

مساهمة المسؤولية الاجتماعية للشركات في إدارة الأزمات والوقاية منها "أزمة فيروس كورونا  
(COVID-19) نموذجا" - تجارب دولية -

**The contribution of corporate social responsibility to crisis  
management and prevention "The Corona Virus Crisis (COVID-19) as  
a model" - international experiences -**

قمان مصطفى<sup>1</sup>، بوسعدية مسعود<sup>2</sup>

**Gamane mustapha<sup>1</sup>, Boussadia messaoud<sup>2</sup>**

1 جامعة محمد بوضياف - المسيلة (الجزائر)، mustapha.gamane@univ-msila.dz

2 جامعة محمد بوضياف - المسيلة (الجزائر)، messaoud.boussadia@univ-msila.dz

تاريخ الاستلام: 2021/07/23 تاريخ القبول: 2021/09/07 تاريخ النشر: 2021/09/30

**ملخص:**

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في التخفيف من آثار أزمة فيروس كورونا (COVID-19) من خلال عرض تجارب لشركات دولية عالمية (عمالقة التقنية ومجموعة علي بابا ومجموعة MTC القابضة)، حيث تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن المسؤولية الاجتماعية للشركات لها دور كبير في إدارة الأزمات والتخفيف من آثارها، كما تبين الدراسة أنه يمكن للاقتصاد عبر الشركات الدخول على خط أزمة فيروس كورونا (COVID-19) للتخفيف من آثارها الاقتصادية والاجتماعية، إذ هناك العديد من الشركات الدولية وبدافع مسؤوليتها الاجتماعية قدمت مجموعة من الأنشطة التي ساهمت بشكل كبير في مواجهة الأزمة، وتمثلت هذه الأنشطة أساسا في: المنتجات الطبية، الخدمات الصحية، التبرعات المالية، دعم الشركات المتضررة، دعم الجانب التعليمي.

**كلمات مفتاحية:** المسؤولية الاجتماعية للشركات، أزمة فيروس كورونا (COVID-19)

تصنيفات JEL: M14، I00

## Abstract:

This study aims to determine the role of corporate social responsibility in mitigating the effects of the Corona virus crisis (COVID-19) By presenting experiences of global international companies (tech giants, Ali baba Group and MTC Holding Group), Where the descriptive analytical method was relied on.

The study reached several results, the most important of which are: that corporate social responsibility plays a major role in managing crises and mitigating their effects, The study also shows that the corporate economy can enter the line of the Corona virus crisis (COVID-19) to mitigate its economic and social effects, As there are many international companies and out of their social responsibility, they presented a set of activities that contributed significantly to facing the crisis, These activities were mainly represented in: medical products, health services, financial donations, support for affected companies, support for the educational aspect.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility, Corona virus crisis (Covid-19)

**JEL Classification Codes:** M14, I00

المؤلف المرسل: بوسعدية مسعود، الإيميل: [messaoud.boussadia@univ-msila.dz](mailto:messaoud.boussadia@univ-msila.dz)

## 1. مقدمة

أصبح مفهوم المسؤولية الاجتماعية يحظى باهتمام واسع باعتباره أداة إدارية حديثة تساعد الشركات على رسم سياسة فعالة لإدارة الأزمات والوقاية منها بطرح الحلول الممكنة للتصدي لها بكفاءة وفعالية، وفي ظل الظروف الصعبة التي يعيشها العالم مع ظهور فيروس كورونا (COVID-19)، برزت أهمية المسؤولية الاجتماعية في العديد من الدول خلال هذه الأزمة، ما أتيح للشركات فرص كبيرة ودروس يمكن الاستفادة منها لكيفية التعامل وقت الأزمات واختبار مدى فعاليتها في ممارسة مسؤوليتها الاجتماعية في الظروف الصعبة كونها تشكل درعا وقائيا من الأزمات وركنا أساسيا في حياة المجتمعات، فساهمت الشركات بجانب الحكومات في مواجهة أزمة فيروس كورونا (COVID-19) والتقليل من آثارها الاقتصادية والاجتماعية والصحية.

## 1.1 إشكالية الدراسة

من خلال ما تقدم يمكن طرح إشكالية الدراسة على النحو الآتي:

"ما مدى مساهمة المسؤولية الاجتماعية للشركات في مواجهة أزمة فيروس كورونا (COVID-19)؟"

تنبثق عن الإشكالية الرئيسية؛ الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هو دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في إدارة الأزمات والوقاية منها؟
- هل توجد علاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وأزمة فيروس كورونا (COVID-19)؟
- ما هي أبرز تجارب الشركات الدولية الرائدة في التخفيف من آثار أزمة فيروس كورونا (COVID-19) والتي تدخل ضمن إطار مسؤوليتها الاجتماعية؟

## 2.1 فرضيات الدراسة

من خلال الأسئلة الفرعية السابقة الذكر؛ يمكن صياغة الفرضيات التالية:

- تساهم المسؤولية الاجتماعية للشركات في إدارة الأزمات والوقاية منها.
- توجد علاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وأزمة فيروس كورونا (COVID-19).
- هناك العديد من الشركات الدولية الرائدة تقوم بإجراءات تدخل ضمن مسؤوليتها الاجتماعية بهدف التخفيف من آثار أزمة فيروس كورونا (COVID-19).

## 3.1 أهداف الدراسة

- تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في التخفيف من آثار أزمة فيروس كورونا (COVID-19)، بالإضافة إلى أهداف أخرى والمتمثلة فيما يلي:
- تأصيل المفاهيم الأساسية المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية.
- إبراز دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في إدارة الأزمات والوقاية منها.
- تحديد العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وأزمة فيروس كورونا (COVID-19).

- تحليل أبرز تجارب الشركات الدولية الرائدة في مجال المسؤولية الاجتماعية بهدف التخفيف من آثار أزمة فيروس كورونا (COVID-19).

#### 4.1 الدراسات السابقة

- دراسة (ولد الصافي و علمي، 2020) بعنوان: المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية في ظل جائحة كورونا (دراسة تجارب دولية ومحلية رائدة)، هدفت الدراسة إلى إبراز وعرض أهم التجارب الدولية والمحلية الرائدة للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية في ظل جائحة كورونا وكيف تعاملت هذه الشركات مع تداعيات هذه الجائحة، وباستخدام المنهج الوصفي التحليلي توصلت الدراسة إلى أن آثار جائحة كورونا كانت بالغة على المجتمع، إلا أن الشركات كان لها دورا فعالا في التقليل من آثارها والحد من تبعاتها نتيجة للإجراءات المتخذة من قبلها، بحيث ركزت الدراسة على تجارب بعض الدول التي مستها الجائحة بشكل كبير مثل تجربة "مجموعة علي بابا" بالإضافة إلى تجارب محلية في هذا المجال واللدان ساهمان في مواجهة الأزمة بدافع المسؤولية الاجتماعية سواء على المستوى الدولي أو المحلي وتمثلت هذه الأنشطة أساسا في تقديم العلاج المجاني للأشخاص المصابين بالفيروس، وتسريح بعض الموظفين والقيام بصرف مبالغ كبيرة للقيام بالبحث عن اللقاح وغيرها من الأنشطة.

- دراسة (توام و رزاي، 2020) بعنوان: تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل جائحة كورونا نموذج عن شركات عالمية، هدفت هذه الدراسة إلى إظهار أهمية تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل أزمة وباء كورونا التي يعيشها العالم، ومن خلال عرض تجارب لشركات عالمية مثل شركة "انتل" و"ليغو" 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 أيضا أن يحقق لنفسه مكاسب ليس بالضرورة مالية أو آنية وإنما يمكن جنبها بعد حين.

- دراسة (Misbau & Adedoyin, 2021) بعنوان: "Covid-19: Implications for Corporate Governance and Corporate Social Responsibility (CSR) in Africa"، هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الآثار المترتبة لفيروس كورونا (COVID-19) على حوكمة الشركات والمسؤولية الاجتماعية للشركات، وكذلك استجابة الشركات في إفريقيا لدعم واستكمال جهود الحكومات في مكافحة تهديدات الوباء، وتوصلت الدراسة إلى أن الممارسة السليمة لحوكمة الشركات والاستثمار في المسؤولية الاجتماعية للشركات يمكن أن يساعد على تشكيل أداء الشركات في أفريقيا وقدرتها على الصمود في وجه الصدمات المعاكسة لوباء كورونا (COVID-19) الذي يجتاح العالم.

## 2. مفاهيم حول المسؤولية الاجتماعية للشركات

لم يكن مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات في النصف الأول من القرن العشرين معروفاً بشكل واضح حيث كانت الشركات تحاول جاهدة تعظيم أرباحها وبشتى الوسائل، (قمان، 2017، صفحة 234) أما الآن وفي عصر العولمة أصبحت كل الشركات في دول العالم مطالبة بإدراج هذا المفهوم ضمن سياساتها قصد التوجه أكثر مع ازدياد الاهتمام الكبير من طرف النقابات العمالية وجمعيات المجتمع المدني المطالبة بتحسين أوضاع العمال في الشركات، وبهذا ظهرت المسؤولية الاجتماعية للشركات كتفاعل لعدة عوامل منها: "زيادة ضغوط المجتمع، مساهمة الشركات الصغيرة والمتوسطة في تطوير نمط الحياة، انتشار القيم الإنسانية والوعي، اهتمام الجامعات بهذا الموضوع وزيادة البحوث حوله". (غول و بسكري، 2016، صفحة 343)

## 1.2 تعريف المسؤولية الاجتماعية

إن تعريف المسؤولية الاجتماعية للشركات ليس ثابتاً بل هو ديناميكي وواقعي ومتطور يتماشى مع المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، غير أن معظم التعاريف التي وجهت لها ركزت على تحمل الشركات لمسئوليتها الاجتماعية تجاه أصحاب المصالح من حملة الأسهم والعمالين والمستهلكين والعملاء والموردين والمجتمع والبيئة، (غردى، 2013، صفحة 61) ومن بين التعاريف التي أعطيت للمسؤولية الاجتماعية ما يلي:

يعتبر الباحث (Howard Bowen) من أهم المساهمين في تطوير مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال كتاباته الأكاديمية، باعتباره أول من صاغ تعريفا لهذه المسؤولية، حيث عرفها على أنها: "التزامات رجال الأعمال لممارسة سياساتهم واتخاذ قراراتهم ومتابعة خطط عملهم، والتي تكون مرغوبة وتخدم أهداف وقيم المجتمع". (Bowen & Howard R, 2013, p. 06)

وعرفت (منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية) المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها: "التزام الشركات بالمساهمة في التنمية الاقتصادية مع الحفاظ على البيئة والعمل مع العمال وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع بشكل عام بهدف تحسين جودة الحياة لجميع هذه الأطراف"، (Marie & Frédérique, 2004, p. 05) وقد أشار (المنبر الأردني للتنمية الاقتصادية. 2005) للمسؤولية الاجتماعية بأنها: "تلك الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية التي تقدمها إدارة الشركة للعاملين بها وعمالئها وأفراد المجتمع ككل، ذلك في إطار قيم وأخلاق وقوانين هذا المجتمع". (أبو النصر، المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات، 2015، صفحة 33)

كما عرفها قاموس (BNET Business Dictionary) بأنها: "مقاربة طوعية تتخذها الشركة بهدف تلبية توقعات أصحاب المصالح، ويكون ذلك عبر دمج الاهتمامات الاجتماعية والأخلاقية والبيئية مع الأهداف اليومية المتعلقة بتحقيق الإيرادات والربح والالتزام القانوني، إضافة إلى الالتزام الدائم للشركات بالتعامل الأخلاقي والإسهام في التنمية الاقتصادية وتحسين حياة العاملين وأسرتهم والمجتمع المحلي و الدولي بشكل عام". (جرادات و أبو الحمام، 2013، صفحة 30)

ومما سبق يمكن تعريف المسؤولية الاجتماعية على أنها: "التزام الشركات بالتصرف الطوعي تجاه أصحاب المصلحة بهدف تلبية توقعاتهم الاقتصادية والقانونية والأخلاقية، وحرصها على أن تكون طرفا مساهما في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، مع التزامها بتحسين حياة العاملين وأسرتهم والمجتمع ككل والذي ينعكس على هذه الشركات بالإيجاب مستقبلا".

## 2.2 مبادئ المسؤولية الاجتماعية

تستند المسؤولية الاجتماعية على المبادئ الأساسية التالية: (سليمان، 2018، صفحة 274)

- مبدأ الإذعان القانوني: أي أن تلتزم الشركة بجميع القوانين واللوائح السارية المحلية والدولية المكتوبة والمعلنة للإلمام بها.

- مبدأ احترام الأعراف الدولية: يجب أن تحترم الشركة الاتفاقيات الدولية والحكومية واللوائح التنفيذية والإعلانات عند قيامها بتطوير سياساتها وممارساتها للمسؤولية الاجتماعية.

- مبدأ احترام مصالح الأطراف المعنية: يجب أن تقرر الشركة وتتقبل أن هناك تنوعاً بالمصالح للأطراف المعنية وتنوعاً في أنشطتها ومنتجاتها الرئيسية والثانوية وغيرها من العناصر التي قد تؤثر على تلك الأطراف المعنية.

- مبدأ القابلية للمساءلة: أي أن تكشف الشركة وبشكل منتظم للجهات المتحكمة والسلطات القانونية والأطراف المعنية بطريقة واضحة وحيادية وأمينة للسياسات والقرارات والإجراءات التي تحمل مسؤوليتها بشكل مباشر.

- مبدأ الشفافية: أي أن تفسح الشركة عن سياستها وقراراتها وأنشطتها بما في ذلك التأثيرات المعروفة والمحتملة على البيئة والمجتمع.

- مبدأ احترام الحقوق الأساسية للإنسان: أي أن تنفذ الشركة السياسات والممارسات التي من شأنها احترام الحقوق الموجودة في الإعلامي العالمي لحقوق الإنسان.

## 3.2 أهمية المسؤولية الاجتماعية

من شأن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية تحقيق عدة مزايا بالنسبة للشركة والمجتمع والدولة.

### 1.3.2 بالنسبة للشركة

بينت العديد من الدراسات أن ولاء الشركة بالمسؤولية الاجتماعية يضيفي تحسيناً مستمراً لمناخ العمل السائد داخل الشركة ويحسن من إنتاجيتها، كما أنها تقوم بتحسين صورتها في المجتمع من خلال

تلبية حاجات المجتمع مما يجعلها مقبولة اجتماعياً، وبالتالي التنوع في المصادر التمويلية بسبب زيادة المساهمين والتخفيض من تكاليفها من خلال الفعالية البيئية التي تقتضي إعادة تدوير المخلفات في تصميم المنتج، مما يؤدي إلى تفاذي تبذير الموارد ومنع التلوث وكذا الحصول على عمال أكثر كفاءة. (حفصي، 2018، صفحة 132)

### 2.3.2 بالنسبة للمجتمع

- الاستقرار الاجتماعي نتيجة لتوفر نوع من العدالة وسيادة مبدأ تكافؤ الفرص (زروق، 2021، صفحة 46) وهو جوهر المسؤولية الاجتماعية للشركة.
- تحسين نوعية الخدمات المقدمة للمجتمع.
- ازدياد الوعي بأهمية الاندماج التام بين الشركات ومختلف الفئات ذات المصالح.
- الارتقاء بالتنمية وذلك انطلاقاً من زيادة التثقيف والوعي على مستوى أفراد المجتمع وهذا يساهم بالاستقرار السياسي والشعور بالعدالة الاجتماعية. (نعاس و بن الوليد، 2018، صفحة 185)

### 3.3.2 بالنسبة للدولة

- تخفيف الأعباء الاجتماعية التي تتحملها الدولة في سبيل أداء مهماتها وخدماتها الصحية والتعليمية والثقافية والاجتماعية الأخرى.
- يؤدي الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية إلى تعظيم عوائد الدولة، ذلك بسبب وعي الشركات بأهمية المساهمة العادلة والصحيحة في تحمل التكاليف الاجتماعية المختلفة.
- المساهمة في التطور التكنولوجي والقضاء على البطالة وغيرها من المجالات التي تجد الدولة الحديثة نفسها غير قادرة على القيام بجميع أعبائها. (بورغدة و مساعدي، 2017، صفحة 563)

### 4.2 أبعاد المسؤولية الاجتماعية

هناك تقارب كبير بين الكتاب والباحثين في تحديدهم أبعاد المسؤولية الاجتماعية، والتي تعد مترابطة ومتكاملة مع بعضها البعض لتشكل في النهاية فلسفة المسؤولية الاجتماعية التي تسعى الشركات إلى تبنيها بما يخلق لها الفائدة المرجوة، ويعتبر نموذج (Carroll) سنة 1979 الخاص بالأداء الاجتماعي للشركة، من



أولى المحاولات المهمة بوضع تصور للمسؤولية الاجتماعية، ويقوم هذا النموذج على أربعة أبعاد، (باني و محمودي، 2020، الصفحات 97-98) والمتمثلة في الآتي:

- **البعد الاقتصادي:** ويتمثل في اعتبار الشركة وحدة اقتصادية في المجتمع الذي تعمل فيه، حيث تقوم بإنتاج السلع وتقديم الخدمات (بلهاشمي، صفحة 81) في إطار احترام قواعد المنافسة العادلة والحرّة والاستفادة من التطور التكنولوجي بما لا يلحق ضرراً بالمجتمع والبيئة، (بلحياني، 2019، صفحة 373)

- **البعد القانوني:** ويقوم على أساس مبادئ حماية البيئة والسلامة المهنية والعدالة وقوانين حماية المستهلك، إذ يحتوي على مجموعة كبيرة من العناصر والتي يفترض أن تحترم من قبل الشركات بشكل يعزز الارتقاء لعلاقتها مع المستهلك ومع العاملين، ومنع الأضرار التي قد تلحق بالبيئة. (عبد الحفيظي، 2019، صفحة 184)

- **البعد الأخلاقي:** ويمثل المبادئ والسلوكيات الأخلاقية التي تقوم عليها الشركات مع التزام هذه الأخيرة بالأعمال المقبولة والصحيحة لدى المجتمع، وذلك من خلال الامتناع عن إيذاء الآخرين والإساءة إليهم مادياً أو معنوياً، فهذه السلوكيات هي بمثابة أعراف وتقاليد متوازنة ومتجددة بذات الوقت، وتعمل مع البعد القانوني في ترسيخ المسؤولية الاجتماعية. (مرزق و يونس، 2019، صفحة 138)

- **البعد الإنساني (الخيري):** بمعنى أن تكون الشركة صالحة وتعمل على الإسهام في تنمية وتطوير المجتمع وتحسين نوعية الحياة، وهي عادة مبادرات طوعية غير ملزمة للشركة تبادر فيها بشكل إنساني وتطوعي من خلال برامج لا ترتبط بالعمل بشكل مباشر وقد تكون لعامة المجتمع أو لفئات خاصة به، ولا تتوخى إدارة الشركات من هذه البرامج ارتباطها المباشر بزيادة الأرباح أو الحصة السوقية. (بوسالم، أودينة، و بقباقي، 2019، صفحة 04)

### 3. دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في مواجهة أزمة فيروس كورونا (COVID-19)

تشكل المسؤولية الاجتماعية للشركات ركناً أساسياً وهاماً في حياة المجتمعات بحيث أنها مطلوبة في كل الظروف وخاصة في الظروف الصعبة باعتبارها أداة إدارية حديثة للتصدي للأزمات والوقاية منها، ومع

ظهور أزمة فيروس كورونا (COVID-19) التي اجتاحت جميع دول العالم، برزت أهمية المسؤولية الاجتماعية خلال هذه الأزمة وشكلت فرصة كبيرة للشركات لإظهار مرونتها وفعاليتها في ممارسة مسؤوليتها الاجتماعية واستعدادها الجيد لإدارة مثل هذه الأزمات والتكيف معها.

### 3.1 الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للشركات من أهم وسائل إدارة الأزمات والوقاية منها

إن اعتماد الشركات لسياسات اجتماعية تنسجم مع رسالتها وتنسجم بالاستمرارية والوضوح تشكل فرصة لإعادة تقييم ما تنفقه من تبرعات ومساعدات متناثرة بهدف الوصول إلى سياسات أكثر رشادا والتزاما بمبادئ التنمية المستدامة، فالشركات مدعوة لتعزيز العلاقة مع الزبائن من خلال تحسين جودة المنتج ومدعوة أيضا لجذب الكوادر الوظيفية الماهرة والإبقاء على الكوادر المؤهلة، وعليها أن ترسم سياسة فعالة لإدارة الأزمات والتصدي لها، وأن توظف إمكانياتها لتثبيت سمعتها الجيدة في السوق وذلك بالحفاظ على مبادئ المصادقية في تعاملاتها، والالتزام بأسس الشفافية والإفصاح، وهذا ما سيعزز مكانة الشركات في أوقات الأزمات وغير الأزمات على حد سواء. (مقدم، 2014، صفحة 116)

وعليه فالعلاقة التي تجمع بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وإدارة الأزمات هي علاقة واضحة وحلية، ويكمن ذلك من خلال مفهوم المسؤولية الاجتماعية الذي قدمه الباحث (E.H Bowman) سنة 1980 والذي وضع من خلاله أن المسؤولية الاجتماعية للشركات هي وسيلة استباقية لتجنب المخاطر المحتملة في أنشطة الشركات والوقاية من الأزمات، كما أنها وسيلة لحل النزاعات بين الشركات وعمالها وبينها وبين الدولة، وتعد أيضا أداة لكسب تعاطف المجتمع، وإحباط كل الانتقادات والمخاطر المحتملة من الدعاية السلبية، خاصة إذا كانت هذه الشركات تنشط في قطاع يؤثر في الحياة اليومية للسكان وبيئة المجتمع كالمناجم ومصانع الاسمنت والتعدين، حيث أكد في هذا الشأن قادة الشركات لحقوق الإنسان أن الاعتبارات والمعايير الأخلاقية تحول المخاطر والأزمات إلى فرص ومزايا، أي أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تضمن الاستدامة.

كما تساعد المسؤولية الاجتماعية في إدارة الأزمات على بناء ثقافة حقيقية تحث على حسن التصرف داخل الشركات ، ويمكن أن تجنبها مخاطر فقدان سمعتها بسبب أي أزمة أو فضيحة أو حادث

بيئي، وبالتالي فهي تساهم في التمييز بين العلامات التجارية بالإضافة إلى مساعدتها على الحصول على تراخيص عمل وتجنب التدخل الحكومي عن طريق فرض الضرائب والعقوبات، كما أنها تعمل على تحسين الأداء المالي، فالشركات التي تثبت التزامها بممارسة تطبيقات المسؤولية الاجتماعية تحترم متطلبات الامتثال التنظيمي وتتجاوزها ومنه فهي تخضع إلى مراقبة أقل وتحصل على حرية أكبر من الجهات الحكومية على الصعيد الوطني والمحلي. (زباني، بوغليطة، و عبد الباقي، 2020، الصفحات 357-358)

### 2.3 العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وأزمة فيروس كورونا (COVID-19)

إن الطابع الأساسي للمسؤولية الاجتماعية للشركات هي محاولة تفادي الأزمة أو التخفيف من حدتها، فالشركات التي انتهجت النهج الاقتصادي والاجتماعي تتدخل عند كل كارثة للتقليل من آثارها، ليس هذا فقط بل إنها تتنبأ بمهذ الكوارث قبل حدوثها كي لا تقع من الأساس، (علواني، 2020)، فالمسؤولية الاجتماعية مطلوبة في كل الظروف ومطلوبة أكثر في الظروف الصعبة كونها تشكل ركنا أساسيا وهاما في حياة المجتمعات، وخاصة في ظل الظروف الاستثنائية التي تحيط بالعالم في ظل تفشي فيروس كورونا (COVID-19) والذي شكل أزمة عالمية، مما أدى إلى مبادرة القطاع الخاص (الشركات) لدعم دور القطاع العام في التصدي لهذه الأزمة، والتي أتاحت فرصة كبيرة للشركات لإظهار مرونتها واستعدادها الجيد لإدارة الأزمات من خلال تحمل مسؤوليتها الاجتماعية، والتي تعمل على إثبات المواطنة والمشاركة في حماية المجتمع من خلال حماية الموظفين والعاملين بها وعدم استغلال هذا الوضع لاحتكار السلع في السوق من أجل تحقيق أرباح بسيطة، ومن هذا المنطلق يمكن القول إن العلاقة بين أزمة فيروس كورونا (COVID-19) والمسؤولية الاجتماعية للشركات هي علاقة طردية، حيث انه كلما زاد حدة انتشار الفيروس زادت المسؤولية الاجتماعية للشركات، على الرغم من كون هذه العلاقة في كل الأحوال العادية هي علاقة حرب وصراع. (نرش، 2020)

### 3.3 نماذج عن مساهمة الشركات في إطار مسؤوليتها الاجتماعية للتخفيف من آثار أزمة فيروس كورونا (COVID-19)

إن المسؤولية الاجتماعية التي يطالب القطاع الخاص بتنفيذها ليست ربما تقدمه الشركات نظير ما تحصل عليه من أرباح، وإنما هي التزام أخلاقي من خلال المشاركة الجادة في التخفيف من الآثار الاقتصادية والاجتماعية التي فرضتها أزمة فيروس كورونا (COVID-19) على المجتمع.

### 1.3.3 عمالقة التقنية يعززون المسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل تفشي فيروس كورونا (COVID-19) (نديشو، 2020)

- شركة فيسبوك: حيث أعلنت شركة فيسبوك بإنشاء برنامج منح بقيمة 100 مليون دولار لمساعدة 30 ألف شركة صغيرة في جميع أنحاء العالم، لتنضم إلى عمالقة التقنية الآخرين الذين تقدموا لمساعدة الشركات المختلفة في مواجهة أزمة تفشي فيروس كورونا (COVID-19)، وبدأت مبادرة عملاق وسائل التواصل الاجتماعي مع الشركات في 30 دولة قبل أن تتوسع في جميع أنحاء العالم. حيث تم تقديم تبرع الشركة في صورة رصيد للخدمات الإعلانية، بالإضافة إلى المنح النقدية التي يمكن إنفاقها على التكاليف التشغيلية مثل دفع أجور العاملين وتغطية تكاليف الإيجار.

- شركة أفايا: أطلقت الشركة برنامجها التعاوني المسمى (Spaces) مجاناً للشركات التعليمية بما في ذلك الكليات والجامعات، بالإضافة إلى الشركات غير الهادفة للربح في جميع أنحاء العالم، كما شهدت الشركة منذ شهر جانفي 2020 زيادة بنسبة 200% في استخدام خدمة التعاون عبر الفيديو على منصتها، كما أن الشركة تمتلك 40 مليون مستخدم لخدمات الاتصال الموحد، وتتواصل مع مقدمي الخدمة الرئيسيين على مستوى الولايات والحكومات المحلية، بالإضافة إلى سوق التعليم في جميع أنحاء العالم، لذلك فإن مسيري الشركة يعلمون متطلبات هذا القطاع، وتركز الشركة على خدمات (Avaya Spaces) وفقاً لذلك.

- شركة "أمازون" لخدمات التجارة الإلكترونية: مع دخول شهر رمضان المبارك 2021 أعلنت شركة "أمازون" عن إسهامها في تلبية الاحتياجات الغذائية للعائلات المتعثرة في العديد من الدول (مصر، الإمارات،

السعودية، الأردن) خلال شهر رمضان المبارك، وذلك من خلال توفير أكثر من مليون وجبة طعام، وذلك بالشراكة مع بنوك الطعام من كل دولة، كما وفرت شركة أمازون مجموعة من المنتجات والخدمات والتبرعات المالية، بما في ذلك المستلزمات الغذائية ومواد التعبئة والتغليف، التي سيتم توزيعها مع إتباع إرشادات التباعد الاجتماعي والسلامة الضرورية، هذا ما يدل على إسهام أمازون في تنمية وتطوير المجتمع وتحسين نوعية الحياة (البعد الخيري). (البيديوي، 2021)

### 2.3.3 مجموعة علي بابا الصينية

اتخذت الشركة عدد من القرارات والإجراءات التي تنبع من تحملها لمسؤوليتها الاجتماعية تجاه الصين بصفة عامة وتجاه المدينة المنكوبة وغيرها من المدن المجاورة بصفة خاصة، حيث أعلنت المجموعة تخصيص مبلغ 100 مليون يوان أي حوالي 14.4 مليون دولار للمساعدة في العثور على لقاح لفيروس كورونا (COVID-19)، كما أن 40 مليون يوان أي حوالي 5.8 مليون دولار ستذهب إلى منطقتين حكوميتين بحثيتين في الصين، بينما سيستخدم المبلغ المتبقي لدعم تدابير "الوقاية والعلاج".

كما تحركت المجموعة مرة أخرى وفي الوقت التي عملت في الشركات والمواقع الأمريكية للبيع الإلكتروني على تخفيض أسعارها لتوفير بعض منتجاتها لتكون بديل للمنتجات الصينية أمام المستهلكين، حيث قامت الشركة بشراء المنتجات من الشركات الصينية بالسعر المعتاد وعرضها بأسعار مخفضة على المستهلك الصيني، ولم تكثف المجموعة بما قدمت ولم يكن نهج الشركة ومؤسسها هو الهروب من الأزمة بأقل الخسائر أو أن تكون هذه الأزمة مصدر للكسب منها أو استغلال الظروف الاقتصادية التي تمر بها البلاد، بل على العكس من ذلك فقد تدخلت المجموعة بشكل مختلف لدعم الشركات المتضررة، وأعلنت المجموعة أنها سوف تقدم قروضا بفائدة مخفضة بقيمة نحو 20 مليار يوان، أي حوالي 2.86 مليار دولار وسوف يستفيد من هذه القروض الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم التي أجرت تعاملات تجارية مع "علي بابا" لأكثر من عام على أن يخصص نصف هذا المبلغ للشركات من إقليم هوبي الأكثر تضرراً من فيروس كورونا (COVID-19)، والذي أدى إلى توقف صور الحياة للسكان في الإقليم بشكل شبه

نهایی، والنصف الآخر للشركات من بقية البلاد، ومنه فإن مجموعة علي بابا تحملت مسؤوليتها الاجتماعية وقامت بالدور المنوط بها للقيام به كجزء من هذه الدولة التي هيأت لها المناخ الذي كان سبب مكاسبها وتحقيقها للأرباح وذلك في أكثر من نشاط من أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات، وقد أولت الاهتمام بجميع الشركاء معها ففي مبادرتها بشراء المنتجات بأسعارها وبيعها للمستهلك بأسعار منخفضة فقد قامت فيما يخص قضايا المستهلك وكذا ممارسات العمل بالشركة، وفيما يخص التبرع للمعامل فقد قامت بدورها فيما يخص البيئة من خلال مشاركة وتنمية والمجتمع، أما فيما يخص الموردين والقروض الميسرة فهي قامت بدورها بالحفاظ على ممارسات التشغيل العادلة وهو ما يوضح قيامها بتحقيق التوازن بين الأهداف الاقتصادية والاجتماعية، وذلك من خلال التحديات البيئية المختلفة وأن هدف تحقيق الربح فقط للشركات دون الآخذ في الاعتبار الظروف المحيطة هو أمر غير مقبول في الوضع الراهن. (فرج، 2020)

### 3.3.3 مجموعة MTC القابضة

انطلاقاً من مسؤوليتها الاجتماعية ولا سيما في ظل الظروف الصعبة التي تشهدها دولة الكويت ضد فيروس كورونا (COVID-19) المستجد، أطلقت الشركة الصناعية للمنتجات الطبية وهي إحدى شركات مجموعة MTC القابضة الكويتية مشروعها الوطني الاستراتيجي الضخم لإنتاج الكمادات ثلاثية الأبعاد والكمادات ذوي الثلاث طبقات تزامناً مع حلول شهر رمضان المبارك،. حيث تجاوزت الطاقة الإنتاجية بعد استكمال جميع مراحل هذا المشروع 9 ملايين كمادة يومياً أي ما يعادل تقريباً 270 مليون كمادة شهرياً من الكمادات ذوي الثلاث طبقات وكمادة N95 ثلاثي الأبعاد بواقع 80% من الإنتاج عبر مصنع المجموعة "الشركة الصناعية للمنتجات الطبية" في الكويت و 20% عبر مصنع المجموعة للكمادات الاحتياطي الموازي الذي أنشئ في جمهورية الصين، ويهدف هذا المشروع إلى تعزيز الأمن القومي للكويت عبر تلبية الطلب المتزايد على الكمادات سعياً لمضاعفة الإجراءات الوقائية لأهل الكويت والمقيمين وذلك في ظل تفشي وباء كورونا. (الراي، 2020)

#### 4. الخاتمة

كما سبق يتضح أن المسؤولية الاجتماعية للشركات لها دور كبير في إدارة الأزمات والتخفيف من آثارها وخاصة أن العلاقة التي تجمع بينهما علاقة واضحة وحلّية، وفي ظل الظروف الاستثنائية التي يعيشها العالم نتيجة تأثير فيروس كورونا (COVID-19) على الدول والاقتصاد العالمي ككل وما نجم عنها من أزمات اقتصادية واجتماعية، أدى ذلك إلى تعاظم العلاقة بين أزمة فيروس كورونا (COVID-19) والمسؤولية الاجتماعية للشركات، حيث كلما زاد حدة انتشار الفيروس زادت المسؤولية الاجتماعية للشركات (علاقة طردية)، ما جعل الشركات في اختبار حقيقي لكيفية التعامل وقت الأزمات وأتيح لها فرص كبيرة ودروس يمكن الاستفادة منها لاختبار مدى فعاليتها في ممارسة مسؤوليتها الاجتماعية، ومن خلال عرض تجارب لشركات دولية عالمية مثل عمالقة التقنية، مجموعة علي بابا ومجموعة MTC القابضة، تبين أن يمكن للاقتصاد عبر هذه الشركات الدخول على خط أزمة فيروس كورونا (COVID-19) للتخفيف من آثارها الاقتصادية والاجتماعية، حيث قدمت هذه الشركات بدافع مسؤوليتها الاجتماعية مجموعة من الأنشطة ساهمت بشكل كبير في مواجهة الأزمة، وتمثلت هذه الأنشطة أساساً في تقديم: المنتجات الطبية، الخدمات الصحية، التبرعات المالية، دعم الشركات المتضررة، دعم الجانب التعليمي.

#### 5. قائمة المراجع

##### 1.5 بالعربية

- أبوبكر بوسالم، عبد الخالق أودينة، و مسعودة بقباقي. (2019). الأبعاد العملية للمصارف الإسلامية في مجال المسؤولية الاجتماعية . مجلة دراسات متقدمة في المالية والمحاسبة. جامعة العربي التبسي. تبسة. الجزائر، 02 (02).
- أحمد سمير فرج. (23 03 2020). المسؤولية الاجتماعية للشركات وتخفيف آثار فيروس كورونا في الصين. تاريخ الاسترداد 20 06 2021، من موقع اليوم السابع :

- <https://www.youm7.com/story/2020/3/23-4683815> المسئولية-الاجتماعية-للشركات-وتخفيف-  
آثار-فيروس-كورونا-الاقتصادية-على-الصين/4683815
- أحمد عبد الحفيظي. (2019). أليات تفعيل المسئولية الاجتماعية في المؤسسة الاقتصادية . المجلة العلمية المستقبل الاقتصادية. جامعة محمد بوقرة، بومرداس. الجزائر، 07 (01).
  - بشار نرش. (31 03, 2020). كورونا والمسئولية الاجتماعية . تاريخ الاسترداد 20 06, 2021، من موقع الجزيرة: <https://www.aljazeera.net/blogs/2020/3/31> /كورونا-والمسئولية-الاجتماعية
  - جهيزة بلهاشمي. (بلا تاريخ). المسئولية الاجتماعية للشراكة بين القطاع العام والقطاع الخاص ودورها في تحقيق عملية التنمية في إطار الالتزام بمعايير الشفافية والمساءلة. مجلة الحوكمة، المسئولية الاجتماعية والتنمية المستدامة. جامعة غليزان. الجزائر، 01 (01).
  - حسين بورغدة، و عماد مساعدي. (2017). دور إستراتيجية تعلم الموارد البشرية في تفعيل المسئولية الاجتماعية للمؤسسات. مجلة العلوم الإدارية والمالية. جامعة الوادي. الجزائر، 01 (01).
  - خديجة بلحياي. (2019). واقع الافصاح المحاسبي عن المسئولية الاجتماعية في المؤسسات النفطية . مجلة الاقتصاد الجديد. جامعة خميس مليانة. الجزائر، 10 (03).
  - خولة زباني، إلهام بوغليطة، و أميرة عبد الباقي. (2020). المسئولية الاجتماعية للمؤسسات كمدخل لإدارة المخاطر والأزمات. مجلة ميلاف للبحوث والدراسات. جامعة ميله. الجزائر، 06 (02).
  - ديفيد نديشو. (19 03, 2020). عمالقة التقنية يعززون المسئولية الاجتماعية للشركات في ظل تفشي فيروس كورونا. تاريخ الاسترداد 20 06, 2021، من موقع Forbes Middle East: <https://www.forbesmiddleeast.com/ar/innovation/technology/tech-giants-boost-csr-in-the-wake-of-covid-19-1>
  - رشيد حفصي. (2018). دراسة وتحليل المسئولية الاجتماعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية. مجلة العلوم الإدارية والمالية. جامعة الوادي. الجزائر، 02 (02).



- زاهية توام، و سعاد رزاي. (2020). تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل جائحة كورونا نموذج عن شركات عالمية. مجلة الميادين الاقتصادية. جامعة الجزائر03، الجزائر، 03 (01).
- سارة زروق. (2021). المسؤولية الاجتماعية كميزة تنافسية لمنظمات الأعمال - بالإشارة إلى تجربة شركة (Jerry's & Ben). مجلة الحوكمة، المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة. جامعة غليزان. الجزائر، 03 (01).
- سعد مرزق، و مصطفى يونس. (2019). الالتزام بأخلاقيات التسويق كألية لترسيخ أبعاد المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة الجزائرية. مجلة العلوم التجارية. مدرسة الدراسات العليا التجارية. الجزائر، 18 (02).
- صديقي نعاس، و نهار خالد بن الوليد. (2018). دور المسؤولية الاجتماعية في دعم أخلاقيات الأعمال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. مجلة دراسات اقتصادية. جامعة زيان عاشور الجلفة. الجزائر، 12 (01).
- عثمان ولد الصافي، و حسية علمي. (2020). المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية في ظل جائحة كورونا (دراسة تجارب دولية ومحلية رائدة). مجلة التكامل الاقتصادي، 08 (04).
- فتحي باني، و أحمد محمودي. (2020). المسؤولية الاجتماعية كخيار إستراتيجي لتعزيز ولاء العميل. مجلة الحوكمة، المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة. جامعة غليزان. الجزائر، 02 (02).
- فرحات غول، و شهرزاد بسكري. (2016). تحديد قياس المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية. جامعة الجزائر03. الجزائر، 05 (02).
- محمد البديوي. (2021, 04 20). أبرز مبادرات الخيرية التي أطلقتها الشركات في شهر رمضان. تاريخ الاسترداد 17 06 2021، من موقع WAYA عربي: <https://waya.media/arabi/>أبرز-المبادرات-الخيرية-التي-أطلقتها-1/
- محمد علواني. (2020, 03 30). المسؤولية الاجتماعية - تحديات أم فرص - . تاريخ الاسترداد 20 06 2021، موقع رواد الأعمال المسؤولة-الاجتماعية-وأزمة-كورونا-وانته

- محمد غردي. (2013). دور مبادئ وأسس الحوكمة في تعزيز المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية. مجلة الاقتصاد الجديد. جامعة خميس مليانة. الجزائر، 04 (02).
- مدحت محمد أبو النصر. (2015). المسؤولية الاجتماعية للشركات والمنظمات (المجلد الطبعة الأولى). القاهرة، مصر: المجموعة العربية للتدريب والنشر.
- مصطفى قمان. (2017). متطلبات إدماج الاستثمار المسؤول والمستدام في السوق المالية الجزائرية - تجارب دولية-. مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية. جامعة محمد بوضياف. المسيلة. الجزائر ، 10 (17).
- موقع الراي. (22 04, 2020). القابضة MTC تطلق مشروعها الاستراتيجي للكمامات ثلاثية الأبعاد -N95- والكمام ذوي الثلاث طبقات . تاريخ الاسترداد 20 06, 2021، من <https://www.alraimedia.com/article/887837/اقتصاد/mtc-القابضة-تطلق-مشروعها-الاستراتيجي-لللكمامات-ثلاثية-الأبعاد-n95-والكمام-ذوي-الثلاث-طبقات->
- ناصر جرادات، و عزام أبو الحمام. (2013). المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية للمنظمات (المجلد الطبعة الأولى). عمان. الأردن: دار إثرا.
- وهيبه سليمان. (2018). المسؤولية الاجتماعية في البنوك الإسلامية . مجلة البشائر الاقتصادية. جامعة بشار. الجزائر ، 04 (02).
- وهيبه مقدم. (2014). تقييم مدى استجابة منظمات الأعمال في الجزائر للمسؤولية الاجتماعية (أطروحة دكتوراه). قسم علوم التسيير . كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة وهران.

## 2.5 بالأجنبية

- Bowen, & Howard R, B. (2013). Social responsibilities of the businessman. *copyright by the estate of howard R.Bown* .
- Marie, -F. G., & Frédérique, W. (2004). Du management environnemental au Développement durable des entreprises.
- Misbau, A. L., & Adedoyin, O. A. (2021). Covid-19: Implications for Corporate Governance and Corporate Social Responsibility (CSR) in Africa. *Beijing Law Review* (12).