

المسؤولية الاجتماعية للشركات العربية في مواجهة جائحة كورونا (Covid 19)

عرض تجارب لشركات إماراتية رائدة والدروس المستفادة منها

Arab corporate social responsibility in the face of the Corona pandemic (Covid 19)

Presenting the experiences of leading Emirati companies and the lessons learned from them

أ.د/عمار طهرات

جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف

a.tahrat@univ-chlef.dz

تاريخ القبول: 2022/12/08

د/مولاي خليل

جامعة احمد زبانه غليزان (الجزائر)، *

moulay.khellil@univ-relizane.dz

تاريخ الاستلام: 2022/10/03

مستخلص:

يهدف من خلال هذه الدراسة إلى تبيان مساهمة المسؤولية الاجتماعية للشركات العربية في مواجهة فيروس كورونا (Covid 19). من خلال عرض بعض التجارب التي تخص شركات إماراتية رائدة و استخلاص الدروس المستفادة منها، معتمدين في ذلك على المنهج الاستنباطي بأداتيه الوصف والتحليل لملائمته و طبيعة الدراسة.

خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان من أهمها: أن الشركات الإماراتية لعبت دورا فعالا تجاه المجتمع في ظل جائحة كورونا مما يؤدي إلى زيادة ثقة أصحاب المصالح من حملة الأسهم والمستهلكين والعملاء والموردين تجاه هذه الشركات. كما كشفت الدراسة أن الشركات الإماراتية في إطار مسؤوليتها الاجتماعية خلال كورونا قامت بمبادرات تجاوزت حدود بلدانها الأصلية بحيث امتدت إلى دول أخرى في مختلف قارات العالم.

الكلمات المفتاحية: مسؤولية اجتماعية، جائحة كورونا، شركات عربية .

تصنيف O2 ، M14:JEL

Abstract:

Through this study, we aim to demonstrate the contribution of the social responsibility of Arab companies in facing the Corona virus (Covid 19), by presenting some experiences of leading Emirati companies and drawing lessons learned from them, relying on the deductive approach with its tools of description and analysis for its suitability and the nature of the study.

The study concluded with a set of results, the most important of which was: that Emirati companies played an effective role towards society in light of the Corona pandemic, which leads to an increase in the confidence of

* المؤلف المراسل: خليل مولاي.

stakeholders from shareholders, consumers, customers and suppliers towards these companies. The study also revealed that Emirati companies, within the framework of their social responsibility during Corona, took initiatives that went beyond the borders of their countries of origin, extending to other countries on various continents of the world.

Keywords : Social responsibility, Corona pandemic, Arab companies.

Jel Classification Codes : M14, O2

مقدّمة :

إن المتابع للتحوّلات الاقتصادية الحديثة التي طرأت على مشهد الأعمال العالمي، يدرك بأن تقييم المؤسسات وبالتحديد الخاصة منها، اليوم لم يعد يعتمد على ربحيتها فحسب فقد ظهرت مفاهيم حديثة تساعد على خلق بيئة عمل قادرة على التعامل مع التطوّرات ومن أبرزها المسؤولية الاجتماعية .

ولقد أدركت الشركات بأن الاعتماد على المراكز المالية لبناء سمعتها لم يعد كافياً، لذلك بادرت الشركات إلى تبني برامج المسؤولية الاجتماعية سعياً منها لتنمية العلاقة مع الآخرين وخدمة المجتمع. ومن هنا تكونت لدى الشركات التزامات تتعلق أساساً بمبادئ المسؤولية الاجتماعية تجاه التوازن بين تحقيق الربحية والمشاركة في التنمية والتحديات الاجتماعية، أصبح من الضروري على المؤسسات تبني مبدأ المنفعة القائم على أساس المساهمة البناءة مع الدولة لتحقيق خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية التي تتسم بالبعد الاستراتيجي طويل الأجل.

شكل انتشار فيروس كورونا المستجد كوفيد 19 الذي ظهر في مدينة ووهان الصينية في نهاية عام 2019، تهديداً لصحة الأفراد في أنحاء العالم و لحياتهم و سبل معيشتهم ويتسم فيروس كوفيد 19 بخاصية العدوى الشديدة، مع قدرته على التسبب في مضاعفات تنفسية حادة، لذا فقد وضع الفيروس ضغطاً بالغاً على الحكومات و نظم الصحة العامة في جميع أنحاء العالم.

في ظل الضائقة الاجتماعية و الاقتصادية المتفاقمة و المخاوف من انهيار النظم الصحية، جعل الحكومات و الشركات العربية تتخذ استجابة عاجلة على مستوى السياسات ترمي إلى التخفيف من تداعيات وباء كورونا، وفي هذا السياق أظهرت دولة الإمارات كفاءة في اتخاذ إجراءات وقائية ضد تفشي الفيروس، و تعد أزمة كوفيد-19 اختباراً للشركات والمنظمات الإماراتية خاصة الرائدة منها و ذات الصيت العالمي .

إشكالية الدراسة:

من خلال ما سبق يمكن أن نطرح التساؤل الرئيسي الآتي:

كيف ساهمت الشركات الإماراتية الرائدة في مواجهة جائحة كورونا من خلال مبادراتها للمسؤولية الاجتماعية ؟

و للإجابة على التساؤل الرئيسي نطرح التساؤلات الفرعية التالية :

- ما المقصود بالمسؤولية الاجتماعية للشركات؟
- ما هي تأثيرات جائحة كورونا على الدول العربية ؟
- ما هي المبادرات التي قامت بها الشركات الإماراتية الرائدة في مواجهة جائحة كورونا و التخفيف من أثارها؟
- ما هي أهم الدروس المستفادة للشركات العربية في مواجهة الأزمات و الكوارث؟
- الفرضيات : بغرض معالجة إشكالية الدراسة ارتأينا طرح الفرضيات الآتية:
- المسؤولية الاجتماعية للشركات هي التزام طوعي و اخلاقي من قبل الشركات اتجاه المجتمع الذي تعمل فيه .
- خلفت جائحة كورونا أثار إنسانية و اقتصادية و اجتماعية جسيمة على الدول العربية.
- لقد نجحت الشركات الإماراتية الرائدة التي قامت بمبادرات في إطار مسؤوليتها الاجتماعية بهدف التخفيف من أثار أزمة كورونا فيروس.
- أهمية الدراسة: تستمد هذه الدراسة أهميتها.
- تنامي مطالبات المجتمع بالالتزام المؤسسات بالمسؤولية الاجتماعية.
- المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات هي وسيلة لتعزيز سمعتها و كسب ثقة المجتمع فيها.
- التكلفة الاقتصادية و الاجتماعية الباهضة لجائحة كورونا.
- أهداف الدراسة: يمثل البحث محاولة لدراسة موضوع من الموضوعات التي لها صلة بخارطة الاقتصاد العالمي ومستقبل الأجيال خاصة ما تعلق بالأخلاقيات والقيم، ويؤسس لسلوكيات جديدة في عالم المال والأعمال وليصبح نشاطا إلزاميا وليس تطوعيا للشركات، غايته خدمة المجتمع إلى جانب الغايات الأخرى التقليدية.
- إبراز أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات خاصة في ظل الأزمات و تفشي الأوبئة.
- التعرف على مفهوم المسؤولية الاجتماعية لدى الشركات الإماراتية في ظل جائحة كوفيد 19.
- تحليل و مناقشة تجارب الشركات الإماراتية في مجال المسؤولية الاجتماعية في ظل جائحة كورونا كوفيد 19 .

المنهج المتبع: سنعالج هذا البحث باستخدام المنهج الاستنباطي من خلال أداتيه الوصف والتحليل، معتمدين في ذلك على المراجع المتوفرة باللغتين العربية والفرنسية حول الموضوع مع الاعتماد على بعض التقارير السنوية للشركات المهمة بموضوع المسؤولية الاجتماعية. للإجابة على هذا التساؤل تم القيام بمسح لشبكة الانترنت و الإطلاع على أحدث المقالات في المواقع الالكترونية، و بعد الإطلاع على العديد من المبادرات تم اختيار ثلاث مبادرات لشركات بارزة في الاقتصاد الإماراتي .

تجدر الإشارة إلى انه اخترنا تجربة الشركات الإماراتية، لأنه وفقا للتقارير الدولية تمكنت دولة الإمارات العربية المتحدة من إحراز مرتبة الصدارة الإقليمية في فهم وتبني ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات، "وفق ما أظهرته نتائج النسخة الثانية من تقرير المسؤولية الاجتماعية للشركات في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا 2021. وتم إجراء الاستطلاع من قبل سيسرو وبيروني، وكالة استشارات الاتصال الرائدة على مستوى الشرق الأوسط وشمال أفريقيا في دبي، بالشراكة مع GEM Research and Insights3، شريك الأبحاث العالمي" (الإمارات والسعودية تحتفظان بالريادة الإقليمية في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات، 2022).

الدراسات السابقة: تناولت العديد من الدراسات موضوع المسؤولية الاجتماعية في ظل كورونا - دراسة الباحثين توام زاهية و رزاي سعاد، بعنوان تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل جائحة كورونا نموذج عن شركات عالمية، مقال منشور بمجلة الميادين الاقتصادية ديسمبر 2020، تهدف هذه الدراسة إلى إظهار أهمية تطبيق المسؤولية الاجتماعية في الشركات في ظل أزمة وباء كورونا التي يعيشها العالم اليوم. ومن خلال عرض تجارب لشركات عالمية مثل انتل وليغو وغيرها خلال هذه الجائحة تبين أنه يمكن للاقتصاد، عبر الشركات المالية والتجارية العملاقة، الدخول على خط الأزمات للتخفيف من حدتها، ليس فقط بتأدية دور إنساني تمليه عليه قواعد ومعايير المسؤولية الاجتماعية والبيئية، وإنما يمكن لهذا الاقتصاد أيضاً أن يحقق لنفسه مكاسب، ليس بالضرورة مالية أو آنية وإنما مكاسب يمكن جنيها بعد حين.

- دراسة الباحث Hongwei He& Lloyd Harris بعنوان: **The impact of Covid-19 pandemic on corporate social responsibility and marketing philosophy** هدفت هذه الدراسة إلى توضيح كيفية تأثير جائحة Covid-19 على تطورات المسؤولية الاجتماعية للشركات والتسويق. اتضح بان جائحة Covid-19 يوفر هذا الوباء فرصا كبيرة للشركات للمشاركة بنشاط في العديد من مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات أثناء الأزمة، وربما تحفز حقبة جديدة من تطوير المسؤولية الاجتماعية للشركات على المدى الطويل.

بناء على ما سبق يتبين أن اغلب الدراسات تتشابه مع دراستنا المسؤولية الاجتماعية للشركات في التخفيف من اثار الأوبئة و الكوارث الصحية، إلا أن دراستنا تختلف عن الدراسات السابقة من حيث تسليط الضوء على الشركات العربية في مواجهة جائحة كورونا (Covid 19) و تركيزها على تجارب الشركات الاماراتية الرائدة في هذه الازمة.

تقسيمات الدراسة: و لكي نقوم بدراسة الموضوع ارتأينا تقسيم الدراسة إلى ثلاثة محاور:

المحور الأول: مفاهيم أساسية حول المسؤولية الاجتماعية

المحور الثاني: ظهور جائحة كوفيد و تأثيرها على الدول العربية

المحور الثالث: نماذج عن مساهمة الشركات الاماراتية في إطار مسؤوليتها الاجتماعية للتخفيف من اثار جائحة كورونا (Covid-19).

1. مفاهيم أساسية حول المسؤولية الاجتماعية:

1.1. مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

جاءت تعاريف المسؤولية الاجتماعية متعددة من خلال أفكار غالبية المفكرين والكتاب بسبب جدية الموضوع وحدائته بالإضافة إلى الأهمية المتزايدة التي أصبح يكتسبها هذا الموضوع سنقوم الآتي بعرض بعض النماذج للتعاريف الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية:

عرف البنك الدولي مفهوم المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال على أنها التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة و يخدم التنمية في آن واحد. (المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال)

كما عرفت الغرفة التجارية العالمية المسؤولية الاجتماعية على أنها جميع المحاولات التي تساهم في تنطوع المؤسسات لتحقيق تنمية بسبب اعتبارات أخلاقية واجتماعية، وبالتالي فإن المسؤولية الاجتماعية تعتمد على مبادرات رجال الأعمال دون وجود إجراءات ملزمة قانونياً، ولذلك فإن المسؤولية الاجتماعية تتحقق من خلال الإقناع والتعليم (المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال).

كما تعرف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية "المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة على أنها التزام هذه الأخيرة بالمساهمة في التنمية الاقتصادية، مع الحفاظ على البيئة والعمل مع العمال وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع بشكل عام هادف إلى تحسين جودة الحياة لجميع هذه الأطراف" (WILLARD & Marie-françoise, 2004, p. 5)

جمعية الإداريين الأمريكيين ترى بأن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة: "استجابة إدارة المؤسسات إلى التغيير في توقعات المستهلكين والاهتمام العام بالمجتمع والاستمرار بإنجاز المساهمات الفردية للأنشطة التجارية الهادفة إلى خلق الثورة الاقتصادية". (جواد، 2019، صفحة 14)

وقد عرف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة المسؤولية الاجتماعية على أنها "الالتزام المستمر من قبل شركات الأعمال بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، والمجتمع المحلي والمجتمع ككل". (الزهراني، 2016)

ونظراً لزيادة أهمية المسؤولية الاجتماعية فقد ظهر العديد من التعريفات التي حاولت تحديد التعريف الدقيق للمسؤولية الاجتماعية نذكر أهم هذه التعريفات: تعريف منظمة المقياس العالمية ISO للمسؤولية الاجتماعية بأنها "مسؤولية المنظمة عن الآثار المترتبة لقراراتها وأنشطتها على المجتمع والبيئة عبر الشفافية والسلوك الأخلاقي المتناسق مع التنمية المستدامة ورفاه المجتمع فضلاً عن الأخذ بعين الاعتبار توقعات المساهمين" (الصبري، 2007، صفحة 17) مما سبق ونظراً لتعدد التعاريف يمكن الاجتهاد في وضع تعريف شامل لما سبق، حيث أن: "المسؤولية الاجتماعية للشركات تتمثل في التزام دائم مترجم في مجموعة من القرارات والممارسات التي تتبناها المؤسسة الرامية إلى تحقيق التوازن بين مصالح عدة أطراف (العاملين فيها، البيئة المحيطة والمجتمع)، والمساهمة الفعالة.

2.1: أسباب الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية:

أصبح الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية حتمية لا بد منها لا سيما من قبل المؤسسات المتوسطة و الصغيرة على حد سواء، إلا أنه ما يتم تناول مسألة الاهتمام من بعدين هما: (بن عيسى و اخرون، نوفمبر 2009م)

أ- البعد الكلي: عادة ما يتناول المتغيرات الكلية و هي:

- الكوارث والفضائح الأخلاقية: أو ما يسميه البعض ثمن تجاهل التبعات والتي نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر، ظاهرة الاحتباس الحراري، كارثة معمل كاريبايد في بوبال بالهند الذي أودى بحياة أكثر من 6000 شخص، إضافة إلي فضائح الرشوة للشركات العالمية والمخالفات في حق الإنسانية.

- الضغوط الشعبية والحكومية والدولية: وتبرز من خلال التشريعات الداعية لحماية المستهلك والبيئة والعمل والأمن والدور الإيجابي للمنظمات في تحقيق حقوق الإنسان.

- التطور التكنولوجي: لقد ساهم التطور التكنولوجي أو الثورة التكنولوجية في مجالات تقنية عديدة وحركات التشغيل و توفير البيئة المناسبة للاهتمام بجودة المنتجات والعمليات وتنمية مهارات العاملين.

ب- البعد الجزئي: وتخص المتغيرات الخاصة الجزئية و من أمثلتها:

- تغير هدف المؤسسة: إن هدف الريح لم يعد كافيا حتى تتمكن المؤسسة من الاستجابة لمطالب المجتمع والحفاظ على بقاءها وبالتالي تحول هدفها إلى السعي لإشباع الحاجات الاجتماعية.

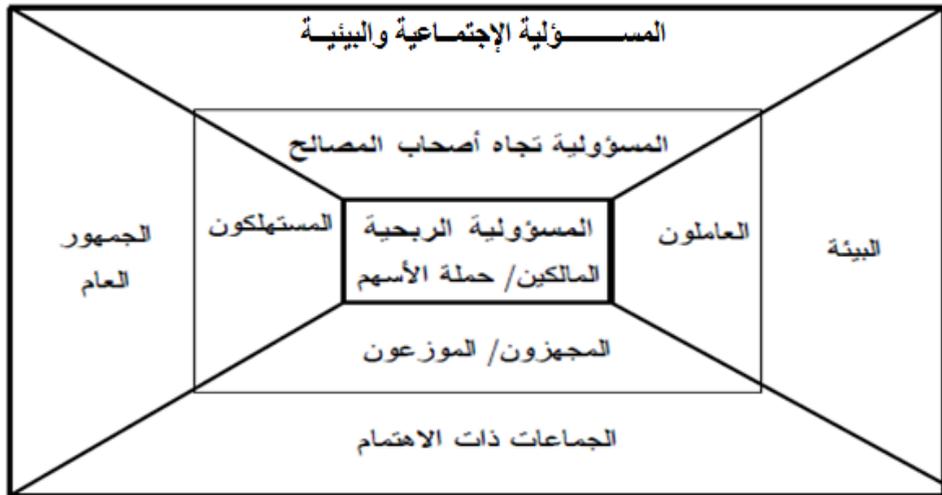
- تغير دور الإدارة: لم تعد الإدارة (إدارة المؤسسة) مسئولة عن تحقيق رغبات ومصالح فئة واحدة فقط وهم الملاك وحملة الأسهم، بل أصبحت مسئولة عن تحقيق التوازن المستمر بين مصالح العديد من الفئات ذوي العلاقة مثل العملاء والرأي العام والنقابات والممولين.

وهناك من المفكرين رأى أن للمسؤولية الاجتماعية ثلاثة مسؤوليات أساسية تعبر عن

أبعادها، وتتمثل في الحدود التي يبينها الشكل الموالي:

الشكل رقم (1): حدود المسؤوليات الرئيسة للمسؤولية الاجتماعية التي تعبر عن

أبعادها



المصدر: (الحمدي، 2003، صفحة 39)

من خلال الشكل رقم 01 أعلاه نلاحظ أن:

أبعاد المسؤولية الاجتماعية تتجسد في ثلاثة مسؤوليات أساسية هي: مسؤولية تجاه المالكين ولحملة الأسهم، تتمثل في تحقيق الأرباح، ومسؤولية تجاه أصحاب المصالح التي تركز على ضرورة الاهتمام بتلبية أهداف الأطراف ذات المصلحة من مستهلكين وعاملين ومجهزين

وموزعين... وغيرهم، ومسؤولية أخيرة إنتشرت خاصة في السنوات الأخيرة وتشير إلى ضرورة إلتزام المنظمة بالمسؤولية تجاه المجتمع والبيئة بشكل عام، وذلك من خلال الإهتمام بما تطرحه الجماعات الضاغطة ذات العلاقة (جماعات الضغط الخضراء)، والتي تنادي بتعزيز السلوكيات الإيجابية تجاه المجتمع والبيئة. (راشي، 2013، صفحة 8)

وعليه تؤكد التعريفات السابقة على ضرورة المرونة في تطبيق مفهوم المسؤولية الإجتماعية من أجل الإستجابة للتغيرات المستمرة في قيم واهتمامات الجماهير، و إحتياجات المجتمع، و التغير في طبيعة المشاكل المطروحة، و أن على المنظمات أن تعمل على ملاحقة تلك التغيرات في أعمالها الإجتماعية و لا تستغرق في مشاكل الحاضر بل تعمل على ملاحقة الإتجاهات المستقبلية في المجتمع. (عبد الرزاق سالم، 2011، صفحة 140)

3.1: نشأة المسؤولية الاجتماعية:

مرت ممارسات المسؤولية الاجتماعية بعدة مراحل عبر الزمن ، نلخصها فيما يلي: (مقدم، 2011)
أ- مرحلة إدارة تعظيم الأرباح (1800م-1920م):

في هذه المرحلة كانت المسؤولية الأساسية للأعمال هي تعظيم الأرباح و التوجه نحو المصلحة الذاتية الصرفة، و رفع شعار "ما هو جيد لي جيد للبلد".

ب- مرحلة إدارة الوصاية، من أواخر العشرينات حتى بداية الستينات:

خلال هذه الفترة كانت مسؤولية الأعمال الأساسية هي تحقيق الربح الملائم الذي يحقق المصلحة الذاتية و مصالح الأطراف الأخرى مثل المساهمين و العاملين، أما الشعار خلال هذه الفترة فهو "ما هو جيد للشركات جيد للبلد".

ج- مرحلة إدارة نوعية الحياة للفترة من أواخر الستينات حتى الوقت الحاضر:

تقوم المسؤولية الأساسية للأعمال على أن الربح ضروري و لكن الأفراد أهم من النقود، و هذا يحقق المصلحة الخاصة للشركة و مصالح المساهمين و المجتمع ككل، الشعار هو "ما هو جيد للمجتمع هو جيد للبلد"

4.1: مجالات المسؤولية الاجتماعية :

تتعدد مختلف الأطراف التي لها علاقة بالمسؤولية الاجتماعية في محيطها العملي، لذلك الجدول الآتي يوضح هذه العلاقة بالمسؤولية الاجتماعية:

الجدول رقم (01): مجالات المسؤولية الاجتماعية

العنصر	بعض ما يجب أن تدركه الإدارة من دور اجتماعي تجاهه
المالكون	حماية أصول المنشأة، تحقيق أكبر ربح ممكن، رسم صورة جيدة للمنشأة تعظيم قيمة السهم والمنشأة ككل، زيادة حجم المبيعات.
العاملون	عدالة وظيفية، رعاية صحية، رواتب و أجور مدفوعة، إجازات مدفوعة، فرص تقدم و ترقية، تدريب مستمر، إسكان للعاملين و نقلهم، ظروف عمل مناسبة.
الزبائن	أسعار مناسبة، الإعلان الصادق، منتجات آمنة و بنوعية جيدة، إرشادات بشأن استخدام المنتج ثم التخلص منه أو من بقاياها.
المنافسون	معلومات صادقة، عدم سحب العاملين من الآخرين بوسائل غير نزيهة، منافسة عادلة و نزيهة.
المجهزون	أسعار عادلة، الاستمرارية في التجهيز، تسديد الالتزامات المالية و الصديق في التعامل.
المجتمع	خلق فرص عمل، احترام العادات و التقاليد، توظيف المعوقين، دعم الأنشطة الاجتماعية، دعم البنية التحتية، الصديق في التعامل ، المساهمة في حالة الكوارث.
البيئة	التشجير و قيادة المساحات الخضراء، المنتجات غير الضارة، الحد من تلوث الماء و الهواء و التربة، الاستخدام الأمثل للموارد و خصوصا غير المتجددة منها.
الحكومة	الالتزام بالقوانين، إعادة التأهيل و التدريب، تكافؤ الفرص بالتوظيف، حل المشكلات الاجتماعية ، تسديد الالتزامات الضريبية.
جماعات الضغط	التعامل الصادق مع الصحافة، احترام أنشطة جماعات حماية البيئة، التعامل الجيد مع جمعيات حماية المستهلك، احترام دور النقابات العمالية و التعامل الجيد معها.

المصدر: (الصيرفي، 2007، الصفحات 70-72) لمزيد من التفصيل أنظر كذلك: (البكري،

2001)

5.1: أبعاد المسؤولية الاجتماعية :

قد حدد carroll أربعة أبعاد للمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال: (فلاق، 2016، الصفحات 53-55)

-البعد الاقتصادي : و يقتضي استخدام الموارد بشكل رشيد لتنتج منظمات الأعمال سلعاً و خدمات بجودة عالية، كما يقتضي هذا البعد المنافسة العادلة عن طريق احترام قواعد

المنافسة و عدم إلحاق الأذى بالمنافسين، إضافة إلى منع الاحتكار و الأضرار بالمستهلكين، كما يعتمد هذا البعد على الاستفادة من التقدم التكنولوجي و استخدامه في معالجة الأضرار التي تلحق بالبيئة.

-**البعد القانوني:** يقتضي هذا البعد الالتزام الواعي و الطوعي بالقوانين و التشريعات المنظمة لمختلف المجالات في المجتمع، كاحترام قوانين حماية المستهلك من المواد الضارة، و حماية الأطفال صحيا، و حماية البيئة عن طريق منع التلوث بشتى أنواعه، وصيانة الموارد الطبيعية و تنميتها، و التخلص من مخلفات المنتجات بعد استهلاكها، كما يقتضي البعد القانوني للمسؤولية الاجتماعية تحقيق العدالة و السلامة، سواء عن طريق التقليل من إصابات العمل او تحسين ظروف العمل.

-**البعد الأخلاقي:** يستند هذا البعد على استوعاب الجوانب القيمية و الأخلاقية و السلوكية و المعتقدات في المجتمع الذي تعمل فيه، و في حقيقة الأمر فان هذه الجوانب لم تؤطر بعد بقوانين ملزمة لكن احترامها يعتبر أمرا ضروريا لزيادة سمعة المنظمة في المجتمع و قبولها، فعلى المنظمة أن تلتزم بعمل ما هو صحيح و عادل و نزيه.

-**البعد الخيري:** يمثل هذا البعد المزايا و المنافع التي يرغب المجتمع أن يحصل عليها من المنظمة بشكل مباشر، مثل الدعم المقدم لمشروعات المجتمع المحلي بكافة أشكالها.

6.1. أفكار استجابة المسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل جائحة كورونا:

يمكن للمسؤولية الاجتماعية للشركات أن تستجيب في ظل أزمات تفشي الأوبئة أو الكوارث بصفة عامة أو أزمة كورونا بصفة خاصة، عن طريق دعم ما يلي: (مايسة، 2020)

1.6.1. دعم القطاع الطبي:

يحتاج القطاع الطبي لأماكن كافية لعلاج المرضى، واختبارات الكشف عن الفيروس، وأدوات طبية وقائية، وكميات من الأجهزة المخصصة للفيروس مثل: أجهزة التنفس الصناعي، وصولا لوسائل الدفن الآمن؛ دور المسؤولية الاجتماعية هنا يكون موجها بشكل مباشر تجاه الشركات والمصانع الطبية والدوائية بشكل خاص، لزيادة خطوط إنتاجها التصنيعية بالأدوات اللازمة، ولدعم المستشفيات بكميات منها المجاني، ومنها المخفض للدول لتقدمه للمستشفيات الحكومية، جنبا إلى جنب مع التبرعات من الأفراد بأماكن للرعاية الطبية إذا زاد الحد عن قدرة وسعة المستشفيات.

2.6.1. دعم قطاع العمال:

العمالة ما بين القوت اليومي والعمالة كثيفة التعداد، والشركات المجبرة على تسريح البعض (إجازة أو إيقافا للعمل بدون راتب) مؤقتا أو توقف تام بسبب طبيعة عملها: كالقطاع السياحي مثلا، ستتأزم بيوت وأسر كاملة نتيجة لهذا؛ دور المسؤولية الاجتماعية للشركات يكون بدعم العامل الذي هو عماد الشركات، نحتاج لأن تطرح فكرة العمل من المنزل للوظائف الخدمية التي لا تتطلب التواجد بالمؤسسات، لفكرة تخفيض العمالة للنصف بالتناوب في الحضور بتقسيم الأسبوع مثلا على نصف الموظفين ونصفه للنصف الآخر من الأسبوع، وفكرة الراتب الجزئي أو الإجازات براتب، كل هذا بدلا من فكرة التسريح والتخلي التام عن الأسر في مواجهة اضطرابات المعيشة المتوقعة، كما نحتاج لأفكار التكلّف الماليّ بعمال اليومية من رجال الأعمال وأصحاب الثروات. فالعامل شريك أساسي في هذا المجتمع، هو منتج ومستهلك في نفس الوقت.

3.6.1. الدعم المالي الغير مباشر:

ليس من الضروري أن تكون الشركة منتجة للخدمات لوقت الأزمة، لكن الدعم المالي لشراء المتطلبات العلاجية أو دعم المتعثرين ماليا هو أحد أهم المسؤوليات الاجتماعية لرجال الأعمال والمشاهير وأصحاب الثروات.

أيضا توجيه الضخ المالي الخاص بالحملات التسويقية والدعائية للمناسبات والأعمال التي تم تأجيلها سواء فنية أو ترويجية للشركات مثل الخاصة بشهر رمضان، أو الأحداث الرياضية التي تم إلغاؤها منعا للتجمعات، يمكنه تقديم العون في أي طريق شاء.

4.6.1. الدعم التوعوي:

في الأزمات التي تنتشر سريعا، نحتاج لمسايرتها بالتوعية الكافية للسيطرة على هذا الانتشار، التوعية بالإرشادات الصحيّة للتعامل مع المرض والبقاء في المنزل والعناية الشخصية لمنع الإصابة، والتوعية لشراء ما يكفي فقط سواء في الأغذية أو الأدوات الطبيّة وعدم التخزين خوفا من القادم، والتوعية النفسيّة لتهدئة الهلع الذي يصيب البعض كأثر نفسي ناجم عن مخاوف الأوبئة ذات الانتشار السريع؛ ودور المسؤولية الاجتماعية هنا متعدد، فللمشاهير سواء ممثلين أو لاعبين أو غيرهم فقط بصفتهم الاجتماعية الشخصية يصلون للكثير ممن يتأثرون بهم أكثر من غيرهم، والأطباء النفسيين سواء عن طريق نشرات عامة للتعامل مع أوقات الأزمات أو حتى بالجلسات المجانية التي تتم عن بعد، والمؤسسات الدينية التي تستطيع الانتشار مثل مآذن المساجد يمكن زيادة دورها بتكرار الإرشادات الصحية خمس مرات يوميا بعد كل أذان وتطالب بالجلوس في المنازل ما لم تكن هناك حاجة للخروج.

التوعية الآن تتم بشكل مكثف؛ لكن من العامة للعامة، لكننا نحتاجها ومنهم لهم تأثير على الشرائح الكبرى في المجتمع، تأثير يحتم على التنفيذ وليس مجرد القراءة. (مايسة، 2020)
5.6.1. التعليم:

التعليم عن بعد أصبح الطريقة الوحيدة للتعلم الآن، والمسؤولية الاجتماعية على المؤسسات التعليمية تكون بالدعم المجاني لمجموعات مختلفة من المجالات، ومن الشركات وخصوصاً شركات الاتصالات بأنواعها بدعم خدمات الإنترنت أو تخفيض تكلفته.

2. ظهور جائحة كوفيد وتأثيرها على الدول العربية:

1.2. نبذة عن الجائحة :

تسبب تفشي مرض فيروس كورونا الجديد كوفيد 19 في أزمة صحية و إنسانية عالمية لم يسبق لها مثيل مصحوبة باضطرابات اجتماعية و اقتصادية واسعة النطاق شملت شتى بقاع العالم . و قد سجلت أول بؤرة لتفشي المرض في مدينة ووهان، عاصمة محافظة هوبي بالصين، يوم 29 ديسمبر 2019، ومنذ ذلك الحين، انتشرت إلى 119 دولة و إقليم حول العالم، و أعلنت منظمة الصحة العالمية، في يوم 11 مارس 2020، تصنيف فيروس كوفيد 19 جائحة عالمية.

2.2. تأثير جائحة كوفيد على الدول العربية :

تم تسجيل أكثر من 2.2 مليون إصابة بفيروس كورونا في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا (بما في ذلك إيران حيث توفي بالفعل أكثر من 26000 شخص وتستمر معدلات الإصابة بالارتفاع). ومن بين الاقتصادات العربية سجل العراق أكثر الحالات المؤكدة، تليها المملكة العربية السعودية والمغرب . (OECD، 2020)

تأثرت المنطقة العربية تأثراً شديداً بتفشي جائحة كوفيد 19 سواء من حيث الخسائر البشرية أو من حيث التداعيات الاجتماعية و الاقتصادية. وحتى ايلول / سبتمبر 2021 تم الإبلاغ عن حوالي 131000 حالة وفاة . و بحلول الربع الثالث من عام 2020، فقد ما يقدر بنحو 15 مليون وظيفة بدوام كامل. وتشير دراسة أجريت في أوائل عام 2020 أن 8.3 مليون شخص في المنطقة سيقعون في الفقر حسب التقديرات.

وتشير تقارير الأمم المتحدة إلى انه يرجح أن تكون تبعات الوباء بالغة وطويلة الأمد. فالإسقاطات تشير إلى انكماش متوقع بنسبة 5.7 في المائة في الناتج المحلي الإجمالي ، مع تراجع اقتصادات بعض بلدان الصراعات بنسبة تصل إلى 13 في المائة، أي ما يعادل خسائر بقيمة 152 مليار دولار. 3. وقد دفعت الصدمة المزدوجة الناجمة عن تزامن الجائحة مع انخفاض أسعار النفط صندوق النقد الدولي إلى مراجعة توقعاته الاقتصادية للشرق الأوسط وشمال أفريقيا وخفضها إلى أدنى مستوى

تصله منذ 50 عاما، وخسرت سوق الأسهم العربية 23 في المائة من قيمتها، ما سيحرم المنطقة من أموال كان بالإمكان الاستفادة منها للتعافي من الأزمة. (المتحدة، 2022)

و من خلال اطلعنا على مختلف التقارير حول أثار جائحة كورونا على الدول العربية، تبين لنا ان الأزمة فاقمت حدة التدهور الاقتصادي والاجتماعي في بعض بلدان المنطقة، مما يستدعي تدخل و تكاتف الدول و السلطات و الشركات لمواجهة تلك الآثار على المدى القصير و المتوسط.

3. نماذج عن مساهمة الشركات الاماراتية في إطار مسؤوليتها الاجتماعية للتخفيف من أثار جائحة كورونا (Covid-19):

سنحاول من خلال هذا المحور استعراض أهم تجارب الشركات الاماراتية في إطار مسؤوليتها الاجتماعية لمواجهة فيروس كورونا المستجد، و في هذا الصدد اخترنا بعض الشركات من القطاعين العام و الخاص في الإمارات.

1.3. الاتحاد للطيران (الإمارات): (للطيران، 2020)

حشدت الاتحاد للطيران، الناقل الوطني لدولة الإمارات العربية المتحدة، عددا من مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركة لدعم المتأثرين بتفشي فيروس كورونا المستجد (كوفيد-19):

- أكثر من 3000 موظف في «الاتحاد للطيران» تطوعوا لمساعدة العون لمختلف الجهات والمؤسسات الحكومية خلال الجائحة، بما في ذلك انتدابهم للعمل لدى هيئتي «صحة»، و«معا»، وهيئة الهلال الأحمر الإماراتي، كما سجل نحو 800 موظف في منصة «متطوعين إمارات»، وهي منصة الاستجابة المجتمعية لدعم جهود مكافحة كوفيد-19.

- كما أن المتطوعين وزعوا المواد الغذائية و مواد الإعاشة الأساسية، والملابس على الأسر المحتاجة والعائلات في الحجر الصحي، وأماكن سكن العمال، فضلا عن توزيع أقنعة الوجه لأفراد الشرطة، والأطباء، والمتطوعين في الخطوط الأمامية بأبوظبي.

- نظمت «الاتحاد للطيران» حملة استمرت شهرا وزعت خلالها 1000 وجبة يوميا للمدينة الإنسانية، كما تم التبرع بنحو 6400 بطانية، فضلا عن توزيع عربات، وألبسة للأطفال حديثي الولادة، والأمهات في العائلات المتأثرة ب«كوفيد-19»، اللاتي لم يتمكن من دفع نفقات الولادة، فضلا عن توزيع ألبسة وحقائب سفر للعمال والعائلات المحتاجة العائدة إلى بلادها، إضافة إلى مكيفات هواء وهدايا على أسر وأكثر من 2000 عامل في أبوظبي.

- تصميم 1000 قناع واق للوجه، بالتعاون مع الاتحاد الهندسية، لتوزيعها على الكوادر الطبية.
- علاوة على ما سبق، قام الاتحاد للطيران، بالتعاون مع المفوضية السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين (UNHCR) والهلال الأحمر الإماراتي، ومن خلال حملة التبرع بأميال ضيف

الاتحاد، برنامج ولاء المسافرين التابع للشركة، بتوفير أجهزة تنفس اصطناعي وكمامات وقفازات طبية ومواد تنظيف للاجئين والمهجرين قسرا.

- بالتعاون مع مشروع حفظ النعمة، بتوزيع 1000 صندوق هدايا للأسر المحتاجة، تضم ثيابا جديدة للكبار والصغار.

- وتبرعت الشركة أيضا بأكثر من 1000 وحدة من المستلزمات الأساسية لكل من هيئة صحة، ومؤسسة الإمارات، والمستشفى الميداني في مركز أبوظبي الوطني للمعارض، والمستشفى الميداني في المركز التجاري العالمي في دبي، حيث وزعت حقائب شملت باقات أنشطة للأطفال ومستلزمات النظافة والاستحمام الضرورية.

2.3. شركة الإمارات العالمية للألمنيوم: (الالمنيوم، 2021)

تحتل الإمارات العالمية للألمنيوم مكانة رائدة على مستوى العالم في إنتاج "الألمنيوم الممتاز" وهي أكبر شركة صناعية في دولة الإمارات العربية المتحدة خارج قطاع النفط والغاز، تدير الشركة مصاهر الألمنيوم في موقعي الشركة في جبل علي ومنطقة الطويلة، ومصفاة تكرير الألومينا في الطويلة، ومنجم البوكسيت ومرافق التصدير المرتبطة به في جمهورية غينيا. (الإمارات، 2022)

استجابت شركة الإمارات العالمية للألمنيوم لـ COVID-19 بجعل صحة ورفاهية كل من يعمل في شركة الإمارات العالمية للألمنيوم كأولوية جهودها لتقليل انتقال أثر الفيروس في كل ركن من أركان الشركة ، بحيث تعاملت مع المهنيين الطبيين والجهات الحكومية والطبية المختبرات والمتخصصين في علم الأوبئة لضمان الفهم والتحكم والقضاء على COVID-19.

تم إنشاء فريق جائحة كوفيد-19 لمراقبة انتشار الجائحة وتحديد استجابة شركة الإمارات العالمية للألمنيوم المناسبة للتغيرات اليومية. وكان الهدف الأساسي للفريق خفض وتيرة انتشار الفيروس بين الموظفين، بما يضمن استمرار عمليات شركة الإمارات العالمية للألمنيوم بسلاسة خلال المناوبات. وقد أجرت الفرق الطبية في شركة الإمارات العالمية للألمنيوم حتى الآن أكثر من 350,000 فحص PCR وعملت على تلقيح أكثر من 14,000 موظف ومقاول. وعلى مدار أكثر من عامين، واصل الفريق مراقبة آخر تطورات الجائحة. (الالمنيوم، 2021)

بما انه يمكن أن يكون لعمليات الإغلاق اثر على الصحة العقلية ، في هذا الشأن قامت الشركة بتطوير سلسلة من المبادرات لدعم رفاهية الموظف ومرونته. وشملت هذه برنامج الإسعافات الأولية للصحة العقلية، ندوات عبر الإنترنت ودورات تدريبية ، نشرة إخبارية للصحة النفسية ومركز موارد مخصص على الشبكة الداخلية لشركة الإمارات العالمية للألمنيوم. كما تم تقديم

لموظفيها وعائلاتهم استشارات مجانية وسرية ، كما قامت أيضا بتزويد موظفيها الوصول إلى معالج مرخص مجانا.

في عام 2021 ، ساعدت في توزيع تبرعات مواد التعقيم ، أقنعة الوجه وغيرها من مواد الوقاية من COVID-19 فضلا عن معدات تكنولوجيا المعلومات لاستخدامها من قبل المدارس في منطقة بوكيه في دولة غينيا، تم تقديم التبرعات من قبل شركة الإمارات العالمية للألمنيوم و موانئ أبوظبي وبلغ إجمالي عدد المدارس 28 مدرسة.

في عام 2021 ، قدم البرنامج الدعم إلى المدارس العامة في أبوظبي في الانتقال مرة أخرى "التعلم داخل المدرسة" بعد أكثر من عام من التعلم الافتراضي الفصول الدراسية. ساعدت شركة الإمارات العالمية للألمنيوم في هذا الانتقال بتوفير معدات الوقاية الشخصية COVID-19 ومواد توعية لـ 4600 طالب في أبوظبي بما في ذلك الحضور في السمحة ، مدارس الفلاحية والرحبة والباهية.

أطلقت شركة الإمارات العالمية للألمنيوم برنامج السفير في عام 2019 ، يتمثل في إرسال المهندسين والمهنيين الشباب إلى الجامعات الإمارات العربية المتحدة لتشرح للطلاب كيفية يتم تطبيق الموضوعات في التكنولوجيا والرياضيات والهندسة التي يدرسونها في الصناعة. الهدف من البرنامج هو إلهام العلوم والتكنولوجيا والهندسة والرياضيات الطلاب لمتابعة وظائف في صناعة الإمارات العربية المتحدة.

استجابة لوباء COVID-19 و دعم التعلم عن بعد في جامعات الإمارات العربية المتحدة واصل برنامج السفير لتقديم المشاركة عبر الإنترنت وبرنامج الندوات الافتراضية طوال عام 2021. بحلول نهاية العام، أكثر من 1500 طالب شارك في ندوات عبر الإنترنت وأحداث برنامج السفير بما في ذلك طلاب من الجامعة الأمريكية في الشارقة ، جامعة الإمارات وجامعة خليفة والمدرسة العليا للتكنولوجيا .

في يناير 2021 ، تعاونت شركة الإمارات العالمية للألمنيوم مع مؤسسة الإمارات Tadweer لعقد ورشة عمل افتراضية لأعضاء المجتمعات المجاورة في أبوظبي لتبادل أفضل الممارسات لحياة صحية خلال COVID-19. حوالي 150 فردا من شركة الإمارات العالمية للألمنيوم وشارك المجتمع المحلي في ورشة العمل.

في عام 2021 ، حصلت شركة الإمارات العالمية للألمنيوم على جائزة من غرفة تجارة وصناعة دبي لمشاريع المشاركة المجتمعية.

4.3.: شركة دانة غاز: (دانة غاز، 2021)

تأسست شركة دانة غاز في عام 2005 ، وهي أول وأكبر شركة غاز طبيعي خاصة في الشرق الأوسط، ومدرجة في سوق أبو ظبي للأوراق المالية. ويقع مقرها الرئيسي في إمارة الشارقة في دولة الإمارات العربية المتحدة، حيث تعمل في مجال استكشاف الغاز الطبيعي وإنتاجه ومعالجته ونقله ويوجد لديها عمليات تشغيلية في مصر وإقليم كردستان العراق.

- تستند مبادرات الاستثمار الاجتماعي لديها على 4 محاور رئيسية، والتي تم تطويرها مع فرق الدول والأصول لتحديد المشاكل التي تواجه المجتمعات المحلية وأهداف الأداء الاجتماعي في تلك المجالات. من خلال مشاريعنا، استثمرت 2.2 مليون دولار في استثمارات مجتمعية في عام 2020 . تتمثل مجالات تركيز الاستثمار الاجتماعي في دعم تعليم ذو جودة أفضل، تحسين الخدمات الطبية والرعاية الصحية المجتمعية، المساعدة في تحسين البنية التحتية، كالطرق وإمدادات المياه، والقدرة على الوصول لمصادر موثوقة للكهرباء. إتاحة فرص التوظيف للمجتمعات المحلية، وإعطاء منح الأعمال الصغيرة، ومساعدة من تأثروا سلبا من النزاعات.

- نتيجة لجائحة كوفيد 19 ، قامت إدارة الشركة بمراجعة وتحويل بعض الاستثمارات الاجتماعية في عام 2020 لدعم السلطات الصحية المحلية في دعم قدرتها على الاستجابة لكوفيد 19 ، تضمن هذا توفير معدات صحية أساسية في إقليم كردستان العراق ومصر . كما ساعدت على تحسين القدرة على الصمود المحلي بوجه كوفيد 19 -عبر حملات توعية مجتمعية.

- شراء معدات طبية إضافية لتسهيل إجراء اختبارات فيروس كوفيد 19 واستخدام تقنية تفاعل البوليميراز المتسلسل المقدمة من شركة بيرل بتروليوم إلى مستشفى جمجمال في عام 2020 .

- التنسيق مع وزارتي الصحة والبتروول وجمعية مصر الخير للتبرع بالمواد الأساسية والمعدات للمستشفيات للمساعدة في الحد من انتشار كوفيد 19.

- تبرعت الشركة بمجموعة كبيرة من المعدات الطبية للمساعدة في محاربة وباء كوفيد 19 - لمديرية صحة جمجمال في إقليم كردستان العراق، وشملت جهازي تنفس، وثلاثة أجهزة رصد للمرضى، ومضخات سوائل، ودعامات ضخ، ووسائل النقل الفيروسي VTM ،ومعدات الوقاية الشخصية، وأدوات فحص، وتضمن ذلك توفير جهازي فحص PCR ، ومعدات مخبرية مهمة.

- وزعت الشركة 1850 طرد غذاء أساسي للعائلات في جمجمال ومناطقها المحيطة أثناء الإغلاقات المرتبطة بكوفيد 19 .

- تجديد سيارات الإسعاف وإمداد السائقين لخدمة مركز قادر كرم الصحي في إقليم كردستان العراق، مما ساعد 2500 شخص.

- وفرت الشركة 10 أطنان من البنزين والديزل شهريا لبلدية جمجمال لدعم استجابتهم لكوفيد - 19 ولقوى الأمن المحلية فيها.

4. النتائج ومناقشتها:

من خلال عرضنا للتجربة الاماراتية ، إذ تبين لنا الأهمية البالغة و الدور الكبير الذي تلعبه المسؤولية الاجتماعية في مواجهة مثل هذه المخاطر و الأزمات، حيث كانت بمثابة الامتحان الحقيقي للشركات و الدول ، كما أن مواجهة هذه الأزمة تستدعي تكاتف و تضافر الجهود، و كذا تحمل المسؤولية اتجاه المجتمع، و القيام بمبادرات اقتصادية و اجتماعية شاملة، حتى تمكثها من التصدي لهذه الجائحة و الخروج بمجتمعاتها بأمان.

- قامت الشركات الإماراتية بمسؤوليتها الاجتماعية بمبادرات تجاوزت حدود بلدانها الأصلية بحيث امتدت إلى دول اخرى خلال كورونا .

- رغم الظروف التي مرت بها الشركات الإماراتية في جائحة كورونا و تائر أعمالها بشكل كبير ، لم تمنعها من قيامها بدورها المسؤول في دعم الجهود الوطنية للتخفيف من آثار الجائحة وتداعياتها.

- رغم أهمية الأعمال الخيرية التي تقوم بها الشركات في مثل هذه الأزمات إلا أن الأمر هو أبعد من تقديم التبرعات الخيرية، فهناك العديد من المجالات مثل المحافظة على البيئة وتوطين التكنولوجيا والابتكار في الصناعات وتقديم الخدمات لتوفير البدائل ومساندة جهود الدولة لمواجهة الوباء والقضاء عليه من خلال دعم القطاع الصحي وتوفير الأدوية والمستلزمات الوقائية ورعاية تمويل البحوث ودعم المراكز العلمية التي تساهم في حل الكثير من المشكلات وإيجاد علاج لهذا الوباء والتصدي له ، و هو ما قامت به الشركات الاماراتية و تحققنا منه من خلال الإطلاع على تقارير المسؤولية الاجتماعية للشركات محل الدراسة خلال سنتي 2020 و 2021.

توصيات :

- توصي هذه الدراسة رجال الأعمال و المسيرين المؤثرين على قرارات الشركات العربية بالاهتمام بالنموذج الإماراتي في تبني المسؤولية الاجتماعية .

- ينبغي على الشركات العربية المساهمة في إنشاء صندوق مشترك لمواجهة الأزمات مستقبلا، كما نوصي باستحداث صندوق للمسؤولية الاجتماعية في الدول العربية يعنى بوضع الإطار التنظيمي

لمساهمات المسؤولية المجتمعية وآلية توثيقها وإدارتها وتوجيهها في الجزائر في الظروف العادية او مواجهة الأزمات مثل ما هو معمول به في الإمارات .

- أهمية استحداث جوائز للمسؤولية الاجتماعية للشركات العربية في حالة الأزمات .
- نوصي بأهمية أن تشمل مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات العربية مرحلة التعافي و محو اثار الجائحة .
- يجب ان تتعد برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات العربية عن الدعاية و الشهرة فقط و التركيز على إحداث التأثير الاجتماعي المطلوب.

قائمة المصادر والمراجع:

- الاتحاد للطيران. (2020). في يوم زايد للعمل الإنساني، الاتحاد للطيران تعزز مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركة في مواجهة كورونا. تاريخ الاسترداد 15 07 2022، من <https://www.etihad.com/ar/news/etihad-airways-harnesses-corporate-social-responsibility-initiatives-to-help-combat-covid-1>
- أحمد الزهراني. (2016, 08 20). المسؤولية الاجتماعية والإعلام الجديد " رؤية مستقبلية " خبراء التربية نموذجاً. تم الاسترداد من <https://www.csr.sa.net/post/507>
- أزمة كورونا والمسؤولية الاجتماعية للشركات، ما لها وما عليها. (بلا تاريخ). تم الاسترداد من <https://egyresmag.com>
- الامم المتحدة. (2022). كوفيد 19 و المنطقة العربية فرصة لاعادة البناء نحو افضل.
- بشير بن عيسى ، و اخرون. (نوفمبر 2009م). المسؤولية الاجتماعية والأداء الاجتماعي للمؤسسات الاقتصادية في إطار التنمية المستدامة. الملتقى الدولي الأول حول أداء وفعالية المنظمة في ظل التنمية المستدامة. المسيلة: جامعة المسيلة- الجزائر.
- التنمية المستدامة من منظور الاقتصاد الاسلامي 2012 الملتقى الدولي حول سلوك المؤسسات الاقتصادية في ظل رهانات التنمية المستدامة و العدالة الاجتماعية جامعة ورقلة.
- السعيد الدراجي. (2012). التنمية المستدامة من منظور الاقتصاد الاسلامي. الملتقى الدولي حول سلوك المؤسسات الاقتصادية في ظل رهانات التنمية المستدامة و العدالة الاجتماعية. جامعة ورقلة.
- الشبكة السعودية للمسؤولية الاجتماعية. (بلا تاريخ). تم الاسترداد من www.csr.sa.net
- شركة دانة غاز. (2021). تقارير الاستدامة. تاريخ الاسترداد 24 11 2022، من <https://www.danagas.com/%d8%a7%d9%84%d8%a7%d8%b3%d8%aa%d8%af>

<https://www.ega.ae/ar/about-us/corporate-profile>

- طارق راشي. (2013). دور تبني مقارنة المسؤولية الاجتماعية في خلق وتدعيم ريادة وتنافسية منظمات الاعمال. المؤتمر العلمي العالمي التاسع للإقتصاد والتمويل الإسلامي المنظم بعنوان: "النمو والعدالة والإستقرار من منظور إسلامي، (صفحة 8). تركيا.

- العالمية للالمنيوم الامارات. (2022, 08). تاريخ الاسترداد 11 28, 2022، من
<https://www.ega.ae/ar/about-us/corporate-profile>

- فؤاد محمد حسين الحمدي. (2003). الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك، أطروحة دكتوراه في إدارة الأعمال (غير منشورة). الجمهورية اليمنية: كلية الإدارة والإقتصاد الجامعة المستنصرية.

- محمد فلاق. (2016). المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال. الأردن: دار اليازوري.

- المسؤولية الاجتماعية لرجال الأعمال. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 2016، من
<http://www.nefdev.org/phil/ar/page.asp?pn=22>

- منظمة العاون و التنمية الاقتصادية. (2020). الاستجابة لأزمة فيروس كورونا COVID-19 في دول الشرق الاوسط و افريقيا

- وهيبة مقدم. (2011). المسؤولية الاجتماعية من منظور الاقتصاد الإسلامي. المؤتمر الدولي حول الاقتصاد الإسلامي. جامعة غرداية.

- ويكيبيديا. (بلا تاريخ). تم الاسترداد من <http://ar.wikipedia.org>

- الإمارات والسعودية تحتفظان بالريادة الإقليمية في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات. (2022). تاريخ الاسترداد 11 14, 2022، من

<https://www.zawya.com/ar/%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%8A%D8%A7%D9%86%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D9%81%D9%8A%D8%A9/%D8%A8%D9%8A%D8%A7%D9%86%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A7%D8%AA/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%85%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D9%88%D8>

- المراجع باللغة الاجنبية :

- Hongwei He& Lloyd Harris Journal of Business Research 116 (2020) 176–182 <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.030>
- WILLARD, & Marie-françoise, G. (2004). Du management environnemental au développement durable des entreprise. France