

واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في الشركات العالمية في ظل جائحة كورونا
(تجارب دولية)

The reality of applying social responsibility in global
companies in light of the corona pandemic (International
experiences)

شوقي قبطان	خداوج ربيع*
جامعة يحي فارس، المدينة مخير التنمية المحلية المستدامة	جامعة يحي فارس، المدينة مخير التنمية المحلية المستدامة
kebtane.chaouki@univ-medea.dz	rebih.khedaoudj@univ-medea.dz
تاريخ النشر: 2024/01/14	تاريخ القبول: 2023/10/26
	تاريخ الاستلام: 2023/01/10

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تناول موضوع المسؤولية الاجتماعية وإظهار أهمية تبني الشركات لها في ظل جائحة كورونا، وتبسيط الضوء على مبادرات خلال الجائحة لشركات عالمية رائدة في المجال. تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، هذا ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة أنه للمسؤولية الاجتماعية دور جد كبير في تقليص ومواجهة الأضرار الناجمة عن الأزمات وخير مثال عن ذلك اسهامات الشركات الدولية التي تم ذكرها في الدراسة. الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، الشركات العالمية، جائحة كورونا. تصنيف JEL: M14.

Abstract:

This study aims to address the issue of social responsibility and to show the importance of companies adopting this concept in the corona pandemic. This study was based on the descriptive analytical method, One of the most important findings of this study is that social responsibility has a very big role in reducing and confronting the damage caused by crises, and the best example of this is the contributions of international companies that were mentioned in the study.

Keywords: social responsibility, global companies, Corona pandemic.

Jel Classification Codes: M14.

I. تمهيد:

واجهت المجتمعات والشركات على حد سواء تحديات جد كبيرة وغير متوقعة وقعت على عاتقها في ظل جائحة كورونا، الأمر الذي جعل هذه الشركات باعتبارها ناشطة اقتصادية تواجه هذا التغيير بجملة من الآليات والممارسات حتى تثبت فعاليتها في المجتمعات التي تنشط فيها، ولعل من أهم هذه الآليات والممارسات وأبرزها في ظل الجائحة هو تبني الشركة لما يسمى بالمسؤولية الاجتماعية التي تعود بالفائدة على الشركة نفسها، وعلى المجتمع وتعددها لتصل إلى الدولة، باعتبار المسؤولية الاجتماعية تعبير صريح من الشركات على أن علاقتها بالمجتمع الذي تنشط فيه ليست علاقة مالية محضة يحكمها البيع والشراء خاصة في الأزمات بل تتعداها إلى ما هو أسمى كالمساعدات المادية، المعنوية وحتى المالية للتعبير عن قوة الارتباط والمواطنة.

1.1. مشكلة الدراسة

تزايد الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية الأمر الذي حتم على الشركات تغيير سياساتها بما يتلاءم مع تطبيق هذا المفهوم باعتباره أصبح عامل مهم لبقاء المؤسسة وإثبات فعاليتها في المجتمعات التي تنشط فيها، وعلى ضوء ما سبق يمكن طرح الإشكالية كما يلي:

فيما يتمثل واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في الشركات العالمية في ظل جائحة كورونا؟

2.1. الأسئلة الفرعية

من خلال الإشكالية سابقة الذكر يمكن طرح الأسئلة الفرعية كما يلي:

• ماذا نعي بالمسؤولية الاجتماعية؟ وفيما تتمثل أهميتها؟

• ما هي أهم المؤسسات التي قدمت مساهمات في إطار المسؤولية الاجتماعية في ظل جائحة كورونا؟

3.1. الفرضيات

• المسؤولية الاجتماعية هي التزام المؤسسة في عدة مجالات اتجاه المجتمع بمجموعة من القرارات التي تحقق من خلالها المؤسسة الربح وتحل مشاكل المجتمع، كما تتمثل أهميتها في تحسين صورة المؤسسة في المجتمع الذي تنشط فيه وخاصة لدى الزبون والعامل؛

• من أهم المؤسسات التي قدمت مساهمات في إطار المسؤولية الاجتماعية في ظل جائحة كورونا ميكروسوفت، أمازون، علي بابا... إلخ.

4.1. أهمية الدراسة

تكتسي هذه الدراسة أهميتها من خلال الدور الكبير الذي يلعبه موضوع المسؤولية الاجتماعية في الشركات مما يستدعي التعرف على عدة جوانب تحيط بهذا الموضوع، ومحاولة إعطاء نماذج من الشركات العالمية التي تبنت المسؤولية الاجتماعية في ظل جائحة كورونا.

5.1. أهداف الدراسة

لكل دراسة أهداف تسعى إلى تحقيقها، وأهداف دراستنا تمثلت فيما يلي:

• التعرف على الخلفية النظرية لموضوع المسؤولية الاجتماعية؛

• محاولة إبراز بعض الشركات العالمية التي تبنت المسؤولية الاجتماعية في ظل جائحة كورونا.

6.1 الدراسات السابقة

لغرض استكمال الجانب النظري والجانب التطبيقي للموضوع لا بد من مراجعة الأبحاث والدراسات السابقة ذات الصلة بالموضوع وتقديم ما تناولته هذه الدراسات من متغيرات والتي يمكن الاستفادة منها في الدراسة الحالية لذا سيتم عرض بعض الدراسات السابقة التي تناولت متغيرات الدراسة.

دراسة (فريد خميلي) (2019) والتي حملت عنوان: واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية بشركة المراعي _ نموذجاً مقترحاً_ هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مفهوم المسؤولية الاجتماعية وأهميتها في تحقيق أهداف أصحاب المصالح وأيضا تبين أهم الأبعاد التي تركز عليها المسؤولية الاجتماعية وأيضا تحليل واقع هذه الأخيرة في شركة المراعي السعودية، كما استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، هذا وتوصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج والتي من أهمها أن شركة المراعي كانت سباقة بتجسيد المسؤولية الاجتماعية من خلال الاهتمام بكل الأطراف خاصة المجتمع.

دراسة (فارسي فاطنة ومخلوفي عبد السلام) (2020): والتي حملت عنوان: واقع تبني المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسيات هدفت هذه الدراسة إلى إبراز واقع تبني المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسيات ومعرفة إذا ما كانت المسؤولية الاجتماعية التزام أم إلزام، كما استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها: أن المسؤولية الاجتماعية للشركات متعددة الجنسيات هي مبادرات طوعية حيث لا وجود لقانون يلزم الشركات بممارسة المسؤولية الاجتماعية.

دراسة (عبد القادر شيباني ومحمد فلاق) (2021) والتي حملت عنوان: واقع استراتيجية المسؤولية الاجتماعية للشركات في الوطن العربي في ظل جائحة كورونا _ التجربة السعودية أنموذجاً_ هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع تبني استراتيجية المسؤولية الاجتماعية للشركات في الوطن العربي في ظل أزمة كورونا، وذلك من خلال الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، كما توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها ضرورة تطبيق المسؤولية الاجتماعية وتظافر جهود القطاعين العام والخاص لتجاوز جائحة كورونا.

دراسة (محمد الأمين دلهوم وأحمد يوسف) (2021) والتي حملت عنوان مساهمة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في تحقيق الرفاهية للمجتمع _دراسة حالة شركة CISCO، شركة INTEL، وشركة المراعي_، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى مساهمة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في تحقيق الرفاهية للمجتمع، بالاعتماد على منهج دراسة الحالة، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها وجود علاقة وطيدة تجمع المؤسسة بالمجتمع الذي تنشط فيه.

تموضع الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة: كان للدراسات السابقة تأثير جد كبير في توجيه الدراسة الحالية خاصة من ناحية الجانب النظري وهيكلته، لكن تبقى الدراسة الحالية مختلفة عن الدراسات

السابقة من حيث التطرق للموضوع من زاوية مختلفة ومن حيث الطرح، وكذا من حيث تشكيلة المؤسسات المعروضة كتجارب دولية في الدراسة.

5.1. منهج الدراسة

من أجل دراسة إشكالية البحث تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي للإلمام بمختلف جوانب الموضوع وهي طريقة يعتمد عليها الباحثون في الحصول على بيانات وافية ودقيقة لتصور الواقع والوصول إلى معرفة دقيقة تفصيلية وتحقيق فهم أفضل وأدق، ولأنه مناسب لوصف الظاهرة محل الدراسة المتمثلة في وصف واقع تطبيق المسؤولية الاجتماعية في الشركات العالمية في ظل جائحة كورونا وقد تم تقسيم هذه الدراسة إلى محورين كما يلي:

المحور الأول: عموميات حول المسؤولية الاجتماعية

المحور الثاني: نماذج تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات العالمية في ظل جائحة كورونا

أولاً: عموميات حول المسؤولية الاجتماعية

1. تعريف المسؤولية الاجتماعية

أدخل تعددت تعاريف المسؤولية الاجتماعية بتعدد آراء ووجهات نظر الباحثين والمفكرين، ومن بين هذه التعاريف نجد ما يلي:

المسؤولية الاجتماعية هي مجموعة من الالتزامات الطوعية التي لها بعد أخلاقي، اجتماعي واقتصادي، تقوم بها الشركة عن طريق إعطاء قوة تأثيرية اتجاه المجتمع الذي تنشط فيه من خلال رفع مستوى الرفاهية وتحسين جودة الحياة. (بعبرة و جعلاب، 2021، صفحة 152)

المسؤولية الاجتماعية هي المبادرات الطوعية التي تقوم بها الشركة في مجال مسؤوليتها اتجاه المجتمع الذي تنشط فيه بما لا يمس تحقيق عائد مناسب من جراء استثماراتها. (Amirat & Irki, 2019, p. 5)

المسؤولية الاجتماعية هي عقد غير إجباري تلتزم به الشركة اتجاه المجتمع الذي تنشط فيه قصد تحقيق مصالح متبادلة. (عمري، 2022، صفحة 46_47)

المسؤولية الاجتماعية هي مجموعة القرارات والأفعال التي تقوم بها الشركة لتحقيق أهداف المجتمع وأهداف الشركة على حده. (نويجي، 2018، صفحة 211)

المسؤولية الاجتماعية هي التزام طوعي ينطوي على الشعور بالواجب وإنجازه، وتشمل المسؤولية الاجتماعية الاهتمام بالغير ومساعدتهم لتحقيق مصلحة متبادلة تحقق الرفاهية والإيجابية. (بن شدة، 2021، صفحة 315)

المسؤولية الاجتماعية هي امتثال طوعي تلتزم من خلاله المؤسسة دمج الاعتبارات الاجتماعية والبيئية في ممارساتها. (Sahnoune & Backache, 2019, p. 93)

المسؤولية الاجتماعية هي التزام المؤسسة اتجاه المجتمع بشكل طوعي وأبعد من ما هو منصوص عليه في القوانين والنقابات. (Mahmoudi, without mentioning the year, p. 478)

المسؤولية الاجتماعية هي جملة البرامج والممارسات التي تتبناها المؤسسات التي تسعى وتطمح إلى التعاون من أفراد المجتمع الذي تنشط فيه لتحقيق تنمية اقتصادية واجتماعية مستدامة. (خلوفي و شريط، 2019، صفحة

(350)

المسؤولية الاجتماعية هي سلوك مسؤول والتزام أخلاقي اتجاه أصحاب المصلحة الأساسيين أو الثانويين، هذا وتعزز المسؤولية الاجتماعية مكانة الشركة في المجتمع باعتبارها وحدة اقتصادية واجتماعية أيضا. (ميسومي و إعطوي، 2018، صفحة 157)

المسؤولية الاجتماعية هي تصرف أخلاقي مسؤول تنتهجه الشركة اتجاه المجتمع الذي تنشط فيه واتجاه البيئة. (حسين و صديقي، 2021، صفحة 68)

المسؤولية الاجتماعية هي التزام المؤسسة اقتصاديا، أخلاقيا، قانونيا وإنسانيا اتجاه المجتمع بمجموعة من القرارات التي تحقق من خلالها الشركة الربح وتحل مشاكل المجتمع وتحافظ على البيئة. (العبادي، 2014، صفحة 165)

المسؤولية الاجتماعية هي التزام طوعي غير اجباري تلتزم به الشركة اتجاه المجتمع الذي تنشط فيه في عدة جوانب كالجانب الاقتصادي، الاجتماعي، البيئي... إلخ. (يونس، 2021، صفحة 89)

من خلال التعاريف السابقة وكتعريف إجرائي يمكن القول أن المسؤولية الاجتماعية هي مجموعة التصرفات الواعية والمسؤولة التي لها طابع طوعي خارج نطاق الالتزام، والتي تتخذها الشركة اتجاه المجتمع الذي تنشط فيه بقصد تحقيق أهداف المؤسسة المتمثلة في تحقيق الربح وأهداف المجتمع المتمثلة في تحقيق الرفاهية وتحسين المستوى المعيشي.

2. أهمية المسؤولية الاجتماعية

للمسؤولية الاجتماعية أهمية جد كبيرة وبالغة تعود في بادئ الأمر بالإيجاب على الشركة في حد ذاتها وتمتد لتصل للمجتمع والدولة أيضا، وفيما يلي عرض للأهمية التي تجنبا الشركة، المجتمع والدولة من المسؤولية الاجتماعية:

1.2. بالنسبة للشركات: للمسؤولية الاجتماعية أهمية جد كبير تحققها للمؤسسة والتي نذكر منها ما

يلي: (الزريقات، 2012، صفحة 295)(Liazid, 2018, p. 296)

- تحسين صورة الشركة في المجتمع الذي تنشط فيه وخاصة لدى الزبون والعامل؛
- تحسين مناخ العمل وبعث روح التعاون والترابط بين مختلف المستويات والأطراف؛
- تحقق المسؤولية الاجتماعية تجاوبا فعالا مع التغيرات الحاصلة في حاجات المجتمع؛
- رفع المردود المادي والأداء المتطور.

2.2. بالنسبة للمجتمع: يعتبر المجتمع الراجح الأكبر من جراء تبني المؤسسات للمسؤولية الاجتماعية، هذا

وتتمثل أهمية المسؤولية الاجتماعية للمجتمع فيما يلي: (كريم، 2021، صفحة 47_48)

- رفع مستويات التكافل الاجتماعي بين جميع شرائح المجتمع؛
- الاستقرار الاجتماعي الناتج عن مبدأ العدالة الاجتماعية وتكافؤ الفرص اللذان تفرضهما المسؤولية

الاجتماعية؛

- تحسين نوعية الحياة من حيث البنى التحتية ومن حيث المستوى الثقافي؛
- الوعي بمدى أهمية الاندماج بين مؤسسات المجتمع وأصحاب المصلحة.

3.1. بالنسبة للدولة: هذا والمسؤولية الاجتماعية أهمية بالغة التأثير على مستوى الدولة ككل وتتجلى هذه

الأهمية من خلال ما يلي: (محمد و السمالك، 2022، صفحة 283)

- تخفيف الأعباء على الدولة في سبيل أداء الخدمات الصحية، الثقافية، التعليمية... إلخ؛
- تعظيم عوائد الدولة بسبب وعي المؤسسات بأهمية وفائدة المساهمة الصحيحة والعادلة في تحمل التكاليف الاجتماعية؛
- المساهمة في التطور التكنولوجي والتخفيف أو حتى القضاء على البطالة.

بناءً على ما سبق يمكن القول أن للمسؤولية الاجتماعية أهمية جد كبيرة وبالغة على مستويات عديدة تبدأ من الشركة ذاتها باعتبار تبني الشركة للمسؤولية الاجتماعية وتجسيدها على أرض الواقع يظهر وقوف وتأزر الشركة مع المجتمع الذي تنشط فيه الأمر الذي يرفع مكانتها بين أفراد المجتمع فيزيد بطريقة مباشرة أو غير مباشرة عدد زبائنها وأيضا ينم تبني المسؤولية الاجتماعية في الشركة على اعتمادها ثقافة تنظيمية مبنية على التعاون والتأزر مما ينعكس بالإيجاب على كفاءة وفعالية أداء العاملين فيها، أما فيما يتعلق بأهمية المسؤولية الاجتماعية التي يجننها المجتمع فتظهر من خلال استشعار أفراد المجتمع للعادلة الاجتماعية الأمر الذي ينجر عنه استقرار جمعي وتقارب في جودة الحياة وتخفيف آثار الفوارق الطبقيّة مما يدعم تحقيق المصالح المتبادلة التي تفضي لرفاهية المجتمع، أما بالنسبة لما يتعلق بالفوائد التي تجننها الدولة من جراء تبني الشركات للمسؤولية الاجتماعية فهي كثيرة أيضا ولعل من أهمها تقاسم الأعباء مع الدولة وتخفيف الضغط والحمل عنها والمساهمة في تطوير البنى التحتية لها.

3. مبادئ المسؤولية الاجتماعية

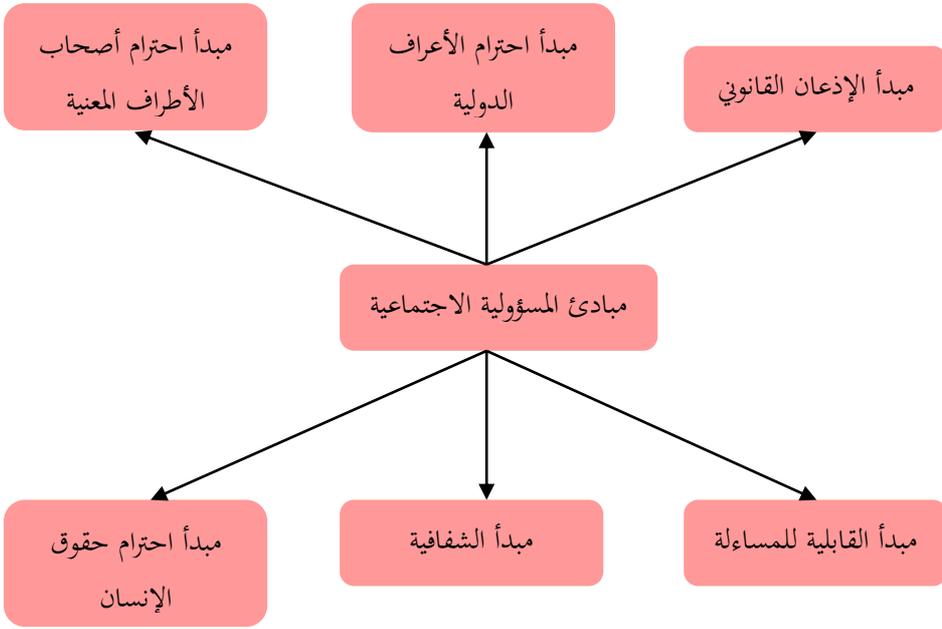
للمسؤولية الاجتماعية جملة من المبادئ التي تقوم عليها والتي من أهمها ما يلي: (سلخين، 2021، صفحة

73)

- مبدأ الإذعان القانوني: يقوم على أساس التزام الشركة بكل القوانين واللوائح والأنظمة المحلية والدولية؛
- مبدأ احترام الأعراف الدولية: يقوم على أساس احترام الشركة للاتفاقيات الدولية؛
- مبدأ احترام مصالح الأطراف المعنية: يقوم على أساس إقرار الشركة وتقبلها لتنوع الأطراف المعنية وتعددتها؛
- مبدأ القابلية للمساءلة: يقوم على أساس كشف الشركة للجهات المتحكمة عن سياستها بشكل منظم؛
- مبدأ الشفافية: يقوم على أساس إفصاح الشركة وبدقة عن أنشطتها؛

- مبدأ احترام حقوق الإنسان: ويقوم على أساس تنفيذ الشركة لممارساتها وسياساتها بالأخذ بعين الاعتبار احترام حقوق الإنسان. وفي الشكل الموالي يلخص المبادئ سابقة الذكر:

الشكل رقم (02): مبادئ المسؤولية الاجتماعية



المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على المعلومات السابقة

4. أبعاد المسؤولية الاجتماعية

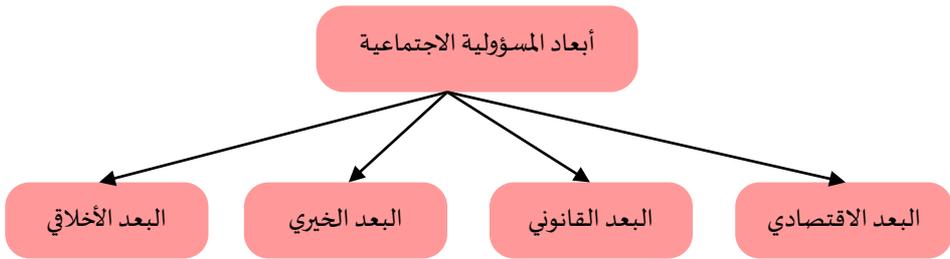
تعددت وجهات نظر الباحثين فيما يتعلق بأبعاد المسؤولية الاجتماعية، غير أن جملها اتفقت على وجود أربع أبعاد للمسؤولية الاجتماعية والتي سنتطرق إليها كما يلي:

- **البعد الاقتصادي:** يشير هذا البعد إلى سعي المؤسسة أن تكون أعمالها نافعة اقتصاديا وتزيد من قيمة الشركة، بالإضافة إلى تحقيق الأمن الوظيفي وإتاحة الفرص للترقية وتوفير المناخ المناسب؛ (الشلمة و الصراف، 2018، صفحة 89)

- **البعد القانوني:** يشير هذا البعد إلى ضرورة أن تكون الشركة خاضعة في كل ممارساتها للقوانين وعدم تجاوزها حتى تتحقق المصلحة العامة وتكسب ثقة المجتمع؛ (Bohlouli, 2015, p. 348)

- **البعد الأخلاقي:** يستند هذا البعد إلى معايير أخلاقية من عادات وتقاليد وأعراف تندرج في إطارها العدالة في التوظيف، مراعاة حقوق الإنسان، احترام العادات... إلخ؛ (صالح، تجيل، و محمد، 2021، صفحة 204)
- **البعد الخيري:** يشير هذا البعد إلى تحسين نوعية الحياة بصفة عامة وما ينجر عنها من ممارسات تتصف بالطوعية لا الإلزام ولا ترمي من خلالها إلى تحقيق الربح وفائدتها تكون لصالح المجتمع ككل أو لفئات معينة كاليتامى، الأرملة، كبار السن... إلخ. (الجادر و السعيد، 2021، صفحة 124)

والشكل الموالي يلخص أبعاد المسؤولية الاجتماعية سابقة الذكر:
الشكل رقم (01): أبعاد المسؤولية الاجتماعية



المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على المعلومات السابقة

5. معوقات المسؤولية الاجتماعية

قد تفشل الشركات في تجسيد المسؤولية الاجتماعية بسبب عدة عوائق والتي يمكن إدراجها كما يلي: (خليل، 2018، صفحة 82)

- افتقاد بعض الشركات لوجود دائرة للعلاقات للإعلام؛
- نقص إدراك مفهوم المسؤولية الاجتماعية من قبل رؤساء الأقسام؛
- عدم إدراك مدى أهمية العمل ببرامج المسؤولية الاجتماعية؛
- اتخاذ القرارات الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية بصفة انفرادية من قبل الإدارة العليا دون اشراك باقي الإدارات؛
- ضعف العلاقات الإعلامية بين الشركات والمجتمع الذي تنشط فيه.

ثانياً: نماذج تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات العالمية في ظل جائحة كورونا
هناك العديد من الشركات الدولية التي ساهمت بدور جد كبير وفعال في مواجهة وتصدي جائحة كورونا من خلال تبنيها للمسؤولية الاجتماعية، ومن بين أهم هذه الشركات نذكر ما يلي:

1. شركة مايكروسوفت (Microsoft)

تعد شركة Microsoft من كبرى شركات البرمجيات في العالم، وقد احتلت المرتبة الخامسة في قائمة أفضل 100 شركة تمارس أنشطة المسؤولية الاجتماعية في العالم، من خلال عدة أنشطة والتي من بينها ما يلي: (موسى و شرع، 2021، صفحة 281_282)

• في مجال الرعاية الصحية: أصدرت الشركة نموذج Power Platform جديد لمساعدة العميل على مشاركة المعلومات، وتم تأكيده فعلا من طرف أزيد من 2000 عميل حول العالم، وتم توسيع الشراكة الحالية مع Adaptive Biotechnologies لتعيين استجابة الجهاز المناعي لجائحة كورونا قصد تسريع تطوير العجلات، وخلال السنة المالية 2020 تبرعت شركة Microsoft بـ 1.9 مليار دولار من المنتجات والخدمات لفائدة 243 ألف منظمة غير ربحية على مستوى العالم لخدمة مجتمعاتهم؛

• في مجال الاهتمام بالموظفين والسلامة المهنية: غيرت جائحة كورونا طريقة عمل الشركات من بينها شركة Microsoft التي مكنت موظفيها من العمل عن بعد وإطلاق مبادرة عالمية غايتها جذب المهارات الرقمية لـ 25 مليون شخص حول العالم عند نهاية 2020، وخلال سنة 2020 تمكن موظفي شركة Microsoft من التبرع بـ 220.6 مليون دولار لأزيد من 86000 منظمة غير ربحية وذلك عن طريق الخصومات التكنولوجية والتبرعات، والتطوع لأكثر من 754900 ساعة في الولايات المتحدة، بالإضافة إلى الحفاظ سلامة وأمن الموظفين ورقمنة العمليات التجارية؛

• في مجال الاهتمام بالبيئة: خصصت شركة Microsoft مليار دولار من رأس مالها الخاص في صندوق الابتكار المناخي في بداية 2020 تحت إطار استراتيجية بيئية للاستثمار في تقنيات حديثة لتقليل الكربون وإزالته، وتصميم منصة حوسبة كوكبية حديثة بهدف المساعدة في إدارة الأنظمة الطبيعية للأرض ومعالجة أزمة المناخ، هذا وبحلول عام 2025 سيكون إمدادها 100% مصدره الطاقة المتجددة من خلال اتفاقية شراء الطاقة الخضراء، أما بحلول عام 2050 سيزول من البيئة كل الكربون المنبعث من الشركة؛

• في مجال التعليم والسلامة الرقمية: أطلقت شركة Microsoft مبادرة بخصوص برنامج مهارات عالمية عن طريق مساعدة أزيد من 25 مليون إنسان بطلال حول العالم لإكسابه مهارات في مجال الرقمنة، واستثمار 20 مليون دولار لإتاحة البيانات والتحليلات للحكومات في جميع أنحاء العالم، تعزز شركة Microsoft ثقافة العمل الهجين وإشراك المتعلمين بالذكاء الافتراضي.

كما كان لشركة مايكروسوفت أيضا عدو مساهمات في إطار المسؤولية الاجتماعية في ظل جائحة كورونا والتي من بينها ما يلي: (Microsoft, 2020)

• الشراكة مع اتحاد الحوسبة عالي الأداء التابع لمكتب البيت الأبيض لسياسات العلوم والتكنولوجيا لدعم الباحثين والأوساط الأكاديمية؛

• العمل مع كلية الصحة العامة بجامعة براون ومركز إدmond جيه سافرا للأخلاقيات في جامعة هارفارد لمساعدة الجميع على معرفة مكان الشركة مع الوباء ومساعدة صانعي السياسات في توجيه استجاباتهم؛

- الانضمام إلى جامعة أكسفورد ومبادرة تعقب الاستجابة الحكومية الخاصة بهم لتتبع ومقارنة استجابات الحكومات والسياسات للتصدي لـ Covid-19 حول العالم؛
- كونك عضواً مؤسساً في The Trinity Challenge، وهو تحالف من المنظمات الخاصة والأكاديمية والاجتماعية التي تستخدم البيانات والتحليلات المتقدمة لمنع الوباء التالي؛
- أنشأت الشركة مقياساً فريداً يسمى التقدم إلى الصفر لمساعدة الجميع على فهم التقدم في الحد من حالات Covid-19 والاستشفاء والوفيات.

2. شركة علي بابا

اتخذت شركة علي بابا مجموعة من القرارات تدل على تبنيها للمسؤولية الاجتماعية، فقد أعلنت شركة علي بابا تخصيص مبلغ وقدره 100 مليون يوان بما يعادل 14.4 مليون دولار وذلك للمساعدة في العثور على لقاح كورونا، و 40 يون بما يعادل 5.8 مليون دولار تبرع لمنظمتين بحثيتين في الصين أما المبلغ المتبقي فسيوجه لدعم تدابير الوقاية وللعالج، هذا وقامت شركة علي بابا بشراء المنتجات من الشركات الصينية بسعر معين وعرضها بسعر أقل للمستهلك الصيني، فشركة علي بابا لم تكن تهدف للتخلص من الأزمة بخسائر أقل بل على العكس فقد توجهت الشركة إلى دعم الشركات المتضررة من الأزمة، وأعلنت عن تقديمها لقروض بقيمة 20 مليار يوان بما يعادل 2.86 مليار دولار بفائدة منخفضة لفائدة الشركات الصغيرة والمتوسطة التي كان لها تعاملات تجارية مع شركة علي بابا لأزيد من عام مع تخصيص نصف المبلغ لصالح الشركات الموجودة في إقليم هوبي كونه الإقليم الأكثر تضرراً من جائحة كورونا، وتخصيص النصف الآخر م المبلغ لباقي شركات الصين، وعلى هذا الأساس فقد تحملت شركة علي بابا مسؤوليتها الاجتماعية وقامت بدور جد كبير باعتبارها جزء لا يتجزأ من الدولة، هذه الأخيرة التي هيأت المناخ للشركة. (قمان و بوسعدية، 2021، صفحة 109_110)

3. شركة Lego

تعد شركة Lego شركة دنماركية تصنع مكعبات اللعب الملونة للأطفال م أفضل الشركات سمعة من حيث المسؤولية الاجتماعية حيث تحصلت على المركز الأول في قائمة 2020 في مجال جهودها المبدولة لتحقيق الاستدامة البيئية ويظهر ذلك من خلال مسؤوليتها اتجاه الأطفال فقد قررت أن تستثمر 150 مليون دولار لتحسين الألعاب من أجل البيئة في الفترة الممتدة من 2015 إلى 2030، وأعطت الشركة أولوية كبيرة للمسؤولية الاجتماعية بإدماجها في كل ما تفعله وهذا ما أظهرته خلال أزمة كورونا، حيث قامت شركة Lego بتصنيع معدات واقية للعمال في مجال الرعاية الصحية على الخطوط الأمامية لمواجهة جائحة كورونا حيث أعلنت شركة Lego عن تعديلها للآلات في مصنعها في بيلوند بالدنمارك لتصنيع معدات الحماية الشخصية، وتنتج بمشاركة 100 موظف ما قدره 13000 قناع بلاستيك يوميا للعمال في المؤسسات الاستشفائية بالدنمارك، بالإضافة إلى التبرع بما قيمته نصف مليون و50 مليون دولار لمساعدة الأطفال المحتاجين. (صديقي و بلعيد، 2021، صفحة 84_85)

4. شركة Amazon

تعتبر شركة Amazon شركة مختصة في البيع بالتجزئة عبر الأنترنت، مصنع برامج قراءة الكتب الإلكترونية وموفر خدمات الويب، يقع مقر شركة Amazon في سياتل بواشنطن، أكدت شركة Amazon تواجدها الكبير على الأنترنت منذ 2012، هذا واعتزمت شركة Amazon إنفاق ملايين الدولارات خلال جائحة كورونا لتطوير قدرات اختبار الفيروس لجميع موظفيها الذين يشتغلون في الخط الأمامي وتوفير معدات الحماية الشخصية بالإضافة للمعقمات لمئات الآلاف من عمال الشركة، هذا وقامت شركة Amazon إلى غاية شهر ماي 2020 إلى تجسيد المسؤولية الاجتماعية من خلال ما يلي: (بورناني و سمايلي، 2021، صفحة 345_347)

- شراء 100 مليون قناع وجه لكل الشركاء والساتنين وعمال الدعم في شبكة عملياتها؛
- اقتناء أزيد من 1000 كاميرا حرارية و31000 مقياس حرارة يستخدم في إجراء فحوصات يومية إجبارية لدرجات حرارة العمال وعمال الدعم في كل مواقع عملياتها وأسواق وكناجر بيع الأطعمة؛
- تشكيل فريق يضم علماء، باحثين، مدراء برامج، متخصصين في الشراء ومهندسي برمجيات لدعم إجراء اختبارات الفيروس؛
- توظيف 100000 عامل إضافي ومنح زيادات للعمال الحاليين للتعامل مع تداعيات فيروس كورونا؛
- إنشاء صندوق بقيمة 25 مليون دولار لمساعدة سائقي التوصيل والعمال الموسمين للتعامل مع الفيروس، وصندوق بقيمة 5 ملايين دولار لمساعدة الشركات الصغيرة المتضررة في سياتل.

5. شركة INTEL

تعد شركة INTEL من أكبر الشركات المتخصصة في رقاقات ومعالجات الكمبيوتر، وقد حققت الشركة تقدما كبيرا لخفض انبعاثات غازات الدفينة، وتوفير كميات ضخمة من المياه في المجتمعات المحلية، وتحقيق المساواة في الأجور بين الجنسين لدى قوتها العاملة حول العالم وغيرها، كما كان لشركة INTEL مساهمات في مجال المسؤولية الاجتماعية خلال تفشي جائحة كورونا عبر جملة من الخطوات والتي من بينها ما يلي: (توام و رزاي، 2020، صفحة 35_36)

- إحداث نقلة نوعية في كل من مجالي الصحة والسلامة باستخدام التكنولوجيا: حيث ستعاون شركة INTEL مع شركائها في الحكومات والقطاعات الصحية وعلوم الحياة لتوظيف التطورات التقنية في مبادرات التصنيع؛ النقل والرعاية الصحية، وستشمل هذه الجهود مبادرة تكنولوجية خاصة بالاستجابة الوبائية، والتي وتشمل على تطبيق تقنيات الحوسبة السحابية والذكاء الاصطناعي في تشخيص وعلاج فيروس كورونا؛
- تتعاون شركة INTEL مع الحكومات والمجتمعات لتغطية الفجوة الرقمية وتوسيع نطاق الوصول إلى المهارات التقنية لتولي الوظائف المتاحة حاليا ومستقبلا؛
- التزمت شركة INTEL بالتبرع ب 10 ملايين دولار في شكل تبرعات لجهود الإغاثة العالمية ضد فيروس كورونا وتقديم 50 مليون دولار في إطار مبادرة تكنولوجيا الاستجابة لمكافحة جائحة كورونا عن طريق تسريع إتاحة

التكنولوجيا العديد من المجالات، وإنشاء صندوق ابتكار إضافي خاص بالطلبات التي تحتاج إلى الوصول لخبرات وموارد شركة INTEL :

• تعاونت شركة INTEL مع أزيد من 100 شركة لإطلاق حوالي 200 مشروع بتكلفة تزيد عن 30 مليون دولار من إجراءات الاستجابة لجائحة كورونا، هذا وزودت شركة INTEL مُصنعي أجهزة التنفس الصناعي بالأجزاء والقطع الأساسية، وإنشاء وحدات افتراضية للعناية المشددة؛

• قامت شركة INTEL بالشراكة مع المستشفيات في الصين، طورت هوبينغ ميديكال خوارزميات تعتمد على بيانات التصوير المقطعي من أكثر من 4000 حالة مؤكدة من فيروس كورونا ونشرت نظام الفحص بمساعد الذكاء الاصطناعي في أزيد من 20 مستشفى في الصين.

II. نتائج الدراسة:

أثرت جائحة كورونا بشكل كبير على تطبيق المسؤولية الاجتماعية في الشركات العالمية ومن المهم ملاحظة أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تشمل الالتزام بالمعايير الأخلاقية والقانونية في أعمالها، وتحقيق الربحية في إطار تلك المعايير.

هذا وتأثرت الشركات العالمية بجائحة كورونا على عدة مستويات، حيث منها من غيرت استراتيجياتها وعملياتها للتكيف مع التحديات الجديدة التي فرضتها الأزمة الصحية. وفي هذا السياق، اتخذت الشركات العديد من الإجراءات الرامية إلى دعم المجتمعات والعملاء والموظفين، مثل تقديم الدعم المالي والموارد اللازمة للجهات الخيرية والمنظمات غير الحكومية، وتحسين شروط العمل للموظفين، وتوفير المنتجات والخدمات الضرورية للعملاء.

هذا وعززت بعض الشركات صورتها العامة من خلال تقديم الدعم والمساعدة للمجتمعات، وذلك يمكن أن يكون له تأثير إيجابي على سمعتها ووفاءً لمسؤولياتها الاجتماعية. ومع ذلك، فإن هذا النوع من الإجراءات لا يعد بمثابة بديل لتحقيق المعايير الأخلاقية والبيئية والاقتصادية المطلوبة في جميع جوانب أعمال الشركة.

ومن جهة أخرى، اتخذت بعض الشركات إجراءات تتعلق بالحد من انتشار الجائحة، مثل تقليل الأنشطة اللامهمة وتطبيق إجراءات التباعد الاجتماعي والتعقيم وتوفير الأدوات الوقائية للموظفين. وهذه الإجراءات تعكس التزام الشركات بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمعات والموظفين والعملاء.

وأخيرا يمكن القول أن جائحة كورونا أظهرت بشكل واضح أن المسؤولية الاجتماعية للشركات ليست مجرد مسألة ثانوية بل هي جزء أساسي من أعمالها واستراتيجياتها. وتواجه الشركات تحديات جديدة في تطبيق المسؤولية الاجتماعية خلال جائحة كورونا وما بعدها، ويتطلب ذلك الابتكار والتكيف مع الظروف الجديدة والتحديات المستجدة

III. الخلاصة:

فرضت المسؤولية الاجتماعية نفسها على الشركات لا سيما باجتياح جائحة كورونا العالم، حيث كانت الجائحة بمثابة الفرصة التي أثبتت دعم الشركات للمجتمعات التي تنشط فيها، وعليه عمدت الكثير من الشركات

لتبني المسؤولية الاجتماعية للتصدي لهذه الجائحة والخروج منها بأقل الخسائر، هذا وخلصت هذه الدراسة لوجود استجابات جد قوية لجملة من الشركات العالمية من بينها النماذج التي تناولتها الدراسة حيث كانت استجاباتها ذات قيمة جد كبيرة وفيما يلي عرض لأبرز نتائج هذه الدراسة:

- للمسؤولية الاجتماعية أهمية بالغة تعود على الشركة، المجتمع والدولة بالنفع؛
- المسؤولية الاجتماعية ضرورة وليست خيار لا سيما وقت الأزمات؛
- للمسؤولية الاجتماعية دور جد كبير في التقليل ومواجهة الأضرار الناجمة عن الأزمات؛
- تبرع شركة Microsoft بقيمة جد معتبرة من منتجاتها لمنظمات غير ربحية وتطوع العاملين فيها بساعات إضافية لصالح الولايات المتحدة؛
- خصصت شركة علي بابا تخصيص مبالغ كبيرة للمساعدة في العثور على لقاح كورونا، وتبرعت لمنظمتين بحثيتين في الصين ودعم تدابير الوقاية وللعلاج؛
- صنعت شركة Lego معدات واقية لعمالها وعدلت للآلات في مصنعها في لتصنيع معدات الحماية الشخصية، وتبرعت بأقنعة بلاستيكية للمؤسسات الاستشفائية؛
- تبرعت شركة Amazon بأقنعة واقية لعمالية مع السهر على الإزامية الفحوصات اليومية والتبرع بمبالغ معتبرة للمؤسسات الصغيرة والمعتبرة؛
- تبرعت شركة INTEL لمصنعي أجهزة التنفس الصناعي بالأجزاء والقطع الأساسية، ودخلت في شراكة مع مستشفيات صينية.

هذا ويمكن ختم دراستنا بجملة من التخصصات والتي من بينها ما يلي:

- وضع صناديق خاصة بها إسهامات مالية في إطار المسؤولية الاجتماعية تحسبا للأزمات؛
- ينبغي على الشركات التخطيط المسبق لمواجهة أي أزمة مستقبلية والتفكير في تطبيق إجراءات الوقاية والتعامل معها، وذلك بالتعاون مع الجهات المختصة والخبراء في المجال؛
- ينبغي أن تكون الشركات قادرة على الاستجابة السريعة لأي أزمة مستقبلية، وذلك من خلال إعداد خطط الطوارئ والتدريب المناسب للموظفين؛
- ينبغي على الشركات التحول الرقمي والاستفادة من التكنولوجيا والحلول الذكية في إدارة الأزمات المستقبلية، وذلك لتحقيق الكفاءة والفعالية في التعامل معها؛
- ينبغي على الشركات الحرص على التواصل المستمر مع الجمهور والمجتمعات المحلية والموظفين، وتوفير المعلومات اللازمة والصحيحة حول الأزمة والإجراءات المتخذة لمواجهتها؛
- ينبغي على الشركات دعم المجتمعات المتأثرة بأي أزمة مستقبلية، وذلك من خلال تقديم الدعم المادي والمعنوي للمنظمات الخيرية والجمعيات التطوعية التي تعمل في المجال الاجتماعي والصحي.

.....

- الحالات والمراجع:

باللغة العربية:

1. أحمد سلخين. (2021). نحو تطبيق المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات الاقتصادية: تجارب دولية وعربية ناجحة. المجلة المتوسطة للقانون والاقتصاد، 6(1)، 73.
2. أريج سعد خليل. (2018). قياس المسؤولية الاجتماعية وفق المواصفة ISO26000: دراسة حالة في مصرف الرشيد _بغداد_. المجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك، 10(2)، 82.
3. الجبالي ميسومي، و جلول لعطوي. (2018). تأثير المسؤولية الاجتماعية على موجه الاتصال التسويقي: دراسة ميدانية على مؤسسة سويتلي لإنتاج الحليب ومشتقاته بمدينة عين وسارة ولاية الجلفة. مجلة المعيار، 9(2)، 357.
4. حيدر عباس كريم. (2021). المسؤولية الاجتماعية لدى المنظمات الاقتصادية من وجهة نظر الموظفين الاقتصاديين: دراسة تطبيقية. المجلة العراقية لبحوث الانسانية والاجتماعية والعلمية(1)، 47_48.
5. خالد خلف سالم الزريقات. (2012). أثر التوجه الاستراتيجي في تحقيق المسؤولية الاجتماعية: دراسة تطبيقية في المصارف التجارية الأردنية. مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة(31)، 295.
6. خضرة صديقي، و حياة بلعبد. (2021). المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات خلال تداعيات جائحة كورونا. مجلة الحكمة للدراسات الاجتماعية، 9(3)، 84_85.
7. رضا موسى، و يوسف شرع. (2021). المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية كآلية لتجاوز تحديات جائحة كورونا: عرض تجارب بعض الشركات الدولية. مجلة إضافات اقتصادية، 5(2)، 281_282.
8. زاهية توام، و سعاد زراي. (2020). تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل جائحة كورونا نموذج عن شركات عالمية. مجلة الميادين الاقتصادية، 3(1)، 35_36.
9. سامي عمري. (2022). دور المسؤولة الاجتماعية في دعم نظام الإدارة البيئية EMS _دراسة حالة مؤسسة ميشلان_. مجلة معهد العلوم الاقتصادية، 25(1)، 46_47.
10. سفيان خلوفي، و كمال شريط. (2019). المسؤولية الاجتماعية للشركات الصناعية في قطاع الصناعة الغذائية بالمملكة العربية السعودية: دراسة حالة شركة الماعي، الرياض، المملكة العربية السعودية. مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية، 10(3)، 350.
11. سهير عادل حامد الجادر، و ساجدة عبد الرضا ثابت السعيد. (2021). القيادة الاستراتيجية وتأثيرها في المسؤولية الاجتماعية. مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة(64)، 124.
12. طارق بورناني، و نوفل سمايلي. (2021). مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات خلال جائحة كورونا. مجلة الأصيل لبحوث الاقتصاد والإدارة، 5(1)، 345_347.
13. علي وليد حازم العبادي. (2014). أبعاد المسؤولية الاجتماعية وانعكاسها على المكانة الذهنية للشركة: دراسة استطلاعية لآراء المدراء في مصنع البان الموصل. مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، 10(32)، 165.
14. فاطمة الزهراء نويجي. (2018). واقع المسؤولية الاجتماعية في البنوك: دراسة حالة البنك الأهلي السعودي. مجلة الاقتصاد والتنمية(10)، 211.
15. فطوم بعيرة، و الزهرة جلاب. (2021). واقع المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للمؤسسات العمومية الجزائرية في ظل الأوبئة العالمية كوفيد 19 _شركة سوناطراك أنموذجًا_. مجلة وحدة البحث وتنمية الموارد البشرية، 12(1)، 152.
16. كلثوم بن شدة. (2021). مقترح برنامج إرشادي لتنمية المسؤولية الاجتماعية كمدخل لتحسين جودة الحياة لدى تلاميذ المرحلة الثانوية. مجلة الروانز، 5(2)، 315.
17. ماهر عبد السادة صالح، علي محمد تجيل، و محمود إسماعيل محمد. (2021). الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية وتأثيرها في تحقيق أهداف التنمية المستدامة: بحث تطبيقي في الشركة العامة للصناعات الغذائية _معمل البان الديوانية_. مجلة دراسات مالية ومحاسبية، 16(55)، 204.

18. محمد طلال محمد، و منال عبد الجبار السماك. (2022). قياس مدى توفر أبعاد المسؤولية الاجتماعية في مديرية تربية سميل من وجهة نظر العاملين فيها: دراسة تحليلية. مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، 18(57)، 283.
19. مصطفى قمان ، و مسعود بوسعدية. (2021). مساهمة المسؤولية الاجتماعية للشركات في إدارة الأزمات والوقاية منها: أزمة فيروس كورونا (COVID-19) نموذجا _تجارب دولية_. مجلة الحوكمة، 3(2)، 109_110.
20. مصطفى يونسى. (2021). أثر المسؤولية الاجتماعية في تحقيق حوكمة الشركات: دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الاقتصادية. مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، 5(2)، 89.
21. ميسون عبد الله أحمد الشلمة، و سعى نظير حميد الصراف. (2018). المسؤولية الاجتماعية مدخل لتحقيق التميز التنظيبي: دراسة استطلاعية لأراء عينة من العاملين في مستشفى السلام. مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، 1(41)، 89.
22. يوسف حسين، و إسماعيل صديقي. (2021). دراسة تقييمية لعلاقة المسؤولية الاجتماعية بالتنمية المستدامة. (يوسف حسين، و إسماعيل صديقي، المحررون) مجلة التحليل والاستشراف الاقتصادي، 2(1)، 68.
- بلغة أجنبية:

23.Amirat, I., & Irki, H. (2019). The realiti of social responsibility in algeria's private company adopting ISO26000: case study of _NCA Rouiba_. *journal of business administration and economic studies*, 5(2), 5.

24.Bohlouli, S. (2015). corporate social responsibility in algeria: empirical study of many corporations. *Roa Iktissadia Review*(9), 348.

25.Liazid, O. (2018). The impact of social responsibility on competitiveness of small and medium_sized enterprises (SMEs) a field study of some SMEs in tlemcen. *afak for Economic Studies*(5), 296.

26.Mahmoudi, H. (without mentioning the year). Social responsibility and sustainble development in the enterprise, what relationship? case study: experiment of algerian economic enterprise. *Journal of Law and Human Sciences_ Economic Studies_*, 478.

27.Sahnoune, M., & Backache, O. (2019). The impact of corporate social responsibility CSR on the promotion of the hodna milk' sustainability. *finance and business economics review*, 93.

الإحالات:

28.Microsoft. (2020, 04 21). *Home Page*. Consulté le 03 18, 2023, sur Microsoft:

<https://blogs.microsoft.com/on-the-issues/2020/11/09/ai-for-health-covid-19-update/>