسائية. غير أن الجهات الإدارية وغيرها من قيادات الشركات ما زالت من الرجال.

تعديل معايير اختيار الجهات الموردة وتطبيقها على ممارسات الشراء:

منح حصة معينة من العقود إلى "الشركات المفضلة" - الشركات المراعية لاعتبارات النوع الاجتماعي والشركات المملوكة للنساء - والنشر الصريح لها تحدد الحكومات والشركات التي تقوم بذلك أهداف تتراوح بين 5 و30 في المائة. ومن المهم أن تكون الأهداف قابلة للقياس والتطبيق على نطاق المنظمة، وأن يتم مراجعة قائمة الشركات المفضلة بانتظام لضمان تكافؤ الفرص للأعمال التجارية الجديدة والأصغر حجمًا القديرة المملوكة للنساء.

- إعطاء الأولوية للشركات المفضلة - الشركات المراعية للنوع الاجتماعي والأعمال التجارية المملوكة للنساء - على الشركات غير المفضلة. فعلى سبيل المثال، تُمنح العقود للقطاعات التي تتوافق بنفس القدر للشركة المفضلة، مثل الشركات المملوكة للنساء و/أو الشركات المراعية لاعتبارات النوع الاجتماعي.
- السماح للشركات المفضلة بالتأهل الأولي لمجموعات أو فئات معينة من العقود. وتتطلب هذه الممارسة وضع بعض فرص الشراء جانبًا، مثلًا تحت عتبة قيمة معينة، للمنافسة بين الأعمال التجارية التي تملكها النساء.
- إدخال شروط التعاقد من الباطن. فعلى سبيل المثال، سيتعين على الجهات البائعة التي تمنح عقودًا تتجاوز عتبة معينة أن تقدم خططًا للشراء من الشركات التي تملكها النساء، مما يساعد على تحقيق الأهداف.
- إعطاء درجات/قيمة أعلى للشركات التي لديها معايير معينة خاصة بالنوع الاجتماعي، على سبيل المثال، الأعمال التجارية المملوكة للنساء و/أو الشركات المستجيبة لاعتبارات النوع الاجتماعي تكون مؤهلة مسبقًا لمجموعات أو فئات معينة من العقود. وتستتبع هذه الممارسة أن تضع الجهة المشتريّة جانبًا فرص شراء معينة، مثل وجود عتبة قيمة معينة، من أجل التنافس بين الأعمال التجارية المملوكة للنساء.³⁵ ويمكن للجهة المشتريّة أيضًا أن تقيم الجهات الموردة عن طريق أفرقة متوازنة من منظور النوع الاجتماعي وذات معرفة بالمساواة المبنية على النوع الاجتماعي وتمكين المرأة.

تحديث شروط الدفع والسداد العاجل: تقديم شروط دفع مواتية

للأعمال التجارية الصغيرة والمشاريع التي تملكها النساء، لا سيما إذا تجاوزت شروط الدفع القياسية 30 يومًا،³⁶ وتُشجّع الشركات الأكبر حجمًا على الإسراع في الدفع للجهات الموردة، عند استلام السلع أو الخدمات، لمساعدة المشاريع الصغيرة في تدفقها النقدي.

استنادًا إلى نتائج الدراسة المرجعية، ستتمكن الشركات من تقييم ما إذا كان هناك خلل في الفرص التي تتحها للشركات التي تستجيب لاعتبارات النوع الاجتماعي والأعمال التجارية التي تملكها النساء. وهناك عدة تدابير للتغلب على هذه الاختلالات.

تصنيف الجهات الموردة والبائعة: تصنيف الجهات الموردة حسب

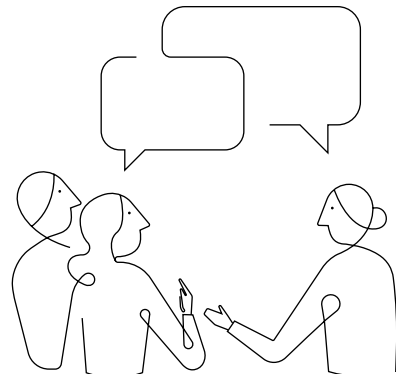
الملكية (أي الجهات البائعة المملوكة للنساء)، والحالة من حيث التوقيع على مبادئ تمكين المرأة، وغير ذلك من المعايير المناسبة.

تيسير الوصول إلى الفرص التجارية: تبادل المعلومات على نطاق واسع

بشأن فرص توريد السلع والخدمات.

سيساعد ذلك بصفة خاصة صاحبات الأعمال الصغيرة اللاتي لا تتوفر لهن إمكانية الوصول الكامل إلى المعلومات المتعلقة بالفرص المتاحة، ويمكن القيام بذلك من خلال:

- توحيد عملية تقديم الطلبات ودمجها.
- نشر سياسات المشتريات وإجراءاتها ووجهات الاتصال على موقع الشركة على الإنترنت.
- إنشاء بوابة إلكترونية مركزية، أو مركز تبادل إلكتروني، لنشر عطاءات الشركة.
- نشر نتائج عمليات الشراء المراعية لاعتبارات النوع الاجتماعي في التقرير السنوي للشركة و/أو تقرير الاستدامة المؤسسي.
- المشاركة مع المنظمات النسائية المحلية وهيئات الاعتماد للمساعدة في تحديد الحواجز والحلول.
- إزالة متطلبات رأس المال والحد من أحجام العقود، على سبيل المثال، عن طريق تقسيم الطلبات (إذ يمكن أن يؤدي عرض عقد كبير واحد إلى استبعاد العديد من الأعمال التجارية الصغيرة التي تملكها النساء والتي تفتقر إلى النطاق أو العمق المطلوب للمنافسة).

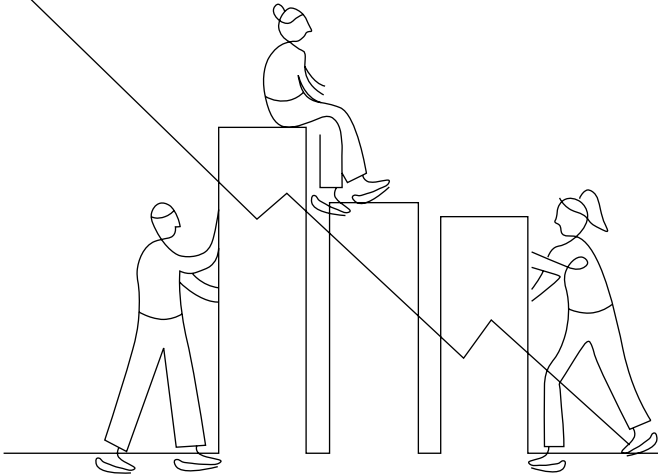


التعرف على الجهات الموردة والمساعدة في تنميتهم

دعم الجهات الموردة المفضلة - الشركات المستجيبة لاعتبارات النوع الاجتماعي والشركات المملوكة للنساء

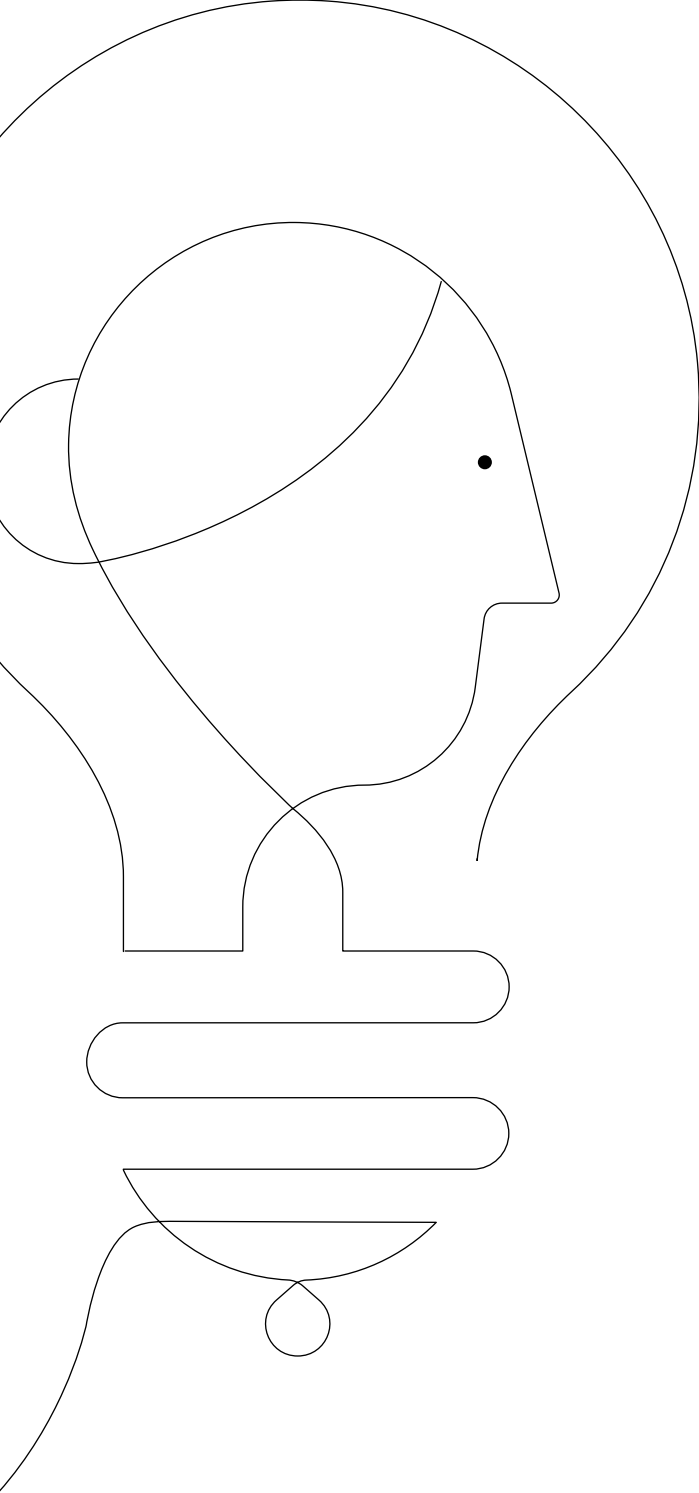
- التشاور مع الشركات المفضلة بشأن تجاربها أو الحواجز الحالية أو التحديات التي تواجهها في الوصول إلى سلسلة التوريد أو المشاركة الكاملة فيها؛ وطلب توصياتها بشأن كيفية حل هذه المسائل. فعلى سبيل المثال، يمكن إحباط المشاريع الصغيرة المملوكة للنساء بعمليات مرهقة وطويلة بلا داع.
- تأسيس شبكة من الشركات المفضلة (الجهات الموردة الحالية والمستقبلية).
- تنظيم تجمعات للجهات الموردة للتمكين من إقامة الشبكات وتعزيز مجتمع شامل للجميع من سلاسل التوريد المراعية لاعتبارات النوع الاجتماعي، ومراقبة نسبة النوع الاجتماعي للجهات الموردة في هذه التجمعات - قد يكون ذلك انعكاسًا للنسبة من حيث الموظفين والموظفين والقيادات في شركاتهم.
- بناء القدرات للمشاركة في سلسلة توريدات الشركة، مثل عملية تقديم العطاءات، والإجراءات، وشروط الدفع، وكيفية إنجاز الاتفاقات المطلوبة. وبالإضافة إلى ذلك، عندما لا تفوز مؤسسة تجارية ما بعطاء، إفادتها حتى تتمكن من التعلم من التجربة ومعالجة أوجه القصور في فرص العطاءات المستقبلية.
- تيسير حصول الشركات التي تملكها النساء على رأس المال لتمويل أول طلبات شراء لها عن طريق الشراكة مع المؤسسات المالية. وبهذا الدعم، ستمكن النساء من تنمية أعمالهن التجارية وبالتالي أعمالهن التجارية مع الشركة.
- البحث عن كيفية تأثير الشركة على المساواة المبنية على النوع الاجتماعي في السوق على نطاق أوسع.

- لزيادة عدد الجهات الموردة التي تستجيب لاعتبارات النوع الاجتماعي والتي تملكها النساء يمكن التتي:
- الاستفادة من نفوذ الشركة، منفردة أو في إطار شراكة، للنهوض بالمساواة المبنية على النوع الاجتماعي وتشجيع الجهات الموردة على التوقيع على مبادئ تمكين المرأة واعتمادها واتباع خطوات الشركة.
- الاطلاع على قاعدة بيانات مبادئ تمكين المرأة للشركات لمعرفة الشركاء الذين تتفق معهم في القيم.
- إخبار جمعيات الأعمال وشبكات الأعمال النسائية بالمنتجات أو الخدمات التي تشتريها، بما في ذلك من خلال تنظيم أحداث «لقاء المشتري». في بعض البلدان، مثل الولايات المتحدة، يقوم المجلس الوطني لمؤسسات الأعمال النسائية وشبكة WEConnect International (التي تعمل أيضًا في الأسواق خارج الولايات المتحدة) باعتماد الأعمال التجارية التي تملكها وتسيطر عليها وتديرها النساء. وهناك قواعد بيانات مماثلة في بلدان أخرى.
- الاستفادة من العضوية في مبادرات صاحبات وأصحاب المصلحة المتعددين ومبادرات الأعمال التجارية المسؤولة للدعوة إلى جمع بيانات مصنفة حسب الجنس ووضع أدوات لبذل العناية الواجبة تستجيب لاعتبارات النوع الاجتماعي.
- وضع قوائم خاصة للشركات التي تستجيب لاعتبارات النوع الاجتماعي والأعمال التجارية التي تملكها النساء ودعوتهم إلى تقديم العطاءات، وطرح أسئلة إبداعية للتفكير في أين يمكن العثور على الأعمال التجارية المملوكة للنساء.
- إجراء استبيانات الجهات الموردة بانتظام لتحسين فهم العروض والاحتياجات ومصادر القيمة، مثل سياسات وممارسات المساواة المبنية على النوع الاجتماعي.
- فهم تكوين القوة العاملة للجهات الموردة، أي متوسط نسبة النوع الاجتماعي على كل من مستوى الإدارة والعمالة خلال السنتين الماضيتين. ويمكن أن يساعد ذلك في تحديد ديناميكيات سيطرة الذكور على السلطة والتي غالبًا ما تشكل أساس التمييز والعنف والاعتداء المبنية على النوع الاجتماعي. ويمكن أن يساعد ذلك في تحديد مستوى الاستثمار واليقظة تجاه أهم شركاء الأعمال التجارية



لتحقيق الأداء الأمثل للعقود والمدفوعات وتسليم السلع والخدمات.

• إنشاء آليات فعالة للتظلم لضمان قدرة صاحبات وأصحاب المصلحة والجهات الموردة المعنية على التعبير عن شواغلها. الهدف هو تحقيق المساواة المبنية على النوع الاجتماعي في تكوين فريق.



استنادًا إلى الدراسة المرجعية وتقييم المخاطر يمكن:

• متابعة سياسة الشراء المراعية لاعتبارات النوع الاجتماعي وتحسينها بانتظام ل إتاحة استجابة مرنة للتغيرات في أهداف الشركات ونموها وظروف الأسواق الجديدة والناشئة. ويمكن أيضًا أن تساعد على تحسين فهم تأثير عمليات الشراء المراعية لاعتبارات النوع الاجتماعي على معايير مثل ولاء العميلات والعملاء، والمكاسب الناتجة عن زيادة الكفاءة، والتخفيضات في التكاليف الناجمة عن زيادة المنافسة بين الجهات الموردة للشركة.

• وضع أهداف ومؤشرات نجاح محددة لتعزيز المساواة المبنية على النوع الاجتماعي في سلسلة توريد الشركة، ومن خلال تحديد أهداف محددة ومؤشرات النجاح المتعلقة بها، تصبح الشركات في وضع أفضل للقيام بما يلي:

– إبلاغ موظفات وموظفي الشركة وشركائها في العمل بجدول أعمال المساواة المبنية على النوع الاجتماعي.

– تخصيص الميزانية والموارد البشرية اللازمة لبلوغ أهداف الشركة.

– إبلاغ صاحبات وأصحاب المصلحة في الداخل والخارج بالتزاماتهم والتقدم المحرز.

• البحث باستمرار عن المخاطر المحتملة للتمييز القائم على النوع الاجتماعي في سلسلة توريد الشركة ومعالجة القضايا الناشئة. وتشمل بعض الأمثلة المحددة على ذلك استخدام مدونات لقواعد السلوك وعمليات المراجعة الاجتماعية التي تراعي الفوارق القائمة على النوع الاجتماعي، مثل تلك التي تنفذها مبادرة أمفوري للامتثال الاجتماعي للأعمال التجارية، وهي خطة لبذل العناية الواجبة في مجال حقوق الإنسان تقوم بها مبادرة أمفوري، وهي رابطة تجارية عالمية للتجارة المفتوحة والمستدامة.

• وضع خطة للتحسين المستمر، بما في ذلك عمليات المراجعة الداخلية للمشتريات المراعية لاعتبارات النوع الاجتماعي، وإجراء دراسات استقصائية مع صاحبات وأصحاب المصلحة الداخليين والخارجيين، والاتصال المستمر بين الشركة وشركائها المفضلين لتحقيق الأداء الأمثل للعقود والمدفوعات وتسليم السلع والخدمات.

• وضع خطة مستمرة للتحسين، بما في ذلك عمليات المراجعة الداخلية للمشتريات المراعية لاعتبارات النوع الاجتماعي، وإجراء دراسات استقصائية مع صاحبات وأصحاب المصلحة الداخليين والخارجيين، واستمرار الاتصال بين الشركة والشركات المفضلة

- 19 منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، إرشادات منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي بشأن الحرص الواجب في السلوك التجاري المسؤول متاحة على <https://mneguidelines.oecd.org/OECD-Due-Diligence-Guidance-for-Responsible-Business-Conduct.pdf>
- 20 منظمة العمل الدولية، اتفاقية C111 - التمييز (في الاستخدام والمهنة)، 1958 (رقم 111). متاحة على www.ilo.org/dyn/normlex/en/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_ILO_CODE:C111
- 21 منظمة العمل الدولية، C100 - اتفاقية المساواة في الأجر، 1951 (رقم 100). متاحة على www.ilo.org/dyn/normlex/en/f?p=1000:12100:0::NO::P12100_ILO_CODE:C100
- 22 منظمة العمل الدولية، C156 - اتفاقية العمال ذوي المسؤوليات الأسرية، 1981 (رقم 156). متاحة على www.ilo.org/dyn/normlex/en/f?p=1000:12100:0::NO::P12100_ILO_CODE:C156
- 23 منظمة العمل الدولية، R165 - توصية العمال ذوي المسؤوليات العائلية، 1981 (رقم 165). متاحة على www.ilo.org/dyn/normlex/en/f?p=NO:RMLEXPUB:12100:0::NO:12100:P12100_INSTRUMENT_ID:312503:NO
- 24 منظمة العمل الدولية، C183 - اتفاقية حماية الأمومة، 2000 (رقم 183). متاحة على www.ilo.org/dyn/normlex/en/f?p=1000:12100:0::NO::P12100_ILO_CODE:C183
- 25 منظمة العمل الدولية، اتفاقية C190 العنف والمضايقة، 2019 (رقم 190). متاحة على www.ilo.org/dyn/normlex/en/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_ILO_CODE:C190
- 26 سوزان هاريس ريمر، دراسة بحثية "سياسات الشراء المراعية لمنظور النوع الاجتماعي من أجل تغيير القيادة"، (لندن، تشاتام هاوس، المعهد الملكي للشؤون الدولية، ديسمبر 2017). متاحة على www.chathamhouse.org/sites/default/files/publications/research/Gender-smart%20Procurement%20-%202020.12.2017.pdf
- 27 هيئة الأمم المتحدة للمرأة، قوة عمليات الشراء.
- 28 نيلسن، العلامات التجارية للسلع الاستهلاكية التي تبرهن على الالتزام بالاستدامة تفوق تلك التي لا تعمل، (أكتوبر 2015). متاحة على www.nielsen.com/us/en/press-releases/2015/consumer-goods-brands-that-demonstrate-commitment-to-sustainability-outperform
- 29 الاتحاد الدولي لنقابات العمال، مناقشة منظمة العمل الدولية بشأن سلاسل الإمداد - اختبار لمعالجة الفقر، (مايو 2016). متاحة على www.ituc-csi.org/ilo-supply-chains-debate-a-test
- 30 صفحة Femeconomy، خلق المساواة المبنية على النوع الاجتماعي من خلال مجموعة أدوات الشراء، (2020). متاحة على <https://online.fliphtml5.com/bzrz/lzsz/#p=6>
- 31 المؤسسة المالية الدولية، منصة SheWorks الرقمية: وضع الالتزامات المراعية لاعتبارات النوع الاجتماعي موضع التنفيذ في مكان العمل (2016). متاحة على www.ifc.org/wps/connect/de9a7ee8-940a-450a-bb19-eb452f9a08e/SheWorks+Final+Report.pdf?MOD=AJPERES&CVID=IDhiP4z
- 32 فاسكيز، الشراء من أجل التأثير.
- 33 موقع CPO Rising، فن وعلوم المشتريات، (2016). متاحة على www.cfoinnovation.com/cpo-rising-2016-art-and-science-procurement-executive-summary
- 34 منظمة الأمم المتحدة، نشرة حقائق السكان (2017) متاحة على www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/popfacts/PopFacts_2017-5.pdf
- 35 نوغويس، النساء في المشتريات.
- 36 هيئة الأمم المتحدة للمرأة، قوة عمليات الشراء.
- 1 أنا فالث، "المساواة المبنية على النوع الاجتماعي - الحلقة المفقودة في سلاسل الإمداد"، مجلة (The Procurement Magazine)، العدد 3 (2019) متاح على www.empowerwomen.org/resources
- 2 المركز الدولي للتدريب التابع لمنظمة العمل الدولية، أين تعمل النساء في سلاسل التوريد العالمية؟ متاح في https://gbw.itcilo.org/index.php/briefing/show_paragraph/id/40.html (تاريخ الزيارة 8 سبتمبر 2020).
- 3 كيفين أومارا، "حان الوقت لوضع المزيد من النساء على قمة سلسلة التوريد"، مجلة Industry Week (أكتوبر 2016). متاح على www.industryweek.com/supply-chain/article/21990819/its-time-to-put-more-women-at-the-top-of-the-supply-chain
- 4 كزافييه نوغويس وآخرون، المرأة في مجال المشتريات، المساواة المبنية على النوع الاجتماعي هي مفتاح تحسين الأداء، شركة أوليفر وايمان، 2019. متاح على www.oliverwyman.com/content/dam/oliver-wyman/v2/publications/2019/feb/Women-in-Procurement.pdf
- 5 المرجع نفسه
- 6 هيئة الأمم المتحدة للمرأة، قوة عمليات الشراء: كيفية الحصول على الموارد من المشاريع التجارية المملوكة للنساء. متاح على www.unwomen.org/-/media/headquarters/attachments/sections/library/publications/2017/the-power-of-procurement-how-to-source-from-women-owned-businesses-ses-en.pdf?i=en&vs=237 (تاريخ الزيارة 8 سبتمبر 2020).
- 7 إليزابيث أ. فازكويز، وأندرو ج. شيرمان، الشراء من أجل التأثير: كيفية الشراء من النساء وتغيير العالم، (تشارلستون، كارولينا الجنوبية، مجموعة Advantage Media الإعلامية، 2013).
- 8 منظمة Open Contracting Partnership، كيف تنفق الحكومات: فتح آفاق قيمة المشتريات العامة العالمية، 2020. متاح هنا <https://www.open-contracting.org/wp-content/uploads/2020/08/OC2020-Global-Public-Procurement-Spend.pdf>
- 9 دونالد واترز، Operations Strategy، الفصل 13 بشأن هيكل سلاسل الإمداد.
- 10 الأمم المتحدة، الإعلان العالمي لحقوق الإنسان (ديسمبر 1948)، متاح في www.un.org/en/universal-declaration-human-rights/index.html
- 11 مفوضية حقوق الإنسان، اتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة، نيويورك (ديسمبر 1979). متاح في www.ohchr.org/EN/ProfessionalInterest/Pages/CEDAW.aspx
- 12 المفوضية السامية لحقوق الإنسان، تنفيذ إطار "الحماية والاحترام والعلاج" التابع للأمم المتحدة (2011). متاح على www.ohchr.org/Documents/Publications/GuidingPrinciplesBusinessHR_EN.pdf، يرجى النظر إلى المبادئ 11-14 للاطلاع على إرشادات شاملة بشأن المساواة المبنية على النوع الاجتماعي.
- 13 المفوضية السامية لحقوق الإنسان، إعلان القضاء على العنف ضد المرأة (20 ديسمبر 1993). متاح على www.ohchr.org/en/professionalinterest/pages/violenceagainstwomen.aspx
- 14 هيئة الأمم المتحدة للمرأة، إعلان ومنهاج عمل بيجين، إعلان ونتائج بيجين + 5 السياسية (1995). متاح على [https://www.unwomen.org/-/media/headquarters/attachments/sections/csw/pfa_e_final_web.pdf](http://www.unwomen.org/-/media/headquarters/attachments/sections/csw/pfa_e_final_web.pdf)
- 15 مبادئ تمكين المرأة، المتاحة في www.weps.org
- 16 منظمة الأمم المتحدة <https://sdgs.un.org/goals>
- 17 لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية لأوروبا، إعلان تطوير المعايير والمعايير المراعية لمنظور النوع الاجتماعي (2018). متاح على www.unecsc.org/fileadmin/DAM/trade/wp6/AreasOfWork/GenderInitiative/UNECSCGenderDeclaration_English.pdf
- 18 المفوضية السامية لحقوق الإنسان، مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية من منظور النوع الاجتماعي، متاحة على www.ohchr.org/EN/Issues/Business/Pages/GenderLens.aspx

تعزيز التمكين الاقتصادي للمرأة في مكان العمل من خلال السلوك المسؤول في الأعمال في مجموعة الدول السبع (تمكين المرأة – برنامج مجموعة الدول السبع) برنامج يموله الاتحاد الأوروبي وينفذه بالاشتراك مع منظمة العمل الدولية. وسوف يعقد البرنامج (2018-2020) حوارات بين أصحاب المصلحة في الاتحاد الأوروبي وكندا واليابان والولايات المتحدة لتبادل المعارف والخبرات والممارسات الجيدة والدروس المستفادة في سياق عالم العمل المتغير. ويعمل برنامج تمكين المرأة بموجب مبادئ تمكين المرأة على تجهيز الشركات لتتجاوز التعهد بالالتزامات المتعلقة بالمساواة المبنية على النوع الاجتماعي وتمكين المرأة وتعمل على تعزيز تنفيذها وجمع البيانات عنها وتقديم التقارير عن مبادئ تمكين المرأة.

بالتعاون مع



شكر وتقدير:

أعدت هذه المذكرة التوجيهية هيئة الأمم المتحدة للمساواة بين الجنسين وتمكين المرأة (هيئة الأمم المتحدة للمرأة) في إطار برنامج تمكين المرأة العالمي لمجموعة الدول السبع الذي يموله الاتحاد الأوروبي وينفذه بالاشتراك مع منظمة العمل الدولية. وقادت إصدار الموجز كارلا كرافت بمساهمات هامة من أنا فالث، وسيمين قيوم، وراكيل كويلو-كريماديس، وإستر سينسو رويز، وماريان أوليسن، وميرال جوزيل، وماريكو سايتو من هيئة الأمم المتحدة للمرأة؛ ولورا أداتي، وإمانويلا بوزان، وليسا وونج من منظمة العمل الدولية؛ أودي كوكاتريكس من الميثاق العالمي للأمم المتحدة؛ وأريان هيجويش من معهد الأمم المتحدة للمرأة لبحوث السياسات.

إخلاء المسؤولية:

صدرت هذه المذكرة التوجيهية بدعم مالي من الاتحاد الأوروبي. ومحتوياته مسؤولية واضعها وحدهم ولا تعكس بالضرورة آراء الاتحاد الأوروبي.

تحرير: Proseworks

تصميم: Blossom | تحديث أوليفر غانتتر

وضع قيادة مؤسسية عالية المستوى للمساواة
المبنية على النوع الاجتماعي



المبدأ 1

معاملة كافة النساء والرجال بعدالة في
العمل- احترام ودعم حقوق الإنسان دون تمييز



المبدأ 2

ضمان صحة وسلامة ورفاه كافة العاملين
والعاملات



المبدأ 3

تشجيع التعليم والتدريب والتطوير المهني
للنساء



المبدأ 4

تنفيذ التطوير المؤسسي وسلسلة التوريد
وممارسات الأسواق التي تمكن المرأة



المبدأ 5

تعزيز المساواة من خلال المبادرات
المجتمعية والمناصرة



المبدأ 6

قياس ونشر التقارير حول التقدم في تحقيق
المساواة المبنية على النوع الاجتماعي



المبدأ 7

بتمويل من

إصدار

دعمًا ل



European Union



المبادئ العالمية
المعنية بتمكين
المرأة

وضعتها هيئة الأمم المتحدة للمرأة
ومكتب الاتفاق العالمي