



مساهمة الشركات العالمية في مجال المسؤولية الاجتماعية

خلال جائحة كوفيد 19

The contribution of global companies in the field of social responsibility during the Covid-19 pandemic

شاكربلخضر

جامعة باتنة 1 (الجزائر)

chakeur.belakhdar@univ-batna.dz

فرحاتي لويزة

جامعة باتنة 1 (الجزائر)

louiza.ferhati@univ-batna.dz

لطرش محمد

جامعة باتنة 1 (الجزائر)

mohamed.latreche@univ-batna.dz

المعلومات المقال	الملخص:
تاريخ الارسال: 15 جوان 2021	هدفت الدراسة لتوضيح ماهية المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، خاصة في ظل أزمة كوفيد 19، بالنسبة للشركات العالمية. حيث تقع عليها مسؤولية التخفيف من حدتها، كذلك إلى استكشاف جهود المسؤولية الاجتماعية الاستباقية للشركات التي تقوم بها منظمات استجابة لوباء فيروس كورونا (COVID-19) والنهج الذي اعتمده تجاهه. تظهر نتائج الدراسة التدابير الفورية الحماسية للمسؤولية الاجتماعية للشركات التي اتخذتها المنظمات من أجل المصالح الأوسع للمجتمع وخاصة اتجاه العمال، الزبائن، المساهمين والبيئة. وتبقى أزمة كوفيد 19، بمثابة اختبار لفعالية الشركات في ممارسة المسؤولية الاجتماعية لها.
تاريخ القبول: 17 جويلية 2021	
الكلمات المفتاحية: ✓ المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات ✓ جائحة كوفيد 19	
Article info	Abstract :
Received 15 June 2021	<i>The study aimed to clarify the nature of corporate social responsibility, especially during the Covid-19 crisis, to explore the proactive social responsibility efforts of companies carried out by organizations in response to the Corona Virus (COVID-19) epidemic and the approach they have adopted towards it. The results of the study showed the immediate and enthusiastic CSR measures taken by organizations for the broader interests of society especially towards workers, customers, shareholders and the environment. The Covid-19 crisis remains a test of the effectiveness of companies in exercising their social responsibility.</i>
Accepted 17 July 2021	
Keywords: ✓ corporate social responsibility ✓ COVID-19	

مقدمة:

المتعاملين مع الشركة، ولا بد وأن هذه الأزمة قد غرست مفاهيم جديدة، وثقافة جديدة، لإدارة سمعتها أثناء الأزمة، وبهذا تضمن العلاقة الوطيدة بينها وبين المتعاملين معها، خاصة اذا عرفت كيف تواجه المشاكل، مثل تسريح العمال، ارتفاع التكاليف.

الإشكالية: من خلال ما سبق يمكن طرح التساؤل التالي:

ماهي مجالات المسؤولية الاجتماعية التي تركز عليها المؤسسات

في فترة وباء كوفيد 19

أهمية البحث:

- توضيح ماهية المسؤولية الاجتماعية وأهم العقبات التي تقف في طريق تجسيدها .

- توضيح حقيقة أن جائحة كوفيد 19 تعتبر فرصة كبيرة للشركات للتحوّل نحو المسؤولية الاجتماعية للشركات الأكثر واقعية، وحقيقية، والمساهمة في مواجهة التحديات الاجتماعية العالمية الملحة.

- إبراز الأوجه التي تساهم بها المؤسسات في مجال المسؤولية

الاجتماعية لمواجهة تحديات جائحة كوفيد 19

2. المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

1.2 مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات :

لقي مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات قدرًا متزايدًا من الاهتمام لدى الأكاديميين والممارسين على مدار العشرين عامًا الماضية، إن المفهوم مرتبط عمومًا ب Bowen الذي ألف كتاب المسؤولية الاجتماعية لرجل الأعمال " Social responsibilities of the businessman " سنة 1953، أين حاول تحسيس رجال الأعمال إلى أهمية الأخذ بعين الاعتبار قيم المجتمع، اهتماماته، وتوقعاته من المؤسسة (Finet & Giuliano, 2012)، حيث أشار Bowen إلى أن "مسؤولية رجل الأعمال تتمثل في اتخاذ القرارات وتحسيد السياسات، والقيام بنشاطات مرغوبة من ناحية أهداف وقيم المجتمع"، (Carroll, 1999) ثم تلتها العديد من التعاريف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات من قبل باحثين ومنظمات وهيئات دولية نذكر منها:

تم تصنيف جائحة COVID-19 حسب صندوق النقد الدولي على أنها أسوأ أزمة اقتصادية منذ الكساد العظيم في ثلاثينيات القرن الماضي، وأسوأ بكثير من الأزمة المالية العالمية لعام 2008 .

(International Monetary Fund, 2020) أثرت الجائحة بشكل حاد ومفاجئ على الأنشطة الاقتصادية العالمية، مما شكل تحديًا للشركات العاملة في العديد من الصناعات حول العالم. ومع ذلك، فقد قيل إنه مع التحديات المرتبطة ب COVID-19، أتاح الوباء للشركات فرصًا جديدة، لا سيما فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية للشركات. نظرًا لأن الوباء جعل الشركات أكثر وعيًا بأهمية التوازن الجيد بين الأداء المالي والاجتماعي والبيئي لبقائها على المدى الطويل، فقد تفكر الشركات في الانخراط بشكل أكبر مع المسؤولية الاجتماعية للشركات (Baboukardos, Gaia, & She, 2021)

خلال جائحة كوفيد 19 أفادت دراسة Havas Meaningful Brands السنوية الهادفة إلى الكشف عن ما يجعل العلامات التجارية مهمة، من خلال استطلاع لمواقف 300000 شخص من جميع أنحاء العالم، وجدت أنه يعتقد 78% من الأفراد أن العلامات التجارية بحاجة إلى تكيف أعمالها لمساعدة الصالح العام أثناء أزمة كوفيد 19، فيما ذهب 66% إلى حد القول بأنهم سيتخلون عن العلامات التجارية والشركات التي تعمل فقط لمصلحتهم الذاتية في البيئة الحالية (Webb, 2020). أصبحت المسؤولية الاجتماعية ضرورة تجارية في جميع أنحاء العالم، لأن سياسات وممارسات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات فوائد عديدة للمؤسسات، يمكن اعتبارها أداة رئيسية لإدارة العلاقة مع أصحاب المصلحة . (Schaefer, Terlutter, & Diehl, 2020). نسلط الضوء في هذه الدراسة على تلك العلاقة، بين جائحة كوفيد 19 والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، والدروس الكثيرة التي يمكن الاستفادة منها، خاصة وأن مفهوم المسؤولية الاجتماعية يركز على دور المؤسسات ومسؤولياتها تجاه مختلف أصحاب المصالح، المجتمع بكل أطرافه من عاملين، وكل

2.2 دوافع تبني المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات

من العناصر المهمة في مجال المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات هو معرفة القوى المحركة والدافعة التي تساهم في تكوين أنشطة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات حتى لو لم ترغب المؤسسات في اتخاذ مثل هذه المبادرات في ظل ظروف أخرى. يمكن تقسيم القوى الدافعة لتنفيذ مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى ما يلي:

- **التغير في الإطار القانوني:** المتعلق بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات على الصعيدين الدولي والوطني، وتزايد المخاطر القانونية التي تتعرض لها المؤسسات بسبب تأثيرها على الأشخاص والبيئة، يدفع بالمؤسسات إلى المزيد من الامتثال والأنشطة والبرامج في هذا المجال مثلاً سنت الهند قانوناً يفرض على كل المؤسسات التي تفوق أرباحها مليون دولار أو تحقق مبيعات تفوق 200 مليون دولار، أن تنفق 2% من أرباحها في نشاطات المسؤولية الاجتماعية. (Khandelwala & Bakshi, 2014)

- **ضغوط أسواق المال:** تشترط بعض أسواق الأوراق المالية الكبرى كشف البيانات غير المالية المتعلقة بالسياسات الاجتماعية والبيئية التي تنتهجها مؤسسات مدرجة في قوائمها، وما يتصل بذلك من نظم الإدارة والحوكمة.

- **ضغوط المستثمرين:** يتزايد اهتمام مؤسسات الاستثمار، إما لأسباب أخلاقية أو مدى قدرة إستثماراتها على تعظيم عوائد المستثمرين، بأداء المؤسسات الاجتماعي والبيئي وأسلوبها في إدارة المخاطر. إضافة إلى ضغوط المستثمرين الأفراد من خلال القيام بعمليات تداول الأوراق المالية بناءً على الأداء الاجتماعي للمؤسسات.

- **انتشار الاستثمار المسؤول اجتماعياً:** (Socially responsible investments (SRI): المستثمرون لا يستندون في قراراتهم الاستثمارية على العائد المالي ودرجة الخطر فقط بل يدعمونها بانشغالات بيئية، اجتماعية، دينية وأخلاقية، كتجنب الاستثمار في مؤسسات التبغ، الكحول، القمار. ويعرف SRI انتشاراً واسعاً خاصة في الدول الصناعية، حيث قدر منتدى

أحد التعريفات المبكرة هو تعريف كارول "تسيير العمل التجاري بحيث يكون مرجحاً اقتصادياً ويلتزم بالقانون وأخلاقياً وداعماً اجتماعياً من أجل الوفاء بالمسؤوليات الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والخيرية" (Carroll A. , 1983)

تم تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها أنشطة وسياسات الشركة التي تأخذ في الاعتبار أنواعاً متعددة من أصحاب المصلحة والركائز الثلاث للأداء الاقتصادي والاجتماعي والبيئي . (Aguinis, 2011)

يعرفها الكتاب الأخضر للاتحاد الأوروبي سنة 2011 على أنه "دمج الانشغالات الاجتماعية، البيئية والأخلاقية المتعلقة بحقوق الإنسان في نشاطاتها التجارية وإستراتيجيتها". (Toppinen, 2015, p. 154)

يعرفها لطرش بأنها مختلف الأنشطة ذات طابع أخلاقي سواءً كانت إلزامية، أو تطوعية، لا تهدف إلى تحقيق أهداف الملاك فقط بتعظيم الأرباح، بل تأخذ بعين الاعتبار مختلف أصحاب المصالح من الملاك، المستهلكين، الموردين، العاملين، البيئة والمجتمع المحلي، حيث تعمل على المساهمة في رفاهية المجتمع بمراعاة انشغالاته وحماية البيئة. (لطرش، 2016، صفحة 67)

على مدى سنوات عديدة من تقديم وتطوير المبادئ والافتراضات الأساسية للمسؤولية الاجتماعية للشركات، تغيرت وجهة النظر بشأن المسؤولية الاجتماعية للشركات، مما أدى بدوره إلى إعادة تعريف المفهوم ونطاق التعريف. بالمعنى الحالي، توجد علاقة بين الشركات سواء (الربحية وغير الهادفة للربح) والمجتمعات، والتي يجب أن تتفاعل مع العناصر والمسؤوليات الأخرى. الجانب الاجتماعي مهم لأنه يغطي جميع مجموعات أصحاب المصلحة، من العملاء والموظفين، إلى الموردين والدائنين ووسائل الإعلام والمجتمعات المحلية. ضمن هذه المجالات، يجب أن توجد علاقة مقايضة للشركات حتى تتمكن من الاستفادة وخلق قيمة من خلال المسؤولية الاجتماعية للشركات نتيجة للاستراتيجية الجديدة، المهم الآن هو أن نطاق المسؤولية الاجتماعية للشركات لا ينبغي أن يعتمد فقط على تلك التي تتطلبها اللوائح القانونية ولكن أيضاً على الصالح الاجتماعي المشترك . (Ziolo, Filipiak, & Tundys, 2021)

في بنية الإقتصاد الحديث وانتشار مشاكل عدم عدالة توزيع الثروة، انتهاكات حقوق الانسان وغيرها. أضحت العديد من الشركات متعددة الجنسية ترفع شعار المسؤولية الاجتماعية، وتركز في حملاتها الترويجية على كونها تهتم بحقوق الإنسان، وملتزمة بتوفير ظروف عمل آمنة للعاملين، لا تسمح بتشغيل القصر، كما أنها تهتم بقضايا البيئة والحفاظ على الموارد الطبيعية (لطرش، 2016، صفحة 90)

- الكوارث والفضائح الأخلاقية:

تزايد الاهتمام بمفهوم المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال بعد الفضائح المالية لكبار المؤسسات، والممارسات غير أخلاقية لمسيرها بتزويرهم للحسابات وتقديم معلومات مضللة حول أدائها للحفاظ على القيمة المرتفعة لأسهمها. مما جعلها تتكبد أموالاً طائلة كخسائر وتعويضات للضحايا، كإفلاس مؤسسة Tyco International, Qwest, Worldcom, Enron في Xerox في USA و Vivendi Universal, Ahold, Parmalat، وكل هذه الفضائح دعت إلى إجراءات أكثر صرامة من ناحية حوكمة المؤسسات والتدقيق المحاسبي، واحترام أخلاقيات الأعمال.

3.2 عوائق تجسيد المسؤولية الاجتماعية

يحدد كل من (Goyal & Kumar, 2017) مجموعة من الحواجز التي تمنع التجسيد الفعال للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات :

- عدم وجود التزام الإدارة العليا
- نقص الموارد المالية
- الافتقار إلى المعرفة بممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات
- عدم وجود تخطيط استراتيجي فعال للمسؤولية الاجتماعية.
- عدم وجود فوائد كبيرة لتطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات
- تعقيد تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركات
- تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركات الذي يستغرق وقتاً طويلاً
- نقص التدريب ومشاركة الموظفين في التنفيذ الفعال للمسؤولية الاجتماعية للشركات

التنمية المستدامة الاستثمار المسؤول (US SIF) نمو من 12.0 تريليون دولار في بداية 2018 إلى 17.1 تريليون دولار في البداية في عام 2020 ، بزيادة قدرها 42 % ويمثل واحد من كل ثلاثة دولارات ، من أصل 51.4 تريليون دولار من إجمالي الأصول الأمريكية الخاضعة للإدارة المهنية (US/SIF, 2020)

- **الضغوط الاجتماعية:** تزايد الضغوط الحكومية والشعبية والتوسع في إنشاء الجمعيات المهتمة بالمستهلك، البيئة، والمجتمع. فجماعات الضغط تساهم في توجيه نظر وسائل الإعلام والمستهلكين إلى الوحدات الاقتصادية التي تسبب أضرار للبيئة والمجتمع وحقوق الإنسان، وحث الزبائن على عدم التعامل معها، (ممدوح، 2010)

- **الوعي الاجتماعي للمديرين:** باعتبارها نظرة جديدة لاستمرارية المؤسسة والافتقار بأن المؤسسة لا يمكن أن تنمو وتستمر في مجتمع مليء بالمشكلات الاجتماعية والبيئية. (ممدوح، 2010)

- **المعايير والشهادات:** ظهرت العديد من المواصفات والمعايير الرامية إلى معرفة مدى تجسيد المؤسسات للممارسات الاجتماعية، وتشجع المؤسسات على تطوير والمحافظة على ممارسات مقبولة اجتماعياً. منها ما طورها رجال الأعمال بأنفسهم مثل Caux Round Table، أو عن طريق منظمات مختصة مثل ISO 14001، SA8000، وأخرى تابعة لهيئات مثل Global Impact من طرف الأمم المتحدة. تستعمل هذه المعايير والشهادات من قبل المؤسسات كدليل لتبين مدى تجاوزها مع القضايا الاجتماعية والبيئية. (لطرش، 2016، صفحة 88)

- **ضغوط الزبائن:** من خلال التغيير في الأنماط الشرائية للزبون، تشير الدراسات الى توجه الزبائن أكثر فأكثر إلى المنتجات " الخضراء " ومنتجات التجارة العادلة. (Heimann & Pouget, 2013) يقوم المستهلكون الأخلاقيون بتوصيل قيمهم من خلال استهلاك منتجات آمنة وأخلاقية وأيضاً يتصرفون بشكل سلمي مع المصادر غير الأخلاقية. (Saharan & Singh, 2015)

- **العولمة:** تعد العولمة من أهم القوى الدافعة لتبني المؤسسات لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، خاصة مع توسع الإستثمار الأجنبي

- نقص المهارات و التعليم الضروري

3. مجالات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة خلال الجائحة

1.3 المسؤولية الاجتماعية اتجاه العمال :

تعد المسؤولية الاجتماعية للشركات تجاه أصحاب المصلحة الداخليين شرطاً أساسياً لتنفيذ مختلف أشكال العمل اللائق، ولها تأثير غير مباشر على الرضا عن الحياة من خلال تأثيرها على الرضا الوظيفي. وفقاً لذلك تلعب أنشطة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات دوراً مهماً بشكل خاص في حياة الموظفين في العمل وما بعده. (Podnar U., 2021) أثرت الجائحة على طريقة العمل والمكاتب المكتظة بتصميمات المكاتب المبتكرة مثل مكاتب العمل القائمة على الأنشطة. على سبيل المثال، أفاد مكتب الإحصاءات الأسترالي مؤخراً أنه استجابة لـ COVID-19، اضطرت 70% من المكاتب الأسترالية إلى تغيير طريقة عملها. من بين أهم مظاهر المسؤولية اتجاه العمال في ازمة كوفيد نجد:

- العمل من المنزل هو ترتيب عمل يفي فيه العامل بالمسؤوليات الأساسية لوظيفته / وظيفتها أثناء بقاءه في المنزل ، باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات . يتطلب مسؤولية والتزاماً مشتركاً من قبل كل من أصحاب العمل والعمال لضمان استمرارية الأعمال والتوظيف. (Geneva, 2020) مثلاً تسمح Google للموظفين بالعمل من المنزل حتى نهاية عام 2020. بالإضافة إلى ذلك، تقدم للموظفين بدل عمل من المنزل بقيمة 1000 دولار لتغطية تكاليف المعدات.
- تعمل المؤسسات على منع وإبطاء انتشار COVID-19 في مكان العمل، يجب أن تأخذ خطط الاستعداد والاستجابة ومراقبة COVID-19 في الاعتبار عوامل مكان العمل مثل جدوى التباعد الاجتماعي في مكان العمل، والقدرة على تنظيم تحولات الموظفين، ودرجة تفاعل الموظفين مع الجمهور شخصياً، وجدوى إنجاز العمل عن طريق العمل عن بعد.
- منع وتقليل الانتقال بين الموظفين كما فعلت العديد من الشركات، تشجيع الموظفين المرضى بنشاط على البقاء في المنزل "لحماية مستقبل الأعمال والوظائف" لمحاربة "التهديد المباشر للأعمال في مواجهة تحاول الشركات لإيجاد حلول

خلال هذه الفترة ومنع التسريجات فمثلاً لجأت طيارو الخطوط الجوية البريطانية بتخفيض رواتب 4500 طيار الطيارين بنسبة 50% في أبريل وماي حيث تكافح الشركة من أجل النجاة من أزمة فيروس كورونا. (news.sky, 2020).

2.3 المسؤولية الاجتماعية اتجاه الزبائن:

أشار كانجي وتشوبرا إلى أن المستهلكين في جميع أنحاء العالم أصبحوا أكثر وعياً بالآثار البيئية والاجتماعية لمشترياتهم. تضع كل هذه العوامل ضغطاً غير مسبوق على المنظمات لإيجاد طرق للعمل لتلبية توقعات الحكومة والمجتمع. (Kanji & Chopra, 2010) تشمل المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات تجاه العملاء جوانب متعددة مثل جودة المنتج ، والسلامة والمنتجات الصديقة للبيئة ، والسعر العادل ، وجودة الخدمة طوال دورة حياة المنتج ، والإعلان الصادق وغيرها . بعض هذه الجوانب أكثر أهمية فيما يتعلق بالوضع الناجم عن تفشي فيروس كورونا. على سبيل المثال ، تعد الخدمات عبر الإنترنت والمدفوعات المؤجلة بسبب الصعوبات المالية وخدمة التوصيل إلى المنازل من أهم القضايا في هذا السياق. يتم توفير نظرة عامة على بعض هذه الجوانب ، مع بعض الأمثلة للشركات التي اتبعت هذه الممارسة .

- قامت المؤسسات المالية: Citi ، PNC ، Key Bank ، JPMorgan Chase ، Bank of America ، إلخ. بتأجيل سداد القروض والرهن العقاري والإعفاءات من رسوم الخدمة الشهرية ، إلخ.
- وضعت هذه الأزمة الشركات تحت الاختبار فيما يتعلق بالتزامها بسلوك العمل الأخلاقي والمسؤولية الاجتماعية للشركات. قد يجادل البعض بأن الضغوط المالية، قصيرة وطويلة الأجل، الناجمة عن تفشي المرض قد تدفع الشركات بشكل كبير إلى السعي لتحقيق مكاسب قصيرة الأجل ، حتى في بعض الأحيان من خلال الإحتيال وسوء السلوك ، وتقليل الإستثمار طويل الأجل في المسؤولية الاجتماعية للشركات ، ربما بسبب نقصالموارد، الركود والضغط المتزايدة من أجل البقاء. في المقابل شاركت أيضاً بعض المؤسسات بشكل استباقي في العديد من أنشطة المسؤولية الاجتماعية

✓ برامج خاصة لتسهيل عمل المستخدمين غير الرقميين من المنزل ، بحيث لا يضطرون للسفر إلى مكاتب البنوك ، ومراكز الطعام ، وما إلى ذلك.

✓ نصائح مستمرة للعملاء حول المخاطر المرتبطة بالوضع الحالي .
- إنشاء تحسينات في شروط الخدمات المقدمة للعملاء (على سبيل المثال، تمديد الخدمات المقدمة بما يتجاوز ما هو منصوص عليه في العقد، تمديد شروط إعادة المنتجات، الخصومات على المنتجات، منح قسائم الشراء، إلغاء تحصيل العمولات، المرونة في دفع الفواتير والرسوم، والتوقف، والدفع المسبق للمعاشات التقاعدية وإعانات البطالة، وزيادة رواتب الحسابات، وما إلى ذلك)

- تصميم منتجات محددة مرتبطة بمتطلبات وفرص حالة COVID-19

3.3 المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع

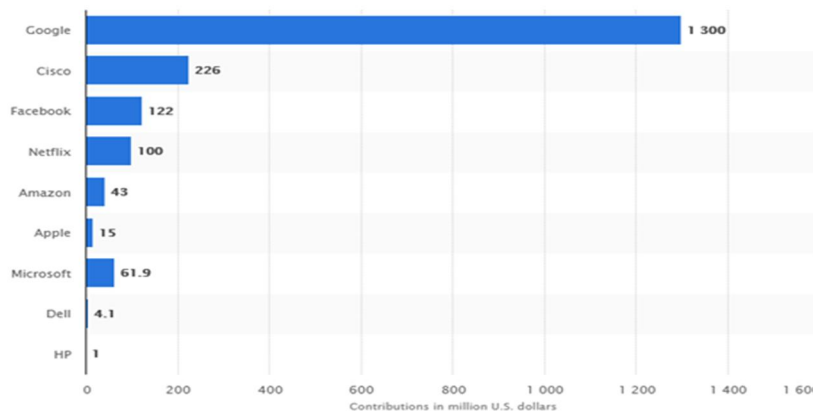
تشمل المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات تجاه المجتمعات جوانب متعددة مثل العطاء الخيري للمجتمع، أو العطاء العيني لمنتجات الشركة وخدماتها المحتاجة، أو استخدام المرافق أو الخبرة الإدارية، ومساعدة المحتاجين، بعض هذه الجوانب أكثر أهمية فيما يتعلق بالوضع الناجم عن تفشي فيروس كورونا. على سبيل المثال، المنتجات الطبية والغذائية مهمة للغاية في هذا السياق. (Marom & Lussier, 2020, p. 258) يوضح الشكل الموالي ترتيب كبريات الشركات في منحها وتصدقاتها في مواجهة جائحة كوفيد 19 ، بملايين الدولارات ، إلى غاية فيفري 2021.

للشركات، لا سيما تلك التي يمكنها تقديم مساعدة فورية ومساعدة لمحاربة الفيروس. مما لا شك فيه أن الوباء الحالي يوفر مجموعة واسعة من الفرص المهمة لأولئك الذين لديهم نهج أكثر وعياً وفتنة تجاه المسؤولية الاجتماعية للشركات . (He & Harris, 2020) وفي الجزائر مثلاً ولمواجهة ندرة المستلزمات الطبية الخاصة بالوباء، خاصة بالنسبة للفرق الطبية على مستوى المستشفيات، شرعت عدة ورشات للخياطة، في حياكة الكمادات والألبسة الواقية للأطباء، وامتدت لقيام رجال الأعمال باقتناء للعتاد الطبي الحيوي بالنسبة لمرضى فيروس كورونا، حتى الجامعة كان لها دور من خلال انتاج مواد طبية تستعمل في التعقيم، كجامعة باتنة 1 ويمكن تلخيص أهم الاجراءات فيمالي : (García-Sánchez & García-Sánchez, 2020)

تنفيذ إجراءات حماية وأمن العملاء بشكل عام:

- تعزيز التواجد على الإنترنت (التجارة الإلكترونية) والعرض والوصول إلى الخدمات
✓ الدعم عبر الهاتف وعبر الإنترنت .
✓ تطهير المساحات والمنتجات.
✓ الاستخدام الإلزامي لمعدات الحماية (القفازات ، القناع ، إلخ) من قبل العملاء.
- تنفيذ التدابير التكميلية:
✓ فتح مكاتب ومراكز محددة أو في أوقات خاصة لخدمة الفئات الأكثر عرضة للإصابة بالفيروس.

الشكل رقم 01 : ترتيب الشركات حسب قيمة تبرعاتها خلال جائحة كوفيد 19



Source : <https://www.statista.com/statistics/1106386/leading-tech-companies-donations-towards-covid-19/>

مجموعه 5 ملايين دولار على المنظمات الخيرية. (pepsico, 2020) . أعلنت شركة نستله (2020) عن شراكة لمكافحة COVID-19 مع الاتحاد الدولي لجمعيات الصليب الأحمر والهلال الأحمر (IFRC) في 26 مارس 2020.

لتوحيد الجهود مع الاتحاد الدولي لجمعيات الصليب الأحمر والهلال الأحمر (IFRC)، من خلال:

- التبرع بالأغذية ومنتجات التغذية الطبية والمياه المعبأة لإغاثة المتضررين من الوباء.

- نشر القدرات اللوجستية المتاحة لدعم احتياجات الاتحاد الدولي لجمعيات الصليب الأحمر والهلال الأحمر في مختلف البلدان.

- التبرع الفوري بمبلغ 10 ملايين فرنك سويسري للبلدان الأكثر حاجة .

- تشجيع موظفي الشركة للتبرع للجمعيات الوطنية للصليب الأحمر والهلال الأحمر أو الاتحاد. (nestle, 2020)

- تشجيع عمال الصحة :

تعمل بعض المؤسسات على إظهار التقدير لعمال الطقم الطبية وتشجيعهم على مواجهة الجائحة ، تبرعت Allbirds بأحذية وصلت لـ 50000 حذاء لأعضاء المجتمع الطبي كشكر لهم على عملهم الجاد في رعاية المرضى في فترة تفشي COVID-19. تقدم الشركة شعار "اشتر واحد، ومنح آخر" لمواصلة التبرع بأحذية لعمال القطاع الصحي (allbirds, n.d.) كما تلتمز مؤسسة Johnson & Johnson بمبلغ 50 مليون دولار لدعم العاملين لصحيين في الخطوط الأمامية في المعركة العالمية ضد COVID-19. (Johnson, 2020) في الجزائر وزعت جمعية العلماء المسلمين الجزائريين، 5200 حقيبة تجهيزات مساعدة على التنفس لفائدة مرضى كوفيد19 بالمستشفيات عبر كافة أنحاء الوطن ، وهي هبة قدمتها "جمعية جزائريون متضامنون" الممثلة للجالية في الخارج. (الشروق، 2021)

ومن أهم الممارسات التي تعتمدتها المؤسسات في شق مسؤوليتها الاجتماعية اتجاه مجتمعها نجد:

- التوعية بإجراءات السلامة والوقاية :

لوحظ أن بعض الشركات تقوم بأنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال تعزيز الوعي الاجتماعي للتباعد الاجتماعي. أهم مساهمة قدمتها 'Coca-Cola ، Audi ، McDonald's ، Volkswagen وغيرها . أرسلت شركة MC Donald الرسالة إلى المجتمع من خلال تقسيم الشعار "m" إلى قسمين n n وبالمثل ، يتم تمثيل شعار أودي بأربع حلقات منفصلة للحفاظ على المسافة والتباعد الاجتماعي. حيث يساهم في فهم أهمية التباعد الاجتماعي. (government, 2020)

- المساهمة العينية :

من خلال التبرعات العينية أو خدمات الشركة خاصة لمتسبي القطاع الصحي ، والطبقات الهشة ، بتقديم وتزويد عمال الصحة بمنتجات الصحية اللازمة، كذلك التبرعات النقدية والمنتجات لجهود الإغاثة من Covid-19 ، التبرع بالغذاء ومنتجات التنظيف والتعقيم.

قدمت شركة الإنترنت العملاقة Google تبرعاً إجمالياً بأكثر من 1.3 مليار دولار أمريكي لدعم الشركات والمؤسسات والعاملين في مجال الرعاية الصحية لمكافحة فيروس كورونا الجديد (COVID-19) - سيأتي معظم التبرع في شكل منح إعلانية وائتمانات إعلانية، كان لوباء COVID-19 تأثير علمي على العديد من الصناعات المختلفة خلال الأسابيع الماضية ، أعلن العديد من شركات التكنولوجيا الرائدة عن مساهمات مالية لدعم حل أزمة فيروس كورونا المستجد في جميع أنحاء العالم. (statista, 2021)

- التبرع والشراكة مع المنظمات الخيرية.

خصصت شركة PepsiCo بمبلغ 7 ملايين دولار لهيئة الأمم المتحدة كجزء من حملة "عالم واحد: معاً في المنزل". من بين هذه الأموال ، خصصت منها 2 مليون دولار لصندوق الاستجابة التضامنية لمنظمة الصحة العالمية COVID-19 ويتم توزيع ما

بطاقات الائتمان المؤجلة إلى برامج المنح المحددة، أطلق Facebook برنامج منح بقيمة 100 مليون دولار لـ 30,000 شركة صغيرة في 30 دولة حول العالم. ويمكن إبراز بعض الممارسات التي تدل على المسؤولية الاجتماعية اتجاه مجتمعها في ظل أزمة كوفيد :

- حملات لجمع الأموال من الموظفين لاستخدامها في مواجهة الأزمة؛

- استخدام وسائل النقل الخاصة بهم لنقل الإمدادات الطبية المتبرع بها؛

- التعيين المؤقت للموظفين للمساعدة في التركيب / البناء ، التكيف ، المستشفيات الخارجية وصيانتها؛

- تطهير وتنظيف المساحات الطبية مجاناً؛

- مدونات أو بودكاست مع نصائح وتوصيات حول الأنشطة الإلكترونية، والرياضية، والحرف اليدوية التي يجب القيام بها في المنزل في فترة الحجر الصحي .

4.3 المسؤولية الاجتماعية اتجاه المساهمين

تقع على عاتق الشركات مسؤولية ائتمانية للعمل لصالح المساهمين بتوفير عائد على استثمارات المساهمين ، ودفع الضرائب لمساعدة المجتمع، ودفع رواتب الموظفين وزيادة التعويضات، وتقديم التبرعات للمنظمات غير الهادفة للربح، وتحمل المسؤولية الاجتماعية اتجاه أصحاب المصلحة الآخرين لكن فيروس كورونا يخلق تحديات للوضع الراهن فيما يتعلق بالأرباح ، حيث تحاول العديد من الشركات حالياً الحفاظ على الإيرادات وخفض التكلفة بسبب فقدان المبيعات والإيرادات الناتجة عن الوباء. لسوء الحظ ، تم تسريح العديد من الشركات بشكل كبير مما أدى إلى تسجيل عدد قياسي من الأشخاص المتقدمين للبطالة. جوانب أخرى مهمة فيما يتعلق بالوضع الناجم عن تفشي الفيروس التاجي ، خاصة فيما يتعلق باجتماع المساهمين وتحذير الأرباح. بسبب سياسات البقاء في المنزل والتباعد الاجتماعي ، كان على شركات التباعد الاجتماعي اللجوء إلى اجتماعات المساهمين الافتراضية عبر الإنترنت أو الاجتماعات المختلطة الشخصية / الافتراضية. (Marom & Lussier, 2020) . من بين

- الاهتمام بالتعليم عن بعد .

لقد انقلب التعليم رأساً على عقب واندفعت الشركات لدعم أولياء الأمور والمدرسين والمدارس أثناء التحول إلى التعلم الرقمي. على سبيل المثال، تقدم Audible مئات العناوين المجانية للأطفال والطلاب. تقدم Babbel ثلاثة أشهر من تعلم اللغة مجاناً لطلاب الولايات المتحدة حتى منتصف يونيو 2020 بأي من لغاتها. يعمل مزودو الإنترنت مثل Comcast على زيادة السرعة في حزمهم الأساسية وتقديم خدمة الإنترنت المجانية للعملاء ذوي الدخل المنخفض. توفر Cox و Spectrum أيضاً الإنترنت لفترة محدودة للعائلات التي لديها طلاب من رياض الأطفال وحتى الصف الثاني عشر. برنامج Zoom مجاني للمدارس وقد رفع حد الاجتماع البالغ 40 دقيقة. (Hessekiel, 2020)

- المساهمة بخبراتها وإمكانياتها في تصنيع مواد الاستخدام الصحي :

من خلال تقديم المؤسسات لخبراتها وإمكانياتها اللوجستية للمساهمة في الحد من الوباء نجد من ذلك مثلاً قيام شركة Ford بتقديم خبرتها في التصنيع والهندسة للمساعدة في بناء أجهزة التنفس الصناعي وأجهزة التهوية. وبالمثل ، تتدخل جنرال موتورز وفيات كرايسلر أيضاً لدعم إنتاج منتجات العناية بالجهاز التنفسي وأقنعة الوجه (Hessekiel, 2020) . في الجزائر ساهمة جامعة باتنة 1 من خلال مخبرها وطاقاتها البشرية في إنجاز كميات معتبرة من المحلول المعقم ، كما ساهمت العديد من ورشات الخياطة في إنجاز كميات كبيرة من الكمادات لمساعدة الأطقم الطبية والأفراد في الوقاية من الجائحة.

- دعم المؤسسات الصغيرة.

يظهر الاستطلاع لأكثر من 5800 شركة صغيرة في الولايات المتحدة أن 43% من الشركات المستجيبة مغلقة بالفعل مؤقتاً ، مما يجعلها من أكثر الأعمال تضرراً بالوباء . (OECD, 2020) ساهم بعض المؤسسات الكبيرة في دعم هذه المؤسسات الصغيرة من خلال العديد من البنوك مثل Umpqua Bank و Wells Fargo و Bank of America لدعم مجتمعاتهم ، وعلى وجه الخصوص ، الشركات الصغيرة مع عروض تتراوح من مدفوعات

5.3 المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة

الإجراءات كذلك العمل على تخفيض ما بين 20% و 30% من مكافآت المديرين التنفيذيين وأعضاء مجلس الإدارة، وتخفيض أو تعليق المكافآت المتغيرة للمديرين، تعليق توزيع الأرباح. وتدابير خفض التكاليف الثابتة، (García-Sánchez & García-Sánchez, 2020)

تعتبر البيئة من أهم مجالات المسؤولية الاجتماعية، بسبب التوسع الإنتاجي الضخم وما نتج عنه من الاستخدام المتزايد للموارد الطبيعية غير قابلة للتعويض، زيادة المخلفات الصناعية، التوسع في استخدام المبيدات الكيماوية مما أدى إلى زيادة التلوث والتأثير السلبي على التنوع البيولوجي.

منذ عام 1990، فقد العالم 178 مليون هكتار من الغابات - وهي مساحة بحجم دولة ليبيا. على مدى العقود الثلاثة الماضية، تباطأ معدل إزالة الغابات، لكن الخبراء يقولون إنه ليس بالسرعة الكافية، بالنظر إلى الدور الحيوي الذي تلعبه الغابات في الحد من ظاهرة الاحتباس الحراري (Gerretsen, 2021) تظهر أدلة دامغة أن كوكبنا أخذ في ارتفاع درجة حرارته. وفقاً لآخر تقرير بيئي نشرته منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة (FAOSTAT)، كان لدى أكثر من 150 دولة في عام 2019 تغيرات سنوية في درجات الحرارة بمقدار 1.0 درجة مئوية أو أعلى من المعتاد. (Dash, Dipankar, Burange, Rouse, & Sarangi, 2021)

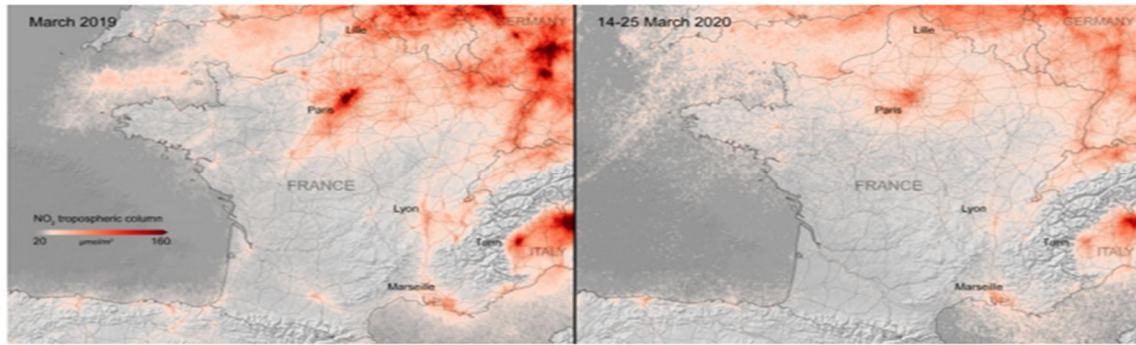
Sarangi, 2021) الارتفاع المستمر لدرجات الحرارة كانت درجة حرارة سطح الأرض والمحيطات في يناير 2021 أعلى من متوسط القرن العشرين بمقدار 0.80 درجة مئوية (NOAA, 2021)، كما ترتفع درجة حرارة المحيطات، مما يجعلها أكثر دعمًا للأعاصير وتعمل على إعادة توزيع ناقلات الحشرات الفيروسية و الزيادة الملحوظة في الظروف الجوية القاسية مثل الأعاصير وفترات طويلة من المطر أو الجفاف. وتسبب الوفيات مع عبء اقتصادي مباشر أو غير مباشر يبلغ 354 تريليون دولار أمريكي مما يحتم الضروري وضع استراتيجيات للحفاظ على الزيادة العالمية في

درجات الحرارة أقل من 1.5 - 2 درجة مئوية (Dash, Dipankar, Burange, Rouse, & Sarangi, 2021) حسب تقرير حديث للمنتدى الاقتصادي العالمي أن ثلثي سكان العالم قد يعيشون في بلدان تعاني من الإجهاد المائي بحلول عام 2025 إذا استمرت أنماط الاستهلاك الحالية مع وباء كوفيد 19، تعد البيئة "الفائز الأكبر" للوضع الجديد الذي تم فرضه بسبب تفشي وباء كوفيد 19. أدت توجيهات التباعد الاجتماعي والحجر الصحي إلى انخفاض كبير في التنقل والسفر مع تحول العديد من الوظائف إلى العمل من المنزل. وساهمت القيود المفروضة على السفر التي فرضتها العديد من الدول إلى انخفاض استخدام النفط ومنتجاته والطلب عليها، مما أدى إلى تقليل الانبعاثات والنفايات بسبب استهلاك النفط (zowalaty, young, & jähult, 2020).

نتيجة لتوقف الأنشطة الرئيسية في جميع أنحاء العالم بما في ذلك الصناعة والنقل. ساهم ذلك في تحسن جودة الهواء في مختلف المدن في جميع أنحاء العالم، وقلل من انبعاثات غازات الدفيئة، قلل من تلوث المياه والضوضاء، ومن الضغط على الوجهات السياحية، مما قد يساعد في استعادة النظام البيئي لعافيته. فمثلاً تشير التقديرات إلى حدوث انخفاض بنسبة 50٪ تقريباً في NO₂ وثنائي أكسيد الكربون نتيجة لإغلاق الصناعات الثقيلة في الصين، توقعت وكالة البيئة الأوروبية (EEA) أنه بسبب إغلاق COVID-19، انخفضت انبعاثات ثاني أكسيد النيتروجين من 30-60٪ في العديد من المدن الأوروبية بما في ذلك برشلونة ومدريد وميلانو وروما وباريس، بشكل عام، يقلل استهلاك الوقود الأحفوري بشكل أقل بكثير من انبعاثات غازات الدفيئة، مما يساعد على مكافحة تغير المناخ العالمي. (Rume & Islam, 2021)

يوضح الشكل الموالي الصور التي تم التقاطها في (مارس 2019) وبعد (مارس 2020) توضح انخفاضاً في انبعاثات ثاني أكسيد النيتروجين NO₂ (التظليل الأحمر) في المدن الرئيسية بفرنسا بسبب عمليات الإغلاق COVID-19، حيث يشير التظليل الداكن زيادة مستويات NO₂

شكل رقم 02: انخفاض ثاني أكسيد النيتروجين بفرنسا بسبب COVID-19



Source: Muhammad Kafeel Ansari :The Environmental Impact of COVID-19 worldwide; 2020Preprints 2(1):1-16

افتراض أن تغير المناخ والاستدامة البيئية سيكونان من أولويات العالم والحكومات. مما يعمل على زيادة التكلفة طويلة الأجل لخفض الانبعاثات. (Cheval, et al., 2020) إضافة إلى القلق الكبير بشأن المناخ المحتمل بعد جائحة كوفيد 19 حيث تسعى المصانع لتعويض الفترة الضائعة، ومن المحتمل أن يؤدي ذلك إلى زيادة التلوث البيئي وحتى تجاوز مستويات تصريف ما قبل COVID-19. (Morgan, Awafo, & Quartey, 2021) تهدد أزمة جائحة كوفيد 19 أيضاً الالتزامات المحلية بتنفيذ التكيف مع تغير المناخ. ولكن يستفاد من جائحة كوفيد 19 العديد من الدروس التي يمكن أن تساهم في المحافظة على البيئة. (Fuentes, Galeotti, Lanza, & Manzano, 2020) إن تكلفة وقف الاقتصاد، التي نتجت عن هذا الحد من الانبعاثات كأثر جانبي، لم يسبق لها مثيل. وبالتالي لم يعد من المقبول تحجج البلدان والشركات والأفراد حتى الآن عن المشاركة في عمل جاد وقوي للتصدي لتغير المناخ إلى تكلفته الاقتصادية المرتفعة المفترضة. حل مشكلة تغير المناخ يتطلب تغييراً في السلوك والعادات وأنماط الحياة المتعلقة بالاستهلاك. جائحة كوفيد 19 أوضحت إمكانية التغيير المفاجئ والحاد في السلوك (والعقلية)، مدفوعاً بمعايير اجتماعية جديدة مثل ارتداء قناع أو الحفاظ على مسافة اجتماعية. وتغيير السلوك في الإستهلاك والنقل، الإنتاج، وغيرها، ممكن مع التقنيات الحالية عندما يجبر الناس على القيام بذلك.

أدى الانكماش الحاد في النشاط الاقتصادي العالمي والانخفاض الكبير في التنقل إلى انخفاض الطلب العالمي على الطاقة. تقدر وكالة الطاقة الدولية أن إجمالي الاستهلاك النهائي للطاقة سينخفض بنسبة 4% إلى 6% في عام 2020 مقارنة بعام 2019 (Malliet, Reynès, & Landa, 2020) ولكن رغم ذلك هناك بعض النتائج السلبية لـ COVID-19 على الشق البيئي، مثل زيادة النفايات الطبية والاستخدام العشوائي والتخلص من المطهرات والأقنعة والقفازات، وعبء النفايات غير المعالجة الذي يهدد البيئة باستمرار. (Rume & Islam, 2021) أصبحت الأقنعة الطبية المهملة تشكل تهديداً للصراف الصحي في العديد من البلدان النامية. مثل تقارير على كينيا ونيجيريا. في أعقاب التخلص غير المناسب في كل من البيئات الأرضية والمائية خاصة كون هذه الأقنعة ينصح أخصائيو الصحة العامة، في المتوسط، بارتداء الأقنعة الجراحية لمدة لا تتجاوز 8.5 ساعة وبعد هذه الفترة الزمنية يجب تغييرها والتخلص منها مما يعني هناك كمية كبيرة من النفايات الناتجة عن الأقنعة الطبية المستخدمة. (Abdul Wahid Arimiyaw, 2021) تقدر تكلفة جهود الحد من الانبعاثات التي ستكلف العالم بأسره حوالي 149.8 - 792.0 تريليون دولار حتى عام 2100 لم يتم تأجيل الخطط المعدة لتعزيز أهداف خفض الانبعاثات المنصوص عليها في اتفاقية باريس لعام 2015 حتى عام 2021 فحسب، بل من المحتمل أن تعاني من تعديلات متسقة في الظروف الاقتصادية الجديدة. على المدى القصير، من الصعب

من خلال ممارسات المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع وإنشاء والحفاظ على علاقات جيدة وعلاقات سياسية. نحن نعلم أنه توجد ثقافات مختلفة والجوانب الاجتماعية يمكن أن تؤثر على استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية للشركات بطرق مختلفة حسب الدول ، مما يجعلنا نرجح فكرة أنه لا توجد ممارسات واحدة للمسؤولية الاجتماعية اتجاه مجتمعها، بل على المؤسسات اكتشاف المجالات التي تركز عليها من خلال التعاون مع أصحاب المصالح لتحديد المجالات الأكثر حاجة للمساعدة خاصة في ظل جائحة كوفيد 19

كان لـ Covid-19 ، المرض الناجم عن سلالة جديدة من فيروس كورونا ، تأثيرات عديدة على مختلف أصحاب المصلحة يمكن أن تكون التأثيرات المتعلقة بـ Covid-19 أكثر أهمية من أي أزمة عالمية أخرى في التاريخ الحي ويمكن أن تكون آثارها على الممارسات المالية والإدارية كبيرة. تسببت الجائحة في أزمة صحية واقتصادية واجتماعية عالمية تتطلب تعاون والتزام جميع الجهات الفاعلة ، خاصة المؤسسات الاقتصادية . ووجب إعادة التفكير في استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية للشركات وتعزيزها ، مما يؤدي إلى نماذج أعمال جديدة ونوع من التضامن والمساهمة في مواجهة الجائحة ومخلفاتها

استنادًا إلى الأدبيات الحالية حول المسؤولية الاجتماعية للشركات ، يمكن أن يكون معروفًا أنه يمكن للشركات إنشاء شبكة أعمق وأوسع من العلاقات مع أصحاب المصلحة الخارجيين خاصة المجتمع المحلي من خلال تولي المسؤوليات الاجتماعية.

من خلال الدراسة تبين أن جائحة كوفيد 19 يوفر فرصة كبيرة للشركات للتحويل نحو المسؤولية الاجتماعية للشركات الأكثر واقعية وحقيقية والمساهمة في مواجهة التحديات الاجتماعية الملحة، وإظهار التزامًا كبيرًا تجاه المجتمع ، ومساعدة الإدارة العمومية والمواطنين ، لفائدة الفئات الأكثر ضعفًا. على وجه التحديد ، من خلال تبرعات بالمواد الصحية والاستعمال الطبي ، والمساهمة في نشر الوعي بأهمية اجراءات السلامة والوقاية، التعاون مع المنظمات غير الحكومية والجمعيات ، والتبرع بالأغذية، وتطهير الأماكن ، الاهتمام بمساعدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة باعتبارها خزان التوظيفين ومناصب العمل.

كل هذه الممارسات المسؤولة اجتماعيا للمنظمات اتجاه مجتمعها التي في الأساس أخلاقية وإيثارية بطبيعتها كانت مهمة جدًا في التخفيف من الآثار الاجتماعية والاقتصادية للوباء التي أثرت على الاقتصاديات و المؤسسات الصغيرة والأفراد والعائلات.

يلتزم المديرين والمساهمين بممارسات المسؤولية الاجتماعية اتجاه مجتمعهم ، بدافع في البداية من خلال المعتقدات الأخلاقية والأخلاقية والدينية والنفعية بالحصول على منافع اقتصادية ومزايا

14. Fuentes, R., Galeotti, M., Lanza, A., & Manzano, B. (2020). COVID-19 and Climate Change: A Tale of Two Global Problems. Sustainability, 12, 7.

15. García-Sánchez, I.-M., & García-Sánchez, A. (2020). Corporate Social Responsibility during COVID-19 Pandemic. J. Open Innov. Technol. Mark. Complex, 126(6).

16. Geneva. (2020). An employers' guide on working from home in response to the outbreak of COVID-19. International Labour Office.

17. Gerretsen, I. (2021, January 11). The state of the climate in 2021, BBC Future, Retrieved from <https://www.bbc.com/future/article/20210108-where-we-are-on-climate-change-in-five-charts>

18. government. (2020, MAI 16). corporate-social-responsibility-in-times-of-covid-19-pandemic. Retrieved from <https://government.economictimes.indiatimes.com/news/economy//75771467>.

19. Goyal, P., & Kumar, D. (2017). Modeling the CSR barriers in manufacturing industries. Benchmarking.

20. He, H., & Harris, L. (2020). The impact of Covid-19 pandemic on corporate social responsibility and marketing philosophy. Journal of Business Research, 116, 176-182.

21. Heimann, M., & Pouget, S. (2013). La recommandation des fonds ISR - Une étude empirique sur les conseillers clients bancaires français, Revue française de gestion, 2013/7 N° 236, p 150.

22. Hessekiel, D. (2020, Mar 27). Creative Ways Companies Are Giving Back During The COVID-19 Crisis. Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/davidhessekiel/2020/03/27/creative-ways-companies-are-giving-back-during-the-covid-19-crisis/?sh=2f4d07957f14>.

23. International Energy Agency. (2018). IEA. Consulté le 12 19, 2018, sur iea.org: <https://www.iea.org/topics/renewables/>

24. International Monetary Fund. (2020). The great lockdown: worst economic downturn since the great depression. Retrieved from <https://blogs-imf.org.snd11.arn.dz/2020/04/14/the-great-lockdown-worst-economic-downturn-since-the-great-depression>

25. Johnson, J. &. (2020, March 27). Johnson & Johnson Announces a \$50 Million Commitment to Support Frontline Health Workers Battling COVID-19. Retrieved from <https://www.jnj.com/latest-news/johnson-johnson-announces-a-50-million-commitment-to-support-frontline-health-workers-battling-covid-19>.

26. Kanji, G., & Chopra, P. (2010). Corporate social responsibility in a global economy. Total Qual Manag, 21(2), 119-143.

27. Khandelwala, R., & Bakshi, S. (2014). The New CSR Regulation in India: The Way Forward. Procedia Economics and Finance, 11, 62.

5. قائمة المراجع:

1. الشروق. (25 فيفري, 2021). وزارة الصحة تستلم مساعدات طبية من جمعية العلماء . تم الاسترداد من <https://www.echoroukonline.com> تاريخ الاطلاع : 7 مارس 2021

2. لطرش, م. (2016). دور الثقافة التنظيمية في تجسيد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات دراسة عينة من المؤسسات الاقتصادية في الشرق الجزائري (ولاية باتنة) أطروحة دكتوراه المدرسة العليا للتجارة، الجزائر.

3. ياسمين ممدوح. (2010). المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال. الفكر المحاسبي، 2(14)، 369.

4. Abdul Wahid Arimiyaw, A. (2021). Minimizing the long-term impact of COVID-19 on environmental pollution in Sub-Saharan Africa. Sustainability: Science, Practice and Policy, 17.

5. Aguinis, H. (2011). Organizational responsibility: doing good and doing well”, in Zedeck, S. (Ed.), APA Handbook of Industrial and Organizational Psychology, American Psychological Association, 3, 855-879.

6. Alain, C., & Jean, J. (2003). l'Enterprise responsable. Edition : Organisation.

7. allbirds. (n.d.). We're Better Together. Retrieved from <https://www.allbirds.com/pages/better-together>. Accessed : 31/3/2021

8. Baboukardos, D., Gaia, S., & She, C. (2021). Social performance and social media activity in times of pandemic: evidence from COVID-19-related Twitter activity. Corporate Governance.

9. Carroll, A. (1983). Corporate social responsibility: Will industry respond to cut-backs in social program funding? Vital Speeches of the Day, 49, 604-608.

10. Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility Evolution of a Definitional Construct. BUSINESS & SOCIETY, 38(3), 270.

11. Cheval, S., Adamescu, C. M., Georgiadis, T., Herrnegger, M., Piticar, A., & Legates, D. R. (2020). Observed and Potential Impacts of the COVID-19 Pandemic on the Environment. Int. J. Environ. Res. Public Health, 17.

12. Dash, S. P., Dipankar, P., Burange, P. S., Rouse, B. T., & Sarangi, P. P. (2021). Climate change: how it impacts the emergence, transmission, resistance and consequences of viral infections in animals and plants, Critical Reviews in Microb.

13. Finet, A., & Giuliano, R. (2012). : Une nouvelle façon d'appréhender la notion de responsabilité sociale des entreprises: le cas d' Eternit. la revue des sciences de gestion, 275, 24.

41. Rume, T., & Islam, S. D.-U. (2021). Environmental effects of COVID-19 pandemic and potential strategies of sustainability, . Retrieved from <https://www.ncdc.noaa.gov/sotc/global/202101>
42. Saharan, T., & Singh, N. (2015). Are values driving Indian consumers to support firms' CSR initiatives? *Decision*, 42, 379–391. doi:<https://doi.org/10.1007/s40622-015-0110-4>
43. Schaefer, S. D., Terlutter, R., & Diehl, S. (2020). Talking about CSR matters: employees' perception of and reaction to their company's CSR communication in four different CSR domains. *International Journal of Advertising*, 39(2).
44. statista. (2021, Feb 4,). Leading tech companies' financial contribution towards the novel coronavirus (COVID-19) response as of February 2021. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/1106386/leading-tech-companies-donations-towards-covid-19/>.
45. The Intergovernmental Panel on Climate Change. (2011). *renewable energy sources and climate change mitigation*. New York, USA: cambridge university press.
46. The Natural Resources Defense Council. (2018). NRDC. Consulté le 12 19, 2018, sur The Natural Resources Defense Council: <https://www.nrdc.org/stories/renewable-energy-clean-facts>
47. Toppinen, A. &. (2015). Standardizing Social Responsibility via ISO 26000. *Empirical Insights from the Forest Industry*, *Sust. Dev.*
48. US/SIF. (2020). *Report on US Sustainable and Impact Investing Trends 2020*. Parnassus Investments.
49. Webb, L. (2020, April 27). Is there a new post-crisis era for brands? The research says yes, . Retrieved from <https://dynamicbusiness.com.au/leadership-2/expert/is-there-a-new-post-crisis-era-for-brands-the-research-says-yes.html>.
50. Ziolo, M., Filipiak, B., & Tundys, B. (2021). Corporate Social Responsibility and Sustainable Value Creation. In *Sustainability in Bank and Corporate Business Models*. Palgrave Studies in Impact Finance,. Palgrave Macmillan. doi:<https://doi.org/10.1007/978-3>
51. zowalaty, m. e., young, s. g., & jähult, j. (2020). environmental impact of the covid-19 pandemic – a lesson for the future. *infection ecology & epidemiology*, 10
28. Malliet, p., Reynès, f., & Landa, g. (2020). Assessing Short-Term and Long-Term Economic and Environmental Effects of the COVID-19 Crisis in France. *Environ Resource Econ*, 76, 867–883. doi:<https://doi.org/10.1007/s10640-020-00488-z>
29. Marom, S., & Lussier, R. (2020). : Corporate Social Responsibility during the Coronavirus Pandemic: An Interim Overview. *Business and Economic Research*, 10.
30. Marom, S., & Lussier, R. N. (2020). Corporate Social Responsibility during the Coronavirus Pandemic: An Interim Overview,. *Business and Economic Research*, 10(2), 258.
31. Morgan, A. K., Awafo, B. A., & Quartey, T. (2021). The effects of COVID-19 on global economic output and sustainability: evidence from around the world and lessons for redress,. *Sustainability: Science, Practice and Policy*, 17(1).
32. nestle. (2020). Our response to COVID-19. Retrieved from <https://www.nestle.com/aboutus/our-response-covid-19-coronavirus>.
33. news.sky. (2020, mars 20). Retrieved from <https://news.sky.com/story/coronavirus-british-airways-pilots-to-take-pay-cut-over-pandemic-turmoil-11960718>
34. NOAA. (2021). *Global Climate Report*.
35. OECD. (2020, July 15). *Coronavirus (COVID-19): SME policy responses*, . Retrieved from <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/coronavirus-covid-19-sme-policy-responses-04440101/>.
36. OUALI, S. (2006). Etude géothermique du Sud de l'Algérie. *Revue des Energies Renouvelables*, 9(4), 298. Centre de Développement des Energies Renouvelables, Algérie.
37. oxford university press. (2018). *english oxford living dictionaries*. Consulté le 12 19, 2018, sur [en.oxforddictionaries.com: https://en.oxforddictionaries.com/definition/renewable_energy](https://en.oxforddictionaries.com/definition/renewable_energy)
38. pepco. (2020). *PHILANTHROPY COVID-19 RESPONSE*. Retrieved from <https://www.pepsico.com/sustainability/philanthropy>.
39. Perroud, V. (Septembre 2006). *Développement Urbain Durable & Agenda 21 Local: Analyse de la filière du Bois à Lausanne*. Faculté des lettres, institut de Géographie.
40. Podnar, U. G. (2021). Corporate marketing and the role of internal CSR in employees' life satisfaction: Exploring the relationship between work and non-work domains. *Journal of Business Research*.